

# Projektidee: Desinformation am Beispiel Framing

**Kompetenzen:** Eigenverantwortung, Analytische Fähigkeiten, Beurteilungsvermögen

**Altersgruppe:** 12-16 Jahre

**Projektdauer:** 90 Minuten

**Benötigtes Material:** Digitale Endgeräte mit Internetzugang, Audioausgabe, Foto-Videofunktion (Tablets, Smartphone), gegebenenfalls Zugangscodes Chat GPT

**Link zum Lernmodul:** [www.teachtoday.de/Projektidee Framing](http://www.teachtoday.de/Projektidee_Framing)

## Einleitung

In einer Zeit, in der wir täglich mit einer Flut von Informationen konfrontiert werden, wird die Fähigkeit, „echte“ Nachrichten von Desinformation zu unterscheiden, immer entscheidender. Künstliche Intelligenz (KI) und soziale Medien haben die Art und Weise, wie Informationen verbreitet und konsumiert werden, wesentlich verändert. KI-getriebene Algorithmen können die Erstellung von Falschinformationen beschleunigen, und soziale Medien bieten den perfekten Nährboden für deren schnelle Verbreitung. Diese Entwicklungen stellen ernste Bedrohungen für die öffentliche Meinung und die Demokratie dar, da Desinformationen das Potenzial haben, Wahlen zu beeinflussen, gesellschaftliche Spaltungen zu vertiefen und Misstrauen zu säen. Eine gängige Form der bewusst manipulierten Darstellung von Inhalten ist das Framing.

Das wir Desinformation oftmals Glauben schenken, liegt im Wesentlichen in der menschlichen Natur selbst. Da wir die große Menge der Informationen nicht mehr schnell genug verarbeiten können und die Komplexität stetig zunimmt, suchen wir nach Inhalten, die uns bekannt und vertrauten vorkommen, denn dann sind wir eher geneigt, sie zu glauben.

Kinder und Jugendliche haben durch Smartphones und soziale Netzwerke wie YouTube, TikTok und Instagram ständig Zugang zu Informationen. Sie können diese nicht nur jederzeit und überall empfangen, sondern bewerten diese, und stellen sie in Bezug zu eignen Inhalten oder teilen sie direkt, um mit anderen zu interagieren. Auch dabei vertrauen sie eher Informationen, die Ihnen bekannt vorkommen, ihrem Bild vom Erwachsenen werden entsprechen oder in der Familie bzw. der Peer-Group gesetzten Vorstellungen nahekommen. Das sich über Likes, Teilen und Kommentare dabei fast beliebige Inhalte schnell verbreiten, ist nicht nur naheliegend, sondern in den Algorithmen der sozialen Netzwerke angelegt.

Um junge Menschen auf diese Herausforderungen vorzubereiten, ist es entscheidend, sie für das Thema Desinformation zu sensibilisieren und ihnen das notwendige Wissen an die Hand zu geben, um Informationen kritisch zu hinterfragen.

## Projektziel

Um die Mechanismen von Desinformation zu verstehen, zeigt diese Projektidee exemplarisch wie **Framing** genutzt wird, um durch gezielte Darstellung bestimmter Aspekte einer Information deren Wahrnehmung zu steuern. So können beliebige Informationen in vertraute Rahmen gesetzt werden oder selbst wissenschaftlich fundierte Fakten durch geschickte Manipulation für eigene, oft zweifelhafte, Zwecke genutzt werden.

Die Jugendlichen verstehen am Beispiel eines Textes (Nachricht), eines Bildes und/oder einer Hörcollage, wie Framing eingesetzt wird und wie sie solche Techniken erkennen und analysieren können, indem sie



selbst „frames“ setzen und Inhalte aus verschiedenen Blickwinkeln darstellen. In der Auseinandersetzung im Team und der Reflexion ihrer Erfahrungen werden sie befähigt, informierte und kritische Entscheidungen zu treffen und sich aktiv in der Gesellschaft zu beteiligen.

#### Die Kinder und Jugendlichen

- verstehen was Desinformation ist und warum es so wichtig ist, sich damit auseinanderzusetzen.
- lernen die Methode des Framing kennen und wie Informationen bewusst verändert werden können.
- setzen die Methode Schreibkonferenz ein, um eigene Texte/Bilder/Hörcollagen zu verändern.

Fach- und  
Methodenkompetenz

#### Die Kinder und Jugendlichen

- analysieren die Beispiele und erkennen, wie eine Information in Text, Bild und Ton verschiedene Sichtweisen wiedergeben kann.
- gestalten in Teamarbeit eigene Werke und stellen diese unterschiedlich dar.
- präsentieren ihre Ergebnisse in der Klasse.

Aktivitäts- und  
Handlungskompetenz

#### Die Kinder und Jugendlichen

- teilen ihr Wissen zum Thema Desinformation und berichten, ob und wo sie ihrer Meinung nach schon einmal falschen Nachrichten begegnet sind.
- diskutieren im Team passende Beispiele für Framing.
- formulieren ihre Gedanken zu Framing und werten die Teamarbeit aus.

Sozial-kommunikative  
Kompetenz

#### Die Kinder und Jugendlichen

- bringen ihre Kreativität in die Umsetzung der Gruppenarbeit ein.
- setzen sich kritisch mit den Ergebnissen und Herausforderungen auseinander und reflektieren ihren persönlichen Umgang mit Medien.

Personale Kompetenz

## Projektverlauf

Um das Thema Framing auf vielfältige Art und Weise zu entdecken, bietet die Projektidee drei Optionen zur Umsetzung eigener Werke an. Für die Umsetzung können die Jugendlichen zwischen Text, Bild oder Audio wählen. Für jede Option gibt es ein Beispiel sowie eine Arbeitsanleitung.

Hinweis: Bitte achten Sie bei der Umsetzung der Unterrichtsidee darauf, die Beispiele so zu wählen, dass sie selbst keine Desinformationen erstellen und diese auch nicht verbreiten.



<b>Phasenbeschreibung   Sozialform</b>	
<b>Phase 1   Plenum</b>	
<p>Die Lehrkraft oder Workshopleitung steigt mit dem Thema „Desinformation“ ein und fragt die Jugendlichen in einem kurzen Gespräch, ob sie wissen, was Desinformation bedeutet. Gegebenenfalls können Beispiele per Handzeichen abgefragt werden.</p> <p>Im Anschluss wird das Konzept von Framing, als eine Möglichkeit, Nachrichten bewusst zu steuern, erläutert. Die Lehrkraft/Workshopleitung gibt Beispiele für Framing in Medien, in der Werbung und in der Politik. (Siehe Hintergrundtext: Was ist Framing?)</p>	<b>Hintergrundtext: Was ist Framing?</b>
<b>Phase 2   Gruppenarbeit/Partnerarbeit</b>	
<p>Die Teilnehmenden arbeiten in Teams und wählen für die weitere Bearbeitung eines der Beispiele für Framing aus. Dabei können sie zwischen Text, Bild und Audio wählen. Gemeinsam schauen sie sich die Beispiele an und diskutieren, welche Mittel eingesetzt wurden, um im jeweiligen Fall den Inhalt und die Wahrnehmung zu verändern. Auf Basis der Beispiele erstellen die Teams ein eigenes Werk und verändern dieses, um unterschiedliche Perspektiven und Reaktionen zu erzeugen. Dazu entwerfen sie ein Drehbuch, in dem sie zuerst ein Motiv oder eine Geschichte planen. Im nächsten Schritt überlegen sie gemeinsam, wie sie diese Information verändern kann und setzen dies entsprechend um.</p> <p><b>Beispiele</b></p> <p>A. <u>Text zu Lina Mertens</u> Der Text wurde mit Chat GPT erstellt und ist an die Person Greta Thunberg angelehnt. In den drei Variante wird Lina Mertens (fiktive Person) aus verschiedenen Blickwinkeln beschrieben und erzeugt bei den Leser*innen unterschiedliche Bilder der Person. Die Teams analysieren die Texte analysieren die Texte und erstellen eigene Fassungen. Nutzen Sie dazu unseren KI-Experimentierbaukasten (<a href="https://chat.ki-entdecken.de">https://chat.ki-entdecken.de</a>).</p> <p>B. <u>Das Bild von „rennenden Menschen am Strand“</u> Das Bild von „rennenden Menschen am Strand“ wurde mit bildgenerierender KI erstellt und lebt von verschiedenen Hintergründen, Farben und Filtern beziehungsweise den jeweiligen Bildbeschreibungen. Die einzelnen Bildelemente werden geliefert, so dass die Teams neben der Analyse selbst mit dem Material experimentieren können.</p> <p>C. <u>Die Audioaufnahme zu Europa</u> Das Beispiel der Audioaufnahme zeigt, wie Sprache, Ton und Musik eine Nachricht verändern können. Auf Basis des Audioscrips können die Jugendlichen mithilfe eines Smartphones oder Tablets auch eigene Fassungen erstellen oder eigene Nachrichten als Audio aufnehmen und analysieren.</p>	<p><b>Beispiele: S. 5-7</b> <b>Hörbeispiel: Download</b></p> <p><b>Hinweis: Auf Anfrage können für die Nutzung von Chat GPT kostenlos anonymisierte Zugänge für die Schüler*innen zur Verfügung gestellt werden.</b></p>



### Phase 3 | Plenum

Für die Auswertung der Ergebnisse sollte ausreichend Zeit eingeplant werden.  
Reihum stellen die Teams ihre Ergebnisse vorerst kommentarlos vor. Der Rest der Klasse ordnet das Ergebnis inhaltlich ein und benennt die unterschiedlichen „frames“ die eingesetzt wurden. Diese werden dann von den jeweiligen Gruppen kommentiert.  
Fragen Sie zum Abschluss, wie die Jugendlichen aufgrund ihrer Erfahrungen über das Thema Framing denken und werten Sie gemeinsam in einer Diskussion das Thema Desinformation aus.

### Weiterführende Informationen

**Der Framing-Effekt: Ein Thema für den Lehrplan?:** Im Artikel der Lehrerinsel – Das Portal für Schule und Unterricht wird das Phänomen Framing gut beschrieben und zeigt praktische Beispiele aus dem Schulalltag. (<https://portal.lehrerinsel.de/framing-effekt/> (Framing und wie es uns im Alltag lenkt? - Lehrerinsel))

**Nationales Krisenzentrum:** Wie funktioniert Desinformation? Die Seiten des Nationalen Krisenzentrum bieten aufschlussreiche und wertvolle Informationen zu Desinformation in mehreren Sprachen ([Wie funktioniert Desinformation? - Krisenzentrum](#)).

**Teachtoday Akademie:** Die Lerninhalte der Akademie bieten weitere interessante Anknüpfungspunkte zum Beispiel zum Thema Digitale Demokratie. ([Akademie > Übersicht | Teachtoday](#))

**Klicksafe:** Die EU-Initiative zur Förderung der Online-Kompetenz hat unter dem Thema Desinformation und Meinung umfangreiches Material im Umgang mit Jugendlichen zusammengestellt. ([Desinformation, Deepfakes & Fake News – was muss ich wissen? \(klicksafe.de\)](#))

### Fachbegriffe

**Framing:** Die Technik, Informationen in einem bestimmten Bedeutungsrahmen zu präsentieren, um die Wahrnehmung und Interpretation durch die Empfänger\*innen zu beeinflussen. So kann eine Nachricht zum Beispiel durch die Wortwahl ("Klimawandel" vs. "Klimakrise") unterschiedlich wahrgenommen werden.

**Algorithmus:** Eine Reihe von Regeln oder Berechnungen, die von Computern verwendet werden, um Probleme zu lösen oder Aufgaben zu erledigen, wie die Verbreitung von Inhalten in sozialen Medien. Algorithmen bestimmen beispielsweise, welche Beiträge auf Social-Media-Plattformen den Nutzer\*innen angezeigt werden.

**Content Creator:** Personen oder Organisationen, die digitale Inhalte erstellen und veröffentlichen, um ein Publikum zu informieren, zu unterhalten oder zu engagieren. Dies kann in Form von Texten, Videos, Bildern, Podcasts und anderen Medien geschehen. Dazu gehören zum Beispiel auch Video-Creator, Gamer\*innen, Blogger\*innen, Podcaster\*innen und Influencer\*innen auf Plattformen wie YouTube, Instagram, TikTok und Blogs. Sie erstellen regelmäßig Inhalte, die oft eine bestimmte Zielgruppe ansprechen. Dies können sowohl Einzelpersonen als auch Unternehmen sein.



## Hintergrund: Was ist Framing?

**Framing** bezeichnet das „Einrahmen“ von Informationen in ein spezifisches Bedeutungsumfeld, wodurch die Wahrnehmung und Entscheidungen der Empfänger\*innen beeinflusst werden können. Dieses Phänomen hilft uns, die tägliche Informationsflut zu bewältigen, indem es uns ermöglicht, bestimmte Informationen hervorzuheben und andere zu ignorieren.

Content-Creator & Medien nutzen Framing tagtäglich, indem sie durch Auswahl und Betonung ausgewählter Aspekte der Realität bestimmte Interpretationen und Bewertungen fördern. Beispiele für Framing reichen von der Wortwahl bis hin zur Darstellung von Personen des öffentlichen Lebens in unterschiedlichem Licht. So wird beispielsweise Greta Thunberg einerseits als die heldenhafte und selbstlose Kämpferin im Auftrag der Umwelt beschrieben, die Fridays for Future ins Leben gerufen hat, andererseits ist sie eine bedauernswerte Jugendliche, die von ihren Eltern wie eine Marionette gesteuert und für politische Zwecke instrumentalisiert wird.

Ein weiteres Beispiel zeigt die tendenziell negativ konnotierte Wortwahl, wenn in Medien von Geflüchteten gesprochen wird. Für Menschenmengen wird hier häufig die Metapher von Wassermengen genutzt: Flüchtlingsstrom, Flüchtlingswelle etc. Im Gegenteil dazu wird im politischen Diskurs des sich verändernden Klimas von „Klimawandel“, „Klimaschutz“ oder „Klimaerwärmung“ gesprochen, was angesichts der Bedrohung eher verharmlosend daherkommt.

In **Medien** wie Zeitungen, Fernsehen, Internet und Social Media beeinflusst Framing, wie Nachrichten präsentiert werden, welche Aspekte eines Ereignisses betont werden und wie die Zuschauer\*innen das Geschehen interpretieren sollen. Medien können durch die Auswahl der Themen, die Art der Berichterstattung und durch sprachliche Nuancen bestimmte Interpretationen fördern.

In der **Werbung** wird Framing verwendet, um Produkte oder Dienstleistungen in einem möglichst positiven Licht zu präsentieren und Kaufentscheidungen zu beeinflussen.

**Politiker** und **politische Organisationen** nutzen Framing, um ihre Botschaften zu verstärken, Gegner zu schwächen und die öffentliche Meinung zu formen:

Framing wird strategisch eingesetzt, um bestimmte Vorstellungen oder Gesetze positiv zu konnotieren. Obwohl Framing unvermeidlich ist – wir können nicht nicht framen – wird von Medienschaffenden erwartet, dass sie eine Vielfalt von Frames fördern und transparent damit umgehen, um die Medienkompetenz der Menschen zu stärken. Bedenklich wird Framing dann, wenn es bewusst zur Manipulation und/oder politischen Propaganda eingesetzt wird.

## Beispiel 1: Framing im Text

### Lina Mertens – Die Stimme einer Generation im Kampf für den Planeten

Lina Mertens, ein mutiges junges Mädchen, hat die Welt durch ihr leidenschaftliches Engagement für den Umweltschutz inspiriert. Mit ihrem entschlossenen Einsatz und ihrer Fähigkeit, globale Aufmerksamkeit zu erregen, hat sie eine ganze Generation bewegt und zum Handeln motiviert. Lina zeigt uns, wie mächtig die Stimme der Jugend sein kann, und ruft uns alle dazu auf, Verantwortung für unseren Planeten zu übernehmen. Ihr selbstloses Handeln und ihre heldenhaften Bemühungen sind ein leuchtendes Beispiel dafür, wie jeder von uns einen Unterschied machen kann. Lina Mertens fasziniert nicht nur durch ihre Entschlossenheit, sondern auch durch ihre Fähigkeit, weltweit Menschen aller Altersgruppen für die dringende Sache des Umweltschutzes zu vereinen.



## Lina Mertens – Die umstrittene Stimme der Jugend

Lina Mertens, die junge Umweltaktivistin, spaltet die öffentliche Meinung. Während viele sie als Heldin und Vorbild für die Jugend feiern, sehen andere in ihr eine Figur, die polarisiert und unerfahrene Ansichten in der Öffentlichkeit verbreitet. Lina hat es geschafft, die Aufmerksamkeit der Medien zu gewinnen und eine Debatte über die Rolle der Jugend in der Politik zu entfachen. Ihre Methoden, Schulstreiks und Demonstrationen, haben nicht nur Unterstützung hervorgerufen, sondern auch Kritik und Kontroversen. In einer Welt, die nach Lösungen für den Klimawandel sucht, steht Lina im Zentrum eines Sturms aus Bewunderung und Kritik, ein lebendiges Beispiel dafür, wie junge Stimmen die Diskussion prägen können.

### Titel: Lina Mertens – Das Gesicht einer manipulierten Bewegung

Lina Mertens ist in den Augen vieler ein Symbol für jugendlichen Umweltaktivismus, doch hinter den Kulissen gibt es Bedenken hinsichtlich der Authentizität ihrer Bewegung. Kritiker argumentieren, dass Lina weniger eine treibende Kraft als vielmehr eine Figur ist, die von Medien und politischen Interessen gesteuert wird, um spezifische Agenden zu fördern. Diese Perspektive zeichnet das Bild einer Jugendlichen, die unfreiwillig ins Rampenlicht gerückt wurde, umfasst von einer Maschinerie, die ihre Naivität ausnutzt, um globale Umweltpolitik zu beeinflussen. Ihre Reden, obwohl kraftvoll und emotional, werden von manchen als sorgfältig orchestrierte Botschaften angesehen, die darauf abzielen, politische Veränderungen zu bewirken, die den Interessen bestimmter Gruppen dienen. Diese Sichtweise hinterfragt die Freiheit und Unabhängigkeit von Linas Aktivismus und wirft ein kritisches Licht auf die Komplexität der Beziehungen zwischen Medien, Politik und jugendlichen Aktivisten.

### Beispiel 2: Framing im Bild

Die mit KI erstellten Bilder zeigen in allen drei Fällen die gleiche Gruppe junger, rennender Menschen am Strand. Die verschiedenen Hintergründe bewirken bei den Betrachter\*innen unterschiedliche Wahrnehmungen und Stimmungen. Die Bilder können Sie großformatig hier herunterladen:

[www.teachtoday.de/Projektidee\\_Framing](http://www.teachtoday.de/Projektidee_Framing)



Bild 1: Strandurlaub an der Ostsee



Bild 2: Rennende Menschen auf der Flucht vor einem Vulkanausbruch



Bild 3: Partystimmung auf Mallorca

### Beispiel 3: Framing in der Hörcollage

Das kurze Hörbeispiel zu Europa zeigt, wie sich die selbe Nachricht mit unterschiedlichen Stimmen und Sounds verändert. Das „neutrale“ Beispiel wurde mit der KI erstellt. Alle Hörbeispiele können Sie auf der Website herunterladen: [www.teachtoday.de/Projektidee\\_Framing](http://www.teachtoday.de/Projektidee_Framing)



Bevor ihr mit einem eigenen Projekt anfangt, lest, hört und guckt euch die Beispiele an.

1

Entscheidet euch für ein Format.

2

Überlegt zunächst, jeder für sich, Themen, die bearbeiten möchtet und überlegt schon einmal:

- a. aus welchem Blickwinkel man die Geschichte darstellen kann (Text)
- b. wie man das Bild unterschiedlich erstellen kann, um die Information darin zu verändern (Bild)
- c. wie ein Hörbeispiel durch Stimme, Hintergrundgeräusche etc. verändert werden kann.

3

Diskutiert im Team die Ideen und entscheidet euch für ein Produkt.

4

Entwickelt ein Drehbuch, ein Storyboard oder eine Skizze.

5

Setzt dann gemeinsam die Idee um:

- a. Für die Geschichte könnt ihr Chat GPT nutzen.
- b. Für das Bild könnt ihr Copilot (DallE), Dreamstudio (Stable Diffusion) oder Midjourney, Fobizz nutzen.

