

# Hintergrundinformationen

zu den Unterrichtsmaterialien des Medienführerscheins Bayern

„Wenn Nachrichten Angst machen“



für die 1./2. und 3./4. Jahrgangstufe  
sowie 5./6./7. und 8./9. Jahrgangstufe

# Inhaltsverzeichnis



**1** Krisenereignisse und  
die Verantwortung  
der Medien

Seite 03

**2** Altersgerechte Informationen  
für Kinder und Jugendliche

Seite 05

**3** Merkmale von  
Desinformation

Seite 08

**4** Informationssuche  
und Quellenanalyse

Seite 11

**Quellenangaben** Seite 12

**Impressum** Seite 13

# 1 Krisenereignisse und die Verantwortung der Medien



## Herausforderungen für den Journalismus

Ein Amoklauf, ein schweres Unglück, Umweltkatastrophen, terroristische Anschläge, Kriege, Pandemien – bei Krisenereignissen oder anhaltenden Krisen stehen Journalist:innen vor der Schwierigkeit, in manchmal unübersichtlichen Situationen schnell und dennoch faktenbasiert berichten zu müssen, sodass sich die Öffentlichkeit ein unverfälschtes Bild der Lage machen kann. Besonders herausfordernd für Journalist:innen ist, dass Krisenereignisse oft ohne Vorwarnung passieren und sich die Situation schnell bzw. kontinuierlich ändern kann. Häufig verbreiten sich parallel zu den Geschehnissen vor allem über Social-Media-Angebote und Videoplattformen Vermutungen, Gerüchte oder sogar bewusst gestreute Falschinformationen.

## Journalistische Sorgfaltspflicht

Die Berichterstattung seriöser Medien hingegen benötigt für gewöhnlich Zeit, um Informationen auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen. Denn die Presse untersteht unter anderem der sogenannten journalistischen Sorgfaltspflicht, die besonders bei zunächst unübersichtlichen Krisenereignissen von großer Wichtigkeit ist. Das bedeutet, Journalist:innen dürfen Nachrichten nur veröffentlichen, wenn sie geprüft haben, woher die entsprechenden Informationen stammen und ob diese belegt sind. Auch dürfen Nachrichten eine Situation nicht verfälschend darstellen.<sup>[1]</sup> Informationen dürfen nicht verkürzt, unpassend gewichtet oder in einen anderen Kontext gesetzt werden.<sup>[2]</sup> Kommentare müssen von der Berichterstattung deutlich getrennt und unter Nennung des:der Verfasser:in als solche gekennzeichnet werden. Unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen sind als solche erkennbar zu machen.<sup>[1]</sup>

## Recherche und Zwei-Quellen-Prinzip

All das erfordert eine gekonnte Recherche, die Qualitätsindikator und wichtiges Merkmal des seriösen Journalismus ist. So gilt in seriösen Redaktionen wie z.B. dem ZDF das „Zwei-Quellen-Prinzip“, um Falschmeldungen zu vermeiden. Das bedeutet, dass erst zwei voneinander unabhängige Quellen einen Vorfall wie z.B. einen Anschlag bestätigen müssen, damit er als feststehend gemeldet werden kann. Auch wird explizit darauf hingewiesen, wenn eine Meldung nur aus einer statt aus zwei Quellen stammt.<sup>[3]</sup> Zudem machen seriöse Medien wie z.B. die Deutsche Presse-Agentur (dpa) transparent, anhand welcher Kriterien sie Fakten prüfen und für deren Verlässlichkeit sorgen.<sup>[4]</sup>

## Pressekodex

Neben der soliden Recherche und Aufbereitung von Informationen zeichnet sich seriöser Journalismus durch die Beachtung ethischer Normen und der Prinzipien aus dem Pressekodex aus. Wegen ihrer besonderen gesellschaftlichen Funktion sind Journalist:innen kaum rechtlichen Beschränkungen unterworfen.<sup>[2]</sup> Umso entscheidender ist die Einhaltung ethischer Grundregeln. Der Pressekodex wurde 1973 vom Deutschen Presserat festgelegt und umfasst eine entsprechende Sammlung von Leitlinien für Journalist:innen und Verleger:innen. Der Deutsche Presserat ist die Freiwillige Selbstkontrolle der Printmedien und deren Online-Auftritte in Deutschland. Der Pressekodex umfasst 16 Ziffern, die Grundlage für Beschwerden sind, die beim Deutschen Presserat eingereicht werden können.<sup>[1]</sup>

# Krisenereignisse und die Verantwortung der Medien



## Journalistische Ethik

Gerade mit Blick auf die Berichterstattung über Krisen bietet der Pressekodex wichtige Regeln. Es gilt der Schutz der Persönlichkeit und der Ehre. Keine Person darf diskriminiert werden. Auch ist auf eine unangemessene sensationelle Darstellung von Gewalt, Brutalität und Leid bewusst zu verzichten. Der Mensch darf in der Berichterstattung nicht zu einem Objekt bzw. bloßen Mittel herabgewürdigt werden. Zudem muss der Jugendschutz beachtet werden. Bei der Berichterstattung über Gewalttaten, auch androhte, hat die Presse das Informationsinteresse der Öffentlichkeit gegen die Interessen der Opfer und Betroffenen sorgsam abzuwägen. Sie soll über diese Vorgänge unabhängig und authentisch berichten und sich dabei nicht zum Werkzeug von Verbrechern machen lassen. <sup>[1]</sup>

## Grenzen der Berichterstattung

Der journalistische Informationsauftrag einerseits und die journalistische Ethik andererseits können aber auch in Konflikt geraten. In einigen Fällen kann das Recht auf Information mit ethischen Prinzipien kollidieren. So soll laut Pressekodex in der Berichterstattung über Unglücksfälle und Katastrophen respektvoll mit dem Leid der Opfer und den Gefühlen von Angehörigen umgegangen werden. Demnach dürfen die vom Unglück Betroffenen durch die Darstellung in der Öffentlichkeit nicht ein zweites Mal zu Opfern werden. Bei Unglücksfällen und Katastrophen beachtet die Presse zudem, dass Rettungsmaßnahmen für Opfer und Gefährdete Vorrang vor dem Informationsanspruch der Öffentlichkeit haben. <sup>[1]</sup>

## Entkräftung von Desinformation

Auf Grundlage dieser journalistischen Standards verfolgen seriöse Medien wie z. B. tagesschau, heute journal und Süddeutsche Zeitung den Anspruch, dass auch nach manchmal unübersichtlichen Krisenereignissen nur belegte und der Lage entsprechend angemessene Informationen veröffentlicht werden.

## 2 Altersgerechte Informationen für Kinder und Jugendliche



### Nachrichten im Alltag von Kindern und Jugendlichen

Nachrichten von Kindern und Jugendlichen fernzuhalten, ist nahezu unmöglich: Jüngere Kinder sehen z.B. auf dem Weg in die Schule, zum Sport oder zu Freund:innen Zeitungsstände oder Infoscreens in öffentlichen Verkehrsmitteln. Sie hören Gespräche der Eltern, ihrer Freund:innen oder auch von fremden Personen, die sich um Nachrichten drehen. Ältere Kinder kommen über Social-Media-Angebote oder Messenger-Dienste mit Nachrichten in Berührung. Je nach Alter können sie das Gesehene, Gelesene oder Gehörte unterschiedlich gut erfassen, einordnen und sich damit auseinandersetzen. Gerade Nachrichten über Krisenereignisse können sie stark verunsichern. Es ist daher wichtig, sowohl mit Grundschulkindern als auch mit älteren Schüler:innen ins Gespräch zu kommen, um so frühzeitig Fragen zu beantworten und Unsicherheiten aufzufangen.

### Verängstigende Nachrichten für Kinder

Kinder können ab einem Alter von etwa acht Jahren faktische und fiktive Formate voneinander unterscheiden und das Genre „Nachrichten“ erkennen.<sup>[5]</sup> Es ist für sie oft schwierig, das Gesehene angemessen zu bewerten oder sich davon zu distanzieren. Besonders Darstellungen von Krisenereignissen werden von Kindern anders wahrgenommen als von Erwachsenen. Sie versetzen sich häufig stärker in Situationen hinein, vor allem, wenn die Protagonist:innen selbst Kinder und Jugendliche sind.<sup>[6]</sup> Auch können sie meist noch nicht einschätzen, welche Nachrichten sie betreffen und welche nicht.<sup>[5]</sup> Bilder und Berichte von Gewalt und Opfern in Nachrichten können überfordern, belasten und ein Gefühl der Ohnmacht auslösen. Auch Trennungs- und Verlassensängste können entstehen: Kinder befürchten häufig, dass das Geschehene z. B. auch die eigenen Eltern betreffen könnte.<sup>[7]</sup>

Daher ist es wichtig, ihnen die Hintergründe der Berichterstattung einzuordnen und dadurch Verunsicherung zu nehmen.<sup>[6]</sup> Grundsätzlich möchten Kinder helfen und wissen, wie sie selbst etwas zur Verbesserung der Situation beitragen können.<sup>[8]</sup> Eine Möglichkeit mit selbst schwierigen Nachrichten umzugehen, ist positive Aspekte hervorzuheben.<sup>[6]</sup>



### Broschüre „Wenn Nachrichten Angst machen“

Um unmittelbar nach der Berichterstattung über ein aktuelles Krisenereignis auf Gesprächs- und Reflexionsbedürfnisse der Schüler:innen zu reagieren, finden Sie in der Broschüre der Stiftung Medienpädagogik Bayern „Wenn Nachrichten Angst machen – Junge Menschen im Umgang mit der medialen Darstellung von Krisen begleiten und stärken“ hilfreiche Tipps. Darin sind u.a. eine Checkliste und ein Gesprächsleitfaden für den spontanen Einsatz enthalten.

## Altersgerechte Informationen für Kinder und Jugendliche



### Erfahrungsberichte und individuelle Erlebnisse

Grundsätzlich haben Kinder in Bezug auf das aktuelle (Welt-) Geschehen viele Fragen und möchten Antworten auf sie finden. Besonderes Interesse zeigen sie an individuellen Erlebnissen und Erfahrungsberichten, in denen betroffene Personen ihre Geschichte erzählen und berichten, wie sie problematische Situationen gemeistert haben. Vor allem Berichte gleichaltriger Protagonist:innen sind für junge Menschen sehr ansprechend. Auch haben sie eher Interesse an Fakten und weniger an der überdramatisierten Darstellung von Ereignissen. <sup>[9]</sup> Das Informationsinteresse sollte ernst genommen und beantwortet werden.

### Kennzeichen von Kindernachrichten

Für Kinder sind altersgerechte, auf sie zugeschnittene Angebote hilfreich. Kindernachrichten haben das Ziel, Antworten zu geben, ohne zu überfordern. Inzwischen gibt es zahlreiche Angebote, die aktuelle Nachrichten in Text, Bild oder Ton altersangemessen aufbereiten. Dabei werden z.B. Fachwörter vermieden, einfache Sprache genutzt und komplexe Sachverhalte verständlich erklärt. Bilder zeigen keine Gewalt und häufig werden Beiträge grafisch z.B. als Animationen umgesetzt, um keine echten, verängstigenden Nachrichtenbilder zu zeigen. Auch Kindernachrichten wahren Neutralität, indem sie Emotionalisierung und Spekulationen vermeiden und – etwa bei Konflikten – die Argumente beider Seiten erklären. <sup>[10][11]</sup>

### Jugendliche und Social-Media-Angebote

Fast die Hälfte der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren und beinahe alle Kinder bzw. Jugendliche ab 12 Jahren sind im Besitz eines Smartphones. Ein Großteil der über 12-Jährigen nutzt fast täglich Social-Media-Angebote. Zwei Drittel der Jugendlichen verwendet diese zur Information über aktuelle Geschehnisse. <sup>[12][13]</sup> Bei den 14- bis 17-Jährigen sind Social-Media-Angebote sogar die am häufigsten genutzte Informationsquelle, gefolgt von Radio und Fernsehen. <sup>[14]</sup>

Jugendliche und junge Erwachsene suchen dort meistens eigenständig nach Informationen über Krisen. Das kann sehr problematisch sein. Denn dort können sich aktuelle Ereignisse manchmal in Echtzeit mitverfolgen lassen. Bilder, Videos oder Meldungen können schnell gepostet, von der Community kommentiert und weiterverbreitet werden. Potenziell kann jede:r Inhalte erstellen, sodass seriöse journalistische Berichte, Gerüchte, Propaganda und private Inhalte in den Angeboten direkt nebeneinander stehen können. <sup>[9]</sup> Vor allem in Krisensituationen kann dadurch bei jungen Menschen Angst und Verunsicherung entstehen, da die objektive Einordnung der Inhalte fehlt. Außerdem scheint die Bedrohung durch die ständig erscheinenden Nachrichten näher, als sie tatsächlich ist. Das kann die Verunsicherung noch zusätzlich steigern. <sup>[15]</sup>

## Altersgerechte Informationen für Kinder und Jugendliche



### Filterblasen und Algorithmen

Eine weitere Besonderheit von Social-Media-Angeboten ist, dass Posts nicht für alle, sondern nur für einen bestimmten Personenkreis sichtbar sind. Das heißt: Nicht alle Nutzer:innen erhalten dieselben Informationen – anders als z. B. bei öffentlich-rechtlichen und privaten Fernseh- und Hörfunkangeboten. Durch Einstellungen und Algorithmen werden den Nutzer:innen vorwiegend Informationen angezeigt, die ihrem Nutzungs- und Informationsverhalten entsprechen und tendenziell mit bisherigen Ansichten übereinstimmen. Dadurch können sogenannte „Filterblasen“ entstehen. Eine Folge davon ist, dass die z. B. eigene Informationslage und Meinung für verbreitet und akzeptiert gehalten wird, auch wenn das womöglich nicht der Fall ist.

### Glaubwürdigkeit von Social-Media-Angeboten

Obwohl viele Kinder und Jugendliche Social-Media-Angebote zur Informationssuche nutzen, stufen sie diese hinsichtlich der Glaubwürdigkeit als schlecht ein. Hingegen werden Medien wie z. B. Zeitungen oder Fernsehen als glaubwürdiger eingeschätzt, jedoch deutlich seltener zur Informationssuche verwendet. Eine Minderheit der Jugendlichen hält die Beiträge auf YouTube, Instagram, Twitter und Facebook für vertrauenswürdig. Den meisten Jugendlichen sind somit die Probleme dieser Plattformen durchaus bewusst. Sie hegen Zweifel an den darin enthaltenen Nachrichten und schenken anderen Medien mehr Vertrauen.<sup>[16]</sup>

# 3 Merkmale von Desinformation



## Informationen in Ausnahmesituationen

Eine Krise ist eine Ausnahmesituation. Wird in den Medien über eine solche, manchmal noch nie dagewesene, bedrohliche Situation berichtet, kann das bei den Rezipient:innen Unsicherheiten nach sich ziehen. Häufig werden in Krisensituationen bewährte Denk- bzw. Handlungsmuster in Frage gestellt. Der Wunsch nach schneller Information und einfachen Lösungsansätzen ist besonders hoch. Eine vereinfachende Einordnung oder sogar einen Verantwortlichen bzw. Schuldigen für ein Krisenereignis zu finden, ist ein Verhaltensmuster, das die eigene Unsicherheit verringern und Halt geben soll. In solchen Situationen können sich verstärkt Falschmeldungen verbreiten, die vermeintliche Lösungen bieten oder bestimmte Personen oder Personengruppen zur Verantwortung ziehen. Dabei verbreiten sich häufig auch verschwörungserzählerische und rassistische Äußerungen.

## Fake News

Vor allem bei Social-Media-Angeboten, Messenger-Diensten und Online-Videoplattformen werden z. T. gezielt unwahre Informationen gestreut, um Meinungen zu beeinflussen. Über die „Teilen“- und „Liken“-Funktionen verbreiten sich sogenannte „Fake News“ schnell weiter, z. T. auch über Messenger-Dienste. Im Zusammenhang mit Fake News wird häufig auch der übergeordnete Begriff Desinformation verwendet. Mit deren Verbreitung sollen andere Menschen erschreckt, verunsichert oder manipuliert werden. So können Verfasser:innen eine Stimmung erzeugen, in der sich ihre politischen, wirtschaftlichen, ideologischen oder persönlichen Absichten besser durchsetzen lassen.

## Desinformation

„Desinformation umfasst alle Formen absichtlich erstellter und weitergegebener manipulierter Informationen, die das Publikum täuschen und irreführen sollen, um absichtlich öffentlichen Schaden zu verursachen oder um Profit zu machen.“<sup>[17]</sup> Gezielte „Desinformationskampagnen“ können eine Gefahr für die Demokratie darstellen, da Vertrauensverluste in die Regierung bis hin zu gewalttätigen Aktionen mit ihnen verbunden sind. Auch Social Bots – intelligente Programme, die vorgeben, menschliche User zu sein – werden im Rahmen von Desinformationskampagnen eingesetzt. Schon wenige Social Bots können Stimmungen in Social-Media-Angeboten deutlich beeinflussen, wie eine Untersuchung der Universität Duisburg-Essen herausfand.<sup>[18]</sup>

Desinformation äußert sich u. a. durch folgende Merkmale:

- „eine eindimensionale Auswahl und Zusammenstellung von veröffentlichten Nachrichten,
- eine emotionalisierende bzw. skandalisierende Sprache (reißerische Behauptungen, Verkürzungen, Superlative),
- die Manipulation von Überschriften, Bildern und Videos,
- Verweise auf ungesicherte Quellen und gezielte Falschmeldungen sowie
- Verlinkungen auf seriöse Angebote, um Glaubwürdigkeit zu suggerieren.“<sup>[17]</sup>



## Merkmale von Desinformation



### Informationen in Bildern

Desinformationen werden oft durch Bilder, Filme oder Videos und Tonbeiträge gestützt, weil diese oft besonders authentisch wirken. Ein solches multimediales Material muss aber nicht die Wirklichkeit abbilden. Bild-, Film- und Audiodateien können inzwischen täuschend echt digital manipuliert werden. Im dokumentarischen Bereich ist es manchmal gewollt, Bildausschnitte auf eine bestimmte Art zu gestalten oder Ton- und Filmaufnahmen zu „montieren“. Wegen dieser vielen Täuschungsmöglichkeiten gilt es, sich die Quellen multimedialer Beiträge besonders genau anzusehen. <sup>[19][20]</sup>

### Verschwörungsmythen

Neben Desinformation gibt es noch Verschwörungsmythen, die auch als Verschwörungserzählungen oder Verschwörungstheorien bezeichnet werden. Viele Verschwörungsmythen sind geprägt von einem extremistischen oder antisemitischen Weltbild, richten sich gegen Regierungen, wissenschaftliche Erkenntnisse oder bestimmte Gruppen. Sie suchen Sündenböcke und schüren dadurch in der Gesellschaft Zweifel und Ängste und verstärken Hassgefühle, Radikalität und Gewaltbereitschaft. Desinformationen oder „Fake News“ gelten als Vorstufe zu Verschwörungsmythen und können als Bausteine betrachtet werden, aus denen Verschwörungsmythen zusammengesetzt sind. <sup>[21]</sup> Eine Übersicht über weit verbreitete Verschwörungserzählungen findet sich im Glossar des Jugendschutz- und Medienkompetenzberichts der Landesmedienanstalten 2022 <sup>[22]</sup>. Bei Kindern und Jugendlichen können Angst und Verunsicherung durch die Rezeption derartiger Verschwörungsmythen in den Medien entstehen. Besonders, wenn es um Themen mit Bezug zu ihrer Lebenswelt geht.

### Rasante Verbreitung

So abstrus manche Erzählungen auch sein mögen, durch das Internet und mithilfe sogenannter Bots lassen sich solche alternativen Mythen schnell verbreiten. Eine Studie der Columbia-University von 2016 zeigte beispielsweise, dass etwas mehr als die Hälfte der Twitter-User Inhalte gar nicht lesen, bevor sie sie teilen. <sup>[23]</sup> Wird man von einer Headline angesprochen und/oder bestätigt sie die eigene Denkweise, ist der Beitrag schnell geteilt, ohne nachzuprüfen, was sich dahinter möglicherweise verbirgt. Dieses Phänomen ist als „Sharebait“ bekannt. So verbreiten sich nicht nur seriöse Nachrichten, sondern auch Falschmeldungen und Verschwörungsmythen im Netz rasend schnell. Vielen Menschen, die solche Falschmeldungen teilen, ist gar nicht bewusst, auf welche Inhalte diese Meldungen eigentlich abzielen. Sie können mit einer professionellen Aufmachung und entsprechenden Bebilderung zum Teil den Anschein eines seriösen Journalismus erwecken, der das Überprüfen der Quellen obsolet erscheinen lässt. <sup>[21]</sup> Umso wichtiger ist es, Kinder und Jugendliche mit dem entsprechenden Handwerkszeug auszustatten, damit sie beim Übermaß an ihnen zugänglichen Informationen Falschmeldungen erkennen können.

## Merkmale von Desinformation



### Desinformation entlarven

Damit man Desinformation leichter als unwahr enttarnen kann, gibt es mittlerweile verschiedene Online-Portale, wie z. B. mimikama.at oder hoaxmap.org, die über Falschmeldungen aufklären. Faktenchecker-Initiativen wie correctiv.org oder der ARD-Faktenfinder (tagesschau.de/faktenfinder) arbeiten daran, Falschmeldungen mit Fakten entgegenzutreten. Ein Bild-Fake lässt sich z. B. mit einer Rückwärtsbildersuche auf [www.google.images](http://www.google.images) oder über [lens.google](http://lens.google) entlarven.

### Falsche Zitate

Im Kontext von „Fake News“ wird auch das Phänomen beschrieben, dass Dritte Presseartikel und Bilder etablierter Medienhäuser mit eigenen Kommentaren, die mit den konkreten Inhalten der Berichte kaum übereinstimmen, in Social-Media-Angeboten weiterverbreiten. Sie rücken damit die Berichterstattung bewusst in einen anderen Kontext und nutzen dabei aus, dass Nutzer:innen oftmals nur die kommentierenden Worte ihrer Social-Media-Freund:innen sowie die z. T. reißerischen Überschriften der Presseberichte lesen und nicht den kompletten Artikel.

# 4 Informationssuche und Quellenanalyse



## Gezielte Informationssuche

Gezielte Informationssuche und Recherchen können den Umgang mit Krisen erleichtern, Ängste reduzieren und die Lage einschätzbar machen – oder genau das Gegenteil. Umso wichtiger sind die umsichtige Auswahl, die korrekte Einordnung und der kritische Umgang mit Quellen.

Bei der Menge an (teilweise auch falschen, fehlerhaften oder unvollständigen) Informationen in der medialen Darstellung von Krisen, ist es oft schwierig, den Überblick zu behalten. Möglichkeiten, sich zu informieren bieten nicht nur Printmedien wie Zeitungen oder audiovisuelle Medien wie Radio oder Fernsehen, sondern auch internetbasierte Medien. Viele der bekannten Fernseh-, Hörfunk- und Printmedien treten auch im Internet auf und stellen dort journalistische Beiträge zur Verfügung (manchmal in reduzierter Form oder auch mit zusätzlichem Bild-, Audio- oder Videomaterial). Journalistisch recherchierte Informationen finden sich im Internet auf redaktionell betreuten Nachrichtenportalen z. B. von Tageszeitungen, Magazinen, öffentlich-rechtlichen und privaten Radio- und Fernsehsendern. Hinzu kommen einige reine Onlineinformationsportale, die ebenfalls seriöse Nachrichten bieten.

## Prüfung von Informationen

Haben die Nutzer:innen online Informationen gefunden, sollte deren Glaubwürdigkeit verifiziert werden. Denn im Internet existieren zahlreiche Veröffentlichungen, die weder durch ein Lektorat noch einen Verlag überprüft wurden. Die Cornell Universität in New York nennt verschiedene Aspekte, mit deren Hilfe die Glaubwürdigkeit von

Internetseiten besser beurteilt werden kann.<sup>[24]</sup> Auf dieser wissenschaftlichen Grundlage können folgende vier Kriterien abgeleitet werden, die Jugendlichen als erste Grundlage für eine Bewertung von Internetquellen dienen können:

- **Identität der Verfasser:innen:** Wer schreibt auf der Website? Ist ein Kontakt oder ein Impressum vorhanden? **Tipp:** Ein Impressum ist bei Websites mit Sitz in Deutschland Pflicht, wenn die Website nicht nur persönlichen oder familiären Zwecken dient.
- **Referenz:** Welchen Hintergrund hat der:die Autor:in? Wurde die Website von einer Institution/Organisation (z. B. Hochschule, Verwaltung, Unternehmen, Non-Governmental-Organization) oder einer Privatperson veröffentlicht? **Tipp:** Auf URL achten! Diese kann ggf. wichtige Aufschlüsse über die institutionelle Einbettung der Website geben. Falschmeldungen erscheinen oft im Design bekannter Institutionen. Die URL unterscheidet sich in solchen Fällen durch einen Zusatz wie z. B. einen Bindestrich oder einer Endung wie .net vom Original. Manchmal kursieren auch vermeintlich echte Screenshots von Nachrichtenportalen, Websites von Ministerien u. a. – hier lohnt es sich, die angegebenen URLs zu prüfen und selbst zu schauen, ob der Inhalt dort wirklich veröffentlicht wurde.
- **Objektivität:** Wie ist der Text geschrieben? Warum wurde der Text geschrieben? **Tipp:** Dieser Punkt setzt bei der Leserschaft Hintergrundwissen zum Thema voraus, um den entsprechenden Text beurteilen zu können. Hierbei können Quellenangaben, weiterführende Links und Zitate auf der Website helfen.
- **Aktualität:** Wie aktuell ist die Website? Wird sie regelmäßig erneuert? Gibt es tote Links?

# Quellenangaben

[1] Presserat: Pressekodex – Ethische Standards für den Journalismus.

**Internet:** [https://www.presserat.de/pressekodex.html?file=files/presserat/dokumente/pressekodex/Pressekodex\\_Leitsaetze\\_RL12.1.pdf](https://www.presserat.de/pressekodex.html?file=files/presserat/dokumente/pressekodex/Pressekodex_Leitsaetze_RL12.1.pdf) [Stand: 01.12.2022]

[2] tatfunk: Journalistische Ethik.

**Internet:** <http://www.tatfunk.de/index.php?id=252#:~:text=%20Hier%20die%20wichtigsten%20Gebote%20journalistischer%20Ethik%3A%20,m%C3%B6glichst%20alle%20Meinungen%2C%20die%20es%20zu...%20More%20> [Stand: 01.12.2022]

[3] zdf.de (2018): Was sind die Quellen der Berichterstattung?

**Internet:** <https://www.zdf.de/zdfunternehmen/fragen-an-das-zdf-118.html> [Stand: 01.12.2022]

[4] dpa.com: Faktencheck bei dpa – Gemeinsam gegen Desinformation.

**Internet:** <https://www.dpa.com/de/unternehmen/faktencheck#faktencheck-bei-dpa> [Stand: 01.12.2022]

[5] Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (2018): Wie Kinder Nachrichten wahrnehmen. In: Nachrichten für Kinder. Ein Ratgeber für die Praxis.

<https://www.nachrichten-fuer-kinder.de/2018/11/26/wie-kinder-nachrichten-wahrnehmen/>, [Stand: 01.12.2022]

[6] Götz, Maya (2021): Was Kindern an Nachrichten Angst machen kann.

**Internet:** [https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/34\\_2021\\_2/Goetz\\_Was\\_Kindern\\_an\\_Nachrichten\\_Angst\\_machen\\_kann.pdf](https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/34_2021_2/Goetz_Was_Kindern_an_Nachrichten_Angst_machen_kann.pdf) [Stand: 01.12.2022]

[7] Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) (2022): Wenn Medien Kindern Angst machen.

**Internet:** <https://www.kindergesundheit-info.de/themen/medien/medienwahrnehmung/aengste-verstoerung/> [Stand: 01.12.2022]

[8] Götz, Maya (2017): Kinder wollen informiert sein und ihre Welt verstehen, In: Terror und Unglücke. Warum Krisenberichterstattung für Kinder wichtig ist. DPA Whitepaper 06, 2017.

[9] Jule: Initiative junge Leser GmbH (2022): Krisenberichterstattung für die Generation Z und Alpha. Whitepaper. Jule-Schriftenreihe 03/22,

**Internet:** <https://junge-leser.info/wp-content/uploads/2022/03/Krisenberichterstattung-Gen-Z-und-Alpha-2022.pdf> [Stand: 01.12.2022]

[10] Mörchen, Markus (2017): Es gibt kein Thema, über das wir nicht berichten können. Interview mit Markus Mörchen, In: Terror und Unglücke. Warum Krisenberichterstattung für Kinder wichtig ist. DPA Whitepaper 06, 2017.

[11] Schlote, Elke (2011): Qualitätskriterien in der Krisenberichterstattung. In: TeleviZion 24/2011/2,

**Internet:** [https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/24\\_2011\\_2/Schlote-Qualitaetskriterien.pdf](https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/24_2011_2/Schlote-Qualitaetskriterien.pdf) [Stand: 01.12.2022]

[12] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM-Studie 2021. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger.

**Internet:** [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie\\_2021\\_barrierefrei.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf) [Stand: 01.12.2022]

[13] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): KIM-Studie 2020. Kindheit, Internet, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger.

**Internet:** [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2020/KIM-Studie2020\\_WEB\\_final.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2020/KIM-Studie2020_WEB_final.pdf) [Stand: 01.12.2022]

[14] Hasebrink, Uwe; Hölig, Sascha; Wunderlich, Leonie (2021): #UseTheNews. Studie zur Nachrichtenkompetenz Jugendlicher und junger Erwachsener in der digitalen Medienwelt. Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts, Projektergebnisse Nr. 55.

[15] FLIMMO (2022): Medienerziehung. Krieg in Europa,

**Internet:** <https://www.flimmo.de/redtext/101380/Krieg-in-Europa> [Stand: 01.12.2022]

[16] Postbank Jugend-Digitalstudie (2020): Social-Media-Nutzung.

**Internet:** <https://www.presseportal.de/pm/6586/4656613> [Stand: 01.12.2022]

[17] klicksafe: Willst du mit mir Fakten checken gehen?

**Internet:** [https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/images/Materialien\\_klicksafe/Cover\\_big/Begleitmaterial\\_klicksafe\\_Desinformation.pdf](https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/images/Materialien_klicksafe/Cover_big/Begleitmaterial_klicksafe_Desinformation.pdf) [Stand: 01.12.2022]

[18] tagesschau.de (2020): Wenige Bots können Stimmung manipulieren.

**Internet:** <https://www.tagesschau.de/faktenfinder/hintergrund/social-bots-109.html> [Stand: 01.12.2022]

[19] Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Krieg in den Medien, Interaktive DVD, Einheit 3: Alles Propaganda? Medien als Instrument der Beeinflussung. Bonn, 2010.

[20] Luther, Carsten: Wie Pressefotos die Wirklichkeit manipulieren. In: Zeit, 22.03.2012.

**Internet:** [www.zeit.de/politik/ausland/2012-03/fotografie-journalismus-ruben-salvadori](http://www.zeit.de/politik/ausland/2012-03/fotografie-journalismus-ruben-salvadori) [Stand: 01.12.2022]

[21] Silberberger, Guilia (2020): Verschwörungstheorien. Vertrauen in seriösen Journalismus stärken. In: Tendenz 2.20. Das Magazin der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, S. 20-22.

**Internet:** [https://www.blm.de/files/pdf2/tendenz\\_2.20\\_web\\_archiv\\_final.pdf](https://www.blm.de/files/pdf2/tendenz_2.20_web_archiv_final.pdf) [Stand: 01.12.2022]

[22] die medienanstalten ALM GbR (Hrsg.), 2022: Fakt oder Fake? Jugendschutz, Medienkompetenz und Desinformation. Maßnahmen, Projekte und Forderungen aus Sicht der Landesmedienanstalten.

**Internet:** [https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user\\_upload/die\\_medienanstalten/Publikationen/Weitere\\_Veroeffentlichungen/Jugendschutz\\_und\\_Medienkompetenzbericht\\_2021.pdf](https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Publikationen/Weitere_Veroeffentlichungen/Jugendschutz_und_Medienkompetenzbericht_2021.pdf) [Stand: 01.12.2022]

[23] Columbia University (Hrsg.) (2016): Social Clicks: What and Who Gets Read on Twitter?

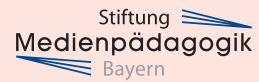
**Internet:** <https://hal.inria.fr/hal-01281190/document> [Stand: 01.12.2022]

[24] Cornell University: Introduction to Research.

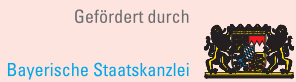
**Internet:** <https://www.library.cornell.edu/research/introduction> [Stand: 01.12.2022]

# Impressum

Herausgeberin: Stiftung Medienpädagogik Bayern  
Redaktion: Stiftung Medienpädagogik Bayern  
Gestaltung: neu.gierig, Büro für Gestaltung



Copyright: Stiftung Medienpädagogik Bayern 2022  
Alle Rechte vorbehalten



Entwicklung der Materialien gefördert durch die Bayerische Staatskanzlei

Es wird darauf hingewiesen, dass alle Angaben trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung der Herausgeberin und der Autor:innen ausgeschlossen ist.

**München, Dezember 2022**