

Berlin, April 2020

Hauptabteilung Analyse und Beratung
Abteilung Demokratie, Recht und Parteien



Informationen & Recherchen

Digitaler Faktencheck Desinformation

Daphne Wolter



Was ist Desinformation?

Von Desinformation spricht man, wenn Fakten vorsätzlich frei erfunden, manipuliert, falsch interpretiert und bewusst durch verschiedenen Methoden in den Umlauf gebracht werden. Im Alltag wird gerne der Begriff „Fake News“ für alles verwendet, was uns irgendwie falsch oder dubios erscheint. Leider ist der Begriff so zu einem politischen Kampfbegriff geworden („*You are fake news!*“). Der wissenschaftliche Überbegriff lautet daher „Desinformation“; Fake News sind diesem untergeordnet und eine von vielen Manipulationsarten.

Welche Arten von Manipulationsformen der Desinformation gibt es?

Fake News sind falsche und/oder irreführende Informationen, die in der Absicht, einer Person, Institutionen oder Organisationen zu schaden, in Umlauf gebracht werden. Es werden verschiedene Gerüchte und Falschmeldungen mit gefälschten „Beweisen“ versehen und zu einer Nachricht zusammengefasst. Entsprechende Beiträge von anderen Usern fließen in die vermeintliche „Beweiskette“ mit ein. So können ganze Fake Plots entstehen. Häufig werden auch Bilder einfach aus dem Zusammenhang gerissen, um so eine Geschichte gezielt zu verändern.

Deep Fakes sind eine Unterkategorie von Fake News, die die Überzeugungskraft audiovisueller Medien nutzen, um ihre manipulierende Wirkung zu erzielen. Es handelt sich hierbei um elektronisch modifizierte Bewegtbilder oder Fotos, die Personen und Ereignisse verändern oder simulieren.

Social Bots sind maschinell gesteuerte und programmierte Profile in sozialen Netzwerken. Sie geben vor, normale menschliche Nutzer zu sein, haben also meist ein Foto und einen erfundenen Namen. Ihr Ziel ist die Beeinflussung der sozialen Interaktion und der Meinungsbildung in sozialen Netzwerken durch das massenhafte Weiterleiten von Fake News.

Trolle sind menschliche User. Sie versuchen in sozialen Netzwerken gezielt Diskussionen zu stören oder zu unterbrechen. Trolle versuchen andere User als Trolle zu diffamieren, polarisieren und provozieren.

Warum sind Soziale Medien so anfällig für Desinformation?

Obwohl die Bedrohung durch Desinformation auch die öffentliche Wahrnehmung, Massenmedien und viele andere Bereiche betrifft, sind es die Social Media-Plattformen, die eine Schlüsselrolle dabei spielen. Facebook, Twitter und Instagram sind mittlerweile wichtige Nachrichtenlieferanten; das macht sie besonders anfällig für Falschnachrichten. Fake News haben so leichtes Spiel.

Online-Plattformen sind zu ihrer Finanzierung auf Werbeanzeigen angewiesen. Das Geschäftsmodell von Social Media basiert darauf, die Nutzer so lange wie möglich auf den entsprechenden Seiten zu halten, damit ihnen mehr Werbung angezeigt werden kann. Sie sind außerdem so programmiert, dass je mehr Nutzer Nachrichten (also auch

Fake News) teilen, liken oder sie sogar durch eine Kommentierung ergänzen, diese im Newsfeed weiter nach oben rücken und so an Glaubwürdigkeit gewinnen. Im Gegensatz zu den klassischen Medien fehlt in den Sozialen Medien ein journalistischer „Gatekeeper“, also jemand, der die Themen einordnet, erklärt und bewertet und an dieser Stelle dann auch Fake News aussortiert.

Wer sind die Täter?

Desinformationskampagnen werden von verschiedenen Personenkreisen und mit unterschiedlicher Motivation geführt: Desinformation mit einem politischen Hintergrund wird entweder direkt von staatlichen oder aber von nichtstaatlichen Akteuren organisiert. Ziel ist es, die Diskussionen über eine bestimmte politische Führungsperson oder eine Institution zu manipulieren. In Ländern ohne stabile demokratische Verhältnisse können z.B. Inhalte auch von den staatlich gelenkten Medien weiterverbreitet und so verstärkt werden.

Leider kann Werbung ein finanzielles Motiv für Desinformationskampagnen sein. Werbekampagnen zielen darauf ab, möglichst viel Datenverkehr zu generieren. So versuchen sie, durch manipulierte Inhalte zu erhöhten Besucherzahlen und damit zu höheren Klickzahlen auf ihren Werbeanzeigen zu kommen.

Auch Unterhaltung (im negativen Sinn) kann ein Motiv sein. Bewusste Provokationen, die uns ärgern und herausfordern sollen, sind leider seit langem ein Kennzeichen der sogenannten „Online-Kultur“. Meist haben entsprechende Kampagnen auch ein inhaltliches, also politisches oder ideologisches Ziel; das Vehikel ist aber auch hier die „Unterhaltung“, die es transportiert.

Was kann man dagegen tun, wie kann man sich schützen?

Digitale Desinformation wird uns erhalten bleiben. Sie wird sich mit dem weiteren digitalen Wandel auch weiterentwickeln und sich einen ewigen Wettlauf mit der „guten“ Seite liefern, die versucht, ihr durch verschiedene Maßnahmen Grenzen zu setzen:

Regulierungsansätze Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (<https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg/BJNR335210017.html>) ist seit Januar 2018 in Kraft und verpflichtet die Plattformbetreiber, Verantwortung für rechtswidrige Inhalte auf ihren Plattformen zu übernehmen. Eine Reform, die das Gesetz noch einmal präzisiert, ist bereits von der Regierung verabschiedet. Mit dem neuen Medienstaatsvertrag werden auf Länderebene weitere Verpflichtungen für die Plattformbetreiber festgelegt.

Medien- und Informationskompetenz muss für alle Altersstufen der Bevölkerung ausgebaut werden. Durch systematische Aufklärung und transparente Kompetenzvermittlung können staatliche Einrichtungen, Behörden und insbesondere Journalisten bei ihrer Berichterstattung, dazu beitragen, auf das Phänomen „Desinformation“ hinzuweisen und dagegen vorzugehen.

Eigenverantwortung kann aber auch jeder einzelne gegen die Weiterverbreitung von Fake News übernehmen: Wenn die Quelle einer Nachricht unbekannt oder nicht nachzuvollziehen ist, spricht einiges dafür, dass es sich hier um Fake News handelt. Formulierungen wie „ein Cousin aus Italien hat gesagt“ oder „ein berühmter Arzt aus Bayern hat erforscht“ sollten stutzig machen. Solche sprachlichen Ungenauigkeiten sind oft ein Merkmal für Desinformation. Goldene
Regel: Erst denken und überprüfen, dann teilen und posten.

Weiterführende Links zu Literatur im Angebot der Konrad-Adenauer-Stiftung

<https://www.kas.de/de/analysen-und-argumente/detail/-/content/social-bots>

<https://www.kas.de/de/analysen-und-argumente/detail/-/content/die-disruption-der-meinungsbildung1>

<https://www.adenauercampus.de/themen/kampagnen-wahlen/glossar-digitale-desinformation>

<https://www.kas.de/de/web/auslandsinformationen/artikel/detail/-/content/die-demokratisierung-von-deepfakes>

Impressum

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Daphne Wolter
Medienpolitik
Hauptabteilung Analyse und Beratung
T +49 30 / 26 996-3607
Daphne.wolter@kas.de

Postanschrift: Konrad-Adenauer-Stiftung, 10907 Berlin

Herausgeberin: Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. 2019 Berlin
Gestaltung & Satz: yellow too Pasiak Horntrich GbR



Der Text dieses Werkes ist lizenziert unter den Bedingungen von „Creative Commons Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 international“, CC BY-SA 4.0 (abrufbar unter: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.de>)