

(Des)Information – Fakt oder Fake?

Jede und jeder Jugendliche kennt die Situation: Man war krank und erkundigt sich, ob Hausaufgaben aufgegeben wurden. Am Ende stellt sich heraus, dass die Infos der Mitschülerinnen und Mitschüler unvollständig oder gar falsch waren. Das ist ärgerlich, aber man kann es als Versehen abtun. Was aber, wenn man den Verdacht hat, dahinter stehe eine böse Absicht? Schnell macht sich Misstrauen breit: Wem kann man noch trauen? Worauf kann man sich noch verlassen? Was man im Kleinen erlebt, findet sich auch auf gesellschaftlicher Ebene: Man spricht dann von Desinformation, also von (teilweise) falschen und irreführenden Informationen, die mit der Absicht verbreitet werden, um andere Menschen zu täuschen und so Unsicherheit und Misstrauen zu verbreiten.



Desinformation – was ist das eigentlich?

Menschen haben das Bedürfnis, sich zu informieren, Fragen zu klären und sich eine Meinung zu bilden. Sie nehmen Informationen aus ihrer Umwelt auf und verlassen sich auf ihre Wahrnehmung – solange es keinen Anlass gibt, diesen Informationen zu misstrauen. Hier setzt die Desinformation an: Mit dem Ziel, andere Menschen in die Irre zu führen oder zu manipulieren werden gezielt verzerrte oder falsche (aber wahr wirkende) Informationen gestreut. Adressatinnen und Adressaten sind weniger Einzelpersonen, sondern vielmehr ganze Gruppen oder Gesellschaften. Oftmals sind solche Falschinformationen politisch motiviert und zielen darauf ab, die Glaubwürdigkeit gesellschaftlicher oder politischer Institutionen zu untergraben, Misstrauen zu verbreiten und den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu schwächen. Häufig richten sie sich in pauschalisierender Weise gegen konstruierte Gruppen wie *die Politiker, die Medien, die Flüchtlinge* etc. Im letzten Wahlkampf (2021) kursierte zum Beispiel die Meldung, Annalena Baerbock wolle die Witwenrente abschaffen und die Mittel für die Integration von Flüchtlingen verwenden. Politische Gegnerinnen und Gegner der Partei Die Grünen wollten damit das Wahlergebnis beeinflussen, obwohl sich Baerbock tatsächlich nie zum Thema Witwenrente geäußert hatte.

Fake News – die Verbreitung von Desinformationen

Das Internet und *Social Media* bieten gute Voraussetzungen für die Verbreitung von Desinformationen: Einfach und kostengünstig können Meldungen in Textform verbreitet werden. Wichtig ist aber auch, dass es viele Möglichkeiten gibt, Bilder, Tonaufnahmen oder Videoclips einzusetzen, die über ein großes emotionales Potential verfügen. Diese Meldungen können leicht geteilt oder an persönliche Kontakte weitergeleitet werden und verbreiten sich so in Windeseile. Gezielte Falschinformationen, sogenannte *Fake News*, spielen eine wichtige Rolle bei sogenannten Desinformationsstrategien. Es handelt sich hierbei oft um Einzelmeldungen, die wiederum Teil größerer Kampagnen sind. Während des Wahlkampfs zur Bundestagswahl 2017 verbreitete sich die Meldung, Angela Merkel wäre auf einem Selfie mit einem Attentäter zu sehen.

Eine besondere Gefahr geht von sogenannten *Deep Fakes* aus: Durch künstliche Intelligenz können Bilder und Filme so manipuliert werden, dass sie kaum noch als Fälschungen erkennbar sind. Sie wirken authentisch und scheinen dadurch eine Beweiskraft zu haben.

Während wissenschaftliche Fakten für viele langweilig wirken können, verbreiten sich *Fake News* häufig viral. Woran liegt das? Durch *Social Media* hat jeder die Möglichkeit, Meldungen ungefiltert zu erhalten. Medien haben ursprünglich die Funktion, Informationen zu prüfen und einzuordnen. Diese Qualitätskontrolle kann in den Sozialen Medien umgangen werden, sodass Falschmeldungen oft unerkannt bleiben. *Social Media*-Algorithmen wiederum sorgen dafür, dass Meldungen, die oft geklickt und geliked werden, anderen Usern häufiger angezeigt werden. Diesen Mechanismus nutzen auch sogenannte *Social Bots*: Automatisierte *Fake Accounts* posten und liken entsprechende Meldungen und erhöhen so ihre Reichweite.

Echokammern und Filterblasen

Im Zusammenhang mit den Algorithmen der Sozialen Netzwerke stehen zwei weitere Phänomene: die *Echokammer* und *Filterblasen*. Das Echokammer-Phänomen kennt man auch aus dem analogen Leben: Man ist geneigt, sich eher mit Menschen zu umgeben, die ähnlich „ticken“ wie man selbst und ähnliche Ansichten vertreten. Problematisch kann dies im digitalen Raum werden. Usern werden in den Sozialen Medien nur noch Meldungen zugespielt, die die eigene Meinung und Weltsicht bestärken und die keine anderen Sichtweisen mehr zulassen. Es besteht die Gefahr, dass man nur noch bestimmte Ausschnitte der Realität wahrnimmt und diese für objektiv wahr hält. So können User zum Beispiel auch einfacher von Verschwörungserzählungen überzeugt werden. Ein extremes Beispiel passierte 2016 in den USA: Ein Mann kam durch *Fake News* und das Echokammer-Phänomen zu der Überzeugung, dass Trumps Herausforderin Clinton einem Pädophilen-Netzwerk angehöre. In einer Pizzeria schien er das Zentrum dieses Rings ausgemacht zu haben. Er stürmte das Lokal und schoss um sich, um dort vermeintlich gefangen gehaltene Kinder zu befreien.

Wer sich stets mit Menschen umgibt, die genau so denken, wie man selbst, und wer sich aus Quellen informiert, die die eigene Meinung bestätigen, der kann sich so auch seine parallele Wirklichkeit erschaffen – auch außerhalb der digitalen Welt. *Filterblasen* hingegen sind ein digitales Phänomen: Die *Social Media*-Algorithmen versorgen User mit Informationen, die ihrem Nutzungsverhalten und damit auch ihren Erwartungen entsprechen. Während man in der analogen Welt noch frei entscheiden kann, mit wem man sich umgibt und wie man sich informiert, so treffen online die Algorithmen eine Vorauswahl. Die tatsächlichen Wahlmöglichkeiten werden stark eingeschränkt. Kontroversen und andere Sichtweisen können so in der eigenen Wahrnehmung untergehen.

Welche Folgen haben Desinformationskampagnen?

Fehlinformationen können für die Einzelne oder den Einzelnen folgenschwer sein, wenn etwa Entscheidungen auf der Basis falscher Annahmen getroffen werden. So kann die anfängliche Wahrnehmungsverzerrung sogar zur Radikalisierung führen. Schwerwiegende Folgen können Desinformationskampagnen aber auch auf gesellschaftlicher Ebene haben: Sie haben oft das Ziel, ein Gefühl der Verunsicherung zu verbreiten. Das soll das Vertrauen in Institutionen, in die Politik und letztlich in die Mitmenschen schädigen. Grundkonsense, die für das Zusammenleben wichtig sind, sollen in Frage gestellt werden. Gesellschaftliche Polarisierung – unter Umständen verstärkt durch die mehrheitsverzerrende Wirkung von *Social Bots* – kann die Folge sein.

Wie kann man Desinformationen erkennen?

Es gehört zum Wesen der Desinformation, dass sie echt und glaubhaft wirken soll. Es gibt aber dennoch Indizien, die einen hellhörig machen können: Eine Falschnachricht ist oftmals sehr emotionalisierend gestaltet. Layout und Sprachstil wollen für Aufmerksamkeit sorgen – das wirkt manchmal unseriös. Außerdem ist häufig nicht erkennbar, wer Urheber der Nachricht ist und auf welche Quellen sich die Nachricht stützt. Die Seiten, auf denen sich Desinformationen finden, verfügen meist nicht über ein (seriöses) Impressum, das Verantwortliche klar benennt. In solchen Fällen sollte man die Meldung kritisch prüfen und mit verlässlichen Quellen abgleichen. Bilder können mithilfe der Bilder-Rückwärtssuche überprüft werden: Stimmen die Angaben im Text mit dem ursprünglichen Bild überein? Markante Passagen aus der Meldung kann man in eine Suchmaschine eingeben. Häufig landet man auf diesem Weg auf Fakten Check-Seiten von Qualitätsmedien, die sich bereits kritisch mit der Meldung auseinandergesetzt haben und die Hintergründe näher erläutern. Wichtig ist vor allem eins: Wenn Zweifel an der Seriosität einer Meldung bestehen, sollte man sie nicht leichtfertig weiterleiten.