Prinzipien zur Beurteilung von Inhalten

Der folgende Artikel basiert auf dem Beitrag Principles for Evaluating Websites von Stephen Downes. Ich habe ihn mit Stephen's freundlicher Erlaubnis weitgehend übersetzt und tw. verändert bzw. mit anderen Beispielen versehen.

Du recherchierst ein Thema im Netz und liest dabei viele Artikel. Woher weißt Du, ob die dargestellten Informationen korrekt sind? Du kannst es nicht wissen – zumindest kannst Du Dir nicht ganz sicher sein. Daher ist es wichtig, sehr sorgfältig zu lesen und die verwendeten Inhalte zu beurteilen. Der folgende Beitrag wird Dir dabei helfen.

1. Es gibt keine vertrauenswürdigen Autoritäten

Unter einer »vertrauenswürdigen Autorität« verstehe ich hier eine Person oder Institution, der man vertrauen kann. Meines Erachtens gibt es solche Autoritäten nicht (oder nicht mehr). Möglicherweise gehst Du davon aus, dass eine Information korrekt ist, wenn sie in der Zeitung steht. Oder Du denkst, dass ein Forschungsergebnis korrekt ist, wenn ein Wissenschaftler davon berichtet. Oder Du meinst, dass Du Dich auf die Informationen (d)einer Regierung verlassen kannst. Meines Erachtens ist das nicht grundsätzlich der Fall.

Warum kannst Du Autoritäten nicht trauen? Es gibt viele Gründe, einige davon sind:

- Autoritäten lügen. Nicht alle Autoritäten und nicht immer, aber häufig genug, dass die Konsequenz für Dich bedeutet, dass Du ihnen nicht »einfach so« vertrauen kannst. Letztlich sind es immer Menschen, die in einer Institution wie einer Regierungsbehörde oder einer Zeitung arbeiten. Diese Menschen haben nicht immer aufrichtige Ziele.
- Leute tun so, als ob sie Autoritäten wären. Eine Website mag aussehen, als sei sie von der Regierung oder von einer Zeitung, aber das könnte auch gelogen sein.
- Autoritäten irren sich. Es kommt vor, dass sie über etwas berichten, von dem sie selbst unzuverlässige Daten haben oder das nicht ausreichend belegt ist. Oder sie wurden ihrerseits von einer unzuverlässigen Quelle belogen und haben das noch nicht erkannt.

Selbst wenn Du der Autorität vertraust, von der Du etwas liest, musst Du die Informationen für Dich selbst beurteilen. Menschen führen Dich nicht immer *bewusst* in die Irre, aber für Dich macht es nur einen geringen Unterschied, ob Du bewusst oder unabsichtlich getäuscht wurdest – schließlich suchst Du korrekte und verlässliche Informationen.

Das ist das wichtigste Prinzip beim Lesen im Internet: **Du musst für Dich selbst herausfinden, ob etwas wahr ist oder falsch.**

2. Was Du selbst weißt, ist von Bedeutung

Wenn Du heute morgen den Supermarkt in Deiner Stadt selbst gesehen hast und jemand erzählt Dir, dass er gestern Abend abgebrannt ist, weißt Du, dass die Person falsch liegt. Du hast den Markt mit eigenen Augen gesehen und kannst den Wahrheitsgehalt dieser Information daher beurteilen.

Du kannst Dich auf Dein eigenes Wissen verlassen. Und Du solltest dieses Wissen benutzen, wenn Du im Internet liest.

Natürlich kannst Du selbst auch Unrecht haben. Es kann sein, dass Du selbst nicht ausreichend über das betreffende Thema Bescheid weißt, oder dass Du falsche Informationen hast. Dennoch solltest Du nicht *grundsätzlich* davon ausgehen, dass Du Dich irrst, sondern auch in Betracht ziehen, dass Dein Wissen korrekt ist und dass die gelesene Information falsch ist. Deine eigene Erfahrung zählt.

Wenn Du zum Beispiel liest: »Dieses Computerprogramm ist kinderleicht zu installieren«. Du hattest jedoch ziemliche Probleme, es zu installieren. In diesem Fall solltest Du nicht einfach davon ausgehen, dass Du keine Software installieren kannst. Wenn es für Dich schwierig war, das Programm zu installieren, war es definitiv nicht kinderleicht. Wenn also jemand behauptet, es sei kinderleicht, ist seine Aussage zumindest nicht differenziert genug. Er müsste seine Aussage mehr einschränken (z.B. »Dieses Programm ist für Benutzer mit etwas Erfahrung leicht zu installieren«).

3. Zähl mit

Du kannst nicht alles selbst überprüfen. Irgendwann musst Du Dich auf etwas verlassen, was jemand anderer gesagt hat. Aber Du kannst auch nicht einfach davon ausgehen, dass es stimmt, was die Person oder Institution sagt.

Du lernst, einer Institution oder Person zu vertrauen, indem Du wiederholt Kontakt mit ihr hast. Eine Institution oder Person sagt nicht nur Dinge, von denen Du weißt, dass sie stimmen. Sie sagen auch Dinge NICHT, von denen Du weißt, dass sie NICHT stimmen. Du solltest darüber selbst »Buch führen« (nicht im wörtlichen, sondern im übertragenen Sinn – indem Du im Kopf »mitzählst«).

Wenn Du auf einer Website etwas liest, musst Du Dich fragen: »Hat mich diese Website früher schon einmal in die Irre geführt?« Websites folgen meist einem Muster: Eine vertrauenswürdige Site bleibt in der Regel vertrauenswürdig, eine Website, die Dir falsche Informationen auftischt, wird das wahrscheinlich wieder tun.

Das bedeutet nicht, dass Du bei einer bisher vertrauenswürdigen Website nicht hinterfragst, was sie sagt. Du solltest immer Deine eigene Erfahrung zur Prüfung nutzen. Aber wenn Du selbst über das Thema nichts weißt, solltest Du Dich eher auf eine Quelle verlassen, von der Du bisher schon korrekte Informationen bekommen hast als einer, von der Du schon einmal getäuscht wurdest.

4. Fakten und Fassade

Viele Leute legen sehr viel Wert auf die äußere Erscheinung. Vor allem Regierungen und Firmen geben sich sehr viel Mühe, ihr Image zu pflegen. Auch einzelne Personen versuchen oft, sich im bestmöglichen Licht zu präsentieren.

Sie tun das, weil Menschen dazu neigen, Leuten oder Institutionen zu vertrauen, die gut aussehen. Politiker achten immer darauf, gut angezogen zu sein. Firmen geben eine Menge Geld aus, damit ihre Gebäude und ihre Websites gut aussehen.

Menschen erzeugen solche Fassaden auch mit Worten. Zum Beispiel benutzen Sie Adjektive und Adverbien, um Dir nahezulegen, wie Du eine Information bewerten sollst. Sie benutzen manchmal voreingenommene Begriffe, um zu unterstellen, dass etwas gut oder schlecht ist. Ein Beispiel:

»Diese respektierte Software speichert Ihre Daten verlässlich in bestmöglichen Format.«	*»Diese verdächtige Software speichert Ihre Daten verwirrenderweise in einem verbreiteten Format.«*

Die erste Software klingt bei weitem besser als die zweite. In Wirklichkeit machen beide genau das Gleiche.

Um Aussagen zu beurteilen, entferne im Geist alle Adjektive und Adverbien aus den Sätzen, die Du liest. Tausche voreingenommene Begriffe durch neutrale Begriffe aus. (Zum Beispiel, tausche »Er behauptete, …« durch »Er sagte, …« aus.)

Das bedeutet, dass Du die Fakten in einem Satz von den Fassaden unterscheiden solltest, die sie aufbauen. Möglicherweise neigst Du nun dazu, Aussagen zu misstrauen, die eine Menge Adjektive und Adverbien verwenden. Aber manchmal schreiben Leute einfach in diesem Stil. Es bedeutet nicht automatisch, dass sie lügen. Und manchmal versucht Dich auch jemand zu täuschen, indem er bewusst klare und einfache Sprache benutzt.

Die Hauptsache ist, die Fakten zu finden und zu prüfen. Fakten kann man immer überprüfen (manchmal ist es aufwendig). Prüfe die Fakten und ignoriere die Fassaden.

5. Verallgemeinerungen sind oft nicht glaubwürdig

Es gibt zwei Arten von Fakten: **Spezifische Aussagen** und **Verallgemeinerungen**.

1. Eine **spezifische Aussage** sagt etwas über eine einzige Sache, Person oder Ereignis aus: »Paul ging gestern in den Supermarkt.«
2. Eine **Verallgemeinerung** macht eine Aussage über eine Gruppe von Dingen, viele Personen oder eine Anzahl von Ereignissen. »Paul geht immer in den Supermarkt.«

Menschen verwenden Verallgemeinerungen, weil diese ihnen helfen, die Zukunft vorauszusagen. Wenn Du weißt, dass Paul immer in den Supermarkt geht, kannst Du voraussagen, dass er morgen dorthin gehen wird. Verallgemeinerungen erklären oft, warum etwas geschieht. Paul kennt die Kassiererin im Supermarkt, weil er immer dorthin geht.

Es gibt zwei Arten von Verallgemeinerungen: **Universelle** und **Statistische**.

1. Eine **universelle Verallgemeinerungen** macht eine Aussage über **alle** Elemente einer Kategorie. Wenn jemand sagt, »Alle Hunde sind Tiere«, macht er eine Aussage über jeden einzelnen Hund.
2. Eine **statistische Verallgemeinerung** macht eine Aussage über eine Anzahl von Elementen einer Kategorie, aber nicht über alle. Wenn jemand sagt, »Die meisten Hunde sind braun«, spricht er von einer großen Anzahl von Hunden, aber nicht über alle Hunde.

Es ist wichtig zu erkennen, dass die meisten universellen Verallgemeinerungen falsch sind. Nicht

immer – schließlich stimmt es, dass alle Hunde Tiere sind – aber oft.

Menschen äußern oft universelle Verallgemeinerungen, die falsch sind. Wenn Du universelle Verallgemeinerungen auf einer Website liest, solltest Du sehr skeptisch sein.

Achte auf die folgenden Wörter: *alle, kein, nur, nie, immer* und auf Wörter, die die gleiche oder ähnliche Bedeutung haben. Diese deuten universelle Verallgemeinerungen an. Wenn Menschen diese Wörter benutzen, frag Dich selbst: »Stimmt das? Gibt es keine Ausnahmen?« Und wenn Du weißt, dass es Ausnahmen gibt, ist die Quelle damit weniger vertrauenswürdig.

Wenn jemand zum Beispiel sagt: »Alle Hunde sind braun.«, kannst Du aus Deinem eigenen Wissen erkennen, dass diese universelle Verallgemeinerung nicht zutrifft, weil Du schon schwarze und weiße Hunde gesehen hast. In anderen Fällen ist es schwieriger, eine universelle Verallgemeinerung zu widerlegen – aber grundsätzlich solltest Du diesen mit Skepsis begegnen.

6. Absolute Aussagen sind oft versteckte Verallgemeinerungen

Menschen verwenden oft Verallgemeinerungen ohne sich dessen bewusst zu sein. Und möglicherweise verführen sie Dich zu glauben, etwas sei eine Tatsache, obwohl es in Wahrheit eine fragwürdige Verallgemeinerung ist.

»Den Chinesen kann man nicht trauen.«

Diese Aussage ist formuliert wie eine Tatsache. Aber frage Dich selbst: Von wie vielen Chinesen spricht die Person? Von allen? Von den meisten? Es gibt über eine Milliarde Chinesen – woher kann die Person wissen, dass man keinem von ihnen trauen kann? Natürlich kann das der Sprecher nicht wissen. Es gibt keinen Grund, einer solchen Aussage zu trauen. Und eine Person oder Institution, die so eine Aussage macht, ist dadurch weniger vertrauenswürdig.

7. Statistiken sind oft irreführend

Es gibt ein Sprichwort: »Glaube keiner Statistik, die Du nicht selbst gefälscht hast.« Menschen sind Statistiken gegenüber oft skeptisch – und mit gutem Grund. Es gibt viele Möglichkeiten, wie man Statistiken manipulieren kann. Statistiken müssen auf Daten beruhen. Wenn zum Beispiel jemand sagt, »Die meisten Hunde sind braun«, muss er eine Anzahl von Hunden begutachten und zählen, wie viele davon braun sind.

Statistiken, die *nicht* auf konkreten Daten beruhen, sind nicht glaubwürdig.

Aber selbst wenn es Daten gibt, können Statistiken irreführend sein. Es gibt zwei hauptsächliche Möglichkeiten, wie man Menschen mit Statistiken in die Irre führen kann:

1. **Die Stichprobe ist zu klein.** Wenn Du fünf Amerikaner kennst und vier davon sind Gauner, kannst Du dann schließen, dass alle Amerikaner Gauner sind? Natürlich nicht. Es gibt ca. 330 Millionen Amerikaner, Du musst mehr als fünf kennen, um solche Verallgemeinerungen zu machen.
2. **Die Stichprobe ist nicht repräsentativ.** Wenn Du etwas über Amerikaner herausfinden

möchtest und dafür einige amerikanische Gefängnisse besuchst, würdest Du sinnvolle Ergebnisse bekommen? Natürlich nicht. Die meisten Amerikaner sitzen nicht im Gefängnis und unterscheiden sich stark von den Gefängnisinsassen.

Am Anfang dieses Artikels habe ich gesagt, es gebe keine vertrauenswürdigen Autoritäten. Wenn man sich Statistiken von offiziellen Institutionen anschaut, wird darin oft einer dieser beiden Verstöße begangen. Was würdest Du von einem Wissenschaftler halten, der 21 Studenten untersucht und dann Aussagen trifft über alle Menschen? Wahrscheinlich nicht viel – und doch werden wissenschaftliche Studien veröffentlicht, die genau das tun.

In »normalen« Texten ist Statistik ebenfalls oft irreführend. Statistiken sind oft versteckt: ein Autor verwendet vielleicht Wörter wie »meist« oder »oft« oder »viele« oder »üblicherweise« – und die Datengrundlage bleibt im Verborgenen. Jemand könnte z.B. sagen: »Die meisten Leute sind großzügig.« Woher weiß er das? Weil die meisten Leute, die er kennt, großzügig sind? Das ist keine gute Datengrundlage.

Denke über die Verallgemeinerungen nach, die Du selbst glaubst. Basieren sie auf soliden Daten? Was sind die Daten? Wo stehen sie? Ich habe weiter oben gesagt, dass Du auf Dich selbst vertrauen solltest – aber Du solltest immer wieder Deine eigenen Haltungen und Überzeugungen überprüfen, um selbst vertrauenswürdiger zu werden.

8. Geh zur Quelle

Menschen sprechen über Dinge und über andere Menschen. Das ist nicht verwunderlich – man kann nicht immer über sich selbst sprechen. Zum Beispiel könnte jemand darüber berichten, was jemand anderer gesagt hat oder welche Aussagen in einem Datensatz statistischer Daten zu finden sind. Dabei kann es sein, dass Du in die Irre geführt wirst – möglicherweise ist das beabsichtigt, vielleicht aber auch nicht:

- Der Autor könnte seine eigenen Quellen falsch gelesen oder falsch verstanden haben. Das kann – gerade bei komplexen Themen – leicht passieren.
- Möglicherweise zitiert der Autor eine Aussage ohne den nötigen Zusammenhang. Zum Beispiel könnte ich geschrieben haben: »Das Internet wird in einigen Jahren nicht mehr verlässlich funktionieren falls es zu Engpässen in der Energieversorgung kommt.« Und dann könnte es sein, dass mich jemand aus dem Kontext gerissen zitiert: »Herr Kalt sagte, dass das Internet in einigen Jahren nicht mehr verlässlich funktionieren wird.«
- Möglicherweise stellt der Autor seine Originalquelle auch bewusst falsch dar. Menschen geben manchmal vor, dass jemand anderer etwas gesagt habe, um diese andere Person in einem schlechten Licht erscheinen zu lassen. Das nennt man ein Strohmann-Argument.

Wenn Du etwas liest, solltest Du Dich immer fragen: Spricht der Autor über etwas, das eine andere Person gesagt oder getan hat? Falls ja, geh zur ursprünglichen Quelle und herauszufinden, was dieser Jemand tatsächlich gesagt oder getan hat.

Wenn es keinen Link zur ursprünglichen Quelle gibt, glaube dem Bericht nicht. Was noch wichtiger ist: Websites, die keine Links oder Verweise auf die ursprünglichen Quellen angeben, sind generell weniger vertrauenswürdig.[1)]

Wenn Du die ursprüngliche Quelle nicht finden kannst, versuche nach den selben Inhalten zu suchen. Vielleicht haben andere Leute die Quelle auch gesehen und darüber berichtet. Vielleicht haben sie die

Quelle anders beschrieben als der Autor des Beitrags, den Du einschätzen möchtest. Möglicherweise findest Du nie heraus, was genau gesagt wurde. Wenn aber Leute mit unterschiedlichen Positionen zu den betreffenden Ereignis sich darüber einig sind, was gesagt wurde, kannst Du Dich eher darauf verlassen, dass die Informationen korrekt sind.

9. Einstellungen und Absichten sind wichtig

Viele Inhalte im Netz möchten Dich von einem Standpunkt überzeugen. Oft ist das der Grund, warum sie veröffentlicht wurden.

Meistens geht es dabei nicht nur um eine isolierte Information, sondern um eine ganze Sammlung von Informationen oder Daten. Oft möchte ein Autor Dich davon überzeugen, die Welt auf eine bestimmte Art wahrzunehmen. Eine solche Betrachtungsweise kann man eine »Weltsicht« oder auch (etwas ungenauer) eine **»Einstellung«** nennen.

Einige Beispiele für solche Einstellungen:

- *Die Welt ist gefährlich und es gibt eine Menge Dinge, von denen wir uns fürchten müssen.*
- *Produkten von Microsoft kann man nicht trauen.*
- *Produkte von Apple sind überteuert. Leute, die Apple-Produkte benutzen, wollen damit angeben.*
- *Politiker lügen, wenn sie den Mund aufmachen.*

Überlege Dir, was Dich dazu bringen könnte, diese Aussagen zu glauben. Überlege Dir andere Aussagen, die eine »Einstellung« widerspiegeln. Denk darüber nach, wie Du selbst die Welt siehst – Du hast wahrscheinlich auch bestimmte Einstellungen, ob Du Dir dessen bewusst bist oder nicht.

Das ist nicht von vornherein schlecht – jeder hat bestimmte Einstellungen, mit denen er die Welt um sich herum bewertet. Aber wir müssen verstehen, mit welchen Einstellungen andere Menschen die Welt interpretieren, damit wir erkennen, wenn uns jemand von seiner Einstellung überzeugen möchte.

Daher sind die **Absichten** einer Person wichtig. Unter einer Absicht verstehe ich hier, dass Dich jemand von seiner Einstellung, von seiner Weltsicht überzeugen möchte. Du musst wissen, *warum* jemand etwas sagt – nicht nur, *was* die Person sagt.

Websites, die ihre Absichten verstecken, sind nicht vertrauenswürdig. Sie wollen Dich von etwas überzeugen, aber sie machen das auf eine hinterhältige Art, damit Du Deine Entscheidung nicht selbst triffst, sondern die vorgetragene Einstellung möglichst unreflektiert übernimmst. Sie gehen davon aus, dass Du die Welt auf ihre Art betrachten wirst, wenn Du ihre Einstellung immer und immer wieder liest.

Wenn eine Website von der Regierung finanziert wird, das aber nicht kenntlich macht, verstecken die Betreiber ihre Absichten. Wenn eine Studie von einer Softwarefirma gesponsert wurde, das aber nicht öffentlich macht, verstecken die Autoren sie ihre Absichten. Wenn eine Nachrichten-Website von einer religiösen Organisation finanziert wird, das aber nicht offen legt, verstecken die Betreiber ihre Absichten und sind damit nicht vertrauenswürdig. Wenn eine Aktivistengruppe von der Branche finanziert wird, die sie beeinflussen möchte, dann ist diese Gruppe nicht vertrauenswürdig.

Ein Punkt ist dabei sehr wichtig: Die genannten Beispiel sind nicht vertrauenswürdig, weil sie nicht offenlegen, *warum* sie das sagen, was sie sagen. Daraus folgt *nicht* automatisch, dass die Autoren

lügen. Es folgt daraus lediglich, dass Du die Aussagen skeptisch bewerten solltest.

10. Achte auf bewusste Umleitung Deiner Aufmerksamkeit

Hast Du schon einmal ein Werbeplakat oder einen Werbespot einer Partei gesehen, in dem kritisch über eine *andere* Partei gesprochen wurde?

Deine Aufmerksamkeit soll dabei »umgeleitet« werden. Die Urheber möchten, dass Du eine Sache glaubst, indem sie Dir negative Aspekte einer anderen Sache zeigen. Die »Umleitung der Aufmerksamkeit« kann man im Netz häufig finden. Manchmal wird eine Quelle bewusst falsch zitiert (siehe oben), häufig wird der Gegner aber einfach nur verbal attackiert. Man findet das sowohl auf persönlichen Websites, aber auch auf den Websites von Firmen, Parteien, etc.

Wenn eine Website Dich von einer Sache überzeugen möchte indem sie über eine *andere* Sache schreibt, ist sie nicht vertrauenswürdig. (Das gilt jedoch nicht, wenn sich jemand *sachlich und argumentierend* mit den Argumenten des Gegners auseinandersetzt).

Fazit

Wie schon im zweiten Punkt gesagt: Ob Du jemandem glaubst oder nicht, ist eine Frage des Vertrauens. Du musst selbst ermitteln, wem Du in welchen Fragen vertrauen kannst und wem nicht. Jedes Mal, wenn Du Informationen auf einer Website nutzt, solltest Du »Buch führen«:

- Wenn eine Website etwas sagt oder tut, das nach den besprochenen Prinzipien nicht vertrauenswürdig ist, »ziehe etwas Vertrauen« ab.
- Wenn eine Website etwas gut und fundiert kommuniziert, »füge etwas Vertrauen hinzu«.

Das ist eine persönliche Angelegenheit: Je besser Du eine Website kennst, desto leichter wird es Dir fallen zu entscheiden, ob Du ihr trauen kannst oder nicht. Die Website bekommt mit der Zeit eine »persönliche Wertung« bezüglich ihrer Vertrauenswürdigkeit – genau wie Du das bei einem Freund oder ein Mitschüler auch machst.

Das funktioniert insgesamt am besten, wenn Du verschiedene Quellen benutzt. Versuche Informationen von Leuten zu finden, die unterschiedliche Einstellungen haben. Schließlich hat fast jede Einstellung wahre und korrekte Elemente. Schwimm nicht einfach mit der Massenmeinung mit, sondern **sei bereit ALLES zu hinterfragen – auch Dich selbst**.

arbeitsmethoden, reflexion, texte, web, lesen, recherche, facharbeiten, gfs, referate, beurteilen

[1)] Leider ist es auf den Websites großer Zeitungen und Nachrichtenmagazine nicht üblich, auf Quellen zu verlinken – das hat verschiedene Gründe, u.a. wollen die Betreiber nicht, dass Du die Website verlässt, weil sie mit Deiner Anwesenheit durch Werbung Geld verdienen können, zum anderen waren Zeitungen in der »Vor-Internet-Zeit« eine wichtige Informationsmacht, die oft alleinigen Zugang zu Informationen hatte. Das hat sich geändert, aber das Verhalten, sich als »Informationsautorität« zu geben, die es nicht nötig hat, dem Leser die Quellen offen zu legen, ist noch vorhanden). Möglicherweise ändert sich das aber in der Zukunft.