

Erscheint in einem Begleitband zur Ausstellung „Reality check“ im Kunstmuseum Ahlen

„Fake News“: Was ist das, warum verbreitet es sich, und was können wir tun?

In den letzten Jahren ist der Begriff „Fake News“, den man wörtlich mit „Falsche Nachrichten“ übersetzen kann, in den allgemeinen Sprachgebrauch eingegangen. Vor allem Donald Trump, ehemaliger und möglicherweise auch zukünftiger Präsident der USA, hat viel zur Popularisierung beigetragen, weil er jede ihm unliebsame Medienberichterstattung als „Fake News“ abkanzelte. Aber auch in Deutschland, wo wir das Erstarken populistischer Strömungen und bei Teilen der Bevölkerung ein sinkendes Vertrauen in Qualitätsmedien und Wissenschaft beobachten müssen, debattieren wir den Stellenwert von „Fake News“ und ihre Auswirkungen auf die gesellschaftliche Selbstverständigung.

Dabei gilt es zunächst zwei Dinge auseinander zu halten: Einerseits bezieht sich das Label „Fake News“ auf eine Eigenschaft von Nachrichten, die vorliegen kann oder nicht; vereinfacht gesagt: Eine Meldung ist entweder richtig oder falsch. Andererseits handelt es sich um einen rhetorisches Etikett, das manche Menschen verwenden, um andere Ansichten und Meldungen zu diskreditieren, unabhängig davon ob diese tatsächlich falsch oder richtig sind. Im Folgenden soll es weniger um den zweiten Aspekt des Begriffs gehen, sondern stattdessen in mehreren Schritten entfaltet werden, wie sich „Fake News“ besser verstehen lassen, welche Rolle insbesondere den sozialen Medien bei ihrer Verbreitung zukommt, und welche Ansatzpunkte bestehen, ihre problematischen Folgen einzuhegen.

Beginnen wir mit einem Blick auf den Wahrheitsgehalt von Nachrichten, der uns verdeutlicht, dass es ein weites Spektrum von „unwahren Nachrichten“ gibt. Dazu zählen beispielsweise Inhalte, die mit satirischer Absicht erstellt wurden und ausdrücklich als „unwahr“ erkannt werden sollen. Ihr Ziel ist also, für einen kurzen Moment zu täuschen und dann einen humorvollen Aha-Effekt zu erzielen. Ihre Urheber bauen darauf, dass das Publikum die satirische Intention erkennt und die Meldung nicht dauerhaft für bare Münze nimmt. Die satirische Falschinformation hat also eine pädagogische Absicht, um Menschen zum Nachdenken über angesprochene Sachverhalte anzuregen.

Eine zweite Form unwahrer Nachrichten beruht auf Irrtümern – etwas faktisch Falsches wird kommuniziert, ohne dass aber eine Täuschungsabsicht dahintersteckt. Ursache dafür können beispielsweise Fehler in der journalistischen Recherche oder neue Entwicklungen sein, die bestimmte Informationen veraltet und überholt werden lassen. Die journalistische Ethik gebietet es, solche Falschmeldungen durch Richtigstellungen zu korrigieren oder, im Fall von falschen Tatsachenbehauptungen über Personen, diesen die Möglichkeit einer

Erscheint in einem Begleitband zur Ausstellung „Reality check“ im Kunstmuseum Ahlen

Gegendarstellung einzuräumen. Dadurch soll sichergestellt werden, dass das Publikum Gelegenheit hat, die wahren Informationen bzw. Sachverhalte zu erfahren.

Davon wiederum sind drittens diejenigen Falschmeldungen zu unterscheiden, bei denen die Urheber bewusst täuschen wollen. Dies kann auf vielen verschiedenen Wegen geschehen. So lassen sich beispielsweise faktisch korrekte Informationen bewusst verkürzen oder in einen anderen Kontext setzen, um das Publikum zu falschen Schlüssen zu verleiten. Eine andere Form sind manipulierte Bilder, Videos oder Tondokumente („Deep Fakes“), die Ereignisse, Aussagen oder Sachverhalte vorgaukeln, die es nicht gegeben hat. Möglichkeiten zur Manipulation von Medienprodukten gab es immer schon, sind aber durch digitale Medien, in jüngster Zeit insbesondere durch Entwicklungen im Bereich der „generativen künstlichen Intelligenz“, noch einmal deutlich erweitert worden.

Die Kommunikationswissenschaftler Matthias Kohring und Fabian Zimmermann von der Universität Mannheim plädieren angesichts dieser vielen verschiedenen Varianten dafür, das Label „Fake News“ (zumindest im wissenschaftlichen Kontext) zu vermeiden. Sie schlagen stattdessen den Begriff „aktuelle Desinformation“ vor. Darunter verstehen sie (a) falsche Aussagen über (b) gesellschaftlich relevante Sachverhalte, die (c) wissentlich in Umlauf gebracht werden, hinter denen also eine Täuschungsabsicht steckt. Vor allem der letzte Punkt ist entscheidend, markiert er doch den wesentlichen Unterschied zu den erstgenannten Arten von Fehlinformationen (Satire; handwerkliche Fehler): Aktuelle Desinformationen sind nicht nur nicht wahr, sondern ihre Urheber kommunizieren auch nicht wahrhaftig.

Dass wir in den letzten Jahren so viel über aktuelle Desinformationen sprechen, hat mit der Etablierung sozialer Medien (bzw. „social media“) wie Facebook, YouTube, WhatsApp oder TikTok zu tun. Sie senken die Hürden für Menschen, Informationen aller Art mit anderen zu teilen – entweder indem man selbst Beiträge, Kommentare, Bilder oder Videos erstellt, oder indem man auf die Inhalte von anderen „Sendern“ reagiert und sie gegebenenfalls an sein eigenes Kontaktnetzwerk weiterleitet und empfiehlt. Journalistische (Massen-)Medien sind dadurch nicht mehr die einzige gesellschaftliche Institution, die Nachrichten zusammenstellt und öffentlich verbreitet, sondern Menschen können sich in den sozialen Medien ihre eigene persönliche Öffentlichkeit schaffen.

In verschiedener Hinsicht hat dieser Medienwandel durchaus positive Folgen: Die Vielfalt verfügbarer Informationen steigt, und Menschen können deutlich leichter als früher ihre eigenen Ansichten äußern und andere zu Unterstützung mobilisieren. Doch die Kehrseite ist, dass soziale Medien der wesentliche Resonanzraum für aktuelle Desinformationen sind. Weil es bei ihnen keine vorgelagerte journalistische Prüfung der Richtigkeit von Informationen gibt, lassen sich sehr leicht auch wissentlich falsche Informationen in Umlauf bringen. Einmal in der

Erscheint in einem Begleitband zur Ausstellung „Reality check“ im Kunstmuseum Ahlen

Welt, werden sie – ebenfalls ohne nähere Prüfung – von anderen Personen kommentiert, geliked und weiter verbreitet. Gerade wer eine Information über vermeintlich vertrauenswürdige Personen – Freunde und Bekannte in einer WhatsApp-Gruppe, oder auch Influencer und Prominente auf Instagram, YouTube, TikTok etc. – erhält, mag ihnen zumindest anfangs mehr Glauben schenken und sie möglicherweise selbst an die eigenen Kontakte weiterleiten.

Diese Mechanismen steigern nicht nur die Reichweite der Desinformation, sondern erschweren es meist auch, den Ursprung solcher Falschmeldungen zu rekonstruieren. Dies wiederum ist problematisch, weil ganz unterschiedliche Ziele hinter der Verbreitung von aktueller Desinformation stecken können. Zum einen kann es darum gehen, mit Hilfe von falschen Informationen Zugriffe auf bestimmte Medienangebote zu erhöhen. Dies ist eng verbunden mit der Praxis des „Clickbaiting“, also dem bewusst reißerischen oder anders Aufmerksamkeit heischenden Formulieren von Überschriften und Teasern. So lassen sich Menschen „ködern“, auf Webseiten zuzugreifen, die die Besuche dann über das Einblenden von Werbung monetarisieren. Desinformation ist in solchen Fällen vorrangig Bestandteil eines Geschäftsmodells.

Zum anderen finden wir viele Beispiele, bei denen im Sinne politischer Propaganda Einfluss auf die Meinungsbildung der Menschen genommen werden soll, indem bewusst nur ein Ausschnitt der Wirklichkeit gewählt und manipulativ präsentiert wird. Besonders schlimm sind solche Fälle von aktueller Desinformation dann, wenn sie das Vertrauen in einzelne Politikerinnen und Politiker oder Parteien, aber auch in demokratische Institutionen wie die freie Medienlandschaft, unabhängige Gerichte oder die evidenzbasierte Wissenschaft unterhöhlen. Gerade Russland setzt Desinformationen nachgewiesenerweise strategisch und systematisch ein, um gegen westliche Demokratien zu agieren; auch in den Kommunikationsstrategien populistischer und rechtsextremer Gruppierungen sind Desinformationen fester Bestandteil.

Diese Entwicklungen sind deswegen so besorgniserregend, weil sie eine wesentliche Grundlage des demokratischen Prozesses unterminieren: Die Möglichkeit der Bürger, sich auf der Grundlage von Fakten und wahrhafter Kommunikation eine eigene Meinung zu aktuell relevanten Themen zu bilden und sich daraufhin am Gemeinwesen zu beteiligen, etwa durch Wahlen oder gesellschaftliches Engagement. Welche Maßnahmen sind also geeignet, aktueller Desinformation entgegen zu wirken?

Eine erste Maßnahme ist die Stärkung professioneller journalistischer Arbeit. In den letzten Jahren haben sich eine Reihe sogenannter „fact checker“ etabliert, darunter beispielsweise mimikama.at, correctiv.org oder der „Faktenfinder“ der Tagesschau. Dort arbeiten Journalistinnen und Journalisten, die besonders stark zirkulierende Meldungen auf ihre Korrektheit überprüfen und gegebenenfalls richtigstellen. Sie sind aber auch darauf

Erscheint in einem Begleitband zur Ausstellung „Reality check“ im Kunstmuseum Ahlen

angewiesen, dass ihre Korrekturen selbst wieder verbreitet werden und so idealerweise auch von den Menschen zur Kenntnis genommen werden, die mit den Falschmeldungen konfrontiert wurden. Dies wiederum ist bei weitem nicht immer der Fall, denn das fact checking benötigt eine gewisse Zeit, um die Richtigstellung zu formulieren und in Umlauf zu bringen. Es kann dann nicht mehr von den gleichen Aufmerksamkeits- und Verbreitungseffekten wie die ursprüngliche Falschmeldung profitieren. Zudem besteht gerade bei Menschen, die aufgrund hoher Medienskepsis oder ausgeprägtem Verschwörungsdenken ohnehin anfälliger für aktuelle Desinformation sind, das Risiko des „Backfire-Effekts“ – die Korrekturversuche bestärken dann das eigene Weltbild.

Ein anderer wichtiger Ansatzpunkt, um die Verbreitung von aktuellen Desinformationen zu reduzieren, ist daher die Vermittlung von Medienkompetenz an die Bürgerinnen und Bürger. Im Zusammenhang mit Desinformationen geht es vor allem um das Bewusstsein für die eigene Rolle bei der Verbreitung von Informationen via soziale Medien. Denn auch wenn ich nicht Ausgangspunkt von Desinformation bin, trage ich durch das Weiterleiten einer Nachricht oder eines Videos dazu bei, dass sich die Reichweite erhöht. Natürlich müssen wir nicht alle nun professionell journalistisch arbeiten und den Quellen einer Nachricht hinterherrecherchieren. Doch oft hilft es schon, vor dem Weiterleiten zumindest kurz innezuhalten und sich zu fragen: Kann das stimmen? Ist erkennbar, von wem die Informationen oder das Video ursprünglich stammen? Und gibt es möglicherweise auf den oben erwähnten Faktencheck-Seiten bereits verlässliche Informationen über den Wahrheitsgehalt?

Die Aufgabe, sich der Manipulation und den Täuschungsversuchen entgegen zu stellen und die gesellschaftliche Verständigung an Leitwerten der Wahrheit und Wahrhaftigkeit auszurichten, lässt sich letztlich aber nur gemeinsam bewältigen. Auch an dieser Stelle sind wir alle gefragt, unsere Demokratie gegen ihre Feinde zu verteidigen.

Zum Weiterlesen

- Kumkar, Nils C. (2022): Alternative Fakten. Zur Praxis der kommunikativen Erkenntnisverweigerung. Frankfurt am Main: edition suhrkamp. → wissenssoziologische Analyse der Grundlagen und Folgen von alternativen Realitätsdeutungen; erhältlich bei der Bundeszentrale für Politische Bildung (<https://www.bpb.de/shop/buecher/schriftenreihe/543453/alternative-fakten/>)
- Zimmermann, Fabian / Matthias Kohring (2018): „Fake News“ als aktuelle Desinformation: Systematische Bestimmung eines heterogenen Begriffs. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, Jahrgang 66, Band 4, S. 526-541. Online frei verfügbar:

Erscheint in einem Begleitband zur Ausstellung „Reality check“ im Kunstmuseum Ahlen

<https://www.nomos-elibrary.de/10.5771/1615-634X-2018-4-526.pdf> →

wissenschaftlicher Aufsatz zur Begriffsklärung von „Fake News“

- Webseite: www.klickwinkel.de → medienpädagogisches Angebot speziell für junge Menschen, um über Desinformationen und andere Aspekte eines verantwortungsbewussten Umgangs mit digitalen Medien aufzuklären
- Webseite: www.usethenews.de → breit getragene Initiative, um die Nachrichtenkompetenz in der Bevölkerung zu stärken

Kurzbiographie

PD Dr. Jan-Hinrik Schmidt ist Senior Researcher für digitale interaktive Medien und politische Kommunikation am Leibniz-Institut für Medienforschung| Hans-Bredow-Institut in Hamburg. Dort leitet er auch die Hamburger Aktivitäten im 2020 gegründeten „Forschungsinstitut Gesellschaftlicher Zusammenhalt“ (FGZ). Er forscht und publiziert zu den Veränderungen, die soziale Medien wie Facebook, Twitter/X oder YouTube für unser Informationsverhalten, politische Teilhabe und gesellschaftlichen Zusammenhalt bringen. Aktuelle Informationen sind auch in seinem Weblog unter <http://www.schmidtmitdete.de> zu finden.