

Gute Presse

In Deutschland stößt Desinformation auf Gegenwehr

Hassrede und „Fake News“ – wer die politische Bedeutung von Information und Desinformation unterschätzt hat, ist spätestens seit der Kampagne von Donald Trump 2016 eines Besseren belehrt. Wie groß ist die Gefahr für die Demokratie, die von neuen Kanälen und Gepflogenheiten ausgeht? Etliche neuere Untersuchungen geben, zumindest für Deutschland, Anlass zur vorsichtigen Entwarnung.

Susannah Ellis

Desinformation – darf man ihre bedrohliche Macht überhaupt anzweifeln? Wurde doch spätestens im Jahr 2016 unübersehbar deutlich, dass vorsätzlich irreführende, manipulative Falschinformation eine der größten Bedrohungen für die Demokratie sein könnte. In jenem Jahr versuchte die Russische Föderation, Einfluss auf die amerikanische Präsidentschaftswahl zu nehmen, die Donald J. Trump an die Macht brachte. Ebenfalls 2016 entschieden sich die britischen Wahlberechtigten für den Brexit – auch dieses Ergebnis wird mit sogenannten Fake-News-Kampagnen in Verbindung gebracht. In beiden Fällen war die Gesellschaft polarisiert und die Medienlandschaft durch die stark verbreitete Nutzung von Online-Plattformen geprägt. Kein Wunder also, dass die Sorge nicht nur bei demokratischen Regierungen, sondern auch unter Mediennutzer:innen groß ist. Knapp 60 Prozent der Nutzer:innen von Internet und Social Media in 142 Ländern fürchten, Falschinformationen zum Opfer zu fallen, wie Forscher:innen des Democracy & Technology Institute der Universität Oxford 2022 feststellten. In Deutschland ist die Sorge besonders groß: 80 Prozent der Befragten in einer Studie der Technischen Universität Darmstadt, die 2019 veröffentlicht wurde, hielten Desinforma-

tion für eine Bedrohung. 78 Prozent waren überzeugt davon, dass sie auch die Demokratie gefährde. Seitdem zeichnet sich keine Entspannung ab. Mit dem Beginn des russischen Angriffskriegs gegen die Ukraine ist ein starker Anstieg der Desinformation verzeichnet worden. Die russische Kampagne auf den sozialen Medien in Verbindung mit dem Ukraine-Krieg soll laut der Europäischen Union insgesamt 16 Milliarden Mal gesehen worden sein und insgesamt 165 Millionen Personen erreicht haben.

So groß und nachvollziehbar die Ängste sind, gerade im Kontext der hybriden Kriegsführung: Die inzwischen breite Studienlage ermöglicht eine zumindest vorsichtig optimistische Einschätzung der Situation in Deutschland. Das betrifft sowohl die Medien und Netzwerke, innerhalb derer Desinformation verbreitet wird, als auch die Möglichkeiten, Desinformation zu bekämpfen, und ihre tatsächliche Überzeugungskraft.

Zu den Schlüsselfaktoren gehört das Vertrauen in etablierte Medien, also jene Quellen aus Presse, TV und Radio, die grundsätzlich sorgfältig recherchierte, geprüfte und ausgewogene Berichterstattung anbieten. Während viele der neuen Informationsmöglichkeiten auf den so-

zialen Medien und alternativen Nachrichten-Webseiten eher für Desinformation anfällig sind, bietet der Qualitätsjournalismus ein gutes Maß an Schutz. Wie stark dieser ist, variiert von Land zu Land. In Deutschland stimmt die Rechts- und Datenlage insgesamt positiv. Die meisten deutschen Verlage haben sich freiwillig selbst verpflichtet, den Pressekodex des Deutschen Presserats zu achten. Dessen Rügen sind 2022 sogar zurückgegangen. Online-Nachrichtenmedien werden durch den Ende 2020 in Kraft getretenen Medienstaatsvertrag rechtlich verpflichtet, gewisse Standards einzuhalten. Auch ist die Reichweite von Medien, die einem gewissen journalistischen Standard genügen, hoch, ob beim öffentlich-rechtlichen TV und Radio oder etablierten Publikationen wie Die Zeit, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Handelsblatt, Der Spiegel oder Süddeutsche Zeitung. Gemeinsam mit dem RND, RP Online und Der Tagesspiegel erreichten letztere im März 2023 knapp 80 Millionen Menschen online. Öffentlich-rechtliche TV-Programme erreichten 2022 über 50 Prozent der Zuschauer:innen, ein Anstieg von rund 10 Prozentpunkten gegenüber 2012. Auch Qualitäts-Beiträge im Radio – ein Medium, das von über 80 Prozent der Menschen in Deutschland konsumiert wird, Trend steigend – werden viel genutzt und geschätzt. Der Aussage „Ich finde die Informationsangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wichtig“ stimmten 72 Prozent der Befragten einer Umfrage der Universität im Mainz im Jahr 2022 zu. 62 Prozent fanden, dass er einen wichtigen Beitrag zur Demokratie leistet.

Allgemein ist das Vertrauen in die Medien in Deutschland hoch. Das zeigt die Mainzer Langzeitstudie zu Medienvertrauen, die seit dem Jahr 2008 Daten erhebt. Mit Blick auf den Zeitraum von 2008 bis 2019 unterstreichen die Forscher:innen die bemerkenswerte Stabilität der Werte, die „keine Krisensymptome“ erkennen lassen. Die Corona-Krise hatte das Vertrauen sogar noch gestärkt: 2020 antworteten 56 Prozent der Befragten mit „eher“ oder „voll und ganz“ auf folgende Frage: „Wenn es um wirklich wichtige Dinge geht (...): Wie sehr kann man da den Medien vertrauen?“ Umgekehrt ist die Zahl derer, die etablierten Medien stark misstrauen, leicht gesunken. Damit hat sich auch eine in den letzten Jahren beobachtete Polarisierungstendenz im Medienvertrauen abgeschwächt. In diesem Zusammenhang ein weiterer Grund für Optimismus: der trust nexus, also die enge Verzahnung zwischen Medienvertrauen und politi-



Susannah Ellis ist Referentin in der Abteilung für Leitung und Kommunikation des Bundesministeriums der Finanzen. Sie ist als Policy Fellow des INSIGHTS-Projekts der Berlin School of Economics Gast der Abteilung Transformationen der Demokratie des WZB. Ihr besonderes Interesse gilt hier der demokratischen Regression, Polarisierung und Desinformation.

Foto: © WZB/privat, alle Rechte vorbehalten.

schem Vertrauen. Dieser Nexus kann für eine stabile Demokratie sprechen, denn grundsätzlich gilt: Menschen, die dem politischen System vertrauen, sind weniger geneigt, Desinformation zu glauben zu schenken.

Bei allem Vertrauen in die etablierten Medien lässt sich allerdings der wachsende Einfluss der sozialen Medien nicht von der Hand weisen. Gerade die Generation der unter 35-Jährigen bezieht auch politische Nachrichten über Plattformen wie Twitch, TikTok, Instagram und X (vormals Twitter). Genau auf solchen Plattformen wurde die massive Verbreitung von Falschnachrichten beobachtet. Es stellt sich somit die Frage: Sind Social-Media-Nutzer:innen nicht einem erhöhten Risiko ausgesetzt, durch absichtlich gestreute „Fake News“ manipuliert zu werden? Auch hier gibt es Anzeichen, die für eine gemäßigte Entwarnung sprechen. Die Möglichkeiten, Desinformation zu identifizieren und ihre Ausbreitung zu stoppen, sind deutlich gewachsen. Dabei stechen drei Ansätze hervor: Faktenchecks (Debunking), die „Impfung“ gegen Falschinformation (Prebunking) und technische Neuerungen, die vertrauenswürdige Sender und Informationen ausweisen können.

Ob Faktenchecks, also das Überprüfen und Richtigstellen falscher Informationen, effektiv sind, ist infrage gestellt worden. Zu den größten Bedenken zählt der Zweifel, ob Mediennut-

zer:innen überhaupt willig sind, Korrekturen anzunehmen, gerade wenn die Falschinformationen der eigenen Weltanschauung entsprechen. Brendan Nyhan und Jason Reifler haben 2010 einen „backfire effect“ diagnostiziert, also ein Insistieren auf dem Wahrheitsgehalt der Falschinformation. Neuere Evidenz deutet jedoch darauf hin, dass Faktenchecks im Großen

„Fakten sind Bürgerinnen und Bürgern wichtig – auch wenn sie ihren eigenen Glaubenssätzen widersprechen“

und Ganzen funktionieren. Fakten sind Bürgerinnen und Bürgern wichtig – auch wenn sie ihren eigenen Glaubenssätzen widersprechen. Dabei wirkt schon das Wissen um die Möglichkeit eines Faktenchecks selbst, wie dieselben Forscher 2015 mit einem Experiment zeigen konnten: Politiker:innen in den USA, die auf die schädlichen Auswirkungen von Falschinformationen und die Möglichkeit, durch einen Faktencheck entlarvt zu werden, hingewiesen wurden, sahen häufiger von fragwürdigen Aussagen ab als Politiker:innen, die keine solchen Mahnungen erhalten hatten.

Auch wenn die Falschinformation bereits öffentlich ist, kann sie im Großen und Ganzen zuverlässig entkräftet werden – nicht nur von professionellen Faktencheckern, sondern auch von Laien, wenn sie als Gruppe agieren. Solche Gruppen können die Falschinformationen generell effektiv, schnell und anhand nur weniger Informationselemente erkennen. Dieser Crowdsourcing-Ansatz verspricht auch die Möglichkeit der Skalierung, also einer breitflächigen Anwendung – ein wichtiger Vorteil angesichts der schier Masse an Material, das online verfügbar ist.

Einen weiteren vielversprechenden Ansatz bietet die „Impfung“ gegen Fehl- und Falschinformationen. Das Bild ist der Medizin entlehnt, wo die Immunabwehr durch die Gabe kleiner Dosen eines Erregers gestärkt wird. Dieser Mechanismus funktioniert auch in der Psychologie: Durch die Verabreichung einer kleinen Portion an Falsch- oder Fehlinformation, zum Beispiel durch Sensibilisierung oder auch in spielerischer Auseinandersetzung mit Desin-

formations-Taktiken, sollen Menschen für den späteren Kontakt mit der Falschinformation in größerem Umfang gewappnet werden. Mit solchem „Prebunking“ werden Mediennutzer:innen befähigt, manipulative, stark emotionalisierende oder unangemessen relativierende Information als solche zu erkennen.

Schließlich öffnen sich auf technischer Ebene neue Möglichkeiten. Um zu verifizieren, woher Texte und Bilder tatsächlich stammen, können Individuen und Organisationen auf kryptografische Methoden zurückgreifen und robuste digitale Identitäten ausweisen. Die Hardware selbst kann ebenfalls unterstützen: Beispielsweise können neuere Fotoapparate Ton-, Bild- und Video-Aufnahmen mit digitalen Signaturen versehen, die sämtliche spätere Verfälschungen sichtbar machen.

Neben – oder vielleicht vor – all diesen Möglichkeiten von Bekämpfung und Prävention stellt sich die Frage, wie wirksam die Desinformation auf den sozialen Medien überhaupt ist. Neue Studien stellen ihre Überzeugungskraft grundsätzlich in Frage. Es zeichnet sich eine Informationswelt ab, in der sich politische Nachrichten, darunter auch Desinformation, massiv ausbreiten können, aber auf grundlegende Ansichten und Polarisierungstendenzen wenig Wirkung zeigen. Die Tatsache, dass Inhalte geteilt werden, bedeutet beispielsweise nicht, dass der oder die Teilende die Inhalte für glaubwürdig hält oder gar selbst glaubt. Eher scheint es der Akt des Teilens selbst zu sein, nicht der Wunsch nach Informationsverbreitung, der ausschlaggebend für die Verbreitung von Inhalten ist. Das dürfte mit den Hauptmotivationen, sich

„Nicht die jüngere Generation teilt die meisten irreführenden Inhalte, sondern Menschen im Rentenalter“

auf den sozialen Medien zu bewegen, zusammenhängen: Unterhaltung und Beziehungspflege. Bemerkenswert ist dabei übrigens: Nicht die jüngere Generation, die sich tendenziell am ehesten über die sozialen Medien informiert, ist es, die die meisten irreführenden Inhalte teilt, sondern Menschen im Rentenalter. Grundsätzlich bedürfen die Statistiken zum Nachrich-

tenkonsum über die sozialen Medien einer Einordnung: Auch wenn die Zahl derer steigt, die Nachrichten über die sozialen Medien konsumieren, bleibt das Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Inhalte dort vergleichsweise niedrig; es herrscht eine Grund-Skepsis beim Surfen. 2022 hielten nur 5 Prozent der Befragten der Mainzer Studie zu Medienvertrauen auf den sozialen Medien zur Verfügung gestellte Nachrichten für vertrauenswürdig.

Die vermeintliche Bedrohung durch die Verbreitung politischer Nachrichten auf den sozialen Medien kann zusätzlich mit Blick auf die Verarbeitung von Informationen, die über diese Kanäle konsumiert werden, entschärft werden: Atle Haugsgjerda, Rune Karlsen und Kari Steen-Johnsen, Forscher:innen an der Universität Oslo, zeigen, dass Social-Media-Nutzer:innen sich zwar politisch informiert fühlen, es oftmals aber nicht sind – im Gegensatz zu Nutzer:innen traditioneller Medienformate. Wer sich über Social Media informiert, kann sich beispielsweise oftmals gar nicht an konkrete Fakten erinnern. Verstärkt wird dies auch durch die Praxis des „News-Snacking“, des häufigen, aber auch oberflächlichen Konsums von zunehmend leicht zugänglichen Nachrichten auf digitalen Plattformen. Dieses Verhalten

lässt deutlich geringere Lerneffekte zu, wie Jakob Ohme und Cornelia Mothes zeigen. Was die Dimension des Affekts angeht, so deutet immer mehr darauf hin, dass es nicht die Information ist, die die affektive Polarisierung antreibt. Vielmehr scheint die bereits bestehende affektive Polarisierung den Glauben an Fehl- und Falschinformation zu begründen.

Es gibt also Grund zur Hoffnung, dass die Rolle der Desinformation weniger gewichtig sein könnte als oft gedacht, und die Möglichkeiten zu ihrer Bekämpfung sind durchaus vielversprechend. Allerdings setzen sämtliche Ansätze, Desinformation als solche zu kennzeichnen, gegen sie zu „immunisieren“ oder gar im Entstehen zu verhindern, eine grundlegende Bereitschaft voraus, sich mit Fakten und Argumenten auseinanderzusetzen. Wenn Themen stark emotionalisieren und polarisieren, können Medien, insbesondere die neuen sozialen Medien, diese Tendenzen verstärken – mit teils handfesten Folgen. Aufwiegelnde Informationen im digitalen Raum wie Desinformation und Hassrede werden oft nicht direkt als Anstiftung gewertet. Dennoch können sie sich in der Masse so sehr verdichten, dass sich die Wahrscheinlichkeit körperlicher Gewalt drastisch erhöht. ●

Literatur

Guess, Andrew/et al.: „Reshares on Social Media Amplify Political News but Do not Detectably Affect Beliefs or Opinions“. In: *Science*, 2023, Jg. 381, H. 6656, S. 404-408.

Haugsgjerd, Atle/Karlsen, Rune/Steen-Johnsen, Kari: „Uninformed or Misinformed in the Digital News Environment? How Social Media News Use Affects Two Dimensions of Political Knowledge“. In: *Political Communication*, 2023, Jg. 40, H. 6, S. 700-718.

Knuutila, Aleks/Neudert, Lisa-Maria/Howard, Philip N.: „Who Is Afraid of Fake News? Modeling Risk Perceptions of Misinformation in 142 Countries“. In: *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, 2022, Jg. 3, H. 3.

Nyhan, Brendan/Reifler, Jason: „The Effect of Fact-Checking on Elites: A Field Experiment on U.S. State Legislators.“ In: *American Journal of Political Science*, 2015, Jg. 59, H. 3, S. 628-640.

Ohme, Jakob/Mothes, Cornelia: „News Snacking and Political Learning: Changing Opportunity Structures of Digital Platform News Use and Political Knowledge“. In: *Journal of Information Technology & Politics*, 2023.

Reuter, Christian/Hartwig, Katrin/Kirchner, Jan/Schlegel, Noah: „Fake News Perception in Germany: A Representative Study of People's Attitudes and Approaches to Counteract Disinformation“. In: *14th International Conference on Wirtschaftsinformatik*, 2019.

Schultz, Tanjev/Ziegele, Marc/Jakob, Nikolaus/Viehmann, Christina/Jakobs, Ilka/Fawzi, Nayla, Quiring, Oliver/Schemer, Christian/Stegmann, Daniel: „Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2022. Medienvertrauen nach Pandemie und „Zeitenwende“. In: *Media Perspektiven*, 2023, Jg. 8.