



## Fake News – Es ist kompliziert.

**Artikel von Claire Warden, erschienen am 17. März 2017 in First Draft.  
Übersetzt aus dem Amerikanischen. Zur besseren Lesbarkeit wird im Folgenden auf die Anpassung des Artikels an geschlechtergerechte Sprachformen verzichtet.**

[...] Inzwischen sind wir uns alle einig, dass der Begriff „Fake News“ alles andere als hilfreich ist. Ohne eine Alternative bleibt uns jedoch nichts Anderes übrig, als ihn trotzdem ungeschickt und mit Anführungszeichen versehen zu verwenden. Auch einen alternativen Ausdruck zu finden ist problematisch, denn es geht hier um mehr als nur um Nachrichten. Es geht um das gesamte Informations-Ökosystem. Hinzu kommt, dass das Wort „fake“ (zu Deutsch „falsch“) nicht einmal ansatzweise die Komplexität der verschiedenen Arten von Fehlinformationen und Desinformationen widerspiegelt. Fehlinformationen beschreiben das unbeabsichtigte Verbreiten von falschen Informationen, Desinformationen hingegen das absichtliche Erfinden von wissentlich falschen Informationen und deren Verbreitung.

[...] Wir befinden uns im Krieg. Einem Informationskrieg. Natürlich sollten wir uns Sorgen machen, wenn Menschen (einschließlich Journalisten) unwissentlich Fehlinformationen verbreiten. Weitaus besorgniserregender sind jedoch die systematisch geplanten Desinformationskampagnen, mit denen vorsätzlich falsche Informationen in Umlauf gebracht werden. Soziale Netzwerke ermöglichen [...] die gezielte Verbreitung von propagandistischen „Informationsteilchen“. Diese erreichen somit genau die Nutzer, die eher dazu neigen oder gewillt sind, bestimmte Nachrichten und Inhalte anzunehmen und sie weiterzuberbreiten.

Sobald diese Personen unwissentlich Artikel, Bilder, Videos oder Memes, die irreführend oder sogar erfunden sind, geteilt haben, erscheinen diese auf dem Social Media Feed ihrer Kontakte. Diese vertrauen aller Wahrscheinlichkeit nach der Person, die den ursprünglichen Post erstellt hat und teilen diesen daraufhin selbst. Diese „Informationsteilchen“ rasen dann mit Höchstgeschwindigkeit durch das Informations-Ökosystem, angetrieben von den scheinbar vertrauenswürdigen Peer-to-Peer-Netzwerken. Dies ist weitaus besorgniserregender als die von profitgierigen mazedonischen Teenagern erstellten Webseiten für Fake News.

### Die verschiedenen Arten der Fehl- und Desinformationen

[...] Meiner Meinung nach gibt es sieben unterschiedliche Arten von problematischen Inhalten in unserem Informations-Ökosystem. Diese können auf einer Skala eingeordnet werden, die grob abmisst, wie stark oder schwach die Täuschungsabsicht ist.



## 7 Arten von Fehl- und Desinformationen



### Satire oder Parodie

Inhalte wurden nicht erstellt, um Schaden zu verursachen, können aber irreführend sein.



### Irreführende Inhalte

Informationen, die auf irreführende Weise verwendet werden, um einem Thema oder einem Individuum etwas anzuhängen.



### Betrügerische Inhalte

Quellen, die lediglich vorgeben, authentisch zu sein.



### Erfundene Inhalte

Neue Inhalte, die überwiegend falsch sind und mit der Absicht erstellt wurden, zu täuschen oder Schaden zu verursachen.



### Falsche Verknüpfungen

Überschriften, visuelle Inhalte oder Bildunterschriften stimmen nicht mit den Inhalten überein.



### Falsche Zusammenhänge

Authentische Inhalte, die mit falschen Informationen in Zusammenhang gesetzt und weiterverbreitet werden.



### Überarbeitete Inhalte

Authentische Inhalte oder Bilder, die überarbeitet wurden, mit der Absicht zu täuschen.

## Warum werden diese Inhalte erstellt?

[...] Anfang Januar besuchte ich einen Vortrag von Eliot Higgins in Paris, in der er vier „Ps“ vorstellte, die die verschiedenen Beweggründe für das Erstellen solcher Inhalte erklären. Ich habe hierüber [darüber] lange nachgedacht und zusätzlich zu Eliots ursprünglichen Beweggründen vier weitere Ps hinzugefügt: poor journalism, d.h. schlechter Journalismus, Parodie, Provokation, Passion, Parteilichkeit, Profit, politischer Einfluss oder politische Macht und Propaganda [...].

## Desinformationen Checkliste

	Satire oder Parodie	Falsche Verknüpfungen	Irreführende Inhalte	Falsche Zusammenhänge	Betrügerische Inhalte	Überarbeitete Inhalte	Erfundene Inhalte
Schlechter Journalismus		✓	✓	✓			
Parodie	✓				✓		✓
Provokation					✓	✓	✓
Passion				✓			
Parteilichkeit			✓	✓			
Profit		✓			✓		✓
Politischer Einfluss oder Politische Macht			✓	✓		✓	✓
Propaganda			✓	✓	✓	✓	✓



## Verbreitungsmechanismen

Letztlich müssen wir auch in Betracht ziehen, auf welche Weise diese Inhalte verbreitet werden. Manche werden unabsichtlich auf sozialen Netzwerken von Menschen verbreitet, die auf „Teilen“ klicken, ohne die Fakten zu prüfen. Andere werden von Journalisten vervielfältigt, die heute mehr denn je unter Druck stehen, Informationen aus dem Social Web zu entschlüsseln und sorgfältig und in Echtzeit über diese zu berichten. Wiederum andere werden von entfernt miteinander vernetzten Gruppen in Umlauf gebracht, die absichtlich versuchen, die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Zu guter Letzt gibt es Informationen, die im Rahmen professionell organisierter Desinformationskampagnen mithilfe von Bot-Netzwerken und Troll-Fabriken verbreitet werden [...] [...] Das koordinierte und konstante Übermitteln von Nachrichten kann unser Gehirn leicht täuschen, da es aufgrund der überwältigenden Masse an Informationen, die tagtäglich an unseren Augen vorbei rast, ohnehin schon erschöpft ist und immer mehr auf heuristische<sup>1</sup> Schlussfolgerungsmethoden angewiesen ist. Somit werden mehrere Nachrichten zum gleichen Thema von unserem Gehirn als glaubwürdig interpretiert. Wir sagen uns, es muss wahr sein – ich habe diese Behauptung heute bereits mehrere Male gesehen. Auch mit visuellen Inhalten gehen wir weitaus weniger kritisch um. Das gleiche gilt für Informationen, die mit unseren bestehenden Ansichten übereinstimmen und diese bestätigen. Und letztlich ist unser durch den Informationsüberfluss bereits erschöpftes Gehirn viel leichter zu beeinflussen.<sup>2</sup>

## Was können wir tun?

Wir spielen alle eine fundamentale Rolle in diesem Ökosystem. Jedes Mal, wenn wir passiv Informationen akzeptieren oder Posts, Bilder und Videos teilen, ohne diese zu überprüfen, tragen wir zu dem Lärm und der Verwirrung bei. Das Ökosystem ist inzwischen so verseucht, dass wir Verantwortung übernehmen und eigenständig die Inhalte überprüfen müssen, die wir im Internet sehen. [...] Craig Silverman war bei der Radiosendung „On the Media“ zu Gast und sprach über die Notwendigkeit für emotionale Skepsis. Dem kann ich nur zustimmen. Hier geht es nicht nur darum, mehr Projekte für Nachrichtenkompetenz zu finanzieren, sondern den Menschen beizubringen, ihre instinktiven Reaktionen zu hinterfragen. Wenn Sie ein bestimmter Inhalt besonders wütend macht oder Sie sich auf die eigene Schulter klopfen (weil jemand ihren Standpunkt bestätigt), schauen Sie noch einmal genauer hin. Beim Essen wird einem geraten, man sollte 20 Minuten warten bevor man sich Nachschlag nimmt, da es eine Weile dauert bis das Gehirn die Signale vom Magen empfangen hat. Für Informationen gilt ein ähnliches Prinzip. Sie müssen nun nicht unbedingt 20 Minuten warten bis Sie auf „Teilen“ klicken, doch 2 Minuten wären wahrscheinlich schon ratsam. Wir befinden uns in einer entscheidenden Phase. Um die Situation, in der wir uns befinden, voll und ganz begreifen zu können, müssen wir den Ernst der Lage erkennen und wissen, was wir eigentlich bekämpfen. Mit dem Begriff „Fake News“ um uns zu schmeißen, wird uns nicht weiterbringen – selbst wenn wir ihn in Anführungszeichen setzen.

<sup>1</sup> heuristisch = altgriech. für = aufdeckend, entdeckend. analytisches Vorgehen, bei dem mit begrenztem Wissen über ein System mit Hilfe mutmaßender Schlussfolgerungen Aussagen über das System getroffen werden.

<sup>2</sup> Siehe hierzu Lexikon Von Push bis Print → Backfire Effekt, Confirmation Bias, Falschinformationseffekt, False Consensus Wahrnehmung, Hostile Media Effekt, Kognitive Dissonanz, Multiple Source Effekt, Selective Exposure, Third Person Effekt.