

Jaster / Lanius | Die Wahrheit schafft sich ab

[Was bedeutet das alles?]

Romy Jaster / David Lanius

Die Wahrheit schafft sich ab

Wie Fake News Politik machen

Reclam

RECLAMS UNIVERSAL-BIBLIOTHEK Nr. 19608

2019 Philipp Reclam jun. Verlag GmbH,

Siemensstraße 32, 71254 Ditzingen

Gestaltung: Cornelia Feyll, Friedrich Forssman

Druck und Bindung: Kösel GmbH & Co. KG,

Am Buchweg 1, 87452 Altusried-Krugzell

Printed in Germany 2019

RECLAM, UNIVERSAL-BIBLIOTHEK und

RECLAMS UNIVERSAL-BIBLIOTHEK sind eingetragene Marken

der Philipp Reclam jun. GmbH & Co. KG, Stuttgart

ISBN 978-3-15-019608-3

Auch als E-Book erhältlich

www.reclam.de

Inhalt

Einleitung 7

1. Die Erfolgsgeschichte von Fake News 13
 - Fake News in der Brexit-Kampagne 14
 - Trump und Fake News 14
 - Die Lage in Deutschland, russische Einflussnahme
und linke Fake News 17
 - Die fatalen Folgen von Fake News 21
 - Ein alter Hut? 22

2. Was sind Fake News? 26
 - Der Mangel an Wahrheit: Falsche und irreführende
Berichte 27
 - Der Mangel an Wahrhaftigkeit: Lügen und Bullshit 29
 - Fake News: Die Checkliste 31
 - »Ihr seid Fake News!« 33
 - Was Fake News *nicht* sind 35
 - Ein alter Hut – einerseits! 46

3. Warum Fake News leichtes Spiel haben 48
 - Bad news is good news 50
 - Bestätigungsfehler und kognitive Dissonanz 54
 - Verschörungstheoretisches Denken 58
 - Informationskaskaden 61
 - Konformitätskaskaden 64
 - Echokammern und Gruppenpolarisation 68
 - Und was ist mit Filterblasen? 71
 - Digitaler Tribalismus 74
 - Psychologie und soziale Medien 77

4. Wie Fake News Politik machen	81
Machtspiele, Propaganda und strategische Desinformation	81
Mut zur Wahrheit?	87
5. Was tun?	92
Warum wir Lösungen brauchen	92
Wie erkennt man Fake News im Einzelfall?	94
Faktenchecks – schwierig, aber nötig	97
Einfach löschen?	100
Was dann?	102
Anmerkungen	109
Kleines Glossar	123
Zu den Autoren und Danksagung	127

Einleitung

Seit dem Erscheinen von Thilo Sarrazins Bestseller *Deutschland schafft sich ab* im Jahr 2010 ist in Deutschland etwas ins Rutschen geraten. Bis zum heutigen Tage wurde das Buch über 1,5 Millionen Mal verkauft und in Feuilletons, Talkshows und dem Internet lang und breit diskutiert.¹ Vielen gilt das Erscheinen des Buches als Zäsur.

Im Verlauf der Debatte wurde deutlich: Ein Teil der Gesellschaft fühlte sich dem politischen Mainstream nicht mehr zugehörig und von den Volksparteien nicht mehr vertreten. Sarrazin war auf einen Schlag zum Ventil und Sprachrohr all jener geworden, die grundlegend unzufrieden waren »mit den Zuständen im Land, mit der Einwanderung und den Muslimen«. Und die Unzufriedenen stellten fest: »Wir sind viele!«

Der Feind, das sind die Eliten. Sarrazin, so der Historiker Volker Weiß, inszeniert sich meisterhaft als »Widerstandskämpfer gegen eine angeblich gleichgeschaltete öffentliche Meinung«. Viele sind ihm gefolgt. Heute sprechen Politiker der Alternative für Deutschland (AfD) von einer »Gegenöffentlichkeit«, die sich formiert habe – und greifen damit, ob bewusst oder unbewusst, einen zentralen Begriff der 68er-Bewegung auf.² Ihre Diskurse spielen sich seit Sarrazins schriftstellerischem Durchbruch und dem Aufstieg der AfD zunehmend sowohl im Internet als auch im öffentlichen Raum ab: Man will sich darüber austauschen, was schiefläuft im Land.

Die bisherigen Leitmedien haben bei diesen Menschen einen schlechten Stand.³ »Lügenpresse, halt die Fresse!« ist ein beliebter Schlachtruf, wenn sich der Ärger der Unzu-

friedenen auf Protesten Luft macht. Medienvertreter werden als willfährige Gehilfen der Politik gesehen – gleichgeschaltet und von oben gesteuert.

Im Zusammenspiel mit den uneingeschränkten Sendungsmöglichkeiten des Internets hat sich diese Mischung aus Unzufriedenheit, politischer Heimatlosigkeit und Medienverachtung als hochexplosiv erwiesen. Menschen können sich im Netz ungebremst in Rage reden, sich gegenseitig in ihren Ansichten bestärken, korrigierende Einflüsse ausblenden und sich immer tiefer in eine Weltsicht hineinsteigern, durch die sie sich zunehmend vom Rest der Gesellschaft entfernen.

In diesem Klima florieren Falschmeldungen und Irreführungen: Wenn die Standards für gute Berichterstattung selbst in Misskredit geraten, Menschen sich in den sozialen Medien über die Geschehnisse in der Welt informieren und die Leitmedien ihre *Gatekeeper*-Funktion (deutsch: Torwächter-Funktion)⁴ verlieren, dann haben Fake News leichtes Spiel.

Die Verunsicherung, die Fake News auslösen, ist immens. Weltweit glaubt über die Hälfte der Menschen, von der Politik in die Irre geführt zu werden. In den USA sind immer mehr Menschen davon überzeugt, dass die großen Zeitungen und Fernsehsender politisch motivierte Falschmeldungen verbreiten.⁵ In Deutschland ist das Problem weniger dramatisch. Doch auch hierzulande ist fast jeder Dritte überzeugt, häufig oder regelmäßig Opfer bewusster Falschmeldungen zu sein. Zugleich zeigt sich ungefähr die Hälfte der Deutschen unsicher, wie man Fake News von richtigen Nachrichten unterscheiden könne.⁶

Dazu kommt: Immer mehr Menschen haben Schwierigkeiten, sich in der Fülle der verfügbaren Informationen zurechtzufinden. Im Internet sucht sich jeder seine »eigene Wahrheit« – und wird fündig. Fake News sind immer nur einen Klick entfernt. Kaum jemand nimmt sich mehr die Zeit, sich umfassend zu informieren. Fake News finden daher im Internet ihr perfektes Habitat.

Die durch Fake News hervorgerufene Verunsicherung spielt jenen in die Hände, die ein Interesse daran haben, Angst, Desinformation und Chaos zu verbreiten. Alternative Nachrichtenkanäle und Internetseiten bringen gezielt und mit großem Erfolg Unwahrheiten in Umlauf. Wenn gesamtgesellschaftliche Gewissheiten erodieren, wenn Menschen sich fragen, wem sie noch trauen können, wenn Staat, Wissenschaft und Leitmedien ihre Informationshoheit verlieren, dann bilden sich soziale Parallelwelten, die neue Machträume eröffnen. Wer es schafft, Chaos anzurichten, der schwächt damit seinen Gegner. Fake News werden gezielt eingesetzt, um Politik zu machen.

Doch von wem? Die Antworten fallen unterschiedlich aus, je nachdem, in welchem politischen Lager man fragt. Auf der einen Seite verleiht der US-Präsident Donald Trump seit Januar 2017 einen Preis für Fake News,⁷ um die Berichterstattung einzelner US-amerikanischer Medien zu brandmarken, und die AfD bekämpft mit den Schlagworten »Fake News« und »Lügenpresse« die Leitmedien.

Auf der anderen Seite rufen die großen Medien und auch viele kleinere Organisationen Faktenchecks ins Leben, um der Flut an Fake News aus dem rechten Spektrum Herr zu werden: Die Zeitungen *Guardian* und *New York Times* dokumentieren akribisch die Falschaussagen Trumps, wäh-

rend der *Faktenfinder* der ARD und das unabhängige Recherchezentrum *Correctiv* die der AfD sammeln und richtigzustellen versuchen.

Doch obwohl der Begriff in aller Munde ist, herrscht wenig Einvernehmen darüber, was Fake News überhaupt sind. In den Medien und in wissenschaftlichen Veröffentlichungen häufen sich die unterschiedlichsten Definitionen und Charakterisierungen.

In jüngster Zeit sind daher Zweifel an der Brauchbarkeit des Begriffs aufgekommen. Claire Wardle, Forschungsdirektorin am *Tow Center for Digital Journalism* der *Columbia University* in New York, hält den Begriff »Fake News« für wenig hilfreich – selbst dann, wenn man ihn in Anführungszeichen verwendet.⁸ Der Gründer und Chef der US-amerikanischen Faktencheckseite *Snoopes*, David Mikkelson, nannte den Begriff sogar »nutzlos« und warb dafür, sich eine neue Begrifflichkeit auszudenken.⁹ Während das *Oxford Internet Institute* inzwischen lieber von »Junk News« spricht,¹⁰ empfiehlt das Unterhaus des britischen Parlaments die Rede von »Fake News« ganz aufzugeben: »Fake News« könne dem Bericht des Hauses zufolge derartig viele verschiedene Phänomene benennen, dass es besser sei, ganz allgemein von »Desinformation« zu sprechen.¹¹

Klar ist aber auch: Will man den Einfluss von Fake News messen, diskutieren oder eindämmen, helfen Anführungszeichen oder ein neuer Name nicht weiter. Bevor man den Schaden von Fake News abschätzen und praktische oder juristische Gegenmaßnahmen ergreifen kann, muss man wissen, womit man es zu tun hat. Unabhängig davon, wie man das Phänomen benennt, ob man von »Fake News«, »Junk News« oder einer speziellen Art der »Desinforma-

tion« redet: Es führt kein Weg daran vorbei, sich zunächst mit dem Phänomen selbst zu beschäftigen, es zu analysieren und möglichst genau zu umreißen.

Fake News, so viel steht fest, haben irgendwie mit irreführender Berichterstattung zu tun, mit Falschmeldungen und Verschwörungstheorien, Desinformation und Propaganda, mit journalistischen Fehlern, Fahrlässigkeit und einer problematischen Haltung zur Wahrheit, mit der Digitalisierung, den sozialen Medien und mit mazedonischen Teenagern, die mit erfundenen Netzinhalten auf Klicks und Profite abzielen. Und natürlich haben Fake News mit dem globalen Aufstieg der Rechtspopulisten und der »Ära Trump« zu tun, in der »Fake News« als politischer Kampfbegriff verwendet wird, um unliebsame Berichterstattung zu diskreditieren.

Das Problem, vor das uns Fake News stellen, ist komplex. In diesem Buch werden wir die unterschiedlichen Dimensionen des Problems nach und nach ausleuchten. Am Ende des Buches wird klar geworden sein, was Fake News sind, wieso sie im Zeitalter der Digitalisierung leichtes Spiel haben, wer sie aus welchen Gründen verbreitet und was man ihnen entgegensetzen kann. Beginnen wollen wir mit einem Überblick über den erstaunlichen Erfolg, den Fake News in den letzten Jahren zu verzeichnen hatten. Denn was sich in Deutschland als Reaktion auf Sarrazins Bestseller gezeigt hatte, war Teil eines globalen Trends.

1. Die Erfolgsgeschichte von Fake News

Kaum ein Jahr ist für die Geschichte von Fake News so bedeutsam wie das Jahr 2016. Gleich zweimal binnen zwölf Monaten beeinflussten Falschmeldungen und irreführende Berichte wichtige politische Wahlentscheidungen und damit das Leben von Millionen Menschen.

Am 23. Juni sollten die Wählerinnen und Wähler in Großbritannien darüber abstimmen, ob das Vereinigte Königreich die Europäische Union verlassen sollte oder nicht. Fast alle Experten hielten es für undenkbar, dass die Briten sich für einen Austritt entscheiden könnten. Doch als am Morgen des 24. Juni die Stimmzettel ausgezählt waren, hatte eine knappe Mehrheit für den »Brexit« gestimmt.

Kein halbes Jahr später, am 8. November, wählten die Amerikaner völlig überraschend Donald Trump zum 45. Präsidenten der USA. Wieder hatte kaum ein Experte oder Meinungsforscher den Erfolg Trumps für möglich gehalten.

Sowohl Trump als auch die Brexit-Kampagne hatten *Cambridge Analytica* engagiert, eine Agentur, die im Internet gezielt Menschen aufgrund ihrer Interessen und Neigungen mit politischer Werbung ansprach.¹ Gleichzeitig verbreitete sich sowohl in den traditionellen Medien als auch im Internet eine Vielzahl von Unwahrheiten. Falsche und irreführende Meldungen fluteten die Newsfeeds.

Fake News in der Brexit-Kampagne

Nigel Farage, der damalige Chef der britischen Independence Party und eine der Schlüsselfiguren der Brexit-Kampagne, ließ kurz vor dem Brexit-Votum Plakate kleben, auf denen eine große Menge arabisch aussehender Menschen zu sehen war.² Darunter stand der Slogan: »We must break free of the EU and take back control of our borders«. Das Plakat sollte suggerieren, eine große Masse arabischstämmiger Wirtschaftsmigranten sei im Begriff, nach Großbritannien zu strömen. Tatsächlich zeigte das Bild jedoch Flüchtlinge, die die Grenze zwischen Kroatien und Slowenien überschreiten.

Handfeste Lügen verbreitete ein Bus der Brexit-Kampagne, der vor dem Referendum durch Großbritannien rollte. Jede Woche, so stand dort in großen Lettern zu lesen, würden im Falle eines EU-Austritts 350 Millionen Pfund in den nationalen Gesundheitsdienst zurückfließen – Geld, das die britische Regierung bis dato angeblich wöchentlich nach Brüssel überwiesen hatte. Während Nigel Farage später zugab, eine falsche Zahl verbreitet zu haben, wiederholte der konservative Politiker und Brexit-Befürworter Boris Johnson bis zuletzt die Falschinformation und bezeichnete den Betrag sogar als zu niedrig.³

Trump und Fake News

Auf die Spitze getrieben wurde die Missachtung der Wahrheit im kurz darauf folgenden US-Wahlkampf. Donald Trumps Tweets über steigende Mordraten, vergewaltigen-

de Mexikaner, Chinas Erfindung des Klimawandels, die Besucherzahlen bei seiner Amtseinweihung oder massenhaften Wahlbetrug zugunsten seiner Rivalin Hillary Clinton umfassen inzwischen Tausende nachweisbarer Falschaussagen. Immer wieder befeuerte Trump das Gerücht, Clinton sei gesundheitlich ungeeignet für die Präsidentschaft. Zudem trug er maßgeblich zur Verbreitung der sogenannten »Birther-Verschwörungstheorie« bei, der zufolge sein Vorgänger im Präsidentenamt, Barack Obama, kein amerikanischer Staatsbürger sei. Auch als Präsident ist Trumps Umgang mit der Wahrheit bis heute so lax, dass Journalisten in Washington verzweifeln. So sagte Zachary Wolf, der Digital Director von CNN Politics, in einem Interview: »Das ist es, was es so schwierig macht, über Trump zu berichten: Was meint er, wenn er Worte sagt?«⁴

Auch Trumps Anhänger verbreiteten Fake News und Verschwörungstheorien. Ein besonders extremes Beispiel ist die sogenannte »Pizzagate-Verschwörung«: Der Legende nach waren Mitglieder der Demokraten und die Besitzer einer Washingtoner Pizzeria in die Geschäfte eines Kindersexrings involviert. Die erfundene Geschichte wurde vom Verschwörungstheoretiker Alex Jones auf seiner Seite *Infowars* und einer Reihe weiterer, überwiegend russisch geführter Webseiten geteilt. Sie erregte unter anderem deshalb großes Aufsehen, weil der Fall einen bewaffneten Zivilisten auf den Plan rief, der in der fraglichen Pizzeria auftauchte, um auf eigene Faust Ermittlungen anzustellen.⁵

Der Hunger nach Fake News, Verschwörungstheorien und anderen Falschinformationen war groß in dieser Zeit. Im Laufe des Wahlkampfes wurde offensichtlich, dass deren Verbreitung nicht nur politisches, sondern auch erheb-

liches kommerzielles Potenzial hat. Ein Großteil der Fake News zum US-Wahlkampf 2016 kam aus Osteuropa. Das kleine Dorf Veles in Mazedonien machte aus der Erfindung und Verbreitung von Fake News ein florierendes Geschäftsmodell und verdiente mit Pro-Trump-Webseiten Tausende Dollars.⁶

Und die Tatsachen? Die hatten es schwer gegen die emotionsgeladenen Falschmeldungen. Trump und sein Team vertraten sogar ganz offen den Standpunkt, Gefühle seien wichtiger als Fakten. Symptomatisch dafür ist die Diskussion des republikanischen Politikers Newt Gingrich und der Journalistin Alisyn Camerota über die niedrigen Verbrechensraten in den USA:⁷

CAMEROTA. Das Land ist sicherer, und [die Verbrechensrate] ist niedrig.

GINGRICH. Nein, das ist Ihre *Meinung*.

CAMEROTA. Es ist eine Tatsache.

GINGRICH. Nein. Was ich gesagt habe, ist auch eine Tatsache. [...] Die derzeitige Ansicht ist, dass Liberale eine ganze Reihe von Statistiken haben, die theoretisch richtig sein mögen, aber nicht dort, wo Menschen sind. Die Leute haben Angst. [...]

CAMEROTA. [...] Mr. Speaker, Sie sagen, indem Liberale diese Zahlen verwenden, verwenden sie eine Art magischer Mathematik. Aber das ist die FBI-Statistik. Das FBI ist keine liberale Organisation.

GINGRICH. Nein, aber was ich gesagt habe, ist ebenso wahr. Die Leute fühlen es.

CAMEROTA. Sie *fühlen* es, ja, aber die Fakten unterstützen es nicht.

GINGRICH. Als politischer Kandidat werde ich mich daran halten, wie sich die Menschen fühlen. Halten Sie sich gern an die Theoretiker.

Ähnlich selbstbewusst wie Gingrich präsentierte Trumps Beraterin Kellyanne Conway den offen nachlässigen Umgang des Trump-Teams mit der Wahrheit. In einem Interview wurde Conway auf eine falsche Aussage von Trumps Pressesprecher Sean Spicer angesprochen. Dieser hatte behauptet, es seien mehr Besucher auf Donald Trumps Amtseinweihung gewesen als auf der von Barack Obama. Mit der Lüge konfrontiert, antwortete Conway, Spicer habe mit seiner Aussage lediglich »alternative Fakten« angeboten.⁸

Trump selbst begegnet seit seiner Wahl Fake-News-Vorwürfen, indem er den Spieß umdreht und seinerseits sowohl einzelne Berichte als auch ganze Medienhäuser wie CNN und MSNBC als »Fake News« bezeichnet. Einen vorläufigen Höhepunkt fanden diese Entwicklungen, als Trumps Anwalt Rudy Giuliani in einem Interview den bemerkenswerten Satz »Truth isn't truth« von sich gab.⁹

Die Lage in Deutschland, russische Einflussnahme und linke Fake News

Gingrich und Conway sind mit ihren verstörenden Ansichten über die Rolle der Wahrheit in der Politik nicht allein. Auf beiden Seiten des Atlantiks sprechen immer mehr Politiker von »gefühlten Wahrheiten«, die wichtiger seien als die objektiven Tatsachen.

In Deutschland lassen sich bei der AfD etliche Nachahmungen des Trump'schen Vorgehens entdecken. Zum Beispiel verteidigte sich der Berliner AfD-Politiker Georg Pazderski in einer Fernsehsendung des RBB auf die Frage, warum er von steigenden Kriminalitätsraten unter Ausländern rede, obwohl es dafür keinerlei Anhaltspunkte gebe, mit den Worten: »Das, was man fühlt, ist auch Realität.«¹⁰ Wie Trump, Gingrich und Conway bedient sich die AfD unhaltbarer Provokationen und irreführender Stereotype, um im Zentrum der Aufmerksamkeit zu bleiben – ungeachtet der Wahrheit der Aussagen.

Immer wieder ist dabei eine Art Schulterchluss zwischen der AfD und Russland zu beobachten. Ein Beispiel ist der Fall der 13-jährigen russischstämmigen Lisa, die im Januar 2016 auf ihrem Schulweg in Berlin-Marzahn verschwand. Zwar tauchte sie am nächsten Tag wieder auf; allerdings hatten ihre Eltern sie zu diesem Zeitpunkt bereits als vermisst gemeldet. Der Polizei gegenüber gab Lisa fälschlicherweise an, von »Südländern« vergewaltigt worden zu sein. Diese Falschinformation kursierte in den sozialen Medien auch dann noch weiter, als längst zweifelsfrei geklärt worden war, dass Lisa weder von Südländern noch von sonst irgendwem entführt oder vergewaltigt worden war. Mithilfe einiger russischer Staatsmedien verbreitete sie sich schließlich so weit, dass sich sogar der damalige russische Außenminister Sergei Lawrow einschaltete.¹¹

Der Fall ist deshalb interessant, weil er zeigt, dass die Verbreiter von Fake News gut vernetzt sind und in manchen Fällen staatenübergreifend zusammenwirken. So verbreiten die russischen Staatsmedien RT (früher *Russia To-*

day) und *Sputnik* auch international strategische, politisch motivierte Desinformation: Vor der Präsidentschaftswahl in Frankreich im Frühjahr 2017 streuten sie beispielsweise Unwahrheiten über Emmanuel Macrons Privatleben, unter anderem, dass er homosexuell sei.¹² Dass Russland die Wahlen in Frankreich beeinflussen wollte, ist heute genauso gut belegt wie im Falle des US-Wahlkampfes wenige Monate zuvor.¹³

Natürlich sind Falschmeldungen, Verschwörungstheorien und Desinformation kein Alleinstellungsmerkmal russischer Propaganda-Medien und rechtspopulistischer Politik-Karrieristen. Auch im linksprogressiven Spektrum haben Fake News die Runde gemacht.

Zu Beginn der US-Wahlkampagne wurde beispielsweise ein Meme massenhaft geteilt, demzufolge Trump dem *People Magazine* 1998 gesagt habe, er würde im Fall einer Präsidentschaftskandidatur für die Republikaner antreten, weil sie die dümmsten und leichtgläubigsten Wähler hätten.¹⁴ Im Gegensatz zu der Unmenge an Unglaublichkeiten, die Trump im Laufe der Jahre tatsächlich von sich gegeben hat, war dieses Zitat jedoch nur eine Erfindung.

Reaktionen und erste Maßnahmen

Die Fülle an Fake News hat etliche Reaktionen provoziert. Nahezu überall erörtern Diskussionsrunden und Think Tanks die Frage, wie man das Problem in den Griff bekommen kann. Forschungsprojekte versuchen, die Effekte von Fake News auf Politik und Gesellschaft zu bestimmen. Faktencheck-Organisationen tun ihr Möglichstes, Fake News

durch Richtigstellungen beizukommen. Und dennoch: Obwohl Fachleute überall auf der Welt darum bemüht sind, Fake News zu bekämpfen, zirkulieren sie fröhlich weiter. Auf Facebook und Twitter sind Fake News sogar erfolgreicher als wahre Nachrichten; sie verbuchen mehr Interaktionen in Form von Likes, Shares und Klicks.¹⁵

Zwar sehen sich mittlerweile einige Internetkonzerne mit der Forderung konfrontiert, gegen Fake News vorzugehen. Ihr Erfolg jedoch ist mäßig. Das mag einerseits an einer gewissen Zögerlichkeit der Firmen liegen, in dieser Sache Geld in die Hand zu nehmen. Andererseits ist es nicht so einfach, unter Millionen von Nachrichten und Kommentaren Fake News zu identifizieren. Facebook etwa setzt spezielle Algorithmen ein und beschäftigt Hunderte Menschen, die von Hand das Netzwerk nach Falschmeldungen durchkämmen.¹⁶ Darüber hinaus arbeitet das Unternehmen mit einer Reihe von Faktencheck-Organisationen zusammen. Bislang ist es jedoch weder Facebook noch den anderen Internetkonzernen gelungen, das Problem zu lösen.

Die Folgen konnte man vor der Bundestagswahl 2017 auch in Deutschland beobachten. Laut einer Untersuchung des Internetportals *Buzzfeed* waren im Wahlkampf vor allem erfundene Schlagzeilen über Angela Merkel erfolgreich.¹⁷ Diese lauteten zum Beispiel: »Angela Merkel: Deutsche müssen Gewalt der Ausländer akzeptieren« oder »Manipulation: Merkel zensiert ARD-Tagesschau«.

Im Jahr der Bundestagswahl 2017 erhöhte die deutsche Politik daher den Druck auf die Internetkonzerne und erließ ein Gesetz, das Hetze und Fake News im Internet eindämmen soll. Das *Netzwerkdurchsetzungsgesetz* (NetzDG) verpflichtet die Anbieter sozialer Netzwerke dar-

auf, transparent mit Beschwerden über rechtswidrige Inhalte umzugehen, diese innerhalb von sieben Tagen zu löschen und halbjährlich über die ergriffenen Maßnahmen zu berichten.¹⁸

Das Gesetz ist jedoch umstritten. Einige Journalistenorganisationen – darunter *Reporter ohne Grenzen* und der *Deutsche Journalistenverband* – sehen durch das Gesetz die Meinungsfreiheit gefährdet. Zugleich ist der Einflussbereich des Gesetzes begrenzt, da es nur jene Fake News adressiert, die einen Straftatbestand erfüllen, etwa Verleumdung oder Volksverhetzung. Die riesige Menge »einfacher« Lügen und Täuschungsversuche ist davon unbetroffen. Doch auch solche Fake News haben einen erheblichen Einfluss und werden zunehmend genutzt, um die Öffentlichkeit in die Irre zu führen.

Die fatalen Folgen von Fake News

Im Jahr 2016 saß der pakistanische Verteidigungsminister der Falschmeldung auf, Israel bedrohe Pakistan mit einem nuklearen Angriff. In Reaktion auf die vermeintliche Drohung kündete er seinerseits einen Atomschlag auf Israel an.¹⁹ Zum Glück blieb es bei einem diplomatischen Zwischenfall. Was Fake News bewirken können, macht der Fall jedoch unmissverständlich klar.

In Indien forderten Fake News bereits Todesopfer. Dort verbreiteten sich 2018 über den Nachrichtendienst *WhatsApp* falsche Berichte über angebliche Kindesentführungen und den Handel mit deren Organen. Auch gefälschte Videos der Entführungen und Bilder von zerstückelten Kin-

dern waren im Umlauf. Die Hysterie über diese Berichte führte schließlich dazu, dass mindestens 20 Menschen zu Tode geprügelt wurden, weil man sie für mögliche Entführer hielt. Dutzende weitere Menschen wurden verletzt.²⁰

Auch in Deutschland hatten Fake News Gewaltausschreitungen zur Folge. Im Spätsommer 2018 wurde bei einem Stadtfest in Chemnitz ein Deutscher erstochen. Die mutmaßlichen Täter waren ein Syrer und ein Iraker. Anschließend kam es in der Stadt zu gewalttätigen Demonstrationen rechter Gruppierungen. Fake News kamen ins Spiel, als die Meldung die Runde machte, zu der Tat sei es gekommen, weil das Opfer eine Frau gegen einen sexuellen Übergriff verteidigt habe. Wie die Polizei kurz darauf erklärte, gab es keinerlei Anhaltspunkte für diese Behauptung. Doch nachdem das Internetportal *Tag24* die Meldung wenige Stunden nach der Tat veröffentlicht hatte, gab es kein Halten mehr: Der Bericht war in der Welt und heizte die ohnehin schon brodelnde Stimmung an. Es kam zu gewaltsamen Ausschreitungen und Übergriffen auf ausländisch aussehende Menschen.²¹

Ein alter Hut?

Seit Menschen sprechen können, lügen sie sich gegenseitig an. Wir täuschen einander, gehen anderen auf den Leim und geben vor zu sein, was wir nicht sind. Menschen haben seit eh und je Gerüchte gestreut, Intrigen gesponnen und einander in die Irre geleitet. Schon berittene Boten überbrachten Falschmeldungen. Die antiken Athener versuchten die ionischen Städte Kleinasiens zu dominieren, indem

sie die Lüge verbreiteten, jene seien athenische Gründungen. Viele Fürstenhöfe unterhielten während der italienischen Renaissance spezielle Kanzleien, die Falschnachrichten erfanden und sie im Volk verbreiteten.²² Für den Philosophen Niccolò Machiavelli (1469–1527) beruhte erfolgreiche Politik sogar auf der Kunst des Betrugs und der Fälschung.²³

Als Paradebeispiel für diese Art von Politik wird häufig der Nationalsozialismus angeführt, in dem politische Lügen und Propaganda an der Tagesordnung waren. Man denke nur an die Geschichte vom Überfall auf den Sender Gleiwitz, der 1939 den Zweiten Weltkrieg auslöste. Der *Völkische Beobachter* schrieb damals, die Polen hätten sich dazu »hinreißen lassen, die Reichsgrenze zu überschreiten, einen deutschen Sender zu überfallen, und die Kriegsfackel an ein Pulverfaß zu legen«. Dabei war den meisten Zeitgenossen völlig klar, dass es keine »polnische Meute« war, die den Überfall verübt hatte, sondern eine SS-Abteilung.²⁴

Doch nicht nur totalitäre Regime nutzen Lügen, um ihre politischen Interessen durchzusetzen. Die US-Regierung unter George W. Bush behauptete 2003 ohne jeden Anhaltspunkt die Existenz von Massenvernichtungswaffen im Irak und rechtfertigte damit einen Krieg.²⁵ Auch die externe Einflussnahme auf Wahlen durch gezielte Desinformation ist eine altbekannte Praxis.²⁶ Sowohl die USA als auch die Sowjetunion versuchten während des Kalten Krieges unter dem Stichwort »hybride Kriegsführung« immer wieder Wahlen in anderen Ländern zu beeinflussen.²⁷

Sogar das für uns so selbstverständlich erscheinende Ideal der journalistischen Objektivität ist sehr viel jünger, als man meinen würde. Vor dem 19. Jahrhundert war die

Berichterstattung durchweg stark meinungsgefärbt. Dies änderte sich erst, als 1835 die Zeitung *New York Herald* und zeitgleich die erste Presseagentur *Havas* gegründet wurden. Es sollte dennoch bis zur Jahrhundertwende dauern, bis sich Nachrichtenmedien allgemein zum Ziel setzten, möglichst objektiv und wahrheitsgemäß aktuelle Informationen zu vermitteln: Erst Anfang des 20. Jahrhunderts setzte sich allgemein so etwas wie ein journalistisches Ideal der Wahrhaftigkeit durch, an dem Nachrichtenmedien gemessen wurden.²⁸

Natürlich berichtet kein Journalist vollkommen objektiv. Wie alle Menschen nehmen Journalisten die Welt vor dem Hintergrund ihrer eigenen Weltsicht, Erfahrungen und Einstellungen wahr. Im Normalfall stellt das kein allzu großes Problem dar und lässt sich durch gutes journalistisches Handwerk in den Griff bekommen. Lassen sich Journalisten jedoch allzu sehr von ihrer Weltsicht leiten, kommt es zu einem Phänomen, das in der Psychologie als *Medienbias* bezeichnet wird.²⁹ Unter einem Bias versteht man eine systematische Neigung zu Wahrnehmungs-, Erinnerungs-, Denk- und Urteilsfehlern. Im Deutschen bezeichnet man Biases auch häufig als »kognitive Verzerrungen«. Durch einen Medienbias kommt es zu Berichterstattungen, die durch die Weltsicht der berichtenden Journalisten stark eingefärbt oder verzerrt sind.

Darüber hinaus kommt es im journalistischen Geschäft auch immer wieder zu bewussten oder irrtümlichen Falschmeldungen – sogenannten »Enten«. Im Jahr 1964 ist das der Deutschen Presseagentur (dpa) unterlaufen. Per Eilmeldung gab sie bekannt: »Der sowjetische Ministerpräsident Chruschtschow ist am Montag 20.19 MEZ, vier Tage

vor seinem 70. Geburtstag, an den Folgen einer akuten Hephocapalytirosises plötzlich gestorben (nach Tass).«³⁰ 15 Minuten später folgte die nächste Eilmeldung, die den Bericht zurücknahm. Doch zu diesem Zeitpunkt hatte sich die Nachricht bereits wie ein Lauffeuer verbreitet. Hier zeigt sich also schon ein Phänomen, vor das uns auch die heutigen Fake News stellen: Ist die aufregende Falschheit einmal in der Welt, haben Richtigstellungen kaum noch eine Chance.

Lug und Trug, Irreführungen, Propaganda und Desinformation, Auslassungen, Verzerrungen und Irrtümer – all das hat es seit jeher gegeben. Waren das auch schon alles Fake News? Sind Fake News in Wirklichkeit ein alter Hut? Warum reden jetzt alle darüber? Wie schafft man es, Fake News zu erkennen und von anderen Arten problematischer Berichterstattung zu unterscheiden? Oder gibt es gar nichts zu erkennen und der Ausdruck »Fake News« ist nichts weiter als ein politischer Kampfbegriff?

Um diese Fragen zu beantworten, müssen wir einen genaueren Blick darauf werfen, was Fake News sind. Nicht alles, was in den Medien oder in den sozialen Netzwerken schiefeht, ist ein Fall von Fake News. Und Fake News sind auch nicht einfach Falschmeldungen, Lügen oder Propaganda. Stattdessen sind Fake News Nachrichten, die ganz bestimmte Mängel aufweisen. Nachdem man sich klargemacht hat, welche Mängel das sind, ergeben sich die Antworten auf unsere Fragen von ganz allein.