

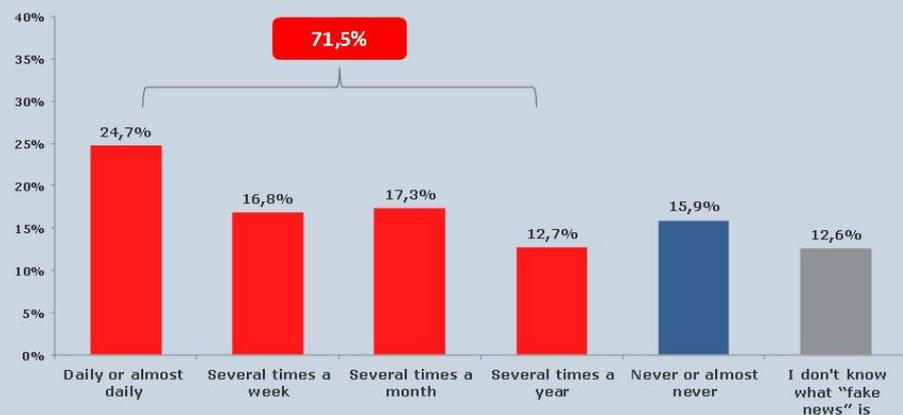
Jeder vierte Bulgare sieht täglich Fake News

REPRÄSENTATIVE UMFRAGE IM AUFTRAG DER KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG:
DESINFORMATION IST AKTUELLES POLITISCHES THEMA IN DEM BALKANLAND

„Fake News“ ist für viele Bulgaren ein Begriff: 72 Prozent der Befragten waren schon mit Falschnachrichten in den Medien konfrontiert, 25 Prozent nehmen Fake News zu politischen Themen sogar täglich wahr. Das ist das Ergebnis einer vom KAS-Medienprogramm Südosteuropa beauftragten repräsentativen Umfrage unter 1.024 Einwohnern über 18 Jahren. Ein Stimmungsbild zum Vertrauen in internationale Institutionen und Länder zeigt auch: Der EU wird mehr vertraut als Russland.

7 out of 10 Bulgarians see fake news about politics

How often do you see news that contains false facts connected with political topics ("fake news")?



Das Phänomen von Falschinformationen zu politischen Themen ist in Bulgarien bekannt: Nur 16 Prozent (alle Werte gerundet) der Befragten haben nach eigenem Bekunden noch nie oder fast nie Fake News in den Medien gesehen. Weitere 13 Prozent gaben an, nicht zu wissen, was ‚Fake News‘ sind. Das bulgarische Meinungsforschungsinstitut Alpha Research befragte im Auftrag der Konrad-Adenauer-Stiftung Ende Mai 2017 mehr als 1.000 Bulgarinnen und Bulgaren in einer repräsentativen Erhebung (Face-to-face-Interviews).

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

MEDIENPROGRAMM
SÜDOSTEUROPA
 CHRISTIAN SPAHR

Juni 2017

www.kas.de/medien-europa

Falschnachrichten werden am häufigsten von der mittleren Generation mit höherer Ausbildung aus größeren Städten wahrgenommen. Diese Bürger nehmen Informationen kritischer wahr. Von Menschen aus kleineren Wohnorten und mit niedriger Ausbildung sowie von Jüngeren werden Fake News seltener identifiziert. Insofern weisen die Zahlen auf anhaltenden Bedarf an Medienerziehung und politischer Bildung im Medienbereich hin.

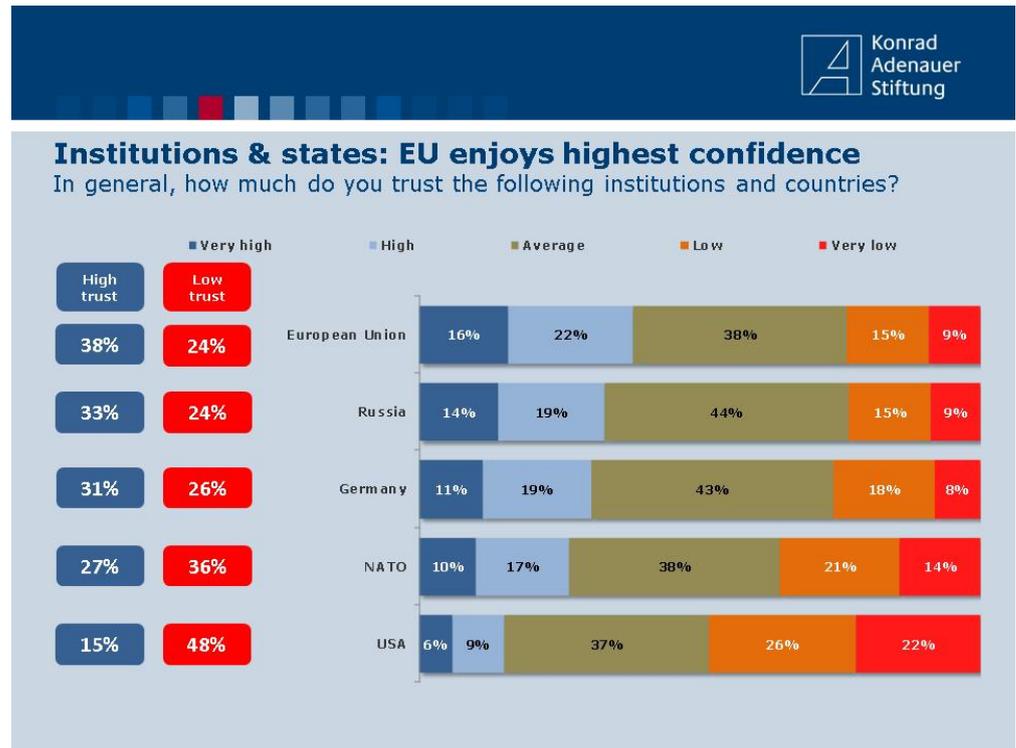
TV bleibt politische Nachrichtenquelle Nr.1 – nur jeder Sechste nutzt Printmedien

Auch die Mediennutzung war in der Umfrage ein Thema: Um sich über innenpolitische und internationale Nachrichten zu informieren, nutzen 91 Prozent der Befragten das Fernsehen – mit Abstand das führende Medium. Online-Nachrichtenportale folgen mit 24 Prozent, soziale Netzwerke wie Facebook und Twitter direkt dahinter auf Platz 3 mit 23 Prozent. Damit reißen sie sich vor den klassischen Printmedien ein, die nur jeder Sechste in Bulgarien als Nachrichtenquelle für Politik nutzt (18 Prozent). Nur 5 Prozent nutzen dafür die Websites der Regierung und anderer öffentlicher Institutionen. Bei dieser Frage ist erwartungsgemäß ein Unterschied zwischen den Altersgruppen zu beobachten: Von den Befragten zwischen 18 und 30 Jahren nutzt fast die Hälfte (46 Prozent) soziale Medien, um sich politisch zu informieren. Auch ein Stadt-Land-Gefälle wird deutlich: In Dörfern nutzen weniger als zehn Prozent Online-Nachrichtenportale als politische Informationsquelle, dafür hat das Radio mit 24 Prozent hier noch mehr Anhänger als in den Städten.

Eine Mehrheit der Bulgaren ist täglich im Internet aktiv, dennoch behält das Fernsehen bei redaktionellen Nachrichten seine überragende Stellung. Immer mehr Zuschauern reicht das Fernsehen nicht und sie suchen nach weiteren Quellen für politische Nachrichten. Soziale Medien haben für den politischen Diskurs bereits die gleiche Bedeutung wie professionelle Online-Medien. Journalisten haben kein Monopol als Nachrichtenanbieter mehr und müssen die Bürger wieder durch Qualität überzeugen. Besonders Printmedien und Radiosender müssen ihre Relevanz als Informationsquelle neu beweisen. Politische Institutionen sollten ihre Online-Angebote attraktiv gestalten und verstärkt in sozialen Netzwerken bewerben.

Höheres Vertrauen in EU als in Russland – der Unterschied ist aber nicht groß

Häufig wird der Begriff ‚Fake News‘ im gleichen Atemzug mit Propaganda genannt – der gezielten Beeinflussung der Öffentlichkeit durch Regierungen oder politische Organisationen. Um die geopolitische Komponente von Fake News einzubeziehen, thematisierte die Umfrage auch das Vertrauen der Bulgaren in internationale Institutionen und ausgewählte andere Staaten. Dabei zeigt sich ein gemischtes Stimmungsbild: So haben 38 Prozent der Bulgaren hohes bzw. sehr hohes Vertrauen in die Europäische Union, weitere 38 Prozent geben ein durchschnittliches Vertrauen in die EU an. Lediglich 24 Prozent vertrauen der EU „wenig“ oder „sehr wenig“. Nicht ganz so viele Bulgaren neigen dem früheren Bündnispartner Russland zu: Es kommt auf immerhin 33 Prozent hohes oder sehr hohes und 44 Prozent „durchschnittliches“ Vertrauen. Auch Deutschland genießt viel Vertrauen vonseiten der Bulgaren (31 Prozent hoch/sehr hoch, 43 Prozent „durchschnittlich“). Die USA kommen mit 15 und 37 Prozent auf geringere Werte. Zu 27 Prozent genießt die NATO hohes oder sehr hohes Vertrauen, zu 38 Prozent „durchschnittliches“ Vertrauen.



Geht es um die konkrete Frage nach der nationalen Sicherheit Bulgariens und wem in dieser Hinsicht vertraut wird, rücken bulgarische Akteure in den Vordergrund: So vertrauen 29 Prozent der Bulgaren ihren eigenen Sicherheitskräften. Ebenfalls 29 Prozent vertrauen dabei auf die EU, nur 20 Prozent der NATO und 18 Prozent auf Russland. Es waren Mehrfachnennungen möglich.

Anti-europäische Fake News werden von der EU-Kommission, NATO und wissenschaftlichen Instituten bereits umfassend analysiert. Aktuell ist es nicht nur nötig, Propaganda-Mechanismen öffentlich zu entlarven. Die EU muss auch einfache und klare Botschaften für soziale Netzwerke finden, um ihre Werte und die Vorzüge ihres politischen Modells deutlich zu machen – so das Fazit vieler von der KAS befragter Experten im Umfeld des südosteuropäischen Regierungssprecher-Verbandes SEECOM. Dabei dürfe die EU nicht nur Fakten kommunizieren, sondern müsse wieder mehr positive Emotionen wecken.

Die Ergebnisse der Umfrage des KAS-Medienprogramms Südosteuropa wurden am 27. Juni 2017 in Sofia vorgestellt – auf einer Konferenz in Kooperation mit dem Sofia Security Forum und der bulgarischen Stiftung Mediendemokratie (FMD). An Podiumsdiskussionen zu Fake News und Sicherheitspolitik nahmen Medien- und Kommunikationsexperten aus Bulgarien, Deutschland, Ukraine, Russland, Rumänien, Montenegro und der NATO teil. Journalisten, Diplomaten, Politikberater, Wissenschaftler und Bürger verfolgten die Debatten.

Mitarbeit: Lara Enste, Manuela Zlateva