

HINTERGRUNDPAPIER

zu Fake News

Seit dem Präsidentschaftswahlkampf in den USA 2016 ist ein Phänomen in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt: sogenannte Fake News. Nach der Wahl Donald Trumps zum US-Präsidenten begann eine öffentliche Debatte darüber, ob gefälschte Nachrichten in sozialen Netzwerken für aktuelle politische Entwicklungen verantwortlich sind.

Die Befürchtung lautet, dass politische, religiöse und ideologische Gruppierungen oder ausländische Staaten das Internet nutzen, um Falschmeldungen in die Welt zu setzen, die ein verzerrtes Bild der Realität zeichnen. Dort würden sie ungeprüft tausendfach geteilt und so die Bevölkerung manipulieren.

Auf europäischer Ebene wurde Anfang 2018 eine Expertengruppe zum Thema eingesetzt, die über mögliche Mittel gegen Fake News beraten soll. Auch in einzelnen Mitgliedstaaten gibt es bereits Überlegungen für erste Maßnahmen: Im Februar hat etwa Frankreich einen Gesetzesvorschlag präsentiert, mit dem gegen Fake News vorgegangen werden soll.

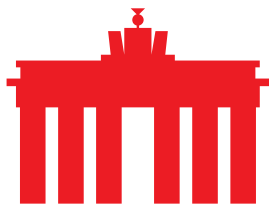
Vor diesem Hintergrund hat eco den bisherigen Kenntnisstand über Fake News und die Maßnahmen, die zur Bekämpfung des Phänomens diskutiert werden, zusammengetragen und aufbereitet.

1. Was sind Fake News?

Für den Begriff „Fake News“ existiert keine einheitliche Definition. Es gibt verschiedene Erklärungsansätze mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung, die jedoch im Wesentlichen alle auf dasselbe hinauslaufen. Hier soll der Begriff so verstanden werden, wie die Stiftung Neue Verantwortung (SNV) ihn definiert. Sie versteht Fake News vor allem als Desinformation; sie unterscheidet dabei zwischen ausgedachten (fabricated content), manipulierten und missinterpretierten Inhalten.¹ Das bedeutet, dass neben direkten Lügen oder Verunglimpfungen bestimmter Personen auch Nachrichten mit einem wahren Kern verbreitet werden, oder es handelt sich um wahre Nachrichten, die bewusst missinterpretiert werden, um bei den Empfängern einen verzerrten Eindruck hervorzurufen.

Nicht gemeint sind hier solche Nachrichten, über die aus unterschiedlichen Blickwinkeln berichtet wird und die als Fake News empfunden werden, weil sie nicht die eigene Interpretation eines Geschehens widerspiegeln.

¹ <https://www.stiftung-nv.de/de/publikation/deutschland-vor-der-bundestagswahl-ueberall-fake-news>



2. Wie funktionieren Fake News?

Gezielte Falschmeldungen gab es in der Geschichte zwar schon immer (dazu unten mehr), der Begriff „Fake News“ als solcher soll bereits um 1890 in England als Bezeichnung für solche in Zeitungen benutzt worden sein. Im Zeitalter des Internets kommt jedoch die Möglichkeit der gezielten, systematischen und einfachen massenweisen Verbreitung als Problem hinzu. Fake News sind meistens in Aufmachung, Titel und Argumentation so zugespitzt konstruiert, dass sie sofort Aufmerksamkeit erregen. Ziel ist dabei, dass sie so oft wie möglich (idR in sozialen Netzwerken) geteilt werden.

Um die Falschmeldungen besonders effizient zu streuen, kommen auch häufig sogenannte Social Bots zum Einsatz: Bots sind Computerprogramme, die automatisiert bestimmte Aufgaben erfüllen, im Falle von Social Bots imitieren sie das Verhalten von Menschen im Netz. Sie vervielfältigen technisch gesteuert Informationen – entweder gezielt anhand von Signalwörtern oder allgemein für Nachrichten ausgewählter Personen. Dadurch können Nachrichten rasend schnell „viral gehen“; außerdem werden so Themen in der Öffentlichkeit größer gemacht als sie eigentlich sind. Ziel des Einsatzes von Social Bots ist nicht nur, die Aufmerksamkeit anderer Nutzer zu erregen, sondern zu erreichen, dass ein Posting vom Algorithmus einer Social-Media-Plattform als interessant eingestuft und deshalb „nach oben“ gesetzt wird. Dadurch bekommen es noch mehr Nutzer zu Gesicht.

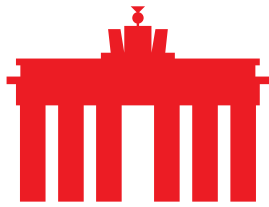
Die Urheber von Fake News verfolgen dabei unterschiedliche Zwecke: Neben politischen Zielen hat das Verbreiten von Falschmeldungen auch finanzielle Anreize. Im Internet werden Webseiten mit Falschmeldungen betrieben, bei denen es ausschließlich darum geht, mittels hoher Besucher-/Klickzahlen Werbeeinnahmen über Facebook und Google AdSense zu generieren.

Bekannter und gefährlicher sind Fake News allerdings als Mittel der „politischen Kriegsführung“ im Netz. Die Urheber haben eine klare politische, ideologische oder religiöse Agenda, die sie mit der gezielten Verbreitung von Falschmeldungen voranbringen wollen, indem sie die Nutzer in ihrem Sinne beeinflussen.

3. Welchen Einfluss haben Fake News auf die Nutzer?

Wie oft dieses Ziel aber tatsächlich erreicht wird, in welchem Umfang oder welcher Tiefe Falschmeldungen Einfluss auf die Wahrnehmung von Nutzern haben, ist in Deutschland noch nicht abschließend erforscht. Die Ergebnisse erster Studien aus den USA legen aber die Vermutung nahe, dass der Einfluss von Fake News auf die Meinungsbildung eher gering ist.²

² <https://shop.freiheit.org/#!/Publikation/692>



a) Häufigkeit

Auch was die Häufigkeit des Phänomens in Deutschland betrifft, gibt es noch keine belastbaren Studien, lediglich über Aussagen einer Nutzerbefragung³ im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) im Mai 2017 kann man zu einer ungefähren Einschätzung der Größenordnung des Problems kommen. Danach sind 59 Prozent der Befragten schon einmal auf Fake News im Netz gestoßen. Bei den jüngeren Befragten waren es sogar 77 Prozent. Allerdings gaben auch 39 Prozent der Befragten an, persönlich noch nie mit Falschmeldungen in Kontakt gekommen zu sein und nur 9 Prozent, schon häufiger Fake News gesichtet zu haben. Auch berichteten fast 45 Prozent der Nutzer, dass sie Meldungen aus dem Netz schon einmal selbst überprüft hätten. Unter den 14- bis 24-jährigen waren es sogar 62 Prozent.

Damit ist zwar belegt, dass es dieses Phänomen in Deutschland gibt; die Befragung zeigt aber auch, dass ein Problembewusstsein vorhanden ist.

Dieser Befund scheint vor allem für die jüngere Generation zuzutreffen, die mit dem Internet aufgewachsen ist; ihre Medienkompetenz scheint höher.

b) Reichweite

Auch die Reichweite der meisten Fake News ist als eher gering einzustufen: Die meisten Falschmeldungen, die von Organisationen wie Correctiv enttarnt wurden, wurden nur von einigen hundert bis tausend Nutzern geteilt und bleiben deshalb fast immer „unter dem Radar der Öffentlichkeit“.⁴

Es fällt auf, dass es in Deutschland kein Beispiel für eine prominente Falschmeldung gibt, die ihre Bekanntheit ausschließlich dem Internet verdankt. Es gibt hierzulande sehr wenig Fälle von Fake News, die überhaupt einer überregionalen Öffentlichkeit bekannt geworden sind. War dies aber der Fall, dann nur deswegen, weil auch etablierte Medien über die Netzmeldung berichtet hatten. Zu nennen sind etwa der „Fall Lisa“⁵ oder die Geschichte des angeblich vor dem Berliner Lageso verstorbenen Flüchtlings⁶. Auch das Gerücht, Flüchtlinge erhielten Bordell-Gutscheine⁷, erlangte eine gewisse Prominenz.

Dies lässt den Schluss zu, dass Fake News hierzulande nur dann eine hohe Reichweite erzielen können, wenn etablierte Medien in die Berichterstattung involviert sind.

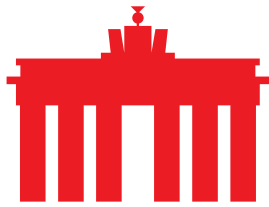
³ https://www.lfm-nrw.de/fileadmin/user_upload/Ergebnisbericht_Fake_News.pdf

⁴ <https://correctiv.org/echtjetzt/artikel/2017/09/25/wahlcheck17-zieht-bilanz-den-fake-news-keine-chance/>

⁵ https://de.wikipedia.org/wiki/Fall_Lisa

⁶ <http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2016-01/berlin-lageso-fluechtling-gestorben>

⁷ <https://www.n-tv.de/politik/Fluechtlinge-duerfen-nicht-gratis-in-den-Puff-article16918571.html>



c) Einfluss

Eine weitere Studie, die im Frühjahr 2017 in der Fachzeitschrift Media Perspektiven veröffentlicht wurde⁸, stützt den Verdacht, dass der Einfluss von Fake News auf die Bevölkerung nicht erheblich zu sein scheint und die Bevölkerung die Glaubhaftigkeit von Nachrichten oder medialen Angeboten sehr wohl differenziert betrachten und einschätzen kann. Die Verfasser der Studie führten eine repräsentative Bevölkerungsumfrage durch, in der eine mögliche Erosion des Vertrauens zwischen Medien und Publikum untersucht wurde.

Ein Ergebnis der Befragung lautete, dass Zeitungen und Rundfunk im Vergleich zum Internet als eher vertrauenswürdig eingeschätzt wurden. In der Veröffentlichung heißt es: „In Deutschland differenzieren viele Bürger, wenn sie entsprechend gefragt werden, zwischen verschiedenen Medienangeboten, und sie schenken in der Regel eher denjenigen Angeboten Vertrauen, die sie selbst regelmäßig nutzen. Skeptisch beurteilen sie die Glaubwürdigkeit politischer Nachrichten in sozialen Medien wie Twitter oder Facebook.“ Damit genießen die Plattformen, über die sich Fake News vorwiegend verbreiten, kein besonders hohes Ansehen.⁹

Daneben schreiben die Autoren: „Das Internet wird, wenn es als Gesamtmedium bewertet werden soll, von der Mehrheit als nicht besonders glaubwürdig eingeschätzt. Die meisten Nutzer sind sich offenkundig im Klaren darüber, dass sie im Internet zwischen mehr oder weniger seriösen bzw. vertrauenswürdigen Angeboten unterscheiden müssen. Bei keinem anderen abgefragten Medium ist der Anteil derjenigen, die mit „teils, teils“ auf die Frage nach der Glaubwürdigkeit antworten, so groß wie beim Internet.“ Außerdem kommen die Autoren zu dem Ergebnis, dass die Deutschen weit überwiegend etablierte Medienangebote nutzen. Sogar knapp 50 Prozent derer, die angaben, den etablierten Medien überhaupt nicht oder kaum zu vertrauen, nutzen trotzdem täglich öffentlich-rechtliches Fernsehen. 74 Prozent der Deutschen würden das Internet zumindest gelegentlich als Nachrichtenquelle nutzen und 28 Prozent dieser Online-Nutzer gaben an, täglich soziale Netzwerke wie Facebook zu besuchen, um sich über das aktuelle Geschehen zu informieren. Damit ist der Anteil derer, die sich überhaupt nachrichtliche Informationen über soziale Netzwerke holen, vergleichsweise gering. Noch viel geringer dürfte der Anteil derer sein, die sich ausschließlich über soziale Netzwerke informieren.

d) Wer glaubt an Fake News?

Die Studie aus der Zeitschrift Media Perspektiven kommt außerdem zu dem Ergebnis, dass Menschen, die den etablierten Medien nicht (mehr)

⁸ https://media-perspektiven/pdf/2017/0517_Schultz_Jackob_Ziegele_Quiring_Schemer.pdf

⁹ Zum gleichen Ergebnis kommt auch eine repräsentative Umfrage des Instituts Mentefactum zu zehn führenden Internet-Portalen – dem sogenannten „GPRA-Vertrauensindex“ – unter 1004 Verbrauchern in Deutschland im Auftrag des Verbandes der führenden Kommunikationsagenturen (GPRA).



vertrauen, eher anfällig für Verschwörungstheorien sind. Daraus lässt sich ableiten, dass auch eine höhere Anfälligkeit für Fake News besteht, da diese oft mit der Theorie spielen, dem Publikum sollten Fakten vorenthalten werden.

Zum selben Befund kommt eine Studie¹⁰ der Stiftung Neue Verantwortung (SNV): Sie untersuchte, wie hoch die Glaubwürdigkeit der Medien in der Bevölkerung eingeschätzt wird – und dann, ob diese Werte nach bestimmten Kriterien variierten. So fanden die Forscher heraus, dass sich die größten Abweichungen bei den Angaben nicht etwa nach dem Bildungsabschluss o.ä. ergaben, sondern nach dem Wahlverhalten. Sei die Glaubwürdigkeit der Medien bei den Wählern von CDU bis Grünen überdurchschnittlich hoch, zeige sich für Wähler der AfD und auch der Nichtwähler ein ganz anderes Bild. 70 Prozent der befragten AfD-Wähler hielten die Medien für wenig glaubwürdig bis unglaubwürdig. Und auch bei den Nichtwählern gehe die Tendenz in der Summe eher zur geringen Glaubwürdigkeit.

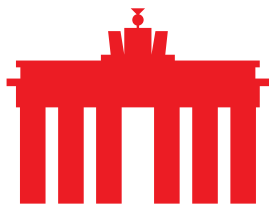
Gleichzeitig erhoben die Autoren der Studie bei der Mediennutzung dann für Wähler der AfD die höchsten Werte für Nutzung der sozialen Netzwerke, ganze 48 Prozent gaben an, diese täglich zu nutzen, bei allen Befragten insgesamt lag der Wert bei 28 Prozent.

Auch nannten die Autoren verschiedene bekanntere Fake News und ließen den Wahrheitsgehalt der Aussagen durch ihre Probanden einschätzen. Hierbei hielten etwa die Wähler der AfD alle der genannten Fake News viel häufiger für wahr als der Durchschnitt. Damit lässt sich aufzeigen, dass Menschen Aussagen dann viel eher für wahr halten, wenn sie ins eigene Weltbild passen. Die Stiftung Neue Verantwortung nennt dies den „Pippi-Langstrumpf-Effekt“ - ich mach mir die Welt, wie sie mir gefällt.

e) Existiert die Filter Bubble?

In diesem Zusammenhang wird oft die sogenannte Filter Bubble problematisiert. Die Theorie zur Filterblase geht so: Durch Algorithmen werden Nutzern sozialer Netzwerke größtenteils bis ausschließlich Nachrichten angezeigt, die sie interessieren und sie in ihrer Meinung bestätigen. So wird die Gesellschaft polarisiert. Außerdem soll die Wirkung von Fake News so verstärkt werden: Liest ein Nutzer vor allem diese falschen Nachrichten und nimmt die andere Veröffentlichungen nicht mehr wahr, misst er den Falschmeldungen auch einen ganz anderen Stellenwert zu. Damit wird eine Kausalität zwischen einem Algorithmus, also einem technischen Vorgang und der Entstehung von Überzeugungen unterstellt. Diese These dürfte kaum haltbar sein, vielmehr dürften die weitverzweigten Möglichkeiten, sich im Internet zu informieren dazu führen, dass sich bestimmte Nutzergruppen (s.o.) ihre Wahrheit zusammenbasteln und dazu ausschließlich Bausteine, in dem Fall Nachrichten, auswählen, die ihren

¹⁰ <https://www.stiftung-nv.de/de/publikation/verzerrte-realitaeten-%E2%80%9Efake-news-%E2%80%9C-im-schatten-der-usa-und-der-bundestagswahl>



ohnehin schon gefassten Überzeugungen entsprechen – es sich also viel mehr um ein subjektives Problem handelt.

Genau diesen Mechanismus kennt man auch aus der analogen Welt: Es ist aber für jedermann dermaßen selbstverständlich, dass Menschen die Zeitungen lesen, deren Meinungen sie selbst zuneigen oder sich vor allem mit Menschen austauschen, die ähnlich denken, dass niemand mehr darüber nachdenkt. Es ist sogar wahrscheinlicher, dass man im Netz einer anderen Meinung begegnet als in der analogen Welt; die Theorie der Filterblase lässt vollkommen außer Acht, dass im Netz alle Ansichten und Weltanschauungen sprichwörtlich „nur einen Klick entfernt“ sind. Es ist faktisch kaum möglich, sich im Netz zu bewegen, ohne irgendeiner Veröffentlichung zu begegnen, die nicht den eigenen Vorstellungen entspricht. Der Unterschied zur „normalen Welt“ besteht nur darin, dass das Phänomen im Netz durch die anfallenden Datenmengen zum ersten Mal sichtbar gemacht werden kann. Es wird nachvollziehbar, wer welchen Inhalt geteilt hat und welche Nutzer welche Inhalte wie nutzen oder bewerten. Das Nutzerverhalten kann objektiv erfasst werden. Wissenschaftler der Universität Amsterdam kamen 2016 in einer Überblicksstudie sodann auch zu dem Schluss, "dass es derzeit nur wenige empirische Belege gibt, die Sorgen um Filterblasen rechtfertigen."¹¹

f) Was ist der häufigste Inhalt von Fake News?

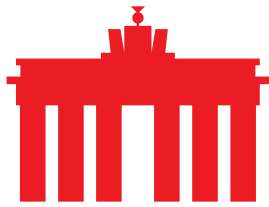
Die Erkenntnis zum „Pippi-Longstrumpf-Effekt“ korreliert mit der Tatsache, dass häufiger Inhalt von Fake News in Deutschland Meldungen im Kontext von Flüchtlingspolitik, Migration und Integration sind. Zu diesem Ergebnis kommt auch die SNV: „Analytisch gesehen sind „Fake News“ dabei vor allem als vorwiegend gezielt verbreitete falsche Informationen als Teil der Kommunikationsstrategie der Rechtspopulisten – sogenannte Desinformation – auf Social Media zugegen.“¹²

Sieht man sich dazu willkürlich Fälle richtiggestellter Gerüchte auf der Webseite „Hoaxmap“ an, fällt ebenfalls auf, dass es vor allem um regional verbreitete Falschmeldungen über angebliche (ungeahndete) Straftaten von Flüchtlingen geht.¹³ Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass das Problem der Fake News in Deutschland vor allem ein Phänomen am rechten Rand ist – und Menschen Fake News am ehesten glauben, wenn sie keine besonders hohe Medienkompetenz besitzen, eher rechts wählen und das Gefühl haben, den etablierten Medien nicht mehr vertrauen zu können.

¹¹ <http://www.zeit.de/2017/34/algorithmen-filterblase-meinungen-selbstbetrug> (Paywall)

¹² <https://www.stiftung-nv.de/de/publikation/verzerrte-realit%C3%A4ten-%E2%80%99Fake-news%E2%80%9C-im-schatten-der-usa-und-der-bundestagswahl>

¹³ Etwa hier: <https://www.suedkurier.de/nachrichten/baden-wuerttemberg/Fluechtlinge-Jeden-Tag-ein-neues-Geruecht-was-wirklich-dahinter-steckt;art417930.8426258> oder hier: <http://www.westfalen-blatt.de/Ueberregional/Artikel/2163551-Das-WESTFALEN-BLATT-prueft-die-Fakten-und-berichtet-Geruechte-Check-zum-Thema-Fluechtlinge>



g) Vergleich der Befunde mit dem Ausland, vor allem USA

Die derzeitige Debatte hat ihren Ursprung in den USA und wird vorwiegend auch von dortigen Fällen bestimmt. Der Präsidentschaftswahlkampf im Jahr 2016 war die Blaupause für die Diskussion um Fake News: Medien berichteten über die angebliche Einflussnahme von russischer Seite auf amerikanische Wähler via Facebook; Behauptungen, Hillary Clinton sei an einem Kinderschänder-Ring beteiligt, der im Keller einer Pizzeria in Washington D.C. sein Unwesen trieb, wurden tausendfach geteilt und schafften es bis in die überregionalen Medien.

In der Folge wurde viel geschrieben und diskutiert, inwiefern derartige Falschmeldungen einen Einfluss auf das Ergebnis der US-Wahl gehabt haben könnten. In Deutschland und Europa gab es Befürchtungen, sogenannte Trollfabriken (die wahrscheinlich von Russland gesteuert würden) könnten auch Einfluss auf hiesige Wahlen nehmen.

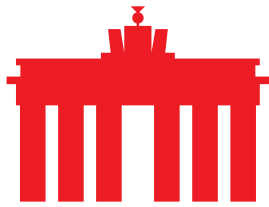
Es ist aber zu beachten, dass man es in den USA mit einer grundlegend anderen Situation zu tun hat: Hier hat sich das Wort der „alternativen Fakten“ gebildet, es geht eine Spaltung quer durch das Land. Holzschnittartig dargestellt: Auf der einen Seite berichten liberale Medien wie die New York Times oder die Washington Post über Vorgänge, auf der anderen der Fernsehsender Fox News oder das Nachrichtenportal Breitbart. Die Journalisten und Portalbetreiber haben eine so unterschiedliche Sicht auf die Welt, dass man sich teilweise nicht einmal mehr auf die Fakten einigen kann. Jede Seite beschuldigt die andere der Verbreitung von Fake News. Außerdem haben die USA mit Donald Trump einen Präsidenten, der in der Öffentlichkeit als gesichert geltende Umstände publikumswirksam über Twitter als Falschmeldungen bezeichnet. Das ist eine ganz andere Situation als in Deutschland, wo man sich über die Fakten (meistens) noch grundsätzlich einig ist; das Vertrauen der Deutschen in „die Medien“ ist ebenfalls immer noch hoch.

Und trotz der grundsätzlichen Unterschiede zur Situation in den USA kommen Forscher auch hier zum Ergebnis, dass Fake News wohl eher nicht in der Lage sein dürften, einmal gefasste Überzeugungen fallen zu lassen, sondern eher dazu führen, dass sich schon vorhandene Meinungen nochmals verfestigen.¹⁴ Sie gehen außerdem davon aus, dass Fake News – obwohl in aller Munde – wohl eher keinen Einfluss auf den Ausgang der Bundestagswahl gehabt haben dürften.¹⁵

Diesen Fakt sollte man sich bei der Bewertung der Größe des Problems unbedingt vor Augen führen.

¹⁴ http://www.ard.de/home/ard/Was_die_Wissenschaft_zu_Fake_News_sagt/3733254/index.html

¹⁵ <https://www.stiftung-nv.de/de/publikation/fake-news-die-methode>



h) Fake News – ein Phänomen des Internets?

Das Phänomen Fake News wird seit zwei bis drei Jahren in einer breiten Öffentlichkeit diskutiert. Das Problem ist hingegen nicht neu, neu ist nur der effiziente Ausbreitungskanal. Schon bevor das Internet existierte, gab es das Phänomen und zwar in vielen Gestalten: sei es als Propaganda in autoritären Regimen oder als Medienkampagnen, die gezielt falsche Informationen lanciert haben, um bestimmte – oft finanzielle – Ziele zu erreichen. Es gibt berühmte Fälle, in denen Unternehmen oder Lobbygruppen viele Hundert Millionen Dollar ausgegeben haben, um durch PR und Medien die öffentliche Wahrnehmung entscheidend zu beeinflussen (z.B. bei der „Tabaklüge“ und der „Zuckerlüge“). Auch Geheimdienste in den sozialistischen Staaten bedienten sich mit Vorliebe dieser Technik: bekannt geworden ist etwa die „desinformazia“ des KGB. „Fake News“ ist also nur ein „Labeling“ für ein bekanntes Phänomen.

Die Grenze zu aggressivem Lobbyismus, der bewusst Sachverhalte so verkürzt darstellt, dass beim Publikum ein falscher Eindruck entsteht oder Kunden unter Ausreizung rechtlicher Graubereiche falsche Tatsachen suggeriert, dürfte ebenfalls fließend sein.

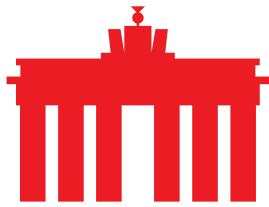
Ein prominentes Beispiel für Fake News, das es ganz ohne das Internet geschafft hat, sind die Zweifel am Klimawandel. Die Wissenschaft ist sich hier ungewöhnlich einig: Es gibt die menschlich verursachte Erderwärmung. Die Wissenschaftshistorikerin Naomi Oreskes hat zwischen 1993 und 2003 in 928 Publikationen in Fachzeitschriften zum Schlüsselwort "globale Klimaveränderung" nicht eine einzige Veröffentlichung gefunden, die sich gegen diese Erkenntnis wandte¹⁶; Forscher aller Länder betonen seit Jahren, dass alle Untersuchungen keinen anderen Schluss zulassen.

Trotzdem gibt es vor allem in den USA eine breite Bewegung, die diese Entwicklung leugnet. Finanziert von der Öl- und Kohle-Industrie wird trotz aller Gegenbeweise ab Ende der 80er Jahre überall propagiert, dass es den Klimawandel nicht gebe. Nach der Untersuchung von Naomi Oreskes wird dieser Standpunkt während des Zeitraumes ihrer Studie in jedem zweiten Radio- oder Fernsehbeitrag thematisiert. Dies sei so, weil die „liberalen Medien“, um ausgewogene Berichterstattung bemüht, „die Protagonisten der Desinformationskampagnen ausführlich zu Wort kommen“ lassen. Beim Publikum entsteht so der Eindruck, das Thema sei umstritten und Forschungsergebnisse ließen beide Schlüsse zu. Das dem nicht so ist, geht unter.

4. Wie erkennt man Fake News?

Skepsis ist angezeigt, wenn eine Nachricht sehr reißerisch und die Berichterstattung einseitig und tendenziös ist. Auch umgangssprachliche Wendungen, ein kruder Satzbau und Rechtschreibfehler können auf eine

¹⁶ <http://science.sciencemag.org/content/306/5702/1686.full>



unseriöse Quelle hinweisen. Bei Zweifeln hilft es, die Nachricht zurückzuverfolgen: Wie sieht die Seite aus, auf der sie erschienen ist? Hat die Seite ein Impressum? Ist der URL richtig? Wenn eine Nachricht über ein Profil in einem sozialen Netzwerk gepostet worden ist, sollte man sich ansehen, ob das Profil viele Freunde hat, es neu angelegt wurde oder schon länger besteht und was für Beiträge und Nachrichten sonst auf dem Profil veröffentlicht worden sind. Ein neu angelegtes Profil mit wenig Freunden spricht gegen ein reales Profil. Auch sollte man skeptisch sein, wenn sich alle Beiträge und Postings nur um ein Thema drehen, das spricht gegen die Darstellung der Lebenswirklichkeit einer realen Person. In vielen Fällen dürfte außerdem ein Faktencheck weiterhelfen. Wurde die Geschichte auch auf etablierten Nachrichtenkanälen veröffentlicht? Was ist sonst im Netz darüber zu finden?

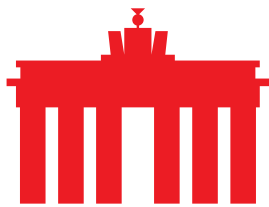
Wenn Bilder als vermeintliche Beweise angeführt sind, empfiehlt es sich, ähnliche Bilder im Netz zu suchen. Es sind nämlich viele Fälle bekannt, in denen Fotos realer Ereignisse im Nachhinein manipuliert worden sind. Evtl. kann auch eine Rückwärts-Suche bei Google Bilder hilfreich sein. Dasselbe gilt für Videos: Seit kurzer Zeit ist es auch möglich, Videosequenzen zu manipulieren.

5. Was kann man gegen Fake News tun?

a) Technische Ansätze

Als bequeme und effiziente Lösung für das Problem Fake News wird unter anderem vorgeschlagen, technische Filter einzusetzen, die Falschmeldungen automatisch erkennen und aussortieren können. Daraus ergibt sich zuallererst die Frage, ob es mit Hilfe der vorhandenen Technik überhaupt möglich ist, Fake News als solche zu erkennen.

In einer öffentlichen Anhörung Ende des Jahres 2017 befragten Abgeordnete des Europaparlaments Sachverständige mehrerer Länder auch zu diesem Thema. Die Experten sind sich in ihren Antworten dahingehend einig, dass man zwar technisch in der Lage sei, Fake News relativ sicher zu erkennen. Von einer hundertprozentigen Treffsicherheit geht aber fast kein Experte aus, schließlich handele es sich um eine sehr komplexe Herausforderung, die eine vollautomatisierte Analyse der Quellen, der verwendeten Sprache, der transportierten Emotionen und des Inhalts beinhalte. Auf diesem Feld wird immer noch aktiv geforscht, die Forschung schließt Algorithmen, künstliche Intelligenz, Psychologie und Sprachwissenschaften ein. Constantinos Daskalakis, Professor am Massachusetts Institute of Technology, geht etwa davon aus, dass die aktuelle technische Entwicklung



noch nicht weit genug ist und man Fake News vielleicht mit einer Wahrscheinlichkeit von 90 Prozent identifizieren könnte.¹⁷

Deshalb ist eine rein technische Lösung klar abzulehnen. Solange keine Systeme existieren, die eine höchstmögliche Sicherheit bieten können, werden in vielen Fällen wahre Nachrichten gelöscht. Das wiederum bedeutet Zensur, die in einer freiheitlich-demokratischen Gesellschaft indiskutabel ist.

Aber auch wenn man annähme, dass in der Zukunft irgendwann die Technik so weit sein könnte, dass sie in der Lage wäre, Fake News mit einer enorm geringen Fehlerquote (absolute Sicherheit wird es nie geben) zu identifizieren, ist eine rein technische Lösung abzulehnen. Es ist nicht anzunehmen, dass die Bevölkerung einem Algorithmus vertrauen würde, auch dieser wird von Menschen programmiert. Wer also bestimmt, welche Faktoren dazu führen, dass eine Nachricht als Fake News klassifiziert wird? Wie lässt sich Zensur so sicher ausschließen? Vor allem aber sind Falschinformationen kein technisches Problem. Deshalb sollte die favorisierte Lösung auch keine technische sein. Durch die Möglichkeiten des Internets sind nur die Verbreitungswege schneller und effizienter geworden. Wenn man technisch ansetzen möchte, dann nur unterstützend.

Daneben würde der Versuch der vollautomatisierten Erkennung von Fake News bedeuten, dass die Unternehmen ihre Plattformen mit Hilfe technischer Filter proaktiv durchsuchen lassen müssten. Dies wiederum widerspricht diametral Artikel 15 der E-Commerce-Richtlinie, der eben das ausschließt.

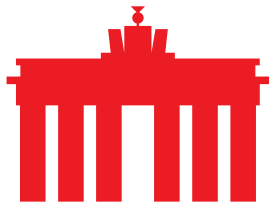
b) Bildung und Medienkompetenz

Wie bereits unter Punkt 4 dargelegt, gibt es valide Anhaltspunkte, die es jedem ermöglichen, Nachrichten zu überprüfen und dubiose Meldungen zu erkennen. Deshalb ist ein Weg gegen die Verbreitung einer falschen Wirklichkeit die Aufklärung über das Phänomen und Bildung von Medienkompetenz in allen Bereichen. Dies kann und muss schon in der Schule geschehen, aber auch über Medien und Plattformen müssen die Merkmale von Fake News verbreitet werden, um ein breites Publikum für das Phänomen zu sensibilisieren. Denkbar wäre aber auch eine Anleitung zur Überprüfung auf den Seiten aller sozialen Netzwerke, um auch dort eine Sichtbarkeit zu schaffen, wo das Phänomen gehäuft vorkommt.

Des Weiteren ist es wichtig, bereits in der Schule detailliert zu kommunizieren, wie die Inhalte auf Internetseiten zustande kommen: Was ist Werbung, was Selbstbeschreibung, was Meinung und wie sehen Nachrichten aus? Die Nutzer müssen in der Lage sein, Inhalten

¹⁷

http://www.europarl.europa.eu/cmsdata/133548/4.%20Daskalakis_Scientific%20and%20Technological%20Approaches%20for%20Detecting%20and%20Addressing%20Fake%20News.pdf



grundsätzlich kritisch zu begegnen und diese im Kontext des Angebotes einordnen und selbst überprüfen zu können.

c) Praktische Ansätze / Versuche der Unternehmen

Große Unternehmen haben schon auf das Phänomen reagiert: „The Trust Project“ beispielsweise bringt Nachrichtenseiten und Tech-Giganten zusammen, um Entstehung und Qualität von Nachrichten transparenter zu machen. Google setzt Qualitätsprüfer ein, die Suchergebnisse stichprobenartig überprüfen und hat seine Algorithmen so angepasst, dass unseriöse Seiten es schwerer haben sollen, in den Suchergebnissen aufzutauchen.

Mit verschiedenen Ansätzen testet Facebook gerade aus, wie sich das Phänomen am besten bekämpfen lässt. Unter anderem versuchte man es mit einer selbstlernenden Software; diese stütze sich auf Hinweise und Kommentare von Nutzern. So als verdächtig eingestufte Inhalte leitet das Unternehmen an externe Faktenprüfer weiter, in Deutschland an das gemeinnützige Recherchebüro Correctiv. Geplant war, Artikel automatisch um weitere Artikel zu ergänzen, die etwa eine Richtigstellung liefern, wenn die Prüfer den Wahrheitsgehalt einer Nachricht anzweifeln. Ganz aktuell möchte das Netzwerk laut einem Bericht der Zeit¹⁸ aber dazu übergehen, seine Nutzer zu fragen, ob sie eine Nachrichtenquelle kennen und wenn ja, ob sie ihr vertrauen. Die Gemeinschaft zu fragen, sei die objektivere Lösung. Nachrichtenquellen, die Nutzer als vertrauenswürdig einstufen, sollen dann eine Priorität im Algorithmus bekommen.

Daran schließt die Frage an, wie die Netzwerke mit als kritisch eingestuften Beiträgen umgehen sollen.

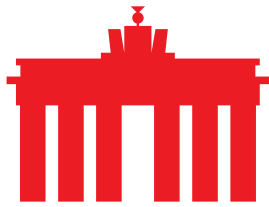
Zwei Wissenschaftler der Universität Mainz¹⁹ schlagen hierzu in einem Gutachten im Auftrag der Friedrich-Naumann-Stiftung vor, einen Warnhinweis zu dem Zeitpunkt einzublenden, wenn ein solcher Beitrag geteilt wird. So würde dem Nutzer die Verantwortung übertragen, den Beitrag zu prüfen. Die Experten halten dieses Vorgehen für erfolgversprechender als das Ausflaggen einer Meldung mittels Einblendung eines Warnhinweises, da sich ein Nutzer durch diesen in seiner autonomen Entscheidungsfreiheit eingeschränkt fühlen könnte; der Warnhinweis würde so möglicherweise eher einen gegenteiligen Effekt verursachen.

d) Regulierungsbedarf für Social Bots?

In den letzten Monaten sind immer wieder Stimmen laut geworden, die fordern, Social Bots zu verbieten. Dies wird als ergänzende Maßnahme für die Eindämmung von Fake News gesehen.

¹⁸ <http://www.zeit.de/digital/internet/2018-01/Facebook-nutzer-qualitaet-entscheidung-falschmeldungen-fake-news>

¹⁹ <https://shop.freiheit.org/#!/Publikation/692>



Es erscheint zunächst nachvollziehbar, ein Werkzeug verbieten zu wollen, das unter anderem für die massenhafte Verbreitung falscher Informationen verantwortlich ist. Dabei gerät aber aus dem Blick, dass ein Social Bot an sich neutral ist und auch für sinnvolle Zwecke genutzt werden kann und genutzt wird, etwa als Online-Assistent bei Banken oder Versicherungen. Auch praktisch wäre eine Regulierung kaum handhabbar: Vielen Bots liegt keine besonders komplizierte Technologie zugrunde, sie basieren nicht auf komplexen Algorithmen. Überall im Netz lässt sich problemlos kostenlose Software finden, um einen Bot zu programmieren.

Außerdem: Vor dem Hintergrund, dass ausländischen Geheimdiensten oder anderen Staaten der Versuch der Einflussnahme über die Verbreitung von Falschmeldungen mittels Social Bots vorgeworfen wird, würde eine auf Deutschland bezogene Regulierung nicht weit führen.

Ein Verbot wäre also wenig zielführend. Aber auch die Überlegung, den „Missbrauch von Bots“ unter Strafe zu stellen, führt am Ende ins Leere: Hier würde sich die Frage stellen, was Missbrauch ist und was gerechtfertigt. Wann liegt eine Falschmeldung vor und wann darf eine solche gelöscht werden? Hier ergeben sich dann dieselben Probleme, die es bei der aktuellen Rechtslage bereits zu bedenken gibt (siehe Punkt 6).

e) Rolle der Medien

Auch die etablierten Medien spielen beim Thema Fake News eine zentrale Rolle. Das betrifft zum einen die Reichweite einer Meldung: Falschmeldungen verbreiten sich vor allem dann überregional, wenn sie von seriösen Zeitungen oder Nachrichtenportalen aufgenommen werden. Das kann einmal geschehen, indem die Journalisten selbst auf die falsche Nachricht hereinfließen oder indem eine nachgewiesenermaßen falsche Meldung richtiggestellt wird. Diesem Zusammenhang müssen sich Medienschaffende bewusst sein.

Zum andern hängt der Glaube an Falschmeldungen, wie oben dargestellt, maßgeblich mit dem Vertrauen in die Medien zusammen. Damit liegt hier ein wesentlicher Ansatzpunkt im Kampf gegen Fake News. Dazu muss der Qualitätsjournalismus weiter gefördert werden: Das Vertrauen der Deutschen in ihre Medien ist zwar vergleichsweise groß, aber in der letzten Zeit nachweisbar gesunken. Bestimmte Gruppen Menschen wenden sich ab, weil sie sich im öffentlichen Diskurs nicht mehr vertreten, gehört oder ernst genommen fühlen.

Die größte Herausforderung für die Medien wird deshalb darin bestehen, verlorenes Vertrauen zurückzugewinnen (und dafür zu sorgen, dass nicht noch mehr Vertrauen verloren geht.) Nach der „Kölner Silvesternacht“ zum Beispiel entstand bei vielen Menschen durch die zögerliche Berichterstattung in den Tagen danach der Eindruck, missliebige Nachrichten sollten zensiert werden.

Medienschaffende müssen für solche Stimmungen sensibel sein und dagegen anarbeiten. Denn wenn Leser oder Nutzer den Meldungen „ihrer“



Zeitungen, Radiosender, Internetportale etc. Glauben schenken und prinzipiell darauf vertrauen, dass ihnen keine Informationen vorenthalten oder Zusammenhänge falsch oder gar nicht dargestellt werden, wird dem Phänomen Fake News schon teilweise der Boden entzogen.

6. Aktuelle Rechtslage

Eine etwaige Löschung falscher Nachrichten muss natürlich auch rechtlich klar geregelt sein. Nach derzeitiger Rechtslage (E-Commerce-Richtlinie und TMG) muss ein Hostprovider dann löschen, wenn er Kenntnis von einem rechtswidrigen Inhalt auf seiner Plattform erlangt (Art. 14 E-CRL, § 10 TMG). Dies ist bei Fake News problematisch.

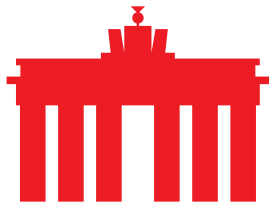
Klar ist die Rechtslage bei Persönlichkeitsrechtsverletzungen: Wird eine Falschbehauptung aufgestellt und verbreitet, greift zum einen das Strafrecht: Meistens handelt es sich dann nach § 186 um üble Nachrede, nach § 187 um Verleumdung oder nach § 188 StGB um üble Nachrede oder Verleumdung gegen Personen des politischen Lebens. Deswegen kann der Urheber einer solchen Nachricht dann auch strafrechtlich belangt werden. Auch Nutzer eines Netzwerkes, die die Behauptung übernehmen und/oder (ohne klarstellende Kommentierung) weiterverbreiten, machen sich strafrechtlich angreifbar.

Zum anderen ist der Hostprovider nach geltender Rechtslage bereits jetzt verpflichtet, einen solchen Post zu löschen, sobald er Kenntnis von ihm erlangt.

Anders sieht es jedoch aus, wenn keine Persönlichkeitsrechte betroffen sind. Denn: Es existiert kein Gesetz, dass das Lügen per se verbietet. Wird durch eine Lüge niemand in seinen persönlichen Rechten verletzt, liegt (in der absoluten Mehrzahl der denkbaren Fälle) kein Gesetzesverstoß vor und demnach besteht auch keine Löschverpflichtung.

Gesetze auf europäischer wie auch auf nationaler Ebene, die eine Löschverpflichtung für Unternehmen im Falle von Fake News herbeiführen wollten, müssten also den Anwendungsbereich von zu löschenden Inhalten über die Rechtswidrigkeit hinaus erweitern.

Des Weiteren würde jedwede Regelung, die die Provider verpflichten würde, ihre Plattformen mit Hilfe technischer Filter proaktiv nach Fake News zu durchsuchen, diametral dem Regelungsgehalt des Artikel 15 der E-Commerce-Richtlinie widersprechen.



7. Aktuelle Entwicklungen auf EU-Ebene

Seitens der Kommission wird das Thema der Fake News genau verfolgt.²⁰ Zunächst hatte sich Vizepräsident Andrus Ansip zurückhaltend gezeigt und mehrfach betont, dass er kein Wahrheitsministerium wolle.

Im November gab Kommissarin Mariya Gabriel dann bekannt, dass sie Anfang 2018 eine Expertengruppe zum Thema einsetzen werde, eine Eurobarometer Umfrage für Anfang 2018 beauftrage und eine Konsultation starte (Frist endet am 23. Februar). Auch sollen mehrere Multistakeholder-Treffen stattfinden. Im Lichte der Tatsache, dass die EU-Kommission bis spätestens Mai 2018 die letzten Legislativvorschläge in dieser Legislaturperiode unterbreitet haben will, wird rasches Handeln vorausgesetzt.

Die Expertenkommission tagte im Januar erstmalig und soll ihre Arbeit bereits im Februar abgeschlossen haben.

Auch in einzelnen Mitgliedstaaten hat es bereits Überlegungen für erste Maßnahmen gegeben. Im Februar wurde z.B. in Frankreich ein Gesetzesvorschlag präsentiert, der eine rasche Herunternahme von Fake News insbesondere in Zeiten von Wahlen ermöglichen soll.²¹

Über eco

eco - Verband der Internetwirtschaft e. V. ist Interessenvertreter und Förderer aller Unternehmen, die mit oder im Internet wirtschaftliche Wertschöpfung betreiben. Der Verband vertritt derzeit mehr als 1.000 Mitgliedsunternehmen.

Hierzu zählen unter anderem ISP (Internet Service Provider), Carrier, Hard- und Softwarelieferanten, Content- und Service-Anbieter sowie Kommunikationsunternehmen. eco ist der größte nationale Internet Service Provider Verband Europas.

²⁰ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/fake-news>

²¹ <https://euobserver.com/tickers/140838>