

## **Fake News – Meinungsbildungsmanipulation erkennen**

1. **Lest** euch den Text zu Merkmalen von Fake-News durch und **fasst stichpunktartig zusammen** an welchen Merkmalen man Fake-News erkennt und warum es Fake-News gibt.
2. **Verfasst** einen Text (maximal 2 Seiten) über einen Aspekt des menschengemachten (anthropogenen) Klimawandel, je nachdem welches Los ihr gezogen habt als wissenschaftlichen wahrheitsgemäßen Artikel oder als pseudowissenschaftlichen Fake-News Artikel. *Ihr dürft alle Materialien, die ihr findet sowie KI (bspw. ChatGPT) verwenden*
3. Findet euch in Kleingruppen zusammen (3-5) und **diskutiert** die Texte die ihr erhaltet und **überlegt** ob es sich hierbei um Fake-News handelt und woran Ihr dies erkennt. Überprüft am Lehrerpult, ob ihr mit eurer Einschätzung richtig lagt. **Formuliert** anschließend, was ihr aus dieser Arbeit für eure zukünftigen Recherche mitnehmt.

## **Fake News, Misinformation, Desinformation**

Christian Pieter Hoffmann 26.07.2023

**Die gezielte mediale Verbreitung von falschen oder irreführenden Informationen kann fatale Folgen nach sich ziehen. Was können wir tun, um sogenannte Fake News zu erkennen?**

Als Fake News, Mis- und Desinformation werden falsche oder irreführende Medieninhalte bezeichnet. Ihre Verbreitung in den sozialen Medien besorgt Politik, Medien, Forschung sowie viele Bürger:innen. Dabei ist häufig nicht ganz klar, was mit diesen Bezeichnungen genau gemeint ist – und wie sie abzugrenzen sind. Ebenso ist umstritten, welche Maßnahmen im Kampf gegen Fake News wirksam sind. Hilft etwa mehr Medienkompetenz gegen die Verbreitung von Fake News?

Die empirische Forschung deutet darauf hin, dass Fake News weniger in der Breite, aber dafür intensiv in bestimmten Kreisen konsumiert und geteilt werden. Die hier engagierten Personen sind häufig sehr aktive und hochmotivierte Mediennutzer:innen. Geringes Vertrauen in politische und mediale Institutionen spielt eine wichtige Rolle bei der Empfänglichkeit für Fake News.

### **Die Debatte um Fake News**

Zwei Ereignisse können als Auslöser für die öffentliche Debatte um Fake News, Mis- und Desinformation ausgemacht werden: Die Wahl Donald Trumps zum 45. US-Präsidenten im Jahr 2016

sowie kurz zuvor das Brexit-Referendum, mit dem die Bürger:innen Großbritanniens den Austritt aus der Europäischen Union beschlossen haben. In beiden Fällen entspann sich im Anschluss an die für viele Beobachter:innen überraschenden Wahl- bzw. Abstimmungsergebnisse eine intensive Suche nach Ursachen. Schnell wurde ein Erklärungsansatz im Mediennutzungsverhalten der Bürger:innen gefunden: Im Netz – genauer in den sozialen Medien – kursierten demnach unzuverlässige und irreführende Informationen. Diese wurden von scheinbar böswilligen Akteuren gezielt verbreitet. Geschlossene Online-Gruppen und personalisierte Werbung erleichterten die Verbreitung solcher Informationen unter Ausschluss der Öffentlichkeit.

Insbesondere mit Blick auf Wahlen und Abstimmungen entbrannte somit ein enormes Interesse an den schädlichen Wirkungen falscher und irreführender Informationen im Netz. Diverse Forschungsprojekte, Medien und Thinktanks sowie Nichtregierungsorganisationen beobachten seither die Verbreitung von Fake News im Netz, versuchen Desinformationskampagnen zu identifizieren und zu bekämpfen. Die Europäische Union etwa etablierte mit „EU vs. Disinfo“ eine Webseite, auf der Fälle von Desinformation dokumentiert und eingeordnet werden. Mit dem *European Digital Media Observatory* wurde ein EU-weites Netz von Medien und Forschungsinstitutionen etabliert, das sich dem Aufspüren und Bekämpfen von Desinformationskampagnen widmet.

Seit 2016 ist die Aufmerksamkeit für die Themen Fake News, Mis- und Desinformation in der Medienberichterstattung und auch im Forschungsdiskurs sprunghaft angestiegen, dies belegen verschiedene Untersuchungen. Laut Umfragen haben heute erhebliche Teile der Bevölkerung Angst, dass Fake News viele Mitbürger:innen in die Irre führen und so Wahlergebnisse verzerren könnten. Angesichts dieser Faszination für das Phänomen Fake News mag es erstaunen, dass die entsprechenden Begrifflichkeiten allzu oft schwierig abzugrenzen sind. Und dass noch immer nicht klar ist, wie die Verbreitung von Fake News wirksam bekämpft werden kann.

### **Schillernde Begrifflichkeiten**

Unter den Begriffen Fake News, Mis- und Desinformation kann Fake News als der schillerndste und umstrittenste betrachtet werden. Ursprünglich bezeichnete er im Internet veröffentlichte Nachrichten, die traditionellen journalistischen Qualitätskriterien nicht gerecht wurden. Auch im Kontext der Trump-Wahl gaben so verstandene Fake News erstmals Anlass zur Kritik. So veröffentlichte beispielsweise eine Gruppe junger Mazedonier auf nachrichtenähnlich erscheinenden Seiten reißerische, häufig frei erfundene Nachrichten, die vor allem dem sogenannten *Clickbaiting* dienen [*Clickbaiting* meint das Verbreiten von reißerischen und irreführenden Überschriften im Internet, die User:innen zum Draufklicken animieren sollen. Dadurch generiert die betreffende Webseite dann Werbeeinnahmen].

Im engeren Sinne können Fake News somit als mit betrügerischer Absicht verbreitete, erfundene Pseudo-Nachrichten verstanden werden.

Diese Art von Fake News dient kommerziellen, nicht politischen Zielen. Mehr zufällig entdeckten Fake-News-Anbieter 2015 und 2016, dass Meldungen, die Donald Trump unterstützten oder seine Gegenkandidaten Hillary Clinton kritisierten, besonders viele Klicks generierten. (Dieses Erkenntnis galt keineswegs nur für Fake News, auch traditionelle Nachrichtenmedien erkannten schnell, dass Meldungen zu Donald Trump die Fernsehquoten und Abo-Zahlen in die Höhe schießen ließen.) Aufgrund dieser eher zufälligen politischen Schlagseite entwickelte sich das Verständnis von Fake News ab 2016 hin zu politisch manipulativen Pseudo-Nachrichten. Das jedoch ließ Donald Trump nicht lange auf sich sitzen – er drehte den Spieß schnell um: Fake News waren für ihn dann alle Nachrichten, die ihn kritisierten.

Der Begriff Fake News entwickelte sich somit schnell zu einem analytisch weitgehend nutzlosen Kampfbegriff. Der Fachdiskurs wandte sich den Begriffen Misinformation und Desinformation zu. Von beiden ist Desinformation der etabliertere Begriff. Er beschreibt traditionell Informations- oder Einflusskampagnen, die Staaten dazu dienen, in die politischen Prozesse anderer Staaten einzugreifen. Desinformation ist damit ein lange bekanntes Mittel der subversiven Außen- und Sicherheitspolitik. Tatsächlich konnte nachgewiesen werden, dass die russische Regierung eine Agentur beauftragt hatte, während des Präsidentschaftswahlkampfes für Donald Trump förderliche und für Hillary Clinton schädliche Informationen im Internet zu streuen. Clinton galt der russischen Regierung als allzu feindselig, deshalb wollte sie deren Wahl nach Möglichkeit verhindern.

Den Begriff Desinformation ereilte allerdings schnell ein ähnliches Schicksal wie dem der Fake News. In der Debatte um die Trump-Wahl und den Brexit wurden nicht mehr nur ausländische Einflusskampagnen als Desinformation bezeichnet, sondern auch die bewusst irreführende Kommunikation inländischer Akteure. Dies erweitert den Gegenstandsbereich des Begriffs erheblich: Irreführende Aussagen von politischen Kandidat:innen in einem Wahlkampf sind damit Desinformation, denn sie werden mit einer Überzeugungsabsicht gezielt verbreitet.

In der Überzeugungsabsicht liegt der Unterschied zwischen Desinformation und Misinformation. Letztere ist auch eine irreführende Information, die jedoch nicht absichtlich – also ohne eine Täuschungsabsicht – verbreitet wurde. Misinformation ist damit ein enorm weiter Begriff. Er ist auch in der Praxis kaum genau zu bestimmen, denn um einen kommunikativen Akt als Des- oder Misinformation kategorisieren zu können, muss sowohl die Absicht des Absenders wie auch die Wirkung auf den Empfänger bekannt sein. Beides wird in der Regel aber nicht erhoben, wenn eine

Information als Mis- oder Desinformation bezeichnet wird. Es reicht dann die bloße Annahme, dass (k)eine Täuschungsabsicht bestand, die Information aber irreführend wirken kann.

## Was Fake News (Desinformation) sind – und was nicht

keine Fake News sind:		Fake News sind:
<b>Poor Politics</b>	<b>Poor Journalism</b>	<b>Desinformation</b>
Fake News als politischer Kampfbegriff gegen etablierte klassische Medienangebote.	In der Regel nicht intendierte Falschinformation aufgrund journalistischer Fehler, darunter fällt:	Gezielte Verbreitung von falschen oder irreführenden Informationen, um jemanden zu schaden, darunter fällt:
<b>Satire</b>	<b>Clickbaiting</b>	<b>Misinterpreted Content</b>
Überspitzung von (politischen) Inhalten zur Gesellschaftskritik, aber in der Regel als solche auch erkennbar.	Bewusste Überspitzung von Headlines und Teasern, um Leser auf Seiten zu locken.	Dekontextualisierung oder bewusst falsche Interpretation wahrer Informationen.
	<b>Falschmeldung/ „Ente“</b>	<b>Manipulated Content</b>
	Versehentliche falsche Meldung, die aber i.d.R. korrigiert wird.	Manipulation eigtl. wahrer Informationen (z. B. Bilder).
		<b>Fabricated Content</b>
		Völlig frei erfundene Inhalte.

**Satire** und **Poor Journalism** haben zwar das Potential **Fake News** (im Sinne von Desinformationen) zu werden, sind es aber nicht per se.

(Wolf-Dieter Rühl, „Measuring Fake News – Die Methode“, Stiftung Neue Verantwortung e. V., Berlin Dezember 2017, S. 3. [https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/fake\\_news\\_methodenpapier\\_deutsch.pdf](https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/fake_news_methodenpapier_deutsch.pdf)) Lizenz: [cc by-sa/3.0/de](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/)

**Die Verbreitung von Fake News, Misinformation und Desinformation**

Die Frage nach der Verbreitung von Fake News (im Folgenden auch stellvertretend für Mis- und Desinformation) ist in mehrfacher Hinsicht nicht leicht zu beantworten. Erstens ist, wie beschrieben, die Definition und Abgrenzung davon, was Fake News sind, nicht einfach. Zweitens interessiert besonders die Verbreitung von Fake News in den sozialen Medien. Jedoch ist der Zugang zu den Daten dieser Plattformen – etwa Zugriffsstatistiken – sehr begrenzt. Dies gilt umso mehr, wenn Fake News in geschlossenen Gruppen geteilt werden – etwa auf Facebook oder Whatsapp.

Viele Studien umgehen diesen Engpass, indem Nutzer:innen schlicht gefragt werden, ob bzw. wie oft ihnen Fake News im Internet begegnen. Hier entsteht jedoch eine dritte Schwierigkeit, nämlich die Frage, was die Befragten unter Fake News verstehen. Allzu oft kategorisieren Nutzer:innen Inhalte als Fake News, die sie als störend empfinden, die ihnen also beispielsweise politisch missfallen. Gefragt danach, wer häufig Fake News verbreitet, nennen daher viele Befragte Politiker:innen oder auch Journalist:innen. Was Fake News sind, liegt also im Auge des Betrachters – zumindest in Befragungsstudien. Wenn eine Befragung daher ergibt, dass – beispielsweise – 70 Prozent der Befragten angibt, „oft“ Fake News im Netz zu sehen, ist genau genommen völlig unklar, wie diese Angabe zu interpretieren ist.

Nur sehr wenige Studien, meist aus den USA, untersuchen tatsächlich direkt die Inhalte, die Nutzer:innen im Internet sehen – und kommen dabei zu vielleicht überraschenden Ergebnissen. Denn nur ein sehr geringer Anteil dessen, was der durchschnittliche Nutzende im Internet anschaut, hat etwas mit (politischen) Nachrichten zu tun – meist deutlich weniger als 10 Prozent. Diese Nachrichten wiederum kommen weit überwiegend aus seriösen Quellen. Die besonders gründlich und mit hohem Aufwand betriebenen Beobachtungsstudien zur tatsächlichen Verbreitung von Fake News im Medienkonsum der Bürger:innen kommen daher zu dem Ergebnis, dass weniger als ein Prozent dessen, was wir im Internet sehen, als Fake News kategorisiert werden kann. Analysen, die sich auf soziale Medien fokussieren, kommen zu geringfügig höheren Werten, insbesondere auf Facebook. Dennoch scheinen Fake News in der Breite der Bevölkerung nur gering verbreitet zu sein. Soweit der Forschungsstand dies zulässt, scheinen diese Erkenntnisse auch auf den deutschen Kontext übertragbar zu sein.

Tatsächlich ergibt die Forschung zur Verbreitung von Fake News ein regelrecht ironisches Ergebnis: Die größte Verbreitung erhalten Fake News, die von Massenmedien aufgegriffen werden – entweder, weil beispielsweise eine Politikerin oder ein Experte eine Unwahrheit in einem Interview verbreitet, oder aber auch, wenn Fake News genannt werden, um sie zu widerlegen (Faktencheck). Da die Nutzer:innen ihre Informationen weit überwiegend aus seriösen Quellen beziehen, begegnen ihnen Fake News mit einer höheren Wahrscheinlichkeit, wenn eben diese seriösen Quellen über Fake News berichten. Dies

macht – in bester Absicht – seriöse Medien zu unfreiwilligen Akteuren bei der Verbreitung von Fake News.

Die insgesamt geringe Verbreitung von Fake News muss jedoch insofern relativiert werden, als dass Fake News stark in gewissen Gruppen konzentriert zu sein scheinen. In Nischen des Internets kann es also sehr wohl eine hohe Verbreitung von falscher und irreführender Information geben. Zu denken wäre hier im Kontext der Coronavirus-Pandemie etwa an Impfgegner-Gruppen auf Telegram oder im Kontext der europäischen Flüchtlingskrise 2015 an Gruppen radikaler Einwanderungsgegner auf Facebook.

Hinzu kommt der bedeutsame Effekt von Meinungsführern. Es kann kaum bestritten werden, dass der frühere US-Präsident Trump ein sehr lockeres Verhältnis zur Wahrheit pflegt und daher regelmäßig Unwahrheiten verbreitet, die unter seiner Anhängerschaft begeistert aufgenommen und geteilt wurden und nach wie vor werden. In politisch engagierten Zirkeln können daher einzelne prominente Akteure erheblich zur Verbreitung von Fake News beitragen.

Sowohl das politische wie auch das mediale System spielen also eine Rolle bei der Verbreitung von Fake News. Es ist unwahrscheinlich, dass Bürger:innen im Netz über Fehlinformationen stolpern und dadurch umgehend in die Irre geführt werden. Bis heute ist daher beispielsweise nicht klar, ob Fake News die Wahl Donald Trumps oder die Zustimmung zum Brexit wirklich beeinflusst haben. Vielmehr ist zu beobachten, dass Bürger:innen mit radikalen, z. B. rechtspopulistischen Orientierungen gezielt nach Informationen suchen und diese verbreiten, um ihre Sichtweisen und Anliegen zu unterstützen. Sie verwenden Information regelrecht als „Waffe“, häufig um damit politische Gegner anzugreifen und zu kritisieren. Wenn solche Personen nun in den seriösen, etablierten Medien nicht die Informationen finden, die sie gerne finden würden, dann wenden sie sich anderen, häufig qualitativ unzureichenden Quellen zu. Studien zeigen, dass die sehr kleine Gruppe intensiver Fake-News-Teilender sogar wissen, dass die Information, die sie teilen, schlechter Qualität ist. Doch es ist ihnen wichtiger, dass die Information ihren Zweck im politischen Streit erfüllt.

### **Ansätze der Bekämpfung von Fake News, Misinformation und Desinformation**

Vor allem drei Ansätze werden in der Bekämpfung von Fake News verfolgt: Der erste und bekannteste Ansatz baut auf der Richtigstellung auf, eben etwa einem Faktencheck. Hier wird das Publikum darauf aufmerksam gemacht, dass eine bereits verbreitete Information falsch ist. Dieser Ansatz weist diverse Schwächen auf: Jene Personen, die die Fake News gesehen haben und glauben (wollen), sind vom Gegenteil nur schwer zu überzeugen. Jene Personen, die die Fake News nicht gesehen haben, werden erst durch den Faktencheck auf sie aufmerksam gemacht. Bei desinteressierten Individuen wirkt häufig

der erste Eindruck nach, die Fake News werden dann eher erinnert als die Richtigstellung. Fake News sind häufig aufregend, empörend, reißerisch und verbreiten sich daher in bestimmten Kreisen schnell – Faktenchecks sind dagegen meist eher trocken und wenig spannend und verbreiten sich daher weniger oder eben nicht in denselben Kreisen. Experimentalstudien zeigen, dass eine Berichtigung, etwa durch einen Faktencheck, durchaus zu einer Korrektur des Wissens beitragen kann. In der „freien Wildbahn“ des Internets lässt sich dieser Effekt jedoch kaum wiederholen.

Ein zweiter Ansatz versucht daher, früher zu intervenieren, wenn Nutzer:innen auf Social-Media-Plattformen aktiv sind und sich überlegen, einen Inhalt zu teilen. Sogenannte *Accuracy Prompts* (deutsch etwa „Genauigkeitsabfrage“) sind kleine Meldungen, die Nutzer:innen im Moment des Teilens fragen, ob sie sich sicher sind, dass der Inhalt wirklich zutreffend ist. Auf Twitter beispielsweise erscheint beim Retweeten eines verlinkten Artikels die Frage, ob der/die Nutzer:in den Artikel zunächst lesen möchte. Hier zeigen Experimentalstudien, dass solche kleinen Interventionen durchaus manche Nutzer:innen vom Fake-News-Teilen abhalten können. Auch hier gilt jedoch, dass dieser Effekt in realistischen Nutzungsszenarien schwierig zu wiederholen ist, weil eben nur wenige Menschen Fake News teilen – und diese wiederum recht gezielt und bewusst.

Ein dritter Ansatz schließlich, von Psycholog:innen als „Impfungen“ bezeichnet, dient dazu, Individuen für die Gefahr von Fake News zu sensibilisieren, bevor sie diesen begegnen. Diesem Zweck dienen etwa *Serious Games*, also kleine Spiele, die Nutzer:innen auf Eigenschaften von Fake News hinweisen. Erneut sind es vor allem Experimentalstudien, die zeigen, dass solche Spiele dazu beitragen, dass Menschen online Fake News besser erkennen und sie weniger teilen. Zumindest auf der Plattform Youtube konnte dieser Effekt bestätigt werden, wenn auch nur kurzfristig und vorübergehend.

### **Die Rolle der Medienkompetenz**

Alle drei gängigen Ansätze der Fake-News-Bekämpfung weisen gewisse Schwächen auf und sind sehr begrenzt wirksam. In der psychologischen Forschung wird daher ihr kombinierter Einsatz befürwortet. Gelegentlich wird ergänzend ein vierter Ansatz gefordert: mehr Medienkompetenz. Diese bezieht sich – anders als der oben genannte Ansatz der Impfungen – nicht alleine auf die Identifikation von irreführenden Inhalten, sondern auf eine kritische Reflektion von Medien, ihrer Qualitäten und ihrer verantwortungsvollen Nutzung. Nach Baacke umfasst Medienkompetenz die Medienkunde, -kritik, -nutzung und auch -gestaltung. Medienkompetenz trägt somit dazu bei, dass die meisten Menschen ihre Informationen aus seriösen Quellen beziehen, unseriöse Quellen als solche erkennen und meiden und selbst selten irreführende Inhalte teilen.

An eine Grenze stößt der Ansatz der Medienkompetenz jedoch: Studien weisen darauf hin, dass die kleine Gruppe der intensiven Fake-News-Verbreitenden durchaus über eine hohe Medienkompetenz verfügt. Sie konsumieren eher überdurchschnittlich viele Nachrichten aus vielfältigen Quellen, sie haben ein differenziertes Verständnis unterschiedlicher Quellen und deren Qualitäten. Ihr Misstrauen oder ihre Abneigung gegen etablierte Medien beruhen nicht auf einem Versehen oder auf Ignoranz – es ist Teil eines tief verankerten Weltbildes. Der harte Kern der Fake-News-Verbreitenden wird daher durch eine breit angelegte Initiative zur Förderung von Medienkompetenz kaum zu bekehren sein. Wichtiger wären hier Interventionen, die gezielt das tiefe Misstrauen dieser Personen gegenüber etablierten Medien – und auch in diverse andere Institutionen, nicht zuletzt die Politik – adressieren.

Die Förderung von Medienkompetenz in der Gesellschaft ist notwendig, um den heutigen Zustand zu wahren, in dem die meisten Bürger:innen seriöse Medien konsumieren, mit wenig Fake News konfrontiert werden und wenn doch, diese nur sehr selten teilen. Wichtig ist aber auch, dass die öffentliche Aufregung um Fake News nicht dazu führt, dass die Bürger:innen ihr Vertrauen in das Mediensystem und zuverlässig berichtende Quellen verlieren. Es ist notwendig zu erkennen, dass das Fake-News-Problem weniger verbreitet ist, als anfangs angenommen wurde – und dass es hilfreich sein könnte, Fake News eher als ein spezifisches Problem politisch enttäuschter und gegenüber gesellschaftlichen Institutionen zynisch eingestellter Personengruppen zu verstehen. Diese soziale, politische, ökonomische und psychologische Herausforderung zu adressieren, erfordert einen langfristigen und differenzierten Zugang, in dem die Medienkompetenz (nur) ein Mosaikstein ist.

(<https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/izpb/medienkompetenz-355/539986/fake-news-misinformation-desinformation/> zuletzt besucht am 25.01.2024)



Desinformation am Beispiel des Klimawandels © 2024 by Jarno Riebe, Philip Saffari, Oliver Schaa is licensed under [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)