

Hauptsache stimmig: Art und Wirkungen von „Fake News“¹

Kai Hirschmann

„Fake News“ sind uralt, es gab sie schon immer. Doch mit dem Aufkommen der Sozialen Medien haben sie eine neue Durchschlagskraft erhalten. Durch deren Vielzahl ist es viel einfacher geworden, falsche Nachrichten zu verbreiten. Als die „klassischen Medien“ noch dominierten, gab es Redakteure, die als „Türwächter“ entschieden, was eine Nachricht ist, was eine Spekulation, was ein Gerücht oder eine glatte Falschmeldung. Dieser Filter existiert nicht mehr. Es besteht die Gefahr, dass dadurch die Wahrheit an Wert verliert.

Ein „Fake“ ist nach der Bedeutung im Englischen eine Fälschung oder eine Täuschung. „Fake News“ im engeren Sinne sind daher Falschmeldungen, die komplett frei erfunden sind und die Leser täuschen sollen, sodass diese die Nachricht anklicken und weiterverbreiten. Im weiteren Sinne werden oft auch solche Nachrichten hinzugezählt, die zwar nicht komplett erfunden sind, deren Aussagen aber unter dem Motto „Es passt, also hatte es so sein können“ verfälscht oder dekontextualisiert, das heißt aus dem alten Zusammenhang gerissen und in einen neuen Zusammenhang gestellt wurden.

Es handelt sich um eine besondere Form zielgruppenspezifischer Kommunikation: Soziale Bestätigung wird höher gewichtet als die tatsächliche Sachlage. Seit 2015 zirkulieren vermehrt Falschmeldungen zum Beispiel über Gewalt und Kriminalität von Flüchtlingen sowie über exzessive Sozialleistungen, die diese erhalten würden. Dazu gehören skandalisierende und übertreibende Meldungen nicht seriöser Nachrichtenportale und Blogs, gefälschte Überschriften von seriösen Medien sowie schlichte Falschbehauptungen. Bei sozialen Medien wie *Facebook* oder *Twitter* stehen unterschiedliche Meldungen nebeneinander. Es gibt subjektive Einschätzungen von Personen oder „Institutionen“ neben „Qualitätsartikeln“. Es ist schwer, die Vertrauenswürdigkeit von Quellen richtig einzuschätzen.

Häufig sind Meldungen nicht komplett frei erfunden, mithin „Fake News“ im engeren Sinne, sondern es wird eine „Strategie der thematischen Verknüpfung“ gewählt („Fake News“ im weiteren Sinne). Es werden Themenbereiche, die zunächst nicht unmittelbar in Korrelation zueinander stehen, so miteinander verbunden, dass ein neuer Gesamteindruck entsteht (zum Beispiel Geflüchtete und Kriminalität/Innere Sicherheit). Diese Verknüpfung greifen die Nutzer in ihren Kommentaren auf. Es entstehen Diskursstränge, es kommen weitere Themen dazu, und am Ende verselbständigt sich das. Ein Thema wird mithin erst dekontextualisiert, also aus seinem ursprünglichen Kontext herausgenommen, und dann rekontextualisiert, also in einen neuen Kontext eingebettet. Die Nutzer erweitern und vergrößern die Verknüpfungen, die regelrecht aufgeblasen werden und eine größere Reichweite bekommen. So werden Feindbilder gefestigt.²

Beispiele für „Fake News“ im engeren Sinne

Als Rechtfertigung für US-Präsident *Donald Trumps* Einreiseverbot für Muslime aus sieben Staaten im Februar 2017 verwies seine damalige Beraterin *Kellyanne Conway* auf das „Bowling-Green-Massaker“, das zwei irakische Einwanderer vor einigen Jahren im Bundesstaat Kentucky begangen haben sollen. Die meisten Leute wüssten davon nichts, weil darüber „nicht berichtet“ worden sei. Tatsache ist: Über das „Bowling-Green-Massaker“ ist nicht berichtet worden, weil es sich nicht ereignet hat. Auch viele Aussagen des US-Präsidenten *Donald Trump* sind als offensichtliche Lügen vielfach belegt. Nach Angaben der Faktencheck-

Seite „Politifact“ waren 70 Prozent seiner Aussagen während des Wahlkampfs falsch und weitere 15 Prozent nur halb wahr.³ Dennoch wurde er zum Präsidenten der USA gewählt. Ein weiteres Beispiel ist der Wahlkampf zum „Brexit-Referendum“: So behaupteten die Brexit-Befürworter, dass Großbritannien wöchentlich 350 Millionen Pfund an die EU überweist. Fakt war: London zahlte abzüglich des Briten-Rabatts und Gegenzahlungen weniger als ein Drittel dieses Betrags. Dennoch hielten 47 Prozent der Briten die Zahl für richtig. Eine Propagandalüge, die als Fakt wahrgenommen wurde und somit die Entscheidung von Wählern beeinflusste.⁴

Beispiele für „Fake News“ im weiteren Sinne

Gemäß der amerikanischen „Nachrichtenseite“ *Breitbart News* habe ein Mob von eintausend Männern am Silvesterabend 2016 unter „Allahu Akbar“-Rufen die älteste Kirche Deutschlands in Dortmund in Brand gesetzt. So lautete eine Meldung des das umstrittenen Nachrichtenportals am 03. Januar 2017. Es gab keinen „Kirchenbrand“ an der *Reinoldi-Kirche*. Vor der Kirche hatten sich ca. eintausend Menschen versammelt, darunter auch Muslime, die mit „Gott-ist-groß“-Rufen das neue Jahr einläuten wollten. Von Beginn der Veranstaltung an wurde Silvesterfeuerwerk von einigen Besuchern unsachgemäß eingesetzt. Irgendwann im Laufe des Abends flog ein Böller in ein Fangnetz, das um ein Baugerüst der Kirche gespannt war. Das Netz brannte vorübergehend, das Feuer wurde aber schnell gelöscht. Erkenntnisse, dass die Kirche absichtlich beschossen wurde, gab es nach Polizeiangaben nicht. Es genügte für „Breitbart News“, entscheidende Details der Dortmunder Silvesternacht in eine bestimmte Richtung zu interpretieren, um einen völlig anderen Eindruck der Lage zu vermitteln.

Ein anderes Beispiel für „Fake News“ im weiteren Sinne, also Verfälschungen oder Dekontextualisierungen, kommt aus Frankreich: Zwei Frauen werden in einem Krankenhaus von einem ausländisch aussehenden Mann angegriffen und ein Feuerwehrmann verliert bei einer Demonstration von Jugendlichen ein Auge. Dies waren die Inhalte von zwei der am meisten geteilten Videos in Frankreich vor dem ersten Wahlgang der Präsidentschaftswahl am 23. April 2017. Sie stimmen so nicht, wurden aber über *Facebook*-Seiten und Blogs als Falschmeldungen stark verbreitet mit dem Ziel, Stimmung zu machen für die Kandidatin *Marine Le Pen* von der „Front National“.⁵ Die Videos sollten Ängste vor Flüchtlingen und gewalttätigen Jugendlichen schüren. Es wurden tatsächlich zwei Frauen in einem Krankenhaus angegriffen. Das befindet sich allerdings in Russland und nicht in Frankreich. Der Feuerwehrmann hat tatsächlich ein Auge verloren, wurde allerdings von einem Irrläufer eines Polizisten getroffen. Beide Falschinformationen wurden mehr als eine halbe Million Mal auf *Facebook* geteilt und Millionen Mal als Video angeklickt.⁶

„Fake News“ als Geschäftsidee

„Fake News“ sind auch ein großes Geschäft im Internet, das der Präsidentschaftswahlkampf in den USA befeuert hat. Im mazedonischen *Veles* entstanden zum Beispiel rund 140 Webseiten mit „Fake News“ unter Namen wie „The Political Insider“, „USA Today Politics“ oder „WorldPoliticus.com“ und wurden mit *Facebook* und andern Netzwerken verknüpft. Mit sensationellen Schlagzeilen und Meldungen, fast alle frei erfunden, machten die Seiten auf sich aufmerksam. Die 45.000-Einwohner-Stadt erlangte 2016 zweifelhafte Berühmtheit, als bekannt wurde, dass viele Falschmeldungen im US-Wahlkampf, die *Donald Trump* nutzten, von Webseiten aus *Veles* kamen.⁷ Deren Betreiber verdienen damit viel Geld und denken nicht ans Aufhören. Die Angaben zum Verdienst der meist jugendlichen „Erfinder“ und Betreiber reichen von 600 bis zu 5000 Dollar im Monat, zu erzielen über hohe Klickzahlen. In Mazedonien, wo die Jugendarbeitslosigkeit bei fast 50% liegt und der Durchschnittslohn 300 Euro beträgt, sind das stattliche Summen.

Die Generierung von Nutzerprofilen durch „Social Bots“

Sogenannte „Social Bots“ erzeugen künstlich tausende Nutzerprofile in sozialen Netzwerken wie *Twitter* und *Facebook*. Die Profile sehen inklusive Foto zwar authentisch aus, sind es jedoch nicht und können beliebig ferngesteuert werden, um massenweise Kommentare abzugeben.⁸ Sie verbreiten Nachrichten und Falschmeldungen, verunglimpfen die Meinungen anderer, nehmen am politischen Meinungskampf teil, beeinflussen Debatten, setzen Trends und machen politische Stimmung.⁹ Sie werden mit echten Nutzern oder Politikern verwechselt und haben in Großbritannien die Netzdebatte um den *Brexit* und die Meinungsbildung im Wahlkampf zwischen *Trump* und *Clinton* beeinflusst.¹⁰ Schätzungen gehen von 100 Millionen „Fake-Accounts“ auf den großen Plattformen aus. Bis zu 20% aller *Twitter*-Accounts werden heute „Social Bots“ zugeordnet.¹¹ Zudem sind sie kostengünstig, denn im Internet werden 10.000 künstlich erstellte *Twitter*-Konten als Follower für weniger als 500 Euro angeboten.¹² Prognosen sagen ein starkes Wachstum von „Social Bots“ in den nächsten Jahren voraus. Die Bots selbst werden immer schlauer. Sie können dann nicht nur die Follower- und Fanzahlen von politischen Accounts vergrößern und Videoabrufzahlen manipulieren, sondern sie posten zukünftig auch selbständig eigene Inhalte und antworten auf Postings realer Nutzer in Tweets, *Facebook*- oder *YouTube*-Kommentaren.¹³ „Social Bots“ können gefährlich werden: Erstens können sie Politiker dazu verleiten, in ihren Statements oder in ihrer Politik auf solche Trends einzugehen, und zweitens führen durch Bots massenhaft verbreitete extreme Inhalte in einem Diskussionskontext (wie einer *Facebook*-Gruppe oder einem thematischen *Hashtag*) zu einer erheblichen Polarisierung und Radikalisierung des Diskussionsklimas.¹⁴

Wirkungen von Falschmeldungen

Die Wirkung von „Fake News“ ist schwer einzuschätzen. Dennoch führen „Fake News“ tendenziell zur Diskriminierung bestimmter Gruppen und Minderheiten, tragen zur Verbreitung von Verschwörungstheorien bei und können Wahlen beeinflussen (Abb. 1). Sie werden in jüngster Zeit daher gerne von Populisten genutzt. Wer sich von Falschmeldungen und Propaganda beeindrucken lässt, könnte sich allerdings seine entsprechende Meinung bereits lange vorher gebildet haben. Jeder, der schon mal auf eine Falschmeldung hereingefallen ist, weiß: Das passiert, weil man an die Meldung glauben will. „Fake-News“ können Menschen eher in ihren Vorurteilen bestärken als diese selbst erzeugen.¹⁵

Insbesondere in Wahlkampfzeiten und generell gegen Politiker und Amtsträger werden „Fake News“ häufig zur Diskreditierung von deren Reputation eingesetzt. Der Großteil der erfolgreichsten deutschsprachigen Artikel über Angela Merkel auf *Facebook* sind Fake News. Eine Analyse von *BuzzFeed News* hat alle auf *Facebook* geteilten Artikel über *Angela Merkel* ausgewertet. Die Analyse erstreckt sich über einen Zeitraum von fünf Jahren. *BuzzFeed News* hat alle Artikel gesucht, die auf *Facebook* am meisten Interaktionen erreicht haben, also Reaktionen, Kommentare und Shares. Unter den zehn erfolgreichsten Artikeln sind sieben Falschnachrichten, die alle aus den Jahren 2015 und 2016 stammen.¹⁶

Erkennen von „Fake News“

Falschmeldungen können meist mit wenig Aufwand entlarvt werden¹⁷:

- *Überspitzte Darstellung*: Ein überspitzte Darstellung eines Inhaltes unter Auslassung von umsichtigen Erklärungen sollte ein erstes Alarmsignal sein. Viel Meinung, wenig Inhalt, eine kaum belastbare Quelle, wenn überhaupt vorhanden, sowie stark verkürzte und nahezu auf Schlagzeilen komprimierte Darstellungen sollten mit Vorsicht genossen werden.
- *Autorenidentifizierung*: Immer anzuraten ist ein Blick in das Impressum einer Webseite oder eines Blogs. Handelt es sich um transparente und seriösen Angaben oder eher um ei-

ne wahllose und nicht nachvollziehbare Adressangabe eines Postfaches? Oder ist vielleicht gar kein Impressum vorhanden? Nicht vorhandene Ansprechstellen sind eher kritisch einzuordnen. Ebenso gilt es zu differenzieren: Handelt es sich um einen Meinungsblog oder eine seriöse Presseseite?

- *Inhaltlicher Gegencheck*: Finden sich die Inhalte auch auf anderen Medienportalen? Hier hilft eine Google-Suche unter dem News-Reiter. Wurde dieses Thema von verschiedenen Journalisten bearbeitet oder handelt es sich lediglich um ein reines Copy&Paste durch anonym betriebene Blogs? Ein gleicher Wortlaut der Meldungen bei einer Google-Suchanfrage weist oft auf unreflektierte Kopien hin.
- *Bildercheck*: Gehört das Bild zu einer Geschichte oder gar die Geschichte zu einem Bild? Sehr verbreitet ist der “Hybrid-Fake”, bei dem entweder das Bild eine reale Situation zeigt, der dazu gehörige Text jedoch falsch ist, oder aber ein Textinhalt korrekt ist, jedoch bildlich falsch in Szene gesetzt wird. Hier hilft eine Rückwärtssuche für Bilder.
- *Suchmaschinen klug nutzen*: Wenn Suchergebnisse z.B. nach ihrem Erscheinungszeitraum gefiltert werden, kann dadurch festgestellt werden, wann eine Meldung das erste Mal veröffentlicht wurde.

¹ Quelle, sofern nicht anders angegeben: Kai Hirschmann, Der Aufstieg der Nationalpopulisten – Wie westliche Gesellschaften polarisiert werden, Bundeszentrale für politische Bildung, Schriftenreihe, November 2017, Bonn.

² Jörg-Christian Schillmöller, Die Macht der Verknüpfung und der kollektiven Identität; in: *DLF24*, 16. März 2017, www.deutschlandfunk.de/rechtspopulismus-die-macht-der-verknuepfung

³ <http://www.dw.com/de/fake-news-l%C3%BCgen-zeitungsenten-alte-ph%C3%A4nomene-neue-bedrohung/a-37090552>.

⁴ Ebenda.

⁵ Annika Joeres, Fake-News à la française; in: *Die Zeit online*, 13. April 2017, www.zeit.de/politik/ausland/2017-04/wahlkampf-frankreich-manipulation-medien-praesidentschaftswahl-rechtsextremismus-facebook-falschmeldung/komplettansicht

⁶ Ebenda.

⁷ Sören Kittel, Fake-News aus Mazedonien – Veles ist die Heimat der Lügen; in: *Berliner Morgenpost online*, 28. Dezember 2016, <https://m.morgenpost.de/politik/article209102751/Fake-News-aus-Mazedonien-Veles-ist-die-Heimat-der-Luegen.html>

⁸ Jan Drebes, Wenn Roboter Wahlkampf machen; in: *Rheinische Post online*, 24. Oktober 2016, www.rp-online.de/politik/deutschland/social-bots-bei-der-afd-wenn-roboter-wahlkampf-machen-aid-1.6345358

⁹ Edgar Wagner, Roboter übernehmen die Demokratie; in: *Katapult – Magazin für Kartografie & Sozialwissenschaft*, 04. Januar 2017, www.katapult-magazin.de/de/artikel/artikel/fulltext/roboter-uebernehmen-die-demokratie/

¹⁰ Simon Hegelich, Invasion der Meinungs-Roboter, Konrad-Adenauer-Stiftung, *Argumente & Analysen* Nr. 221, September 2016, S. 1.

¹¹ Martin Fuchs, Warum Social Bots unsere Demokratie gefährden; in: *NZZ online*, 12. September 2016, www.nzz.ch/digital/automatisierte-trolle-warum-social-bots-unsere-demokratie-gefahrdet-ld.116166

¹² Jan Drebes, Wenn Roboter Wahlkampf machen (Anm. 8).

¹³ Martin Fuchs, Warum Social Bots Demokratie gefährden (Anm. 11).

¹⁴ Simon Hegelich, Invasion der Meinungs-Roboter (Anm. 10), S. 3.

¹⁵ Johannes Simon, Das postfaktische Virus; in: *taz online*, 31. Januar 2017, www.taz.de/!5375708/

¹⁶ Karsten Schmehl, 7 der 10 erfolgreichsten Artikel über Angela Merkel auf Facebook sind Fake News; in: *Buzzfeed News*, 27. Juli 2017, www.buzzfeed.com/karstenschmehl/die-top-fake-news-ueber-angela-merkel?utm_term=.ls5ZeqRLR#.jszZ5aqrq

¹⁷ <https://www.mimikama.at/allgemein/anleitung-fakes-erkennen/>