

„You are fake news!“

Fake News, Filterblase und postfaktisches Zeitalter

„[D]arum sagte ich, daß wenn ich als Christ geboren bin, will ich Christ bleiben, und wenn ich als Türke geboren wäre, würde ich als Türke leben.“ (Ginzburg 2007:79) Das Weltbild des Müllers Domenico Scandella (1532–1599) ist aus heutiger Sicht eigenartig, in der Frühen Neuzeit, im Angesicht des inquisitorischen Tribunals, aber ein Skandal. In *Der Käse und die Würmer* forscht der Historiker Carlo Ginzburg nach den Quellen der höchst innovativen Ideenlandschaft Scandellas. Dessen Sicht der Dinge stellt sich als ein Palimpsest verschiedenster Texte, Gedankenströmungen und Ideen dar. So dürfte der Müller Teile aus den anonym veröffentlichten *Die Reisen des Sir John Mandeville* übernommen haben. Der fiktive französische Reisebericht ist voll mit Heilsgeschichten, mythischen Sagen und langen Passagen über den Islam. Der friaulische Rezipient versteht den Text als faktisch und entwickelt auf dessen Basis eine modern anmutende religiöse Toleranz. Ein Müller des frühen 16. Jahrhunderts als Opfer von Fake News?

Das Beispiel zeigt, dass es Falschinformationen schon immer gab. Aber durch die digitale Revolution ist es zu einer Verbreitungsgeschwindigkeit und -reichweite in bisher nie dagewesenem Ausmaß gekommen. Neu ist auch, dass Falschmeldungen v.a. mit wirtschaftlichen Interessen verbunden sind. Nicht zufällig wurde mit dem Regierungsantritt Donald Trumps „Fake News“ zum Wort des Jahres (2016) und der Begriff „postfaktisches Zeitalter“ geprägt – noch nie hat ein US-amerikanischer Präsident so unumwunden und offen-

sichtlich die Unwahrheit gesagt und gleichzeitig den traditionellen Medien Einseitigkeit, Verschwörung und Lüge vorgeworfen. „You are fake news!“, sagte der Präsident bei seiner ersten Pressekonferenz zu einem Vertreter von CNN.

Fake News stehen an der Nahtstelle so unterschiedlicher Themen wie der (Vertrauens-)Krise der traditionellen Medien, dem massiven medialen Umbruch seit den 1990er Jahren und einer sich stark wandelnden politischen Kultur (Trump, Populismus). Genau diese komplexen Zusammenhänge will der vorliegende Beitrag einführend vorstellen und im Sinne des Unterrichtsprinzips Medienkompetenz Ideen für die schulische Umsetzung präsentieren.

Fake News im gesellschaftlichen Zusammenhang

Im Idealfall wäre das Internet der Ort ungeahnter Partizipation und elektronischer Deliberation. Hatten die BürgerInnen bis in die 1990er Jahre vorwiegend eine passiv-rezeptive Rolle gegenüber Politik und Medien inne, so hat sich mit dem Web 2.0 um den Jahrtausendwechsel vieles verändert: Multimediale Inhalte werden geteilt, verbreitet, bearbeitet und kommentiert. Leserkommentare, Soziale Medien oder Instant Messaging-Dienste setzen auf Interaktion. Dies hatte, vor allem für die politische Kultur und die traditionelle Medienlandschaft, weitreichende Konsequenzen: Die Medien haben etwa ihre Agenda-Setting-Funktion verloren oder sind ihrerseits vom digital-vermittelten Interesse abhängig. Nachrichten werden in zunehmendem Maße über Sozia-

le Medien konsumiert und Interessen dadurch kanalisiert. Laien können ihrerseits Nachrichten erstellen, egal ob über eigene Blogs oder durch Multimediabeiträge, die über die Sozialen Medien weltweit geteilt und konsumiert werden können. Die User sind damit Produzenten wie Rezipienten gleichermaßen geworden. Die „alternative“ Berichterstattung hat, verstärkt durch die politische Indienstnahme, zu einem vieldiskutierten Vertrauensverlust der traditionellen Medien („Lügenpresse“, auch „Systempresse“) geführt. Die Politik hat sich dem angepasst: Pressekonferenzen werden durch twitter-Beiträge abgelöst und Parteien stecken viel Geld in ihre Social Media-Auftritte. Meinung wird zunehmend im Internet gemacht.

Der Idealvorstellung einer elektronischen Demokratie entspricht die Realität damit nicht: Algorithmen, also die personalisierte Auswahl von Informationen, steuern viel von dem, was uns im Internet begegnet. Dies bewirkt unter anderem, dass wir auf unsere Meinung zugeschnittene Inhalte zu sehen bekommen. Es entstehen sogenannte Echokammern, in denen etwa eine radikale Minderheitenmeinung den Eindruck einer Mehrheitsmeinung erweckt. Fiktive Profile, die sogenannte Phantomgruppen bilden, Social Bots (Meinungsroboter) und Fake News verstärken in den Sozialen Medien diesen Eindruck noch und machen Falschnachrichten populär. Vor allem Russland („russian today“ und „sputnik“) versucht über Mittel und Mechanismen wie diese, europäische Politik zu beeinflussen. Die Logik des Populismus entspricht ebenfalls dieser Aufmerksamkeits- und Kommunikationslogik der Sozialen Medien, was teilweise den Aufstieg rechtspopulistischer Parteien erklärt: Geliked und geteilt wird, was leicht nachvollziehbar ist, in ein klares Schema passt und emotionalisiert. Über die Sozialen Medien treten populistische Parteien scheinbar direkt mit dem ‚Volk‘ in Kontakt, ohne die traditionellen Me-

dien, die für Qualität bürgen, zu benötigen (Disintermediation).

Fake News stehen an der Schnittstelle unterschiedlicher Interessen und Logiken: Sie folgen der Kommunikationslogik der Sozialen Medien, werden durch die Filterblase weiterverbreitet und emotionalisieren – daher werden sie besonders von rechtspopulistischen Parteien gegen Minderheiten, etwa MigrantInnen, verwendet. Der wirtschaftlichen Logik von Facebook, Google und Co entsprechen sie, weil sie Werbeeinnahmen erzeugen. Genau dies machen Clickbaiting-Seiten, die mit unseriösen Informationen ihre Zugriffszahlen erhöhen. Daraus ist erklärbar, warum Facebook so zögerlich gegen Hate Speech, Trolle und problematische Inhalte vorgeht. Die stark aufgeheizte Stimmung auf den Sozialen Medien kommt dem Geschäftsmodell entgegen. Fake News finanzierten etwa Jugendlichen in Veles (Mazedonien) ein nicht unerhebliches Zusatzeinkommen: Sie verbreiteten im US-Wahlkampf etwa, Hillary Clinton betreibt einen Kinderpornoring (siehe Beitrag Tschiggerl/Welach). Für jeden Klick gibt es von Facebook einen Cent und Google zahlt für jede auf einer angeklickten Seite platzierten Werbung (Ladurner 2016). Es wundert daher auch nicht, dass obskure Verschwörungstheorien, vielfach antisemitisch, breitenwirksam rezipiert werden.

Didaktische Überlegungen

Medienkompetenz bedeutet die kompetente, kritische und selbstverantwortliche Nutzung von audiovisuellen Informationen. Im Zentrum steht dabei eine distanzierte Medienutzung, die um die Rolle der Medien als Vermittler und nicht als Abbild der Wirklichkeit weiß.

Obwohl Medienkompetenz und Medienbildung zu den Unterrichtsprinzipien gehören, sind sich Experten und Expertinnen darin einig, dass das Thema im Bereich der elektronischen Medien in den Schu-

len viel zu stiefmütterlich behandelt wird. Dies liegt einerseits an der mangelnden schulischen Ausstattung, andererseits an der Medienkompetenz der Lehrkräfte selbst. Smartphone-Verbote an manchen Schulen sind in diesem Kontext geradezu als kontraproduktiv zu bewerten und symptomatisch für die mangelnde Bereitschaft der Institution Schule, die digitale Erziehung ernster zu nehmen. Die gute Nachricht ist, dass in den letzten Jahren viele, zumeist kostenlose medienpädagogische Angebote entstanden sind.

Das Thema Fake News ist anspruchsvoll in seiner Vermittlung; immerhin werden selbst viele Erwachsene Opfer fingierter Informationen. Viele der zukünftigen Tendenzen, etwa der staatliche Umgang mit Falschnachrichten, sind zudem heute noch nicht absehbar. Anhand aktueller Anlassfälle, etwa der Beeinflussung von Wahlverhalten, ist es jedoch ein demokratiepolitisches Gebot der Stunde, Fake News zum Unterrichtsthema zu machen.

Unterrichtssequenzen

Die folgenden Vorschläge für den Unterricht sind am besten mit Computerunterstützung realisierbar. In der ersten Sequenz soll das Kennenlernen von Fake News im Zentrum stehen. Dazu eignet sich ein überraschender wie provozierender Einstieg, indem die Lehrperson Fake News als reale Nachrichten präsentiert. Geeignete Meldungen finden sich unter M1. Kommen den SchülerInnen Zweifel an der Richtigkeit der Informationen, dann kann mit einer eigenen Recherche abgeschlossen werden. Dadurch werden erste Merkmale von Fake News erfahrbar gemacht und gegebenen-

falls Websites recherchiert, die gegen Fake News vorgehen.

Welche Konsequenzen Fake News haben können, sollen die SchülerInnen anhand berühmter Fake News-Vorfälle recherchieren (M2). Zunächst wählt sich jede/r eine Fallgeschichte und recherchiert den Hintergrund. Dann wird die Arbeit als Gruppenpuzzle organisiert. Die SchülerInnen mit den gleichen Fallgeschichten schließen sich zu einer Gruppe zusammen und besprechen ihre Ergebnisse. Anschließend werden die Gruppen gemischt, sodass jede Fallgeschichte in jeder Gruppe einmal vertreten ist. Die SchülerInnen stellen einander ihre Geschichten vor. Abschließend versuchen sie Gemeinsamkeiten zwischen den Erzählungen herzustellen.

Einige Institutionen haben sich der Richtigstellung von Fake News verschrieben und betreiben aktive Bewusstseins- und Medienbildung. Dazu gehört in Österreich etwa „mimikama“, in Deutschland „Correctiv“ und auf EU-Ebene gibt es bisher die kleine Abteilung „EU vs Disinfo“. Die Digitalkommissarin Mariya Gabriel plant allerdings auf europäischer Ebene bald stärker gegen Fake News vorzugehen. In dieser Sequenz (M3) sollen die SchülerInnen zunächst die Merkmale von Fake News auf den entsprechenden Informationsseiten recherchieren und eine Analysetabelle erstellen. Anschließend sollen sie einige der Fake News-Seiten gezielt konsumieren und ihre Beobachtungen in die selbsterstellte Tabelle eintragen. Die Rechercheergebnisse können in unterschiedlichen Arbeitsformen präsentiert werden. Hier bietet sich wieder die Förderung der Medienkompetenz an, indem etwa mit der Plakatsoftware Canva die zentralen Informationen aufberei-

M1 Fake News-Meldungen für den Unterrichtseinstieg

- Inderin hat 11 Kinder bekommen
- „Sechs Neubürger, die an das christliche Gotteshaus pinkeln“
- Mahashta Murasi: Ist der 179-jährige Inder der älteste Mensch der Welt?
- Asylbewerber bekommen Führerschein zum Nulltarif