pedocs
Open Access Erziehungswissenschaften

DIPF

Schenk, Sabrina

Fake News als Herausforderung für die politische Bildung

Wahl, Johannes [Hrsg.]; Schell-Kiehl, Ines [Hrsg.]; Damberger, Thomas [Hrsg.]: Pädagogik, Soziale Arbeit und Digitalität. Weinheim; Basel : Beltz Juventa 2021, S. 164-178

Quellenangabe/ Reference:
Schenk, Sabrina: Fake News als Herausforderung für die politische Bildung - In: Wahl, Johannes [Hrsg.]; Schell-Kiehl, Ines [Hrsg.]; Damberger, Thomas [Hrsg.]: Pädagogik, Soziale Arbeit und Digitalität. Weinheim; Basel : Beltz Juventa 2021, S. 164-178 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-300742 - DOI: 10.25656/01:30074

https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-300742
https://doi.org/10.25656/01:30074

in Kooperation mit / in cooperation with:

BELTZ JUVENTA

http://www.juventa.de

Nutzungsbedingungen

Dieses Dokument steht unter folgender Creative Commons-Lizenz: http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de - Sie dürfen das Werk bzw. den Inhalt unter folgenden Bedingungen vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen: Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen. Dieses Werk bzw. dieser Inhalt darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden und es darf nicht bearbeitet, abgewandelt oder in anderer Weise verändert werden.
Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

This document is published under following Creative Commons-License: http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.en - You may copy, distribute and transmit, adapt or exhibit the work in the public as long as you attribute the work in the manner specified by the author or licensor. You are not allowed to make commercial use of the work or its contents. You are not allowed to alter, transform, or change this work in any other way.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

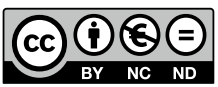
Johannes Wahl | Ines Schell-Kiehl |
Thomas Damberger (Hrsg.)

Pädagogik, Soziale Arbeit und Digitalität

Education, Social Work and Digitality

BELTZ JUVENTA

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Der Text dieser Publikation wird unter der Lizenz **Creative Commons Namensnennung – Nicht kommerziell – Keine Bearbeitungen 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)** veröffentlicht. Den vollständigen Lizenztext finden Sie unter: https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode.de. Verwertung, die den Rahmen der **CC BY-NC-ND 4.0 Lizenz** überschreitet, ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. Das gilt insbesondere für die Bearbeitung und Übersetzungen des Werkes. Die in diesem Werk enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Quellenangabe/ Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.



Dieses Buch ist erhältlich als:
ISBN 978-3-7799-6450-6 Print
ISBN 978-3-7799-5765-2 E-Book (PDF)

1. Auflage 2021

© 2021 Beltz Juventa
in der Verlagsgruppe Beltz · Weinheim Basel
Werderstraße 10, 69469 Weinheim
Alle Rechte vorbehalten

Herstellung: Ulrike Poppel
Satz: Datagrafix, Berlin
Druck und Bindung: Beltz Grafische Betriebe, Bad Langensalza
Printed in Germany

Weitere Informationen zu unseren Autor_innen und Titeln finden Sie unter: www.beltz.de

Inhaltsverzeichnis

Einleitung
Johannes Wahl, Ines Schell-Kiehl & Thomas Damberger 7

Mobile Datenerfassung mit Smartphones – eine alltagsnahe Messmethode für die soziale Arbeit
Alexander Seifert 13

Digitalkompetenz für Soziale Berufe: Der Einfluss der digitalen Informatisierung auf Lehre und Ausbildungsprofile
Joachim K. Rennstich 27

Grenzen pädagogischen Handelns: Medienbildung zwischen Anerkennung und Handlungsbefähigung
Michi S. Fujii, Nadia Kutscher & Klara-Marie Niermann 39

„Digitalität studieren!"
Matthias Scheibe 51

Die Digitalität als epochaltypisches Schlüsselproblem für die Hochschullehre
Florian Rapp, Cathrin Vogel & Markus Deimann 66

Zwischen Online-Lebenswelt und extremistischer Gewalt: „Incels" als Herausforderung für Pädagogik und Soziale Arbeit
David Yuzva Clement, Ariane Wolf & Dennis Walkenhorst 77

Instant Messenger in der Sozialen Arbeit. Eine explorative Studie zu den Auswirkungen beruflicher Nutzung von Instant Messengern auf das Stressempfinden von Sozialarbeitenden
Susanna Booth & Vanessa Humberg 92

Mediatisierte Lebenswelten? Die Bedeutung digitaler Medien für die Lebenswirklichkeit von Jugendlichen im ländlichen Raum
Ines Schell-Kiehl & Jack de Swart 107

Lernen mit Plattformen in einer digitalen Kultur: eine Analyse am Beispiel der Pflegebildung
Tobias Hölterhof & Roland Brühe 124

Digitale Bildung und Mediatisierung
Alexander Unger 137

Digitale Grenzen überwinden: Praktiken der Spätmoderne zwischen Kreativität und Exploration
Juliane Ahlborn, Max Gröschner, Florian Krückel & Dan Verständig 150

Fake News als Herausforderung für die politische Bildung
Sabrina Schenk 164

Teilhabe durch Digitalität? – Potenziale und Limitierungen digitalisierter Bildungsarrangements für die (Bildungs-)Teilhabe geflüchteter Jugendlicher
Henrike Friedrichs-Liesenkötter, Felix Lemke & Jana Hüttmann 179

Empowered by Augmented Reality: Exploring what value AR can add to Photovoice in Community Development Work
Timothy Kariotis, Ines Schell-Kiehl, Leo Reimers, Hester van der Ent, Peter Gramberg & Alexander Klein 193

Fostering agency: technologies, materiality and social work
Erik Jansen 207

Die Autor*innen 219

Fake News als Herausforderung für die politische Bildung

Sabrina Schenk

Zusammenfassung

Der Beitrag thematisiert mit den *Fake News* ein Phänomen des Digitalen, das nicht nur (erziehungs-)wissenschaftlich, sondern auch für Politik und Öffentlichkeit von Interesse ist. Dabei wird der Fokus auf die Herausforderungen gelegt, die sich mit der Radikalisierung der aufmerksamkeitsökonomischen Logiken durch Soziale Medien insbesondere für die politische Bildung stellen. Hier erscheint ein Subjektbegriff als Desiderat, der vor allem die Dimensionen einer affektiven, technosozial formierten Subjektivität stärker berücksichtigt.

Schlagwörter: Fake News, Ökonomie der Affekte, Politische Bildung, Soziale Medien

Abstract

This chapter addresses *Fake News* as a phenomenon of the digital world which is not only of interest to (educational) scholars, but also to politics and the public. Focussing on the radicalisation of economics of attention in and by social media, it highlights the challenges posed especially upon political education. The chapter indentifies a desideratum in forming a concept of the subject that is taking the affective and techno-social dimension of subjectivity into consideration.

Keywords: Fake news, economy of affects, education for democratic citizenship, social media

Einleitung

Als Anfang des Jahres 2019 die Volkshochschulen ihr 100-jähriges Bestehen feierten, wurde dies mit einem Festakt in der Frankfurter Paulskirche gewürdigt. Die Präsidentin des Deutschen Volkshochschulverbandes – die damalige CDU-Parteivorsitzende Annegret Kramp-Karrenbauer – betonte in ihrer Rede die entscheidende Rolle dieser Institution der politischen Bildung für das Einüben der

Demokratie nach „dem Ende der Nazi-Diktatur und des Krieges 1945" (Haas-Rietschel 2019, S. 36) und benennt als ihre neue Herausforderung in der Gegenwart die Digitalisierung: „Ein mündiger Mensch sollte wissen, was ein Algorithmus ist und wie ‚Social Media' funktioniert" (ebd.). Kurz darauf machten sie selbst und ihre Partei die Erfahrung, „wie ‚Social Media' funktioniert", als ein Video mit dem Titel „Die Zerstörung der CDU" (Rezo ya lol ey 2019) von einem bis dahin eher mittelmäßig frequentierten Kanal auf YouTube viral ging und die politische Öffentlichkeit auch über die klassischen Medien erreichte (vgl. Wikipedia Zerstörung 2020).

Die überraschend schnelle Verbreitung des Videos hat, kurz vor der Europawahl, eine enorme Dynamik in die politische Kommunikation gebracht, das Wahlverhalten selbst hat es aber offensichtlich nur in geringem Ausmaß beeinflusst (vgl. Faas 2019). Dieses Ereignis ist dabei nur ein kleiner Ausschnitt der großflächigen gesellschaftlichen Veränderungen, die sich mit der Digitalisierung vollzogen haben. Was sich hier beobachten ließ, gehört zur neuen Realität der Öffentlichkeit in der „Kultur der Digitalität", wie Felix Stalder (2016) den sozialen und kulturellen Hintergrund der Technologien genannt hat, auf die der Begriff der Digitalisierung abzielt. Diese neue Realität der Öffentlichkeit als Ort der politischen Meinungsbildung ist ihrerseits höchst relevant für die Herausforderungen, vor denen die politische Bildung in der digitalen Kultur steht.[1]

Sie beginnt wohl bereits mit dem, was Hafeneger (2013, S. 107; Herv. i. O.) „‚*Neue Medienzeit*'" nennt, in der 63 % der 12–19-jährigen die Plattform YouTube als ihr liebstes Internet-Medium anführen und es zur Unterhaltung ebenso nutzen wie zur Information. Die Autor*innen der jüngsten JIM-Studie (MpFS 2019, S. 54), aus der diese Zahlen stammen, resümieren dazu: „Generell hat YouTube eine zentrale Stellung im Medienalltag Jugendlicher. Mit 90 Prozent nutzen fast alle Jugendlichen YouTube regelmäßig, Jungen (93 %) etwas ausgeprägter als Mädchen (86 %)." Es lässt sich deshalb nicht leicht entscheiden, ob die Nutzung von YouTube demnach eher der informellen Bildung zuzuordnen ist oder doch eher einer skandalisierenden und Empörung schürenden „Meinungsmache", wie Annegret Kramp-Karrenbauer es im Fall des Rezo-Videos befand (vgl. Tagesschau 2019).

Diese Ambivalenz in der Einschätzung teilt auch Klinger (2020) und listet vier solcher Momente auf, durch die die neuen Öffentlichkeiten in der digitalen Kultur gekennzeichnet sind: *Dissonanz und Disruption* beschreiben das „[b]ezugslose Nebeneinander vielfältiger gleichzeitiger Äußerungen, die nebenher und gegeneinander nicht in der Lage sind, ihre Gegensätze und Spannungen zu verhandeln" (ebd., S. 272). *Desinformation* ist ein Effekt der Unübersichtlichkeit der verstreuten

1 Vgl. für eine exemplarische Skizze der Logiken dieser digitalen Öffentlichkeiten Schenk (i. V.).

Kommunikationen auf Plattformen, die „den traditionellen Gatekeepern und professionellen Akteuren" (ebd., S. 273) – Journalist*innen oder Institutionen – das Editieren und Kuratieren aus den Händen nimmt und bei denen nun auch die nötigen Daten für die „Selbstbeobachtung von Gesellschaft" (ebd.) liegen. Durch die Teilnahme von automatisierten Social-Media-Accounts (Social Bots) wird zudem die *Manipulation* der öffentlichen Meinung durch das künstliche Multiplizieren bestimmter Meinungen möglich. Digitale Technologien sind dabei maßgeblich durch *Algorithmen* gesteuert, die letztlich „als Institutionen" auf die öffentliche Meinungsbildung einwirken: „sie strukturieren öffentliche Kommunikation; was wir lesen, was wir sehen, wer unsere Inhalte sehen kann, sie ermöglichen und verhindern Kommunikation […]" (ebd., S. 274).

Auch wenn Klingers Beitrag im *Handbuch Demokratie* im Teil „VI Die Zukunft der Demokratie" eingeordnet ist, gilt doch ihre Analyse der Transformationen der Öffentlichkeit bereits unserer Gegenwart. Ihr unterliegen natürlich alle Altersgruppen. Das Spannende an einem auf die Altersgruppe der Jugendlichen gerichteten Blick auf die Herausforderungen der politischen Bildung liegt darin, dass die ‚Neue Medienzeit' bereits ihr Aufwachsen prägt und sie demnach in eine Welt mit ganz anderen Selbstverständlichkeiten einsozialisiert. Hafeneger (2013, S. 108) stellt dazu fest: „Jugendzeit ist *lokales, nationales und globales Aufwachsen* – dabei geht es um Integrationsleistungen im Zusammenhang mit Medien und globalen Kulturen, um weltweite Vernetzungen, globale Abhängigkeiten und deren Folgen." Während der Diskurs um die politische Bildung bislang entscheidend durch ihre Institutionen geprägt war, wird nun ganz offensichtlich politische Bildung und politisches Lernen „vor allem außerhalb von Institutionen und Trägern, deren Angeboten und Formaten der non-formalen Bildung" wichtig, „und damit anders, nämlich *selbstorganisiert* und in Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Entwicklungen, in *Protest und Widerstand*." (ebd., S. 109, Herv. i. O.)

Deshalb ließe sich das Thema Digitalisierung und politische Bildung durch ein ganzes Spektrum an Aspekten vertiefen. Im Folgenden wird jedoch nur das vieldiskutierte Thema der sogenannten „Fake News" aufgenommen, weil es im Besonderen zum Synonym für die neuen digitalen Öffentlichkeiten und die Herausforderungen geworden ist, vor denen politische Bildung steht. An ihnen zeigt sich, was derzeit noch als ein Desiderat in der Theorie der politischen Bildung gelten muss: dass sie sich unter den veränderten Bedingungen vor allem mit der Frage nach den mit der Nutzung von Social Media einhergehenden Affekten und Affizierungen befassen muss und dafür auch auf ein neues Subjektverständnis angewiesen ist. Um diese These zu entwickeln, werden zunächst zwei Aspekte der technischen Komponente der *Fake News* anhand von Bildbeispielen besprochen: Nachbildung und Manipulation. In einem anschließenden Schritt wird aufgezeigt, dass *Fake News* in weitere Dynamiken eingebunden sind, die mit

dem Funktionieren der Sozialen Medien als Teil der neuen Öffentlichkeiten einhergehen, deren zentrale Kennzeichen deshalb noch einmal angeführt werden. Es folgt eine abschließende Problembestimmung der Herausforderungen der politischen Bildung.

Die technische Komponente der *Fake News*

Die Bandbreite dessen, was als *Fake News* bezeichnet werden kann, ist inzwischen schon recht stark gewachsen. Hier soll einer Bestimmung von Johanna Taufner (2020, S. 391, FN1) gefolgt werden, die *Fake News* bündig als „Verbreitung von manipulierten und fabrizierten Inhalten zur politischen Manipulation" versteht. Während Falschmeldungen im Grunde ein ‚alter Hut' sind – es gibt sie, seit es mediale Berichterstattung gibt –, sind die *Fake News* ein recht neues Phänomen in der politischen Berichterstattung. Prominent ist der Begriff erst mit dem ehemaligen amerikanischen Präsidenten Donald Trump in den öffentlichen Diskurs eingewandert, der mit ihm schon vor seiner Vereidigung den Kampf gegen journalistische Beiträge – vor allem in den von ihm unabhängigen Zeitungen und Fernsehsendern – aufgenommen hat (vgl. Waldmann 2020, S. 97).

Gerade von den *Fake News* im Sinne einer politisch instrumentalisierten Falschnachricht lässt sich wohl mit Fug und Recht behaupten, dass sie ohne die Digitalisierung ein anderes Gewicht hätten. Im Bereich der Klassischen Medien wie Zeitung, Fernsehen oder Radio wären sie sogenannte „Enten" gewesen, auf nicht gesicherten Quellen beruhende Informationen, die sich schlicht als unzutreffend entpuppt haben. Eine „Richtigstellung" sorgte an geeigneter Stelle für die Korrektur der übermittelten Inhalte. Was sich mit der Digitalisierung der Massenmedien und insbesondere mit der Etablierung der Sozialen Medien, also der unterschiedlichen Web 2.0-Plattformen wie Facebook, Twitter oder auch Wikipedia, gesellschaftlich gesehen alles verändert hat, füllt inzwischen schon mehrere Sammelbände und mit wäre Sicherheit einen eigenen Beitrag zum Thema der politischen Bildung wert.

Dabei wird deutlich: Die *Fake News* halten eine neue Qualität bereit, die mit den Veränderungen der digitalen Technologien eng verbunden ist. Aber wie kommen sie zustande und was bewirken sie eigentlich? Um dies zu klären, soll zunächst die technische Komponente näher beleuchtet werden, und zwar in zweierlei Hinsicht: Zum einen lassen sich audiovisuelle Inhalte dank digitaler Technologien erstellen, die nur bedingt einen Realitätsbezug haben, der realen Welt aber sehr nahekommen. Zum anderen lässt sich aber auch ein medial festgehaltener Ausschnitt aus der realen Welt manipulieren, um ihn anders wiederzugeben als er sich zugetragen hat.

Abb. 21: Die Website https://thispersondoesnotexist.com (Abfrage: 16.07.2020)

Die Website https://thispersondoesnotexist.com führt vor, was Algorithmen im Bereich künstlich erzeugter Inhalte bereits leisten können. Sie zeigt maschinell generierte Abbildungen von Personen, die man in anderen Kontexten für digitale Bilder real existierender Menschen halten würde. Im Beispiel der Abbildung 21 lässt sich die Unechtheit der Person vielleicht allenfalls daran festmachen, dass sich der Algorithmus offenbar nicht entscheiden konnte, ob auf dem Bild eine Brille zu sehen sein soll oder nicht, sodass der Brille des freundlich lächelnden Mannes auf dem Bild rechts der Bügel zum Ohr fehlt. Eine spaßige Anwendung, nichtexistierende Personen zu erzeugen, mag bereits vom persönlichen Smartphone-Gebrauch her bekannt sein. So erlaubt es bspw. die Apple-App „Face Swap", die Gesichter von Personen auf einem Foto zu tauschen, und die „FakeApp" oder die App „DeepFaceLab"[2], machen es möglich, dasselbe auch in Videos zu tun.

Aus Bruchstücken der Realität neu zusammengesetzte Inhalte („contents") machen zu können, war vor den Möglichkeiten, die die digitalen Technologien heute bieten, legitimerweise vorzugsweise den Künstler*innen vorbehalten. Heute übernehmen diese Contentproduktion vor allem die sogenannten „Künstlichen Intelligenzen", deren Verarbeitungsprozesse wir analog zum Menschen als Lernen begreifen und mit dem Begriff „deep learning" bezeichnen, und die

2 Vgl. https://mixed.de/ki-deepfake-selbst-erstellen-so-geht-es-so-lange-dauert-es (Abfrage: 30.09.2020).

„einen Computer in die Lage versetzen, aus Erfahrungen zu lernen, um bestimmte Aufgaben zu lösen und Vorhersagen zu treffen, ohne für diese Funktion explizit programmiert worden zu sein“ (Sudmann 2018, S. 10).

Manipulation von Artefakten aus der realen Welt durch *deep fake*

Das Problem der *Fake News* setzt aber vor allem da an, wo es nicht so einfach ist, den künstlich generierten Content von Abbildungen oder Tatsachen der Realität zu unterscheiden. Die Möglichkeiten dazu überschreiten längst auch schon den privaten Unterhaltungswert und sind unter der Bezeichnung „deep fake“ bekannt geworden. Ein Beispiel hierfür: Zu politischer Wirksamkeit im internationalen Rahmen hat es ein Gag des Satirikers Jan Böhmermann gebracht, der im März 2015 die Medien dominierte, der „Varoufake“. Yanis Varoufakis war von Januar bis Juli 2015 griechischer Finanzminister der frisch gewählten linken Koalition „Syriza“ unter Ministerpräsident Alexis Tsipras (nachzulesen unter: Wikipedia Varoufakis 2020). Er polarisierte in den deutschen Mediendarstellungen von Anfang an durch seine Gegenvorschläge zu den von der EU, dem IWF und der EZB verfolgten Sparzwängen im Gefolge der griechischen Staatsschuldenkrise, weil er wiederholte Gehalts- und Rentenkürzungen angesichts der sich verschärfenden sozialen Situation in Griechenland für volkswirtschaftlich falsch hielt.

Abb. 22: Filmstill aus „Varoufakis and the fake finger“ unter: www.youtube.com/watch?v=Vx-1LQu6mAE (Abfrage: 01.03.2021)

Am 15. März 2015 wurde Varoufakis von Günther Jauch in dessen Talkshow in der ARD mit einem Videoausschnitt konfrontiert, in dem er den Mittelfinger zeigte, unterlegt mit den Worten „…and stick the finger to Germany and say: ‚Well, you

can now solve this problem by yourself'". Varoufakis hatte diese Rede im Mai 2013 in der kroatischen Hauptstadt Zagreb gehalten und dementierte in der Sendung die Echtheit des Videos. Er postete später selbst das von ihm als „Original" bezeichnete Video – in dem allerdings eben diese obszöne Geste zu sehen war. Nach einer „Lügner"-Kampagne der BILD auf der Basis der Einschätzung ihres Foto- und Video-Experten Robert King sowie einem weiteren Intermezzo des damaligen Kameramannes der Aufnahme, der die Echtheit des Videos bestätigte, meldete sich dann drei Tage später Jan Böhmermann in seinem „Neo Magazin Royale" auf ZDFneo und erklärte das „Making of" der manipulierten Geste in dem Video aus dem Jahr 2013 (vgl. Abb. 22 und Brinkmann 2015).

Fake News als gesamtgesellschaftliche Herausforderung

Beide Beispiele, sowohl das Beispiel der auf der Basis realer Bilddaten künstlich generierten ‚Gesichter' als auch das vom Team von Jan Böhmermann manipulierte Video, entstammen in diesem Fall dem Bereich der Kunst bzw. Satire. Insbesondere die Diskussion um den „Varoufake" macht aber gleichzeitig deutlich, welche Herausforderungen mit der Unterscheidung von ‚echt' oder ‚falsch' gesellschaftlich und politisch verbunden sind. Schmid, Stock und Walter (2018, S. 71 ff.) gehen bspw. davon aus, dass mit den sozialen Medien „das Phänomen der Falschmeldung eine Radikalisierung erfahren hat", auch weil sie sich skandalisierend und empörungsheischend schneller verbreiten als seriöse Nachrichten und ein größeres Publikum erreichen als die traditionellen Massenmedien. Dabei heben die Autor*innen die propagandistische Absicht und die Gefahr dieser Manipulation der Meinungsbildung insbesondere für Wahlkämpfe hervor. Waldmann (2020, S. 97) fragt in eben diesem Sinne an, „ob die gezielten Falschmeldungen aufgrund des ihnen zugeschriebenen Manipulations-, Desinformations- und propagandistischen Potenzials eine ‚echte Gefahr' für demokratische Prozesse der Meinungsbildung darstellen könnten […]" und Taufner macht auf die Gefahren vor allem der maschinell erstellten *Fake News* durch Social Bots für politische Bildung aufmerksam: „Die automatisierte Verbreitung fabrizierter und manipulierter Inhalte stellt die politische Bildung neben ihren demokratiegefährdenden […] Eigenschaften insbesondere durch ihre dezentrale Beschaffenheit und ihre komplexe Verknüpfung von technischen, diskursiven, ökonomischen, politischen, sozialen und emotiven Elementen vor neue Herausforderungen […]." (Taufner 2020, S. 391 f.)

Welche Schlüsse lassen sich demnach aus den beiden Beispielen für das Problem der *Fake News* im Bereich der politischen Bildung ziehen? Dem Narrativ der Bedrohungsszenarien, die die meisten aktuellen Publikationen zu diesem Thema entwerfen, soll dabei hier in der Antwortsuche nicht gefolgt werden. Es scheint dagegen plausibler, noch einmal auf die gesamtgesellschaftlichen

Kontexte und Entwicklungen zu verweisen, in denen die Institutionen und Aufgaben politischer Bildung ihre Bestimmung finden. So ordnen Götz-Votteler und Hespers (2019, S. 47 ff.) in ihrer einführenden und gut aufbereiteten Studie das Phänomen der *Fake News* in eine Linie mit der historischen Entwicklung von Verschwörungstheorien und „alternativen" Wirklichkeiten ein, die periodisch als Antwort auf Krisen- und Umbruchsituationen Hochkonjunkturen erleben. Sie zeigen anhand der globalen Politik, technologischen Entwicklungen und der Transformation von Vertrauensbeziehungen auf, dass wir uns gegenwärtig in einer solchen befinden.

Weiterhin greifen sie u. a. auf psychologische Studien zur Wirklichkeitswahrnehmung, auf linguistische Konzepte des Sprachgebrauchs oder auf die filmwissenschaftlichen Werkzeuge zur Analyse der spezifischen (affektiven) Wirkungsweise von Bildern zurück, um damit „allgemeine Mechanismen" (ebd., S. 128) zu erläutern, die die Plausibilität, Akzeptanz und Verbreitung von *Fake News* erklären können. Sie stellen sie schließlich in den Kontext der Beschreibung der Gegenwartsgesellschaft als „Postdemokratie" (Crouch), in der, schematisch vereinfacht, politisch aktiven Eliten eine eher passive Bevölkerung gegenübersteht, die den „Verlust der materiellen und sozialen Lebensgrundlagen", aber auch „der eigenen kulturellen Identität" (ebd., S. 163) fürchtet und das Vertrauen in die politischen Akteure verloren hat.

Wenn Populist*innen diese Situation nutzen, um anstelle der sie nicht oder „falsch" repräsentierenden traditionellen Massenmedien über die sozialen Medien „direkt" mit „dem Volk" in Kontakt zu treten (vgl. ebd., S. 166 ff.), verweist das letztlich gerade nicht auf die Abschaffung dieser Medien, sondern auf eine spezifische *Medialität*, die Falschmeldungen erst zu *Fake News* werden lässt. Aus medientheoretischer Perspektive ist es dabei ein Allgemeinplatz, dass unsere Wahrnehmung der Welt schon von Beginn an medial vermittelt ist. Dazu gehören im weitesten Sinne Sprache und Schrift, in der Moderne kommen u. a. Fotografie oder Fernsehen hinzu. Im Zeitalter der digitalen Technologien konnten sich die menschengenierten Artefakte schließlich von den sie übertragenen technischen Hilfsmitteln lösen. Diese Hilfsmittel wurden damit selbst zu Produzenten einer Wirklichkeit, die unserer Realität unterliegt und sie steuert – wie im Fall von Big Data – oder/und sie durchdringt und erweitert – wie im Fall von Social Media.

Das Beispiel des „Varoufake" hat gezeigt, dass digitale Technologien unsere Wirklichkeit eben auch manipulieren und in gewisser Weise ‚ersetzen' können, wenn sie uns mit glaubhaften Wirklichkeiten konfrontieren, die datengeneriert möglich sind, aber tatsächlich nur teilweise Bezüge zu realen raumzeitlichen Ereignissen haben. Wenn es aber allein im Bereich der Bild- und Videomanipulationen schon zum Problem für Expert*innen wird, solche Unterscheidungen zwischen ‚wahr' und ‚falsch' noch zu treffen, ist dies für Fachunkundige, auch angesichts der wachsenden Informationsfülle, umso schwieriger – und zwar insbesondere auch für den Bereich textbasierter Inhalte, wo Zitate erfunden oder aus dem Kontext

genommen werden können, in einen anderen Kontext oder eine andere Zeit gestellt, oder einfach auch einer anderen Person zugeschrieben werden können. Das macht darauf aufmerksam, dass die technische Komponente der *Fake News*, die die Voraussetzung für ihre Entstehung ist, eng mit einer zweiten Komponente verbunden ist: nämlich mit der sozialen bzw. kommunikativen Komponente, die sich vor allem auf die Art und Weise ihrer Verbreitung auswirkt.

Fake News als spezifische Herausforderung für die politische Bildung?

Politische Bildung und die Ökonomie der Affekte

Wenn in Bezug auf die technische Komponente der *Fake News* bereits deutlich geworden ist, dass sie potenziell im globalen Maßstab eine politische Wirkung entfalten kann, wird sie als Gefahr vor allem da erkennbar, wo sich zwischen ‚wahr' bzw. ‚echt' und ‚falsch' eben nicht mehr sicher unterscheiden lässt, wenn also Wahrheit in „postfaktischen Zeiten" (Bünger 2017, S. 35) selbst *politisch* wird. Was bedeutet das aber für die politische Bildung? Welche Bildung für welches Subjekt brauchen wir dann im digitalen Zeitalter?

Bislang fühlt sich die politische Bildung hier wohl immer noch den Aufklärungsidealen verpflichtet. Die vernünftigen, mündigen, kritischen Bürger*innen, die sich – demokratisch und politisch (sowie medien-)kompetent – in das Gemeinwesen einbringen, sind ihr Ziel. So zählt bspw. Brunold (2017, S. 91) Rationalität neben Mündigkeit und Emanzipation zu den Grundorientierungen der politischen Bildung, und auch Götz-Votteler und Hespers (2019, S. 174 ff.) vertrauen in ihren Ratschlägen für den Umgang mit *Fake News* auf rationale Prüfmechanismen und entsprechend zu handhabende Technologien. Kommt nun dieses Subjektideal der politischen Bildung in der digitalen Kultur an ein Ende? Was würde das bedeuten, wenn wir dieses Ideal aufgeben müssten? Diese gewichtigen Fragen werden sich an dieser Stelle nicht beantworten lassen und man könnte sie mit Bünger (2013, S. 58) sogar als die sich in und mit der politischen Bildung prozessierende und sie daher dauerhaft begleitende „Problemstellung" bezeichnen.

Blicken wir deshalb noch einmal genauer auf die Praxis der politischen Subjekte, d. h. darauf, wie die Entstehung und Verbreitung von *Fake News* sozial *und* kommunikativ funktioniert, denn ihre technische Herstellung allein bedeutet ja noch keinen Automatismus für ihre soziale und kommunikative Dynamik. Man kann den „Varoufake" so bspw. auch als Jan Böhmermanns Beitrag dazu sehen, deutlich zu machen, wie sehr auch die traditionellen Massenmedien, die ja im Fall des gebührenfinanzierten öffentlichen Fernsehens auch einen Bildungs- und Informationsauftrag haben, inzwischen in eine „Ökonomie der Affekte"

(Stalder 2016, S. 29) eingebunden sind. Im Vergleich zur existenziellen Notlage der griechischen Bevölkerung während der europäisch verordneten Sparmaßnahmen wäre die Geste des griechischen Finanzministers eigentlich unerheblich gewesen. Aber der mediale Diskurs darum lenkte von den zur Debatte stehenden Richtungsentscheidungen der europäischen Politik und ihres Gerechtigkeitsideals ab und konnte durch Personalisierung, Moralisierung und Nationalisierung ein erhebliches Empörungs- und Erregungspotenzial erzeugen.

Fake News zielen ebenfalls auf solche Effekte, bedienen sich also ebenfalls dieser emotionalisierenden Dynamiken und verstärken insofern die bereits vorhandenen Mechanismen der Aufmerksamkeitserzeugung. Daraus lässt sich weniger schlussfolgern, dass *Fake News* nun eine besondere Gefahr für die politische Bildung darstellen, sondern eher weist diese Einsicht darauf hin, dass die in der politischen Bildung lange vernachlässigte *affektive* Dimension von Bildung sich im digitalen Zeitalter sehr viel dringlicher bemerkbar macht. Sie stellt das Ideal des aufgeklärten, mündigen, kritischen und rational handelnden Individuums als Subjekt der politischen Bildung und als Voraussetzung kollektiven politischen Handelns auf die Probe (vgl. dazu auch Schenk/Hoffarth/Mayer 2020). Dies gilt umso mehr, als bereits seit längerem deutlich ist, wie angewiesen das politische Lernen auf solche affizierenden Dynamiken ist, weil „die Motivstrukturen, die Affekte und den Gefühlshaushalt, den *anschlussfähigen ‚Rohstoff' für politisches Lernen*" darstellen, „zu denen insbesondere […] Betroffenheit, Ärger, Wut und Zorn" gehören, wie Hafeneger (2013, S. 109, Herv. i. O.) feststellt. Dass der Skandal und die Empörung deshalb nicht nur zu den *Fake News*, sondern genuin auch zu den Themen der politischen Bildung gehören, haben Reichenbach und Breit (2005) in einem eigenen Band aufgezeigt.

Soziale Medien als affektgeladene soziotechnische Gebilde

In der Analyse der Sozialen Medien spielen die Affekte bereits eine große Rolle. Es ist unbestritten, dass die affektive Dimension ein wichtiger Bestandteil der durch die Sozialen Medien erzeugten Öffentlichkeiten und ihrer emotionalisierenden Dynamiken – und damit auch zu einem Teil der gesamtgesellschaftlichen Kommunikationsprozesse – geworden ist. Taufner widmet sich diesem Aspekt in seiner Bedeutung für die politische Bildung und schließt sich dabei dem ‚Gefahren'-Diskurs an. Sie sieht als vordringliches Problem der politischen Bildung, dass Inhalte durch „*computational propaganda*" (Taufner 2020, S. 393, Herv. i. O.) automatisiert verbreitet werden – durch Social Bots, die in den Sozialen Netzwerken wie menschliche „User" erscheinen und eigene Posts absetzen oder bestimmte Inhalte weiterverbreiten. Weiterführend scheint an diesem Hinweis jedoch, dass es analytisch gesehen nicht erst solche Bot-Algorithmen sind, die die Netzwerke zu „soziotechnischen" Gebilden machen, denn die „Sozialen

Medien“ sind bereits im Wortlaut technisch und sozial vermittelte Gebilde, die immer schon voraussetzen, dass in ihnen Menschen und (Soft- und Hardware-) Technologien zusammenwirken. Deshalb ist diesen Gebilden auch eine affektive Dimension eingeschrieben; Soziale Medien können von daher als affektgeladene soziotechnische Gebilde gelten.

So stellt Taufner bspw. fest, dass gerade viel geteilte Posts Wut oder Angst triggern können – die wiederum die Wahrscheinlichkeit der Verbreitung der jeweiligen Inhalte erhöht. Weil die Häufigkeit des *Likens* und *Sharens* aber wiederum auf die Algorithmen zurückwirkt, die über die Anzeige der personalisierten Inhalte entscheiden, nennt Taufner solcherart geschürte Emotionen „algorithmisierte Wut“ (ebd., S. 398). Als Herausforderung für die politische Bildung schlussfolgert sie daraus: „Um die Dominanz von *computational propaganda* zu verändern, müssen somit die ihm eingewobenen affektiven Ströme verstanden und verändert werden.“ (ebd., S. 399, Herv. i. O.) Um aber diese affektiven Ströme zunächst zu verstehen, sieht sie die Forschung in der Pflicht. Diese könnte z. B. von einzelnen Artikeln und Posts ausgehend die Netzwerke der menschlich-nichtmenschlichen Verbindungen kartografieren und daraus die „distributive agency“ rekonstruieren, also die „Verflechtung von dezentralen, verknüpften, interdependenten Handlungen“ (ebd., S. 400). Die darin liegende Handlungsmacht der Subjekte der politischen Bildung wird von ihr damit neu bestimmt als ein nicht auflösbarer Widerspruch aus dezentralen und situativ lokalisierten Handlungen – und man müsste ergänzen: aus technischen und menschlichen Interaktionen. Hier scheint sich also im Begriff der „distributive agency“ technosozialer Akteur*innen möglicherweise auch ein Weg für ein anderes Subjektverständnis in der politischen Bildung anzubahnen.

Soziale Medien als persönliche Öffentlichkeiten in Filterblasen

Wenn man Taufner folgt und von der These ausgeht, dass Affekte in dem Raum zirkulieren, den die Interaktionen der technosozialen Gebilde erzeugen, erhalten auch die durch die Sozialen Medien erzeugten Öffentlichkeiten eine affektive Dimension. Wie funktionieren demnach Soziale Medien, was machen sie anders als die traditionellen Massenmedien?

Die Veränderungen, die das Aufkommen der Sozialen Medien für die traditionellen Massenmedien bedeutet haben, beschreibt Schmidt in mehreren Texten. Er stellt dabei fest, dass in den Sozialen Medien zwei Modi der Kommunikation zusammenfließen, die bislang getrennt gewesen waren: das „Publizieren“ und die „Konversation“ (Schmidt 2015, S. 57). Dies bedeutet zum einen, dass Sprache und Schrift sich hier überlagern: Was man vorher mündlich ausgetauscht hätte, wird jetzt in die schriftliche Kommunikation verlagert. Entsprechend haben sich dafür eigene Zeichensysteme etabliert (z. B. Emoticons).

Zweitens heißt es, dass sich redaktionell überarbeitete Inhalte für öffentliche Verlautbarungen hier mit spontanen Meinungsbekundungen überlagern und sich beides als gleichgewichtig bzw. ‚gleich gültig' in *einem* Medium (d. h. z. B. einer Plattform) wiederfindet. Um bei einem aktuellen Beispiel zu bleiben: Was die „führenden Virologen" über COVID-19 sagen, findet sich möglicherweise in Tweets oder Posts neben denen der eigenen „Freund*innen". Information und Meinung fallen ineinander und ihre Gewichtung bleibt ganz den Rezipient*innen überlassen, denn hierarchisch vor- und angeordnet sind in diesen Medien nur die auf ihre Präferenzen hin personalisierten – teils bezahlten – Anzeigen.

Auf die enorme Bedeutung dieser Personalisierung hat vor allem Pariser (2017) aufmerksam gemacht. Er hat Personalisierung als den Effekt unserer Interaktion mit den Inhalten des Internets und den Algorithmen beschrieben, die diese Inhalte entlang von Ähnlichkeiten gruppieren und dann über die Priorität ihrer Anzeige entscheiden. Bestimmte Dinge sehen wir dadurch also recht schnell, während sich andere unserer Aufmerksamkeit entziehen. Ein frappantes Beispiel sind die angezeigten Trefferlisten der Suchmaschinen, die sich deutlich voneinander unterscheiden können. Jede Person bekommt von der Google-Suchmaschine dabei andere Ergebnisse auf dieselbe Stichwortsuche angezeigt, je nachdem, für welche Person Google sie hält (ebd., 10 f.). Pariser sieht hier die Gefahr, dass dadurch schon vorhandene Einstellungen tendenziell nur verstärkt werden und sich die eigenen Weltsichten damit nicht im kommunikativen Austausch unterschiedlicher Positionen, sondern in einer „Filterblase" wechselseitiger Bestärkung verfangen.

Politische Bildung – was nun?

Die von Schmidt konstatierte Konvergenz von Publizieren und Konversation enthält noch einen dritten Aspekt, der für die politische Aufgabe der politischen Bildung vermutlich entscheidend ist und der noch einmal auf das Eingangsbeispiel des YouTube-Videos von Rezo zurückführt: Mit den digitalen Technologien im Verbund mit den Sozialen Medien ist es prinzipiell für jede*n möglich geworden, selbst Inhalte zu produzieren und zu verbreiten. Während in den traditionellen Massenmedien die Publikationsorgane nur bestimmten Repräsentanten offenstanden, können nun alle Personen, die technische Medien besitzen und mit ihnen umgehen können, beliebigen Content produzieren und verbreiten. Ist also vor den Sozialen Medien der Zugang zur Öffentlichkeit durch die sogenannten „Gatekeeper" (Journalist*innen, Presseorgane, Wissenschaftler*innen, Institutionen) begrenzt worden, haben sich nun bestimmte Plattformen an deren Stelle gesetzt und ermöglichen grundsätzlich – d. h. unter bestimmten (technischen) Voraussetzungen – allen den Zugang.

Dies führt nun dazu, dass in die entsprechenden Plattformen vor allem Inhalte von persönlichem Interesse eingebracht und dort verbreitet werden. Schmidt fasst die Funktion der Sozialen Medien deshalb so zusammen, dass sie gleichzeitig der „Selbstpräsentation" dienen können wie auch der „Beziehungspflege" (Schmidt 2015, S. 57). Beide Funktionen sind affektiv aufgeladen – die emotionalisierenden Dynamiken der Sozialen Medien lassen sich demnach vielleicht auch von hier aus verstehen. Zwar markieren sie kein gänzlich neues Phänomen der libidinös gesteuerten medialen Aufmerksamkeitsökonomie, aber sie tragen zu seiner Radikalisierung möglicherweise gerade dadurch bei, dass sich die geteilten Themen entlang der persönlichen Präferenzen und Bedeutsamkeiten ‚privatisieren'. Ihre Relevanz wird dabei durch die direkte Ansprache über Kommunikationspartner*innen erhöht, zu denen bereits affektiv aufgeladene Bindungen bestehen. Auf diese Weise könnte sich diese Struktur der pluralen „persönlichen Öffentlichkeiten", die Schmidt analysiert, als Motor der affizierenden Betroffenheit und der daran anschließenden Empörungs- und Skandalisierungslogiken in den Sozialen Medien erweisen.

Insofern stoßen sowohl Schmidt wie auch Taufner am Ende ihrer Analysen der Sozialen Medien auf ein Paradox der ‚digitalen Subjektivität': Während Taufner die in und mit den Sozialen Medien etablierte Handlungsmacht der technosozialen Akteur*innen der politischen Bildung in einem Widerspruch von globaler Dezentralität und lokaler Situativität verortet, beschreibt Schmidt das „Partizipationsparadox", in das die Sozialen Medien die Nutzenden einspannen, im Hinblick auf den Aspekt der Gestaltung dieser Technologien: Zwar stehen allen Nutzenden alle Nutzungsmöglichkeiten prinzipiell offen – und so wird es von den Sozialen Netzen auch offensiv beworben –, die Nutzung selbst lässt dabei aber häufig vergessen, dass die Möglichkeiten zum Mitwirken auf die von der jeweiligen Plattform vorgegebenen Optionen beschränkt sind. Die Mitwirkungsrechte der Nutzenden schließen z. B. nicht die Gestaltung der Plattform selbst ein, sie beziehen sich nicht auf die Rechte an den eigenen Daten oder auf die Veränderung des personalisierenden Anzeigealgorithmus (vgl. ebd., S. 59). Die politische Handlungsmacht der Social Media-Nutzung ist also global-dezentral und lokal-situativ in Bezug auf ihre (geografische) Reichweite und wird dabei gleichzeitig ermöglicht wie begrenzt durch die (technische) Ausgestaltung der Social Media-Plattformen.

Verbindet man nun beide Positionen miteinander, lässt sich weiterhin schlussfolgern, dass auch die emotionalisierenden Dynamiken der Sozialen Medien nur bedingt den Intentionen oder Interaktionen der (menschlichen) Nutzenden selbst unterliegen, sondern auch hier eine technosoziale Logik greift, deren Steuerbarkeit sich den einzelnen Individuen entzieht. Unter den Bedingungen von Digitalität und Digitalisierung wären in Bezug auf die gesellschaftlichen und politischen Prozesse die nicht-menschlichen Akteur*innen mitzudenken, wie Taufner mit der Bezeichnung „technosoziale Gebilde" angedeutet hat. Dies bezieht sich nicht

nur auf die Eigendynamik der konkreten Interaktionen in der Nutzung Sozialer Medien, sondern auch auf die komplexe Verankerung technischer Optionen in politischen Prozessen. Damit wäre für die Aufgabe der politischen Bildung eine der großen Herausforderung benannt, die über einen Auftrag zur Bildung von (humanoiden) Individuen hinaus reicht.

Letztere können dann nicht mehr im herkömmlichen Sinn als aufgeklärte, mündige und rational für sich selbst und andere entscheidende Individuen verstanden werden, weil ihr Denken, Fühlen und Handeln immer schon eingebunden ist in die Dynamik eines Netzwerks aus menschlichen und nicht-menschlichen Akteur*innen, deren „dezentrale Beschaffenheit und […] komplexe Verknüpfung von technischen, diskursiven, ökonomischen, politischen, sozialen und emotiven Elementen" (Taufner 2020, S. 391 f.) mitzudenken wäre. Einfache Aufklärungs- und Empowerment-Perspektiven, die auf das einzelne menschliche Individuum zielen, mögen zwar den institutionalisierten Handlungsimpuls politischer Bildung zunächst befrieden, greifen unter den Bedingungen von Digitalität und Digitalisierung aber möglicherweise zu kurz. Politische Bildung hätte demnach nicht nur ein neues Subjektverständnis zu entwickeln, sie benötigte auch ein Selbstverständnis, das sie selbst als Teil gesellschaftlicher Kontexte reflektiert – nicht als deren Problemlösungsinstanz.

Literatur

Brinkmann, Bastian (2015): Varoufakis' Mittelfinger. Was für und gegen Böhmermanns Fälschung spricht. 19.03.2015. www.sueddeutsche.de/medien/varoufakis-mittelfinger-was-fuer-und-gegen-boehmermanns-faelschung-spricht-1.2400622 (Abfrage: 30.09.2020).

Brunold, Andreas (2017): Wie tragfähig ist der Beutelsbacher Konsens heute? Ein Statement. In: Frech, Siegfried/Richter, Dagmar (Hrsg.): Der Beutelsbacher Konsens. Bedeutung, Wirkung, Kontroversen. Schwalbach am Taunus: Wochenschau Verlag, S. 87–103.

Bünger, Carsten (2013): Was heißt *kritische* politische Bildung heute? Zum Problem der Kritik. In: Widmaier, Benedikt/Overwien, Bernd (Hrsg.): Was heißt heute Kritische Politische Bildung? Schwalbach am Taunus: Wochenschau Verlag, S. 51–59.

Bünger, Carsten (2017): Bildungstheorie in „postfaktischen Zeiten"? Perspektiven im Widerstreit von Wahrheit und Politik. In: Thompson, Christiane/Schenk, Sabrina (Hrsg.): Zwischenwelten der Pädagogik. Paderborn: Ferdinand Schöningh, S. 33–48.

Faas, Thorsten (2019): Wie SPD und CDU die Jungen verloren. Alles Rezo, oder was? 28.05.2019. www.faz.net/aktuell/politik/europawahl/rezo-und-die-eu-wahl-wie-spd-und-cdu-die-jungen-verloren-16210331.html?printPagedArticle=true#pageIndex_2 (Abfrage: 30.09.2020).

Götz-Votteler, Katrin/Hespers, Simone (2019): Alternative Wirklichkeiten? Wie Fake News und Verschwörungstheorien funktionieren und warum sie Aktualität haben. Bielefeld: transcript.

Haas-Rietschel, Helga (2019): Aufklärung als Bildungsauftrag. In: E&W – Erziehung und Wissenschaft. Zeitschrift der Bildungsgewerkschaft GEW, H. 3, S. 36.

Hafeneger, Benno (2913): Jugendliche und politische Bildung – politische Bildung und Jugend. In: deutsche jugend 61, H. 3, S. 105–111.

Klinger, Ulrike (2020): Algorithmen, Bots und Trolle: Vom Ende der demokratischen Öffentlichkeit, wie wir sie kennen. In: Kost, Andreas/Massing, Peter/Reiser, Marion (Hrsg.): Handbuch Demokratie. Frankfurt am Main: Wochenschau Verlag, S. 271–280.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MpFS) (2019): JIM-Studie 2019. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. www.mpfs.de/studien/jim-studie/2019/ (Abruf: 05.10.2020).

Pariser, Eli (2017): Filter Bubble. Wie wir im Internet entmündigt werden. Aus dem Amerikanischen von Ursula Held. 2. Auflage. München: Carl Hanser.

Reichenbach, Roland/Breit, Heiko (Hrsg.) (2005): Skandal und politische Bildung. Aspekte zu einer Theorie des politischen Gefühls. Berlin: Logos.

Rezo ja lol ey (2019): Die Zerstörung der CDU. 18. Mai 2019. www.youtube.com/watch?v=4Y1lZQsyuSQ (Abfrage: 30.09.2020).

Schenk, Sabrina/Hoffarth, Britta/Mayer, Ralf (2020): Populismus, Protest – und politische Bildung. Soziale Bewegung(en) in Spannungsfeldern von Affekt, Rationalität und Praktiken der Kritik im öffentlichen Raum. In: Deutsche Gesellschaft für Erziehungswissenschaft (DGfE): Bewegungen. Beiträge zum 26. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft. Herausgegeben von van Ackeren, Isabell van et al. Opladen: Barbara Budrich, S. 627–639.

Schenk, Sabrina (i. V.): 30 Jahre „Tank Man". BildEreignisse in den digitalen Öffentlichkeiten des WWW. In: Brinkmann, Malte/Rieger-Ladich, Markus/Thompson, Christiane (Hrsg.): Öffentlichkeit(en). Umstrittenheit und Legitimität pädagogischer Räume und Ordnungen. Weinheim und Basel: Beltz Juventa.

Schmid, Claudia Eva/Stock, Lennart/Walter, Svenja (2018): Der strategische Einsatz von Fake News zur Propaganda im Wahlkampf. In: Sachs-Hombach, Klaus/Zywietz, Bernd (Hrsg.): Fake News, Hashtags & Social Bots. Neue Methoden populistischer Propaganda. Wiesbaden: Springer VS, S. 69–95.

Schmidt, Jan-Hinrik (2015): Die sozialen Medien und das Partizipationsparadox. In: Voss, Kathrin/Hurrelbrink, Peter (Hrsg.): Die digitale Öffentlichkeit. Band II: Wie das Internet unsere Demokratie verändert. Friedrich-Ebert-Stiftung, S. 57–63. www.fes.de/julius-leber-forum/themen/digitale-oeffentlichkeit (Abfrage: 30.09.2020).

Stalder, Felix (2016): Kultur der Digitalität. Berlin: Suhrkamp.

Sudmann, Andreas (2018): Zur Einführung. Medien, Infrastrukturen und Technologien des maschinellen Lernens. In: Engemann, Christoph/Sudmann, Andreas (Hrsg.): Machine Learning – Medien, Infrastrukturen und Technologien der Künstlichen Intelligenz. Bielefeld: transcript, S. 9–36.

Tagesschau (2019): Nach Aussage zur „Meinungsmache". CDU-Chefin verteidigt sich. 28.05.2019. www.tagesschau.de/inland/akk-meinungsmache-verteidigung-101.html (Abfrage: 30.09.2020).

Taufner, Johanna (2020): Caring for Viral Monsters. Fake News in der politischen Bildung. In: Friedrichs, Werner/Hamm, Sebastian (Hrsg.): Zurück zu den Dingen! Politische Bildungen im Medium gesellschaftlicher Materialität. Baden-Baden: Nomos, S. 391–403.

Waldmann, Maximilian (2020): *Fake News* als Herausforderung für ein politisches Verständnis von Medienbildung. In: Dander, Valentin/Bettinger, Patrick/Ferraro, Estella/Leineweber, Christian/Rummler, Klaus (Hrsg.): Digitalisierung – Subjekt – Bildung. Kritische Betrachtungen der digitalen Transformation. Opladen: Barbara Budrich, S. 97–117.

Wikipedia Varoufakis (2020): Yanis Varoufakis. 24.08.2020. https://de.wikipedia.org/wiki/Yanis_Varoufakis (Abfrage: 30.09.2020).

Wikipedia Zerstörung (2020): Die Zerstörung der CDU. 11. September 2020. https://de.wikipedia.org/wiki/Die_Zerst%C3%B6rung_der_CDU (Abfrage: 30.09.2020).