

LETZTE CHANCE

Falls es Ihnen entgangen sein sollte:
Die Zeitschrift „Historische Sozialkunde“ wird mit diesem Heft
eingestellt und der Trägerverein „Verein für Geschichte und
Sozialkunde“ im Frühjahr 2019 aufgelöst.

Deshalb bieten wir Ihnen nun die
allerletzte Möglichkeit,
unsere Publikationen zu erwerben.

minus 50 %

Die Buchtitel finden Sie auf unserer Homepage.
Von den angegebenen Preisen werden 75 Prozent abgezogen.
<https://vgs.univie.ac.at/>

- **Edition Weltregionen**
- **VGS-Studientexte**
- **Historische Sozialkunde/Internationale Entwicklung**
- **Basistexte Wirtschafts- und Sozialgeschichte**
- **Querschnitte. Einführungstexte zur Sozial-, Wirtschafts- und Kulturgeschichte**
- **Konzepte & Kontroversen**

Auch unsere Zeitschrift „**Historische Sozialkunde**“ sowie die
„**Sondernummern**“ können Sie sehr günstig erwerben.

Preise lt. unserem Jubiläumsangebot auf unserer Homepage
unter aktuelle Informationen.

Alle Preise zuzügl. Versandkosten

BESTELLUNGEN

VGS – Verein für Geschichte und Sozialkunde

c/o Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Universität Wien
Universitätsring 1, A-1010 Wien

Tel. ++43/1/4277-41304, Fax ++43/1/4277-9413

e-mail: vgs.wirtschaftsgeschichte@univie.ac.at

<http://vgs.univie.ac.at>

Historische Sozialkunde

Geschichte – Fachdidaktik – Politische Bildung

4/2018



NEWS

VGS

Verein für Geschichte und Sozialkunde
48. Jg./Nr. 4 Oktober–Dezember 2018

AU ISSN 004-1618

Historische Sozialkunde. Geschichte – Fachdidaktik – Politische Bildung. Zeitschrift für Lehrerfortbildung. Inhaber, Herausgeber, Redaktion: Verein für Geschichte und Sozialkunde (VGS) in Kooperation mit dem Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Universität Wien, Universitätsring 1, 1010 Wien.

Redaktion: Andrea Schnöller (Wien)

Fachdidaktik: Zentrale Arbeitsstelle für Geschichtsdidaktik und Politische Bildung, FB Geschichte/ Universität Salzburg, Rudolfskai 42, 5020 Salzburg (wolfgang.buchberger@phsalzburg.at)



Preise Jahresabonnement € 19,- (Studenten € 14,50), Einzelheft € 7,- zuzügl. Porto.

Bankverbindungen: Raiffeisenbank Oberes Waldviertel eGen. IBAN AT21 3241 5000 0242 4570, BIC RLNWATWWOWS

Herausgeber (Bestelladresse):

Verein für Geschichte und Sozialkunde, c/o Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Universität Wien, Universitätsring 1, A-1010 Wien

Tel.: +43-1-4277/41304, Fax: +43-1-4277/9413

Aboverwaltung: +43-1-4277/41304 (Marianne Oppel)

E-mail: vgs.wirtschaftsgeschichte@univie.ac.at

<http://vgs.univie.ac.at>

Trotz intensiver Bemühungen konnten nicht alle Inhaber von Text- und Bildrechten ausfindig gemacht werden. Für entsprechende Hinweise ist der Verein für Geschichte und Sozialkunde dankbar. Sollten Urheberrechte verletzt worden sein, werden wir diese nach Anmeldung berechtigter Ansprüche abgelteten.

Titelbild:

Marianne Oppel

Heftredaktion: Thomas Hellmuth

Layout/Satz: Marianne Oppel

AutorInnen:

Univ.-Assⁱⁿ Mag^a Jana Laura Egelhofer, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Wien

Univ.-Prof. Dr. Thomas Hellmuth, Institut für Geschichte und Zentrum für LehrerInnenbildung, Didaktik der Geschichte und Politischen Bildung, Universität Wien

Univ.-Profⁱⁿ Drⁱⁿ Sophie Lecheler, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Wien

HS-Prof. MMag. Dr. Claus Oberhauser, PhD, Zentrum für Fachdidaktik, Pädagogische Hochschule Tirol, sowie Institut für Geschichtswissenschaften und Europäische Ethnologie, Universität Innsbruck

MMag. Dr. Alexander Preisinger, Senior Lecturer, Institut für Geschichte, Didaktik der Geschichte und Politischen Bildung, Universität Wien

Univ.-Ass. Mag. Bernhard Trautwein, Institut für Geschichte, Didaktik der Geschichte und Politischen Bildung, Universität Wien

Univ.-Ass. Dr. Martin Tschiggerl, Institut für Geschichte, Universität Wien

Univ.-Ass. Dr. Thomas Walach, Institut für Geschichte, Universität Wien

Die wissenschaftliche Redaktion der „Historischen Sozialkunde“ wird auch im Jahr 2018 durch eine Förderung der Magistratsabteilung 7, Gruppe Wissenschaft, unterstützt.

Stadt  Wien 

Erscheinungsort Wien, Verlagspostamt 1010 Wien, Plus.Zeitung 06Z036815P

Inhaltsverzeichnis

- Thomas Hellmuth*
- 2** Einleitung
- Jana Egelhofer – Sophie Lecheler*
- 3** Das Fake News-Phänomen – eine Einordnung
Die Problematik des Begriffs „Fake News“ – Fake News als Genre – Fake News als Label – Warum jetzt? – Auswirkungen des Fake News-Phänomens – Ein kurzes Resümee
- Martin Tschiggerl – Thomas Walach*
- 10** Fake News – Geschichte und Gegenwart eines Medienphänomens
Was Fake News sind – Fake News als historisches Phänomen – Fake News und Social Media – Social Bots in der Produktion und Dissemination von Fake News – Demokratisierung des Netzes? – Fazit
- Claus Oberhauser*
- 17** Geschichtsdidaktik in postfaktischen Zeiten?
Populismus und Verschwörungstheorien als Herausforderungen
Rankes „Moment“ – Im postfaktischen Zeitalter – Populismus – Verschwörungstheorien und gesellschaftliches Lernen – Basiskonzepte und andere Lösungsmöglichkeiten – The Metapedia Interpretation of History – Ein vorläufiges Fazit
- Bernhard Trautwein*
- 24** CARS – Geschichtsdidaktische Überlegungen zum Umgang mit Fake News und zu Quellenkritik
Fake News: Verboten, kontrollieren oder ermächtigen? – Fake News: Geschichtsdidaktische Überlegungen – Fake News: Die CARS-Kriterien, eine unterrichtspraktische Antwort – Arbeiten mit dem Überblicksraster und den CARS-Kriterien – Überlegungen für die unterrichtspraktische Umsetzung
- Alexander Preisinger*
- 32** „You are fake news!“
Fake News, Filterblase und postfaktisches Zeitalter
Fake News im gesellschaftlichen Zusammenhang – Didaktische Überlegungen – Unterrichtssequenzen

Einleitung

Thomas Hellmuth

Falschmeldungen, sogenannte Fake News, und „alternative Fakten“, die keine reale Basis besitzen, sind in den letzten Jahren in Politik und Gesellschaft alltäglich geworden. Verbreitung finden sie insbesondere über die Sozialen Medien. So wurden etwa in der Endphase des US-Wahlkampfes 2016 die 20 erfolgreichsten Falschmeldungen öfter geteilt, gelikt und kommentiert als die erfolgreichsten Berichte seriöser Medien (Sängerlaub/Meier/Rühl 2018; Wichmann 2018; www.zeit.de/thema/fake-news, 7. Februar 2018).

Fake News haben zwar in der Regel eine relative kurze Lebensdauer, ihre Richtigstellung und seriöse Berichterstattungen erreichen aber viel weniger Adressaten als die Fake News selbst. Falschmeldungen, so eine US-amerikanische Studie (Vosoughi/Roy/Aral 2018), hätten eine um 70 Prozent höhere Wahrscheinlichkeit, von Nutzern weiterverbreitet zu werden als seriös recherchierte Nachrichten.

Vor allem auf rechtspopulistischer und rechtsextremer Seite gehören Fake News zum politischen Methodenrepertoire, um entsprechende Meinungen in die Mitte der Gesellschaft zu positionieren (Sängerlaub/Meier/Rühl 2018; Österreichische Akademie der Wissenschaften 2017). Die Neue Rechte, die eine „kulturelle Hegemonie“ fordert und damit die demokratische Gesellschaft zu verändern trachtet (Hellmuth 2016), scheint nun zunehmend erfolgreich. Zwar lancieren auch linkspopulistische Medien immer wieder Fake News, deren Ausmaß bleibt aber relativ gering (Sängerlaub/Meier/Rühl 2018).

Angesichts der skizzierten Probleme sind Schüler und Schülerinnen zunehmend unsicher, ob den Informationen, mit denen sie konfrontiert werden, auch zu vertrauen ist. Laut einer 2017 erstellten Studie der Initiative „saferinternet.at“ (Institut für Jugendkulturforschung 2018) misstrauen 86 Prozent der österreichischen Jugendlichen zwischen 14 und 18 Jahren den Informationen, die sie aus den Medien beziehen. Gleichzeitig übernehmen sie aber auch Falschmeldungen und „alternative Fakten“, ohne diese kritisch zu betrachten.

Das vorliegende Heft befasst sich dabei zum einen mit der Frage, wie Gesellschaften sich wandeln, wenn sogenannte „alternative Fakten“ als gleichwertig mit seriösen, gut recherchierten Fakten betrachtet oder sie über diese gestellt werden. Ferner wird der Verbreitung von Fake News nachgegangen, wobei hier insbesondere die Sozialen Medien und der damit verbundene Wandel des Politikstils genauer analysiert werden. Schließlich wird überlegt, wie Jugendliche einen reflektierten und kritischen Blick auf Fake News und „alternative Fakten“ entwickeln können und das Thema im Schulunterricht umgesetzt werden kann.

Die ersten beiden Beiträge von Jana Egelmüller/Sophie Lecheler sowie Martin Tschiggerl/Thomas Walach versuchen, das Medienphänomen Fake News theoretisch zu erfassen, Claus Oberhauser thematisiert die didaktischen Herausforderung im „postfaktischen Zeitalter“, während Bernhard Trautwein und Alexander Preisinger die Theorie auf die Unterrichtspraxis übertragen.

LITERATUR

T. HELLMUTH, Right-Wing Populism as the New Mainstream? Neue Mitte rechts außen?, in: *Public History Weekly* 4 (2016) 33. Online verfügbar unter: dx.doi.org/10.1515/phw-2016-7268 [11.11.2018].

Institut für Jugendkulturforschung, Gerüchte im Web. Key Outcomes. Wien 2017. Online verfügbar unter: https://www.saferinternet.at/fileadmin/redakteure/Footer/Presse/Zusammenfassung_Studie_Geruechte_im_Web.pdf [9.11.2018].

Österreichische Akademie der Wissenschaften (ÖAW), Wenn Fake News die Demokratie gefährden. Online verfügbar unter: <https://www.oeaw.ac.at/detail/news/wenn-fake-news-die-demokratie-gefahrdet/> [9.11.2018].

A. SÄNGERLAUB/M. MEIER/W.-D. RÜHL, Fakten statt Fakes. Verursacher, Verbreitungswege und Wirkungen von Fake News im Bundestagswahlkampf 2017. Berlin 2018. Online verfügbar unter: https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/snv_faktenstatt_fakes.pdf [9.11.2018].

S. VOSOUGHI/D. ROY/S. ARAL, The spread of true and false news online, in: *Science* 359/6380 (2018), 1146-1151. Online verfügbar unter: <http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146.full> [9.11.2018].

W. WICHMANN, „Viele kleine Fake News“. Studie zur Bundestagswahl 2017, in: *tagesschau Faktenfinder*, 26. März 2018. Online verfügbar unter: <http://faktenfinder.tagesschau.de/hintergrund/fakenews-studie-101.html> [9.11.2018].

Das Fake News-Phänomen – eine Einordnung

Das Phänomen „Fake News“ ist gegenwärtig eines der am häufigsten diskutierten Themen in gesellschaftlichen und politischen Diskursen. Hier versteht man darunter meistens falsche Informationen, die wie legitime Nachrichtenartikel aufgemacht sind und online verbreitet werden (siehe z. B.: Allcott/Gentzkow 2017; Lazer u. a. 2018). Zunehmend wird der Begriff aber auch von politischen Akteuren instrumentalisiert, um Medien und deren Berichterstattung zu diskreditieren (Lischka 2017). Das bekannteste Beispiel hierfür ist der amtierende US-Präsident Donald Trump; jedoch gibt es inzwischen weitere Fälle, in denen Politiker weltweit den Fake News-Begriff verwenden, um Medien zu delegitimieren (z. B. auch in Österreich; Die Presse, 26. Jänner 2018). Daher lassen sich zwei Bereiche des Fake News-Phänomens unterscheiden: *Fake News als Genre* bezeichnet bewusst täuschende, pseudo-journalistische Desinformation und *Fake News als Label* bezeichnet die Instrumentalisierung des Begriffs zur Delegitimierung von Medien.

In diesem Einleitungsartikel wird zunächst die Problematik des Begriffs „Fake News“ behandelt und näher auf die zwei Bereiche *Fake News als Genre* und *Fake News als Label* eingegangen. Anschließend wird kurz erläutert, welche Entwicklungen zur weiten Verbreitung des Fake News-Phänomens beigetragen haben, bevor der letzte Abschnitt die Auswirkungen des Phänomens behandelt.

Die Problematik des Begriffs „Fake News“

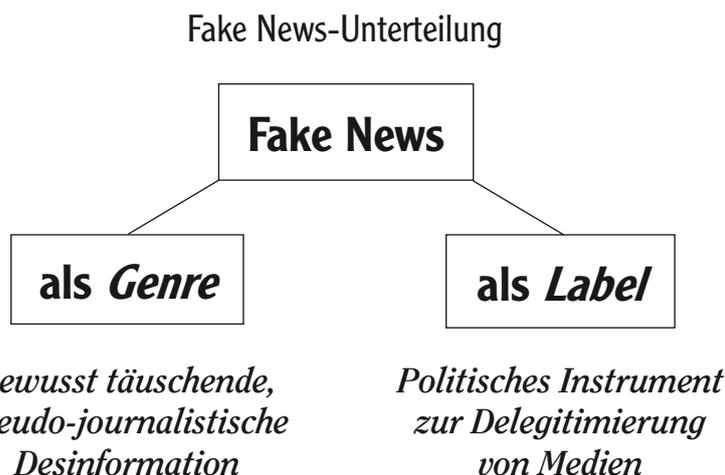
Der Begriff „Fake News“ ist so schwer fassbar, da er ein feststehendes Verständnis von „News“ erfordert (Baym 2005). Jedoch gibt es keine allgemeine Definition von Journalismus und Nachrichten (als journalistisches Produkt). Im Gegensatz zu anderen Professionen fehlen dem Journalismus fixierte Eigenschaften, die eine Abgrenzung von nicht-journalistischen Tätigkeiten ermöglichen (Carlson 2015). Daher entsteht Raum für Diskussionen, was als „News“ bzw. Nachrichten und Journalismus zählt und was nicht. Für manche ist die Boulevardpresse bzw. Gratispresse kein Journalismus, für andere wieder ist ein Journalist jemand, der einen Internetanschluss und einen Computer besitzt. Folglich variiert auch die Verwendung des Begriffs „Fake News“ und scheint derzeit davon abzuhängen, ob jemand einen Inhalt als wahr oder falsch wahrnimmt. Auch im wissenschaftlichen Diskurs wird er für die Bezeichnung unterschiedlicher Konzepte herangezogen. Ursprünglich wurde der Begriff „Fake News“ in der Kommunikationswissenschaft in Zusammenhang mit Formaten politischer Satire verwendet, die Merkmale von Nachrichtensendungen oder Zeitungen imitieren (Baym 2005), beispielsweise *The Daily Show* in den USA, *Die Tagespresse* in Österreich oder die *heute-show* in Deutschland. Seit Ende 2016 jedoch bezeichnet „Fake News“ überwiegend falsche Online-

Nachrichten, die vor allem im Zusammenhang mit dem Präsidentschafts-Wahlkampf in den USA (z. B. Allcott/Gentzkow 2017), aber auch im Kontext der Nationalratswahl 2017 in Österreich verstärkt diskutiert wurden (Der Standard, 25. Oktober 2017).

„Fake News“ wurde seither exzessiv in der globalen Berichterstattung behandelt, oft im Zusammenhang mit unterschiedlichen theoretischen Konzepten wie beispielsweise Verschwörungstheorien, Propaganda und Desinformation, sodass eine gewisse Ratlosigkeit darüber entstanden ist, was genau mit dem Begriff bezeichnet werden soll und was nicht. Gleichzeitig machte dieser inflationäre Gebrauch das Schlagwort „Fake News“ zu einem negativ aufgeladenen Kampfbegriff, der nun von Politikern instrumentalisiert wird, um Medien und deren Berichterstattung zu delegitimieren (z. B. Lischka 2017; McNair 2018). Folglich steht, wie eingangs erwähnt, „Fake News“ für zwei unterschiedliche Phänomene: *Fake News als Genre*, für bewusst täuschende, pseudo-journalistische Desinformation, und *Fake News als Label*, für die Instrumentalisierung des Begriffs zur Delegitimierung von Medien.

Fake News als Genre

Seitdem 2016 befürchtet wurde, dass Fake News einen Einfluss auf das Wahlergebnis der US-Präsidentschaftswahl bzw. den Ausgang des Brexit-Referendums in Großbritannien hatten (z. B. Tambini 2017), hat die Anzahl wissenschaftlicher Publikationen zu Fake News stark zugenommen und es gibt inzwischen zahlreiche Versuche, Fake News zu definieren. In den meisten Definitionen sind drei Merkmale von Fake News enthalten, die sich unter den Begriffen „geringes Level an Faktizität“, „pseudo-journalistischer Stil“ und „absichtliche Täuschung“ zusammenfassen lassen (siehe z. B.: McNair 2018; Tandoc u. a. 2017).



„Geringes Level an Faktizität“ meint hierbei, dass die Informationen in Fake News entweder gänzlich erfunden sind oder teilweise verfälscht wurden und irreführen sollen. Auch Fotomanipulationen, wahre Informationen, die im falschen Kontext präsentiert werden, und Artikel, bei denen die Schlagzeile nicht zum Text passt, fallen in diese Kategorie (Bakir/McStay 2017; Tandoc u. a. 2017).

Als zweites Merkmal lässt sich ein „pseudo-journalistischer Stil“ festhalten. Damit ist gemeint, dass Fake News aussehen wie echte Nachrichtenartikel mit den dahinterstehenden editorischen Prozessen. Sie haben also ähnliche strukturelle Komponenten: eine Schlagzeile, einen Textkörper und (jedoch nicht notwendigerweise) ein Bild (Horne/Adalı 2017). So können Fake News von Lesern für glaubwürdige Produkte journalistischer Tätigkeit gehalten werden (Vargo/Guo/Amazeen 2017).

Die Namen von Fake News-Seiten, oftmals kurzlebige Internetseiten, die lediglich zur Verbreitung von Fake News-Artikeln verwendet werden, sind zudem meistens so gewählt, dass sie denen von etablierten Medien ähneln, wie beispielsweise „The Denver Guardian“ oder „The Political Insider“, zwei Seiten, die 2016 zur Verbreitung von Fake News im US-Wahlkampf zum Einsatz kamen (Allcott/Gentzkow 2017; Vargo u. a. 2017).

Betrachtet man die wortwörtliche Bedeutung des Wortes „Fake“, also „Fälschung“ (Duden o.J.), macht es Sinn, Fake News als Imitation von Nachrichten zu begreifen. Basierend auf der Annahme, dass niemand unabsichtlich falsche Informationen im Format von Nachrichtenartikeln erstellt, sind die meisten Autoren einig darin, dass Fake News absichtlich, mit der Intention zu täuschen, produziert werden (z. B. Allcott/Gentzkow 2017; Bakir/McStay 2017; McNair 2018). Die Motivation kann hier entweder politisch oder finanziell sein (Tandoc u. a. 2017).

Mit diesen drei Eigenschaften lässt sich eine Unterscheidung zu anderen journalistischen Formaten vornehmen, die als Fake News bezeichnet wurden, wie zum Beispiel „schlechter“ Journalismus, *Native Advertising* und politische Satire.

Dass auch etablierte Medien falsche Informationen verbreiten, also „schlechten“ Journalismus produzieren, ist keine neue Erkenntnis. Dies kann durch Fehler aufgrund von Zeitdruck oder geringer redaktioneller Ressourcen geschehen. Jedoch sind die meisten Medien darauf bedacht, solche Fehler in der Berichterstattung transparent zu halten. Demnach ist es nicht ihr Ziel, absichtlich zu täuschen (z. B. McNair 2018). Selbstverständlich gibt es auch Journalisten, die bewusst falsche Informationen verwenden, um ihre eigenen Interessen zu verfolgen. Boulevardmedien wurden in

diesem Zusammenhang genannt, aufgrund fehlender Genauigkeitsstandards (z. B. Tambini 2017), sowie parteiischer Meinungsjournalismus, alternative Online-Medien wie z. B. Breitbart (z. B. Bakir/McStay 2017) und bewusste Falschmeldungen staatlicher Medien (z. B. Khaldarova/Pantti 2016).

Jedoch sind Fake News keine Fehlinformationen, die aus „schlechter“ journalistischer Arbeit in Qualitäts- und Boulevardmedien, Meinungs- oder alternativen Nachrichtenquellen stammen, sondern Fehlinformationen, die den *Anschein* erwecken, aus journalistischer Arbeit zu resultieren, ohne dass irgendein redaktioneller Prozess dahintersteht. Im einfachsten Sinne gilt es also, eine institutionelle Unterscheidung zwischen *Fake News als Genre* und unbefriedigenden journalistischen Ergebnissen zu machen. Natürlich stellen mangelhafte journalistische Qualität und Informationsanbieter mit fragwürdigen Ansätzen zu journalistischen Standards ein erhebliches Problem für demokratische Gesellschaften dar, jedoch sollte dieses nicht unter dem Namen „Fake News“ diskutiert werden. Tatsächlich wäre es sehr problematisch, ein unbefriedigendes journalistisches Ergebnis „Fake News“ zu nennen, da dies die politische Instrumentalisierung des Begriffs unterstützt (siehe *Fake News als Label*).

Der Begriff „Fake News“ wird auch im Zusammenhang mit Werbung verwendet, die in Form von Nachrichtenberichten in Medien präsentiert wird, sogenanntes *Native Advertising*. Allerdings ist *Native Advertising* meist sachlich (wenn auch auf positive Informationen über den beworbenen Artikel fokussiert) (Tandoc u. a. 2017), also nicht unbedingt desinformierend. Darüber hinaus werden Fake News hier als Fehlinformationen definiert, die von nicht-journalistischen Seiten stammen und nicht als problematische Inhalte, die ihren Weg in echte Medienagenden finden. So gesehen kann *Native Advertising* eher als

ein weiteres Symptom von unbefriedigendem Journalismus verstanden werden (McNair 2018).

Politische Satiren (z. B. *The Daily Show*, *heute-show*) und Nachrichtenparodien (z. B. *The Onion*, *Die Tagespresse*) wurden auch als Fake News bezeichnet, da sie Nachrichtenformate nachahmen. Während Satire Sachinformationen im Format einer TV-Nachrichtensendung präsentiert, kommuniziert die Nachrichtenparodie nicht-faktische Informationen in Form von (Online-)Nachrichtenartikeln (Tandoc u. a. 2017). Im Gegensatz zu Fake News zielen beide jedoch nicht darauf ab, das Publikum in die Irre zu führen. Während Satire jede Abweichung von Wahrheit und Objektivität bekannt macht (Baym 2005), beruht die Nachrichtenparodie auf der impliziten Annahme, dass das Publikum weiß, dass der Inhalt nicht wahr ist (Tandoc u. a. 2017).

Fake News als Label

Als politisches Instrument stellt *Fake News als Label* Medien als Institutionen dar, die absichtlich falsche und manipulierte Informationen verbreiten, um Bürger zu täuschen. Diese Verwendungsart des Begriffs „Fake News“ ist vergleichbar mit dem deutschen Wort „Lügenpresse“, ein Propaganda-Begriff aus dem 19. Jahrhundert, der seit 2014 von der rechtspopulistischen Bewegung *Pegida* (Patriotische Europäer gegen die Islamisierung des Westens) gegen deutsche Medien verwendet wird (z. B. Denner/Peter 2017). Ähnlich wie „Fake News“ unterstellt „Lügenpresse“ „pauschal, dass die Journalisten lügen, das heißt Tatsachen verschweigen, verfälschen, sie falsch oder unvollständig darstellen, in einen irreführenden Kontext setzen, und all dies gezielt und absichtsvoll“ (Neverla 2017:18).

Während US-Präsident Donald Trump als Erster „Fake News“ auf diese Weise verwendet hat, tun es inzwischen Politiker weltweit, zum Beispiel in Australien (The Daily

Telegraph, 16. Februar 2017), Polen (Washington Post, 8. Juli 2017), Russland (The Guardian, 16. Mai 2017), Südafrika (Wasserman 2017), aber auch in Österreich. So hat es bereits Anfang 2017 einen Vorfall gegeben, bei dem die ÖVP Niederösterreich der Zeitung *Der Falter* vorwarf, Fake News über die Dr. Erwin Pröll-Privatstiftung zu verbreiten (Brandl 2017). Auch Vizekanzler und FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache machte bereits mehrmals Gebrauch vom Fake News-Label. So verwendete er es, um Berichte über seine angebliche Teilnahme an einem Treffen der Burschenschaft „Germania“ zu diskreditieren (Die Presse, 26. Jänner 2018). Darüber hinaus hat er auf *Facebook* ein sogenanntes *Meme* veröffentlicht, auf dem ORF-Moderator Armin Wolf abgebildet war, mit dem Begleittext „Es gibt einen Ort, an dem Lügen zu Nachrichten werden. Das ist der ORF. Das Beste aus Fake News, Lügen und Propaganda, Pseudokultur und Zwangsgebühr [...]“ (Der Standard, 24. Februar 2018)

In der Tat ist Medienkritik von Politikern kein neues Phänomen und von der Wissenschaft gut dokumentiert (Ladd 2012). Politiker scheinen Medien vor allem in Reaktion auf negative Berichterstattung zu kritisieren (Brants u. a. 2010; Smith 2010). Insbesondere in den USA haben Vorwürfe von Politikern, die Medien hätten einen ideologischen bzw. politischen *Bias* (d. h. eine Verzerrung der Berichterstattung zugunsten eines politischen Lagers) lange Tradition (Ladd 2012). Jedoch scheint das Ausmaß an Medienkritik von politischen Akteuren und die Feindseligkeit, mit der diese vorgetragen wird, neu zu sein (Guess u. a. 2017; McNair 2018). Auch der Vorwurf, die Medienberichterstattung sei nicht einfach faktisch falsch oder politisch verzerrt, aber „fake“, ist beispiellos. So gesehen fungiert das Fake News-Label als hartes Schlagwort, mit welchem die Vorwürfe von absichtlich gefälschter sowie ideologisch verzerrter Berichterstattung

in einem handlichen Begriff vereint werden, ohne dass der Verwender genauer darlegen muss, warum und was genau er dem Medium oder „den Medien“ vorwirft (McNair 2017). Folglich wird mit dem Fake News-Label keine Medienkritik geübt, sondern ein Angriff auf die Legitimität des jeweiligen Mediums bzw. „der Medien“ als demokratische Institution ausgeübt (Lischka 2017).

Warum jetzt?

Weder Fehlinformationen im Nachrichtenumfeld noch Kritik von Politikern an den Medien sind neu im politischen Diskurs. Das Ausmaß, in dem beide Phänomene gegenwärtig auftreten, scheint jedoch zu wachsen (Allcott/Gentzkow 2017; Lazer u. a. 2017; McNair 2018). Dies muss im Zusammenhang mit einer Reihe von Entwicklungen in Politik, Medien und Gesellschaft allgemein gesehen werden. Im Folgenden werden zunächst einige dieser Entwicklungen beleuchtet, um einen kurzen, wenn auch nicht allumfassenden Hintergrund für die Entstehung bzw. die weite Verbreitung des Fake News-Phänomens zu liefern.

Ein erster Trend, der eng mit Fake News verbunden ist, ist die Frage, inwieweit der Aufstieg des Internets und der sozialen Medien und die damit verbundene Fülle an Informationskanälen neue Herausforderungen für moderne Demokratien mit sich gebracht haben (Metzger u. a. 2003; Starr 2012). Diese Frage ist aus mehreren Gründen relevant, aber vor allem, weil in einer Online-Nachrichtenumgebung Informationen kostengünstiger als je zuvor erstellt und verbreitet werden können (z. B. Lazer u. a. 2018; McNair 2018; Tong 2017). Dadurch werden klassische Selektionsmechanismen wie das Vertrauen in die *Gatekeeping*-Funktion (die Selektierung von Informationen) des professionellen Journalismus beeinträchtigt (z. B. McNair, 2018; Nielsen/Graves, 2017; Starr, 2012), nicht nur weil es immer schwieriger wird, zwischen pro-

fessionellen und unprofessionellen Inhalten zu unterscheiden, sondern auch weil Journalisten selbst gefordert und teilweise überfordert sind, digitale Informationen während der Nachrichtenproduktion hinreichend zu verifizieren (Lecheler/Kruikemeier, 2016). Dies führt dazu, dass die Bewertung der Glaubwürdigkeit von Informationen durch einen zunehmend überwältigten Nutzer erfolgt (Metzger u. a. 2003). Studien zeigen, dass selbst sogenannte „Digital Natives“ mit der Auswertung von Online-Informationen Schwierigkeiten haben (Stanford History Education Group 2016).

Darüber hinaus ist es recht einfach, mit der Erstellung und Verbreitung von Fake News Gewinne durch digitale Werbung zu erzielen, wobei die Bezahlung auf Ansichten oder „Klicks“ statt auf Genauigkeit des Inhalts basiert (z. B. Allcott/Gentzkow 2017; Bakir/McStay 2017; Tambini 2017). Dies verbindet Fake News mit *Clickbait News*, d. h. der Erstellung von Nachrichteninhalten, die ausschließlich darauf abzielen, durch sensationelle und emotional ansprechende Schlagzeilen Aufmerksamkeit zu erzeugen (Bakir/McStay 2017). Auf diese Weise macht die Online-Informationsumgebung die Verbreitung von Fake News nicht nur möglich, sondern auch finanziell attraktiv (z. B. Lazer u. a. 2018).

Ein zweiter großer Trend, der den Hintergrund für das Fake News-Phänomen bildet, ist politischer Natur. Hier ist eine Vielzahl von Entwicklungen zu nennen, die eng miteinander verknüpft sind und sich gegenseitig verstärken. Die meisten Wissenschaftler verbinden die Entstehung von Fake News mit der Krise des Vertrauens in die Legitimität des Journalismus (Lazer u. a. 2018; McNair 2018; Nielsen/Graves 2017). Zwar wird zunehmendes Misstrauen gegenüber Nachrichtenmedien am prominentesten in den USA diskutiert (Swift 2016), aber auch in anderen Ländern ist es ein Problem (Newman u. a. 2017). Als Wur-

zeln für das sinkende Vertrauen in die Medien wurden wirtschaftliche Faktoren (im Zusammenhang mit der oben erwähnten Entstehung digitaler Medien), politische Meinungspolarisierung, zunehmende Boulevardisierung von Medieninhalten sowie politische Angriffe auf den Journalismus genannt (z. B. Ladd 2012; Newman u. a. 2017; Tong 2017). Weiterhin mit der Krise des Journalismus verbunden ist eine zunehmende Abwertung der „Eliten“ im Allgemeinen (McNair 2018) und insbesondere derjenigen, die mit der Bereitstellung von Sachinformationen beauftragt sind (d. h. Medien, Wissenschaft und Politik) (Van Aelst u. a. 2017). Damit verknüpft ist ein weiterer Trend, der das Fake News-Phänomen begünstigt, nämlich der wachsende Erfolg populistischer Gruppierungen in westlichen Demokratien (z. B. McNair 2018; Tambini 2017). Moderne populistische Kommunikationsstrategien sind in der Tat durch einen gegen die Medien gerichteten Anti-Elitismus gekennzeichnet, der die wachsende Medienkritik und den antimedialen Diskurs zu einem festen Bestandteil populistischer Rhetorik macht (De Vreese 2017). Die Bezeichnung der Medien als „Fake News“ kann daher als ein weiteres charakteristisches Element populistischer politischer Kommunikation angesehen werden, welches die Rolle des Journalismus als vierte Gewalt untergräbt (Krämer 2018; McNair 2018).

Dahinter verbirgt sich jedoch eine größere Entwicklung: Zunehmende politische Polarisierung fördert in vielen Demokratien ein Meinungsklima, das durch eine Abnahme der Übereinstimmung auf allgemeingültige Tatsachen sowie durch Respektlosigkeit gegenüber anderen Weltanschauungen gekennzeichnet ist. Dies kann mit einem Trend in der politischen Kommunikation in Verbindung gebracht werden, der als „zunehmender Relativismus von Tatsachen“ (engl.: „increasing relativism of facts“) oder auch „Postfaktische Politik“ (engl.: „post-truth poli-

tics“) betitelt wurde. Damit wird die Beobachtung beschrieben, dass faktische Beweise als weniger wichtig scheinen als persönliche Meinung und öffentliche Akteure zunehmend Tatsachen leugnen (Van Aelst u. a. 2017). Die Verwendung des Begriffs „Fake News“ ist eine weitere Form dieses beunruhigenden Trends.

Zusammenfassend lässt sich also festhalten, dass die weite Verbreitung des Fake News-Phänomens Ausdruck größerer und grundlegender Veränderungen innerhalb der technologischen und politischen Grundlagen der mediatisierten Kommunikation in modernen Demokratien ist.

Auswirkungen des Fake News-Phänomens

Betrachtet man mögliche Folgen des Fake News-Phänomens, scheint es wahrscheinlich, dass *Fake News als Genre* – als eine Form der Desinformation – zur Entwicklung von Fehleinschätzungen mit politisch relevanten Konsequenzen führt (z. B. Lazer u. a. 2017).

Fehleinschätzungen („misperceptions“ im Englischen) sind Überzeugungen, die falsch sind bzw. den bestmöglichen und verfügbaren Beweisen widersprechen (Flynn u. a. 2017). Fehleinschätzungen werden schnell gebildet, oftmals nach dem ersten Kontakt mit falschen Informationen. In manchen Fällen führt sogar Fiktion (z. B. Filme) zu Fehleinschätzungen, trotz des Bewusstseins der Rezipienten über die Nichtfaktizität des rezipierten Inhalts (Cook u. a. 2015). Wie oben skizziert, fällt vielen die Identifizierung von falschen Online-Inhalten schwer. Wenn Fehlinformationen als Ergebnis journalistischer Arbeit wahrgenommen werden – wie es bei *Fake News als Genre* der Fall sein kann – ist also annehmbar, dass Rezipienten die Informationen unkritisch aufnehmen. In diesem Zusammenhang wurde – wie oben erwähnt – im wissenschaftlichen und medialen Diskurs befürchtet, dass

Fake News die Ergebnisse der US-Präsidentenwahlen und anderer politischer Ereignisse beeinflusst haben könnten. Umfrage-Ergebnisse in den USA deuten darauf hin, dass viele Bürger Schwierigkeiten haben, Fake News zu identifizieren, wobei Republikaner und Personen mit intensiver *Facebook*-Nutzung eher dazu neigen, Fake News als akkurat wahrzunehmen, verglichen mit Demokraten und denen, die sich stärker auf andere Nachrichtenquellen verlassen (Silverman/Singer-Vine 2016). Darüber hinaus hat sich gezeigt, dass der wiederholte Kontakt mit Schlagzeilen von Fake News ihre wahrgenommene Glaubwürdigkeit erhöht (Pennycook/Cannon/Rand 2017). Eine weitere Umfrage im Dezember 2016 ergab, dass zwei Drittel der Amerikaner glauben, dass Fake News viel Verwirrung über die grundlegenden Fakten zu aktuellen Ereignissen verursacht haben (Barthel u. a. 2016), und auch in Österreich glauben viele Bürger, dass Fake News die Nationalratswahl 2017 beeinflusst haben (IMAS 2018). Während also viele besorgt über mögliche Auswirkungen auf wichtige politische Ereignisse sind, gibt es bisher keine empirischen Beweise über den Einfluss von Fake News. Vielmehr haben Wissenschaftler argumentiert, dass es höchst unwahrscheinlich ist, dass Fake News das Ergebnis der US-Präsidentenwahlen im Jahr 2016 verändert haben (Allcott/Gentzkow 2017).

Als weitere denkbare Folge trägt das Fake News-Label möglicherweise zum Rückgang des Medienvertrauens bei. Medien sind von grundlegender Bedeutung für die Demokratie, da sie für die Bereitstellung von Informationen, welche Bürger für die politische Partizipation benötigen, verantwortlich sind (Tsafati/Cohen 2005). Die Annahme, dass etablierte Medien „fake“ bzw. „gefälscht“ sind, untergräbt somit das Vertrauen in den Journalismus als vierte Gewalt im Staat (UN, OSCE, OAS & ACHPR 2017). Da die Eli-

te-Rhetorik einen starken Einfluss auf die Meinungsbildung hat, können Angriffe von politischen Eliten auf die Medien Einfluss darauf haben, wie die Bürger diese wahrnehmen (Ladd 2012). So haben Studien gezeigt, dass politische Angriffe die Wahrnehmung, dass Medienberichterstattung politisch verzerrt ist, verstärken (Smith 2010). In gleicher Weise identifiziert Ladd (2012) die Medienkritik von Politikern als eine Hauptquelle des Misstrauens in die Nachrichtenmedien. Folglich trägt das Fake News-Label als Instrumentalisierung der Medienkritik potenziell zur Verringerung des Medienvertrauens bei. In diesem Zusammenhang hat eine Studie experimentell untersucht, wie ein Fake News-Angriff von US-Präsident Donald Trump die Wahrnehmung von Nachrichtenmedien beeinflusst (Guess u. a. 2017). Hier deuten die Ergebnisse darauf hin, dass ein solcher Angriff keine Auswirkung auf die Medienwahrnehmung von Trump-Gegnern hat, jedoch für Trump-Unterstützer das Medienvertrauen und die wahrgenommene Richtigkeit der medialen Berichterstattung deutlich reduziert.

Um jedoch substanzielle Aussagen über die längerfristigen Konsequenzen von *Fake News als Genre* und *Fake News als Label* zu treffen, gibt es noch nicht ausreichend empirische Effekt-Studien.

Ein kurzes Resümee

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Fake News Phänomen repräsentativ für tiefgreifende Entwicklungen im politischen Informationsumfeld steht: *Fake News als Label* ist Ausdruck der zunehmenden Versuche politischer Akteure, Journalismus und Nachrichtenmedien als zentrale Institutionen in demokratischen Gesellschaften zu delegitimieren. In gleicher Weise ist *Fake News als Genre* wahrscheinlich das sichtbarste Symptom für eine Zunahme von Desinformationen im politischen Informationsumfeld, obwohl dies bereits im Jahr 2013 als Bedrohung anerkannt wurde (World Economic Forum 2013). In diesem Sinne stellt das Phänomen Fake News eine potenzielle Bedrohung für die Demokratie dar, da es im Zusammenhang mit der Krise der journalistischen Legitimität, zunehmender politischer Polarisierung, einem zunehmenden Relativismus von Fakten und – damit verbunden – dem Verlust des Vertrauens in Politik, Medien und Wissenschaft in vielen demokratischen Staaten gesehen werden muss. Allerdings gilt es festzuhalten, dass nur weitere Forschung, die das Fake News-Phänomen als globales, zweidimensionales Problem betrachtet, Aufschluss darüber geben kann, wie folgenschwer es wirklich ist.

LITERATUR

- H. ALLCOTT/M. GENTZKOW, *Social Media and Fake News in the 2016 Election*, in: *Journal of Economic Perspectives* 31/2 (2017), 211-236.
- V. BAKIR/A. MCSTAY, *Fake News and The Economy of Emotions*, in: *Digital Journalism* 811 (2017), 1-22.
- M. BARTHEL/A. MITCHELL/J. HOLOCOMB, *Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion*, in: *Pew Research Center* (2016), 2-6. Online verfügbar unter: <http://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/> [05.11.2018].
- G. BAYM, *The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism*, in: *Political Communication* 22/3 (2005), 259-276.
- M. BRANDL, *Ebner zu Falter-Fake-News: Verzweifelter Versuch mit alter Geschichte sinkende Verkaufszahlen am Leben zu halten*. APA OTS Presseausendung (2017). Online verfü-

- bar unter: https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20170110_OTS0123/ebner-zu-falter-fake-news-verzweifelter-versuch-mit-alter-geschichte-sinkende-verkaufszahlen-am-leben-zu-halten [05.11.2018].
- K. BRANTS/C. DEVREESE/J. MÖLLER/P. VAN PRAAG, The Real Spiral of Cynicism? Symbiosis and Mistrust between Politicians and Journalists, in: *The International Journal of Press/Politics*, 15/1 (2010), 25-40.
- M. CARLSON, Introduction: The Many Relationships of Journalism, in: M. CARLSON/S. C. LEWIS (Hg.): *Boundaries of journalism: Professionalism, practices and participation*. London 2015, 1-26.
- J. COOK/U. ECKER/S. LEWANDOWSKY, Misinformation and how to correct it. Emerging trends in the social and behavioral sciences: An interdisciplinary, searchable, and linkable resource, in: *Wiley Online Library* (2015). Online verfügbar unter: <https://doi.org/10.1002/9781118900772.etrds0222> [29.06.2018].
- N. DENNER/C. PETER, Der Begriff Lügenpresse in deutschen Tageszeitungen, in: *Publizistik* 62/3 (2017), 273-297.
- DERSTANDARD.AT (13. Februar 2018), ORF-Anchor Armin Wolf klagt Strache wegen Vorwurfs der Lüge. Online verfügbar unter: <https://derstandard.at/2000074159501/ORF-Anchor-Armin-Wolf-klagt-Strache-wegen-Vorwurf-der-Luege> [29.06.2018].
- DIE PRESSE (26. Jänner 2018), Affäre um NS-Liederbuch: Strache wehrt sich gegen „Fake News“. Online verfügbar unter: https://diepresse.com/home/innenpolitik/noewahl/5360576/Affaere-um-NSLiederbuch_Strache-wehrt-sich-gegen-Fake-News [05.11.2018].
- DUDEN (O.J.), Fake, der oder das. Online verfügbar unter <https://www.duden.de/rechtschreibung/Fake> [24.07.2018].
- D. J. FLYNN/J. REIFLER/B. NYHAN, The Nature and Origins of Misperceptions: Understanding False and Unsupported Beliefs about Politics, in: *Advances in Political Psychology* 38/682758 (2017), 127-150.
- A. GUESS/B. NYHAN/J. REIFLER, You're Fake News! The 2017 Poynter Media Trust Survey, S. Petersburg 2017. Online verfügbar unter: <https://poyntercdn.blob.core.windows.net/files/PoynterMediaTrustSurvey2017.pdf> [29..06.2018].
- B. D. HORNE/S. ADALI, This Just In. Fake News Packs a Lot in Title, Uses Simpler, Repetitive Content in Text Body, More Similar to Satire than Real News (2017). Online verfügbar unter: <https://arxiv.org/abs/1703.09398> [29.06.2018].
- IMAS (2018), Nachwahlanalyse. Fake News im NR-Wahlkampf 2017 – Falsch- und Fehlinformationen im Netz gefährden die Gesellschaft – Vergleichsmessung, in: *IMAS Report International 1* (2018). Online verfügbar unter: <http://www.imas.at/index.php/de/imas-report-de/aktuelle-reports/980-nachwahlanalyse-fake-news-im-nr-wahlkampf-2017-falsch-und-fehlinformationen-im-netz-gefaehrden-die-gesellschaft-vergleichsmessung> [29.06.2018].
- I. KHALDAROVA/M. PANTTI, Fake News, in: *Journalism Practice* 10/7 (2016), 891-901.
- B. KRÄMER, How Journalism Responds to Right-Wing Populist Criticism, in: K. OTTO/A. KÖHLER (Hg.), *Trust in Media and Journalism*. Wiesbaden 2018, 137-154.
- J. LADD, *Why Americans hate the media and how it matters*. Princeton 2012.
- D. M. LAZER/M. A. BAU/Y. BENKLER/A. J. BERINSKY/K. M. GREENHILL/F. MENCZER/M. SCHUDSON, The science of fake news, in: *Science* 35976380 (2018), 1094-1096.
- D. LAZER/M. BAUM/ N. GRINBERG/L. FRIEDLAND/K. JOSEPH/W. HOBBS/D. WATTS, *Combating Fake News: An Agenda for Research and Action*, 2017. Online verfügbar unter: <https://web.northeastern.edu/nulab/wp-content/uploads/2017/04/Combating-Fake-News-Agenda-for-Research.pdf> [01.09.2018].
- S. LECHER/S. KRUIKEMEIER, Re-evaluating journalistic routines in a digital age: A review of research on the use of online sources, in: *New Media & Society* 18/1 (2016), 156-171.
- J.A. LISCHKA, A Badge of Honor?, in: *Journalism Studies* 0/0 (2017), 1-18.
- B. McNAIR, *Fake News: Falsehood, Fabrication and Fantasy in Journalism*. New York 2018.
- M. J. METZGER/A. J. FLANAGIN/R. B. MEDDERS, Social and heuristic approaches to credibility evaluation online, in: *Journal of Communication* 60/3 (2010), 413-439.
- I. NEVERLA, „Lügenpresse“ – Begriff ohne jede Vernunft? Eine alte Kampfvokabel in der digitalen Mediengesellschaft, in: V. LILIENTHAL/DERS. (Hg.), *Lügenpresse. Anatomie eines politischen Kampfbegriffs*. Köln 2017.
- N. NEWMAN/R. FLETCHER/A. KALOGEROPOULOS/D. A- L- LEVY/R. K. NIELSEN, *Reuters Institute Digital News Report 2017*.
- R. K. NIELSEN/L. GRAVES (2017), „News you don't believe“. Audience perspectives on fake news. Reuters Institute for the Study of Journalism Report.
- G. PENNYCOOK/T. D. CANNON/D. G. RAND (2017), Prior Exposure Increases Perceived Accuracy of Fake News. SSRN Electronic Journal. Online verfügbar unter: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2958246 [05.11.2018].
- C. SILVERMAN/J. SINGER-VINE, Most Americans Who See Fake News Believe It, New Survey Says, in: *BuzzFeed News* (2016). Online verfügbar unter: https://online225.psych.wisc.edu/wp-content/uploads/225-Master/225-UnitPages/Unit-02/Silverman_Singer-Vine_Buzz-Feed_2016.pdf [01.09.2018]
- G. R. SMITH, Politicians and the news media: How elite attacks influence perceptions of media bias, in: *International Journal of Press/Politics* 15/3 (2010), 319-343.
- STANFORD HISTORY EDUCATION GROUP, *Evaluating information: The cornerstone of civic online reasoning. Executive Summary*, 2016. Online verfügbar unter: <https://stacks.stanford.edu/file/druid:fv751yt5934/SHEG%20Evaluating%20Information%20Online.pdf> [01.09.2018].
- P. STARR, An Unexpected Crisis, in: *The International Journal of Press/Politics* 17/2 (2012), 234-242.

-
- A. SWIFT, Americans' Trust in Mass Media Sinks to New Low, 2016. Online verfügbar unter: <https://news.gallup.com/poll/195542/americans-trust-mass-media-sinks-new-low.aspx> [01.09.2018].
- D. TAMBINI, Fake News. Public Policy Responses. London 2017.
- E. C. TANDOC/Z. W. LIM/R. LING, Defining „Fake News“, in: *Digital Journalism* 6/2 (2017), 137-153.
- THE DAILY TELEGRAPH (16. Februar 2017), Nick Xenophon channels US President Donald Trump over „fake news“. Online verfügbar unter: <https://www.dailytelegraph.com.au/news/nsw/nick-xenophon-channels-us-president-donald-trump-over-fake-news/news-story/2116d5e472768c9af0ba8960a3e0a95a> [05.11.2018].
- THE GUARDIAN (16. Mai 2017), Trump stands by „absolute right“ to share sensitive information with Russia. Online verfügbar unter: <https://www.theguardian.com/us-news/2017/may/16/donald-trump-russia-shared-information> [05.11.2018].
- J. TONG, Journalistic Legitimacy Revisited: Collapse or revival in the digital age?, in: *Digital Journalism* 811 (2017), 1-18.
- Y. TSFATI/J. COHEN, Democratic Consequences of Hostile Media Perceptions. The Case of Gaza Settlers, in: *The Harvard International Journal of Press/Politics* 10/4 (2005), 28-51.
- UN, OSCE, OAS & ACHPR, Joint Declaration on Freedom of Expression and „Fake News“, Disinformation and Propaganda, 2017. Online verfügbar unter: <https://www.osce.org/fom/302796?download=true> [01.09.2018].
- P. VAN AELST/J. STRÖMBÄCK/T. AALBERG/F. ESSER/C. DE VREESE/J. MATTHES/J. STANYER, Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy?, in: *Annals of the International Communication Association* 41/1 (2017), 3-27.
- C. J. VARGO/L. GUO/M. A. AMAZEEN, The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016, in: *New Media & Society* (2017), 1-22.
- C. DE VREESE, Political Journalism in a Populist Age (Policy Paper) (2017). Online verfügbar unter: <https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/12/Political-Journalism-in-a-Populist-Age.pdf?x78124> (05.11.2018)
- WASHINGTON POST (8. Juli 2017), Trump vows to fight fake news with a Polish president who's tried to gag the press. Online verfügbar unter: https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2017/07/08/trump-vows-to-fight-fake-news-with-a-polish-president-whos-tried-to-gag-the-press/?noredirect=on&utm_term=.6cd12095acb5 [05.11.2018].
- H. WASSERMAN, Fake news from Africa: Panics, politics and paradigms, in: *Journalism: Theory, Practice & Criticism* (2017), 1-14.
- WORLD ECONOMIC FORUM, Digital Wildfires in a Hyperconnected World, 2017. Online abrufbar unter: <http://reports.weforum.org/global-risks-2013/risk-case-1/digital-wildfires-in-a-hyperconnected-world/> [05.11.2018].
-

Fake News – Geschichte und Gegenwart eines Medienphänomens

„You are fake news!“ Mit diesem berühmten Satz bedachte Donald Trump im Jänner 2017 in einer der ersten Pressekonferenzen als 45. Präsident der Vereinigten Staaten von Amerika einen Reporter des Cable News Network (CNN). Die Bezeichnung Fake News ist in den letzten Jahren zu einem Schlagwort avanciert, das einen Passpartoutbegriff im Sinne Umberto Ecos darstellt – also ein Wort, mit dem „jeder alles machen könne“ (Eco 2003:77), da es keine terminologische Schärfe aufweist. Der vorliegende Beitrag zielt daher zunächst darauf ab, einleitend die Bezeichnung „Fake News“ zu definieren, um sich in weiterer Folge mit der Produktion und Verbreitung von Fake News zu beschäftigen. Dabei untersuchen wir das Phänomen sowohl aus geschichtswissenschaftlicher wie auch aus medientheoretischer Perspektive. Ein historischer Blickwinkel zeigt, dass es sich bei Fake News keineswegs um eine neue Erscheinung handelt. Dennoch verlangt ihr gegenwärtiges Erscheinungsbild nach Differenzierung. Fake News im digitalen Zeitalter weisen besondere Qualitäten auf, die untrennbar mit der Genese digitaler Öffentlichkeiten und der veränderten Stellung des Subjekts im Kontext digitaler Medialität zusammenhängen.

Was Fake News sind

Fake News sind gezielte Falschmeldungen, die sich auf den ersten Blick nicht von faktisch korrekten Nachrichten unterscheiden lassen. Sie werden in manipulativer Absicht und meist aus politischen oder öko-

nomischen Gründen lanciert, um die öffentliche Meinung (Habermas 1990:343-352) in eine bestimmte Richtung zu lenken.¹ Ausgehend von dieser Definition müssen jedoch zwei ihrer zentralen Punkte nachgeschärft werden. Zunächst wollen wir klarstellen, dass „faktisch korrekt“ nicht „wahr“ im Sinne einer naiv-positivistischen Auffassung bedeutet. Eine objektive Wahrheit im Sinne Kants muss sich notwendigerweise subjektiver Wahrnehmung entziehen. Wittgensteins Satz „Die Welt ist die Gesamtheit der Tatsachen, nicht der Dinge“ (Tractatus logico-philosophicus I.I) ist so zu verstehen. Die für uns wahrnehmbare Welt ist eine der Signifikate, nicht der Referenten oder der „Dinge an sich“. Fakten sind also niemals objektiv, sondern intersubjektiv nachvollziehbare und diskursiv ausverhandelte Tatsachen, die grundsätzlich falsifizierbar sind, aber nicht widerlegt werden können.

Darüber hinaus wollen wir betonen, dass der Begriff „Medienmanipulation“ keinesfalls als mediales Reiz-Reaktionsschema verstanden werden kann, das unterstellt, Medienwirkung geschehe gegen den expliziten Willen der Rezipientinnen und Rezipienten. Mithilfe eines solcherart verkürzten Verständnisses von Medienwirkung in der Tradition des überholten Sender-Empfänger-Modells (Weaver/Shannon 1949) lassen sich komplexe mediale Phänomene nicht befriedigend erklären (Zahlmann 2010:15). Für ein Verständnis von Medien als kulturelle Praktiken und Objekte, denen von ihren Rezipienten Bedeutung zugewiesen wird, greifen wir auf Überle-

gungen des britischen Medientheoretikers John Fiske zurück, der in den 1980er und 1990er Jahren entscheidend zur Formierung aktueller Medientheorien beigetragen hat. Medien sind demnach bedeutungs-offene Texte, die von ihren Rezipienten in einen bestimmten Sinnzusammenhang gestellt werden. Ein und dieselbe Nachricht über Trump auf CNN kann für einen Anhänger des Präsidenten eine vollkommen andere Bedeutung haben als für einen Gegner. Die Bedeutung eines wahrgenommenen Inhalts ist also nicht dem Medium inhärent, sondern wird vom Rezipienten erzeugt – ein wichtiger Punkt, den wir an einem historischen Beispiel verdeutlichen wollen:

Anfang 1857 ereignete sich in einigen Provinzen Nordindiens ein Phänomen, das die Vertreter der East India Company (EIC), die den Subkontinent mit Privileg der britischen Krone verwaltete, in höchstem Maße beunruhigte. Indische Dorfpolizisten trugen in Hunderte Kilometer langen Stafetten traditionelle Brote, sogenannte Chapati, von Dorf zu Dorf. Die Briten, die sich der Unsicherheit ihrer Herrschaft über Indien bewusst waren, interpretierten das als geheimes Zeichen zum Aufstand. Einheimische Soldaten im Dienst der EIC waren aber verblüfft, als sie von einem Offizier zur Rede gestellt wurden. Ebenso wie die Briten hatten viele Inder an eine Verschwörung geglaubt, dabei jedoch die EIC verdächtigt, rituell unreine Nahrung zu verbreiten. Die Angehörigen hoher Kasten, die rigiden Speisevorschriften unterlagen, hätten so diskreditiert und das traditionelle soziale Gefüge untergraben werden sollen (Wagner 2010:61-77).

Eine völlig überzeugende Erklärung gibt es bis heute nicht. Britische Journalisten hatten jedoch während der Krise vermutet, die EIC sei womöglich einer bewussten Täuschung aufgesessen. In diesem Fall hätte es sich bei dem Phänomen der Chapatistaffetten um Fake News gehandelt, denn für die Funktionswei-

se von Fake News ist die Intentionalität der Falschmeldung zentral.

Fake News sind bewusste Lügen, keine simplen Irrtümer, abweichende Meinungen oder Fehleinschätzungen der Autoren. Sie stellen eine beabsichtigte Irreführung dar. Obwohl sich die Grenzen zwischen einseitiger Betrachtung, bewusster Auslassung relevanter Fakten und offener Lüge nicht immer trennscharf ziehen lassen, ist die Täuschungsabsicht ein belastbares, wenngleich bisweilen schwierig nachweisbares Kriterium für Fake News. Folglich fällt Satire nicht unter den Begriff, auch wenn sich in rein phänomenologischer Betrachtung viele Übereinstimmungen finden lassen. Im Gegensatz zu Fake News sollen satirische Falschmeldungen letztlich von den Rezipienten als solche erkannt werden.

Ein Beispiel für solche Falschmeldungen, die ihr parodistisches Potenzial aus der äußerlichen Nachahmung von Fake News ziehen, ist die von ZDF Neo am 16. November 2017 ausgestrahlte vorgebliche Dokumentation „Unternehmen Reichspark“, in der ein vermeintliches Recherche-Team des Senders einem geplanten Vergnügungspark zum Thema nationalsozialistischer Vergangenheit nachgeht (ZDF Neo, 16. November 2017). Die Sendung löste eine breite mediale Debatte über den Holocaust als Gegenstand von Satire bzw. Kommerzialisierung, über das kollektive Erinnern an die nationalsozialistische Vergangenheit sowie Spekulationen über die satirische Natur der Sendung selbst aus bzw. aktualisierte sie (Stern, 17. November 2017; Husmann 2017).

Fake News als historisches Phänomen

Als verbreitetes Schlagwort tauchten Fake News erstmals im Zusammenhang mit Donald Trumps Präsidentschaft auf. Das zugrunde liegende Prinzip ist jedoch deutlich älter. In der Geschichte massenmedial formierter Öffentlichkeiten finden

sich zahlreiche Beispiele für bewusst in die Welt gesetzte Unwahrheiten.

Ein wichtiger Entwicklungsschritt in der Entwicklung gedruckter Massenmedien war die Verbreitung von Flugblättern und -schriften im 16. Jahrhundert. Vor allem in der ersten Hälfte dieses Jahrhunderts beflügelten sich die Ausbreitung neuer drucktechnischer Verfahren und die propagandistischen Auseinandersetzungen um die Reformation gegenseitig. In diesem Krieg der Drucker und Pamphletisten spielten neben offenen Schmäh-schriften und theologischen Disputen auch Fake News eine bedeutende Rolle. Alle Seiten streuten gezielte Desinformation, um die öffentliche Meinung zu ihren Gunsten zu beeinflussen. Dabei hatten die Autoren häufig ein bestimmtes Publikum vor Augen und versuchten, dieses gezielt anzusprechen.

So richtete sich die zu Weihnachten 1520 erschienene Flugschrift „An den Großmechtigsten und Durchlüchtigsten adel tütscher nation das sye den christlichen glauben beschirmen“ ausdrücklich an den Adel im Heiligen Römischen Reich. Sie stellte eine Reaktion des Theologen Thomas Murner auf Luthers im Sommer desselben Jahres veröffentlichte Schrift „An den Christlichen Adel deutscher Nation von des Christlichen Standes Besserung“ dar. Murner unterstellte in seiner Antwort Luther, dieser strebe unter dem Deckmantel der Kirchenreform eine soziale Revolution an. Luther wolle Väter gegen ihre Kinder, Brüder gegen Brüder, Untertanen gegen die Obrigkeit aufbringen, „das weder bapst / keiser / künig / bischoff / bader / oder süwhirt nit mer sollent vnterscheidet werden“ (Murner 1980:99).

Wenn auch, wie die nahe Zukunft zeigen sollte, die Furcht der Eliten vor sozialreformatorisch motivierten Aufständen berechtigt war, so ging der Vorwurf an Luther, dieser würde dazu anstacheln, klar fehl. Ausgerechnet Luther, der von den Revolutionären gar als „Fürsten-

knecht“ geschmäht werden sollte, ließ in seinen Schriften keine Liebe für soziale Reformen erkennen. Die späteren Publikationen „Von weltlicher Obrigkeit, wie weit man ihr Gehorsam schuldig sei“ (1523) und „Wider die Mordischen und Reubischen Rotten der Bawren“ (1525), in denen Luther zur erbarmungslosen Verfolgung der Aufständischen aufrief, ließen daran keinen Zweifel. Doch auch in jenen Schriften, die Murner 1520 rezipierte und die Luther von seinen Anklägern wenig später auf dem Wormser Reichstag vorgelegt wurden, finden sich keine Aufrufe zur Revolution. Murner versuchte schlicht, Luther und dessen adelige Unterstützer zu entzweien – und benutzte dazu falsche Nachrichten.

Im 20. Jahrhundert bedienten sich vor allem totalitäre Staaten in ihrer Propaganda häufig gezielter Falschmeldungen, um eine bestimmte politische Agenda zu verfolgen. Ein besonders interessantes Beispiel lässt sich in der frühen DDR finden. Als es im Jahr 1950 in weiten Teilen der DDR zu einer Kartoffelkäferplage kam, die massive Ernteeinbußen verursachte, machte die Führung der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands (SED) sehr schnell einen Schuldigen aus und informierte die Bevölkerung auch umgehend durch ihr offizielles Parteiorgan: „USA-Flugzeug warf Kartoffelkäfer ab“, titelte die „Neues Deutschland“, die auflagenstärkste Tageszeitung der DDR, am 26. Mai 1950 und stellte auch gleich klar: „Unter der Bevölkerung herrscht helle Empörung über den verbrecherischen Anschlag.“ (Neues Deutschland, 26. Mai 1950) Die Meldungen vom 26. Mai stellten den Auftakt zu einer breit angelegten Propagandakampagne dar, in der das SED-Regime auf allen publizistischen Kanälen gegen die USA agitierte. Als Beweise für die Anschuldigungen wurden auch vorgebliche Augenzeugen bemüht. So berichtete eine nicht näher genannte „Frau aus Schönefeld“ Folgendes: „Ich habe

am Dienstag (23. Mai) in den frühen Nachmittagsstunden zusammen mit meiner Mutter zwei Flugzeuge beobachtet, die parallel zueinander flogen und zwischen denen sich ein nicht erkennbarer großer Gegenstand befand.“ (Berliner Zeitung, 1. Juni 1950) Zwei Tage später bemühte die Berliner Zeitung an derselben Stelle einen noch glaubwürdigeren Zeugen, den amerikanischer Hochkommissar in Deutschland John Jay McCloy, der in Frankfurt eine Untersuchungskommission eingesetzt hätte, um herauszufinden, warum die DDR-Spitze dem perfiden Plan der USA so schnell auf die Schliche gekommen wäre (Berliner Zeitung, 3. Juni 1950). Diese Kommission war so wie die gesamte Affäre und alle vorgebrachten Vorwürfe eine reine Erfindung, ein historischer Fall von Fake News.

Während in totalitären Regimen die Distribution von Fake News in der gleichgeschalteten Presse für die politische Führung vergleichsweise einfach ist, waren die politischen Eliten demokratischer Staaten in der Vergangenheit auf die freiwillige Kooperation der Funktionseliten in den (Massen-)Medien angewiesen, um ihre Fake News unter das Volk zu bringen. Das gilt auch für die Administration von US-Präsident George W. Bush im Vorfeld des Zweiten Irakkrieges 2003. Nachdem Colin Powell am 5. Februar 2003 eine Rede vor dem UN-Sicherheitsrat in New York gehalten und dort über vermeintliche Massenvernichtungswaffen im Irak gesprochen hatte, griffen zahlreiche US-amerikanische Massenmedien die von Powell vorgebrachten Anschuldigungen ungeprüft auf. Aus heutiger Perspektive war vor allem die Rolle einer der renommiertesten Tageszeitungen der Welt, der New York Times, besonders problematisch. Ab dem 6. Februar 2003 brachte die NYT eine ganze Reihe von Artikeln, die sich Powells Argumentation anschlossen und dessen Anschuldigungen ohne eigene Validierung übernahmen (Dimaggio 2010:245-246).

Im weiteren Verlauf des Zweiten Irakkrieges änderte sich die Blattlinie der NYT jedoch und begann, auch die eigene Rolle kritisch zu reflektieren. Schlussendlich konnten die US-Truppen im Irak trotz intensiver Bemühungen keine Massenvernichtungswaffen finden. Auch wenn angenommen werden kann, dass die Journalisten der NYT nicht wider besseres Wissen Fake News verbreitet haben, so müssen sie sich doch den Vorwurf gefallen lassen, ungeprüft die intentionalen Falschmeldungen der Bush-Administration übernommen zu haben. Dass sich eine Tageszeitung wie die NYT so unkritisch in den Dienst der Politik gestellt hat, könnte der Glaubwürdigkeit der klassischen Massenmedien in der öffentlichen Wahrnehmung maßgeblich geschadet haben.

Wie diese Beispiele illustrieren, ist das Phänomen Fake News zwar nicht neu, der Begriff selbst ist aber erst in den letzten Jahren allgemein bekannt geworden. Auf Google erlebte der Suchbegriff „Fake News“ zwischen Herbst 2016 und Frühjahr 2017 Hochkonjunktur.² Eine erste auffällige Steigerung gab es allerdings bereits im März 2004³ um den Jahrestag der Invasion des Irak durch die USA – just in jener Phase, in der viele klassische Massenmedien, allen voran die NYT, ihr früheres Fehlverhalten öffentlich einräumten.

Fake News und Social Media

War die Bush-Administration noch auf die Mithilfe der klassischen Massenmedien angewiesen und profitierte bei der Distribution ihrer Fake News maßgeblich von deren Versagen, hat Donald Trump einen entscheidenden Vorteil. Schließlich kann er in seiner Kommunikation über weite Strecken ohne die Unterstützung der sogenannten vierten Gewalt, der Presse, agieren. Wie kaum ein Politiker vor ihm nutzt Trump für seine öffentliche Darstellung soziale Medien, speziell Twit-

ter. Mit 43,5 Millionen Followern (Stand November 2017) hat Trump selbst eine mediale Reichweite, von der viele der klassischen Massenmedien nur träumen können.

Die Digitalisierung hat zu einer radikalen Veränderung von Medienöffentlichkeiten geführt. Dabei macht sie die Habermas'sche Vorstellung von Öffentlichkeit als allgemein verfügbare bürgerliche Sphäre bzw. als Wirkungsbereich der öffentlichen Gewalt obsolet. Unter Öffentlichkeit versteht Habermas das Verhältnis zwischen Bürgern und Staat, das seit dem 17. Jahrhundert durch die Presse moderiert worden sei (Habermas 1990:69-76).

Dieser sehr eingeschränkte Öffentlichkeitsbegriff lässt sich auf die allermeisten historischen Fälle, in denen Menschen gemeinsam und für andere wahrnehmbar handeln, nicht anwenden. Dennoch handelt es sich in diesen Fällen nicht um Privatangelegenheiten. Jürgen Habermas nennt diese vorbürgerliche Öffentlichkeit „repräsentativ“ und versteht darunter ein Statusmerkmal der Eliten. Der öffentlichen Repräsentation von Herrschaft würden demnach die Beherrschten bloß beiwohnen (Habermas 1990:60). Selbiges gilt sinngemäß auch für all jene Menschen der Moderne, die der bürgerlichen Öffentlichkeit nicht angehören.

Selbst wenn man mit Habermas davon ausginge, dass sich die Rolle der Beherrschten auf Augenzeugenschaft beschränkt hätte, dürfte diese keinesfalls unterschätzt werden. Rudolf Schlögl verwies in seinen Arbeiten zur städtischen Öffentlichkeit der Vormoderne auf die zentrale Funktion der Zeugenschaft für politische Prozesse (Schlögl 2004:9-60). Die gemeinsame Anwesenheit und Augenzeugenschaft von Menschen konstituierte in diesem Verständnis erst politische Öffentlichkeit. Die Verbreitung von Massenmedien virtualisierte diesen Zusammenhang, indem sie das gemeinsame Wirken auf eine „vorgestellte Gemeinschaft“ (Anderson 1996:14-17) übertrug.



*Donald Trump spricht bei einer Wahlkampfveranstaltung in Fountain Hills, Arizona, 19. März 2016.
Gage Skidmore, CC BY-SA 3.0*

Angesichts digitaler Medienöffentlichkeiten verlieren sowohl die vor-moderne Anwesenheitsgesellschaft als auch das Ideal der (staats-)bürgerlichen Öffentlichkeit an Bedeutung. Es sind häufig nicht länger die physische Anwesenheit oder Unterworfenheit unter die Macht des Staates, die Öffentlichkeit konstituieren, sondern die Verhältnisse digitaler Repräsentationen medialisierter Subjekte zueinander. Die Mehrdimensionalität, die dem Subjekt in der digitalen Moderne abverlangt wird, zeigt sich in der sonst inkomensurablen Funktionalisierung unterschiedlicher Selbst- und Fremdbilder, die ein- und dasselbe Subjekt repräsentieren. Wer sich eine eigene Internetpersona schafft, tut das oft schon aus Selbstschutz. Andere fühlen sich in der Anonymität des Netzes sicher und unauffindbar. Der Personenkreis, der in der Lage ist, eigene Wahrnehmungen zu veröffentlichen, wird jedenfalls durch die Digitalisierung in zu-

vor nicht gekanntem Maß erweitert (Walach 2017:148-149).

Selbst die eigene Biografie kann vor diesem Hintergrund nicht länger als konsequente Sammlung von Lebenserfahrungen verstanden werden: Zum einen, weil die Bedeutungszuweisung an diese Erfahrungen häufig nicht länger an übergeordnete Instanzen (wie Kirche, Partei oder Obrigkeit) abgegeben werden muss bzw. delegiert werden kann, zum anderen, weil biografische Narrative zusehends als mehrdimensional empfunden werden. Eine biografische Geschlossenheit, wie sie für vordigitale Narrative typisch ist, findet sich in digitalen Selbstzeugnissen, für die gerade die Inszenierung unterschiedlicher virtueller Identitäten kennzeichnend ist, häufig nicht. Das bedeutet aber keineswegs, dass digital medialisierte Selbstbilder notwendigerweise fragmentarisch sind. Die Lust am Spiel mit Identitäten kann auch zur Stabilisierung des Selbstbildes

beitragen (Walach 2017:150). Dass sich an diesem Spiel aber nicht nur Menschen beteiligen, sondern in einem im stärkeren und immer weniger nachvollziehbaren Maße auch Computerprogramme, welche die Rolle von Menschen übernehmen und sich von tatsächlichen Personen auch nicht mehr klar unterscheiden lassen, wird das nächste Unterkapitel zeigen.

Social Bots in der Produktion und Dissemination von Fake News

Die plötzliche Popularität, der sich der Begriff „Fake News“ Ende 2016 erfreute, hängt nicht nur mit der Person Trump zusammen, sondern auch mit einem Fall von Fake News, zu dessen Beschreibung er verwendet wurde, dem sogenannten „pizzagate“. Diese vor allem von Anhängern Trumps und Proponenten der sogenannten „Alt-Right“-Bewegung (Alt-Right steht für „Alternative Right“) Ende 2016 lancierte

Verschwörungstheorie hatte ihren Ursprung aller Wahrscheinlichkeit nach auf dem Image-Board 4Chan und der Social-Media-Website Reddit, beides Webseiten, deren Inhalte beinahe ausschließlich usergeneriert sind.

Die pizzagate-Theorie besagte, dass von einer Washingtoner Pizzeria aus ein internationaler Kinderpornografie- und Kinderhändlererring operiert hätte, deren Kopf die demokratische Präsidentschaftskandidatin von 2016, Hillary Clinton, gewesen sei. Grundlage dieser Behauptung waren gehackte und auf Wikileaks veröffentlichte Emails von Clintons Wahlkampfmanager John Podesta. User unterschiedlicher Websites wollten in Begriffen wie „Cheese Pizza“ und „Ice Cream“ Codes für Kinderpornografie und Kinderhandel erkennen. Da viele dieser Mails zwischen Podesta und dem Besitzer der unter demokratischen Politikern in Washington beliebten Pizzeria „Comet Ping Pong“ ausgetauscht worden waren, vermuteten die User dort das Zentrum eines Kinderhändlerings.

In der Verbreitung dieser Fake News kamen sogenannte Bot-Netzwerke zum Einsatz. Darunter versteht man kooperierende Computerprogramme, die bestimmte Aufgaben ohne menschliches Zutun erfüllen (Grimme u. a. 2017:280). Freilich lässt sich nicht genau feststellen, welcher Anteil der Weiterleitungen tatsächlich von Bots stammt, da viele der sogenannten Social Bots mittlerweile technisch so ausgereift sind, dass sie nicht mehr klar von menschlichen Usern unterschieden werden können.

Social Bots stellen damit einen Meilenstein in der Entwicklung künstlicher Intelligenz (KI) dar, auch wenn ihr Einsatzzweck von den frühen Computerpionieren kaum vorhergesehen werden konnte. Bereits 1950 schlug der britische Mathematiker und Computerwissenschaftler Alan Turing vor, KI mithilfe einer Variation des „Imitation Game“ zu testen. (Turing 1950:433)

Gelänge es nun einem Computerprogramm, sich erfolgreich als Mensch auszugeben, wäre ihm ein hohes Maß an Denkfähigkeit zuzusprechen. Ein früherer Versuch, sich in solch einer Anordnung zu bewähren, war das Programm ELIZA, das sich als Psychotherapeut ausgeben sollte. Eine typische Konversation mit ELIZA lautete etwa:

„Men are all alike.
IN WHAT WAY
They're always bugging us
about something or other.
CAN YOU THINK OF A SPECIFIC
EXAMPLE
Well, my boyfriend made me
come here.
YOUR BOYFRIEND MADE
YOU COME HERE
He says I'm depressed much of
the time.
I AM SORRY TO HEAR THAT
YOU ARE DEPRESSED“
(Weizenbaum 1966:36)

Wegen seines mechanischen Antwortschemas war ELIZA leicht zu entlarven. Das gilt für die Social Bots der Gegenwart nicht mehr. Philip N. Howard und Bence Kollanyi untersuchten mehr als 1,5 Millionen Tweets zum Brexit-Referendum 2016 und identifizierten etwa 15 Prozent davon mit hoher Wahrscheinlichkeit als von Bots generiert. Als solche waren sie nicht aufgrund ihres Inhalts erkennbar, sondern nur durch die Untersuchung von Metadaten. Die Studienautoren schätzten den Einfluss von Bots auf die Debatte in Sozialen Netzwerken größer ein, als der quantifizierbare Anteil ihrer Meldungen vermuten ließe, weil die Bots gezielt Meinungen beeinflussen sollen (Howard/Kollanyi 2016:4). Das bedeutet, dass Bots vor allem dazu dienen, Debatten anzustoßen oder zu verstärken. Indirekt lässt sich so ein Großteil des Datenverkehrs in Sozialen Medien auf die Agitation von Bots zurückführen.

Da Bots an den von ihnen veröffentlichten Nachrichten selbst

kaum noch zu erkennen sind, behelfen sich Forscher mit der Untersuchung ihres Nutzerverhaltens. Aktuelle Bot-Programme tarnen aber auch diese Spuren. Christian Grimme u. a. setzten im Rahmen einer Studie selbst Social Bots ein und kamen zu dem Schluss, dass die Wahrscheinlichkeit, einen Bot mithilfe gegenwärtig zur Verfügung stehender Mittel zu enttarnen, bei etwa 40-60 Prozent liegt. Sämtliche Aussagen über den Anteil an automatisch generierten Inhalten in Sozialen Medien wären demzufolge mit Vorsicht zu genießen (Grimme u. a. 2017:285).

Auch ohne die genauen Zahlen eruieren zu können, kann angenommen werden, dass Bots für die Verbreitung von Fake News eine wichtige Rolle spielen, da sie in erster Linie die ohnehin vergleichsweise geringen Kosten einer Desinformationskampagne in Sozialen Medien noch weiter senken. Mit ihrer Hilfe lässt sich mit wenig Aufwand eine ausgesprochen große Reichweite erzielen und die bereits zuvor erwähnte öffentliche Meinung noch stärker beeinflussen (Shao u. a. 2017:2). Die Programmierer und Nutzer dieser Bot-Netzwerke setzen dabei an den grundlegenden Funktionsweisen Sozialer Medien an und nutzen deren Wirkungsweise explizit aus.

Demokratisierung des Netzes?

Soziale Medien wie Facebook stellen ambivalente Medienumgebungen dar. Sie bieten ihren Nutzern eine sehr niederschwellige Möglichkeit, selbst als Medienproduzenten zu agieren. Auch wenn ein Nutzer nur über basale Kenntnisse in der Verwendung digitaler Endgeräte verfügt, kann er mit ihrer Hilfe publizistisch tätig werden. Digitalisierung hat – hier in Form Sozialer Medien – die Stellung des Menschen als historisches Subjekt radikal verändert, indem sie ihn stärker als zuvor ermächtigt hat, seinen Ort in der medialisierten Umwelt selbst festzulegen. Gleichzeitig sind die

Nutzer Sozialer Medien einem engen Korsett vorgegebener Verwendungsmöglichkeiten unterworfen – schließlich haben sie nur Zugriff auf die Oberfläche dieser Webseiten, während ihnen die dahinterliegenden Strukturen verborgen bleiben. Das trifft insbesondere auf Facebook zu.

Während andere Soziale Medien wie Twitter ihren Nutzern einen unsortierten Strom aller Nachrichten und Updates der abonnierten Seiten anzeigen, sortiert Facebook die Daten durch einen Algorithmus vor. Dieser Algorithmus entscheidet, was den jeweiligen Nutzern angezeigt wird und was nicht; ihm obliegt also auszuwählen, welche Nachrichten für einen bestimmten Nutzer sichtbar werden (Stalder 2017:215-216). Wie diese Auswahl vonstatten geht, bleibt den Endnutzern verborgen, ihnen wird nur das Endergebnis präsentiert. Diese Vorsortierung kann einen Effekt verstärken, durch den sich Nutzer Sozialer Medien in einer sogenannten Filterblase einschließen, in der ihnen lediglich Informationen angezeigt werden, die ihr bereits vorgefasstes Weltbild noch unterstützen.

Anbieter medialer Inhalte können diesen Effekt einsetzen, indem sie für die privilegierte Platzierung ihrer Inhalte bezahlen – zahlreiche Fake News im US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf 2016 wurden als solche Anzeigen geschaltet. Speziell Facebook ist, wie zahlreiche Untersuchungen zeigen, zur bevorzugten Informations- und Nachrichtenplattform vieler Nutzer avanciert (Spohr 2017:152-153). In der Validierung und Überprüfung der ihnen dort angebotenen Nachrichten sind sie in der Regel auf sich allein gestellt. Die klassische, wenngleich nicht stets erfüllte Aufgabe von Journalisten, eine Nachricht vor der Veröffentlichung zu validieren, fällt in dieser Medienumgebung ausschließlich dem Rezipienten selbst zu.

Fazit

Auch wenn Fake News ein altes propagandistisches Instrument sind, hat der Begriff seine immense Popularität erst in den letzten Jahren erlebt. Das ist vor allem der Präsidentschaft Donald Trumps und der Verwendung der Bezeichnung Fake News durch ihn selbst und seine Gegner geschuldet. Fake News im digitalen Zeitalter unterscheiden sich von ihren vordigitalen Vorgängern vor allem durch zwei Faktoren: ihre Produktion und Distribution. War es bis vor wenigen Jahrzehnten hauptsächlich Eliten vorbehalten, falsche Nachrichten in die Welt zu setzen, kann gegenwärtig beinahe jeder Fake News im Netz veröffentlichen. Zu ihrer Verbreitung sind diese Falschmeldungen nicht länger auf Akteure klassischer Massenmedien angewiesen. Nutzer Sozialer Netzwerke – menschliche ebenso wie Social Bots – können diese Aufgabe übernehmen.

Die Demokratisierung der Medienöffentlichkeiten durch Digitalisierung geht Hand in Hand mit dem wachsenden Einfluss von Algorithmen. In populären digitalen Medienumgebungen wie Facebook begünstigen Algorithmen die Bildung sogenannter Filterblasen (filter bubbles). Dieses Phänomen wird vor allem in der Dissemination von Fake News genutzt, für deren prominente Platzierung der Anbieter der jeweiligen Inhalte bezahlt. Faktisch korrekte Nachrichten gehen in einer derart gebildeten Filterblase oft verloren. In der Distribution rezenter Fake News wurden auch nachweislich massiv Bot-Netzwerke eingesetzt, um bestimmte Ziele – beispielsweise die Beeinflussung von Wahlen – zu erreichen.

Angesichts der zahlreichen Herausforderungen, mit denen sich die Rezipienten in digitalen Medienöffentlichkeiten konfrontiert sehen, muss kritische Medienkompetenz eines der zentralsten Desiderate ei-

ner zeitgemäßen Bildungspolitik sein. Idealerweise sind Schüler und Schülerinnen bereits im Unterricht darauf vorzubereiten, selbst kritisch mit Medieninhalten umzugehen und die Faktizität von Nachrichten zu überprüfen.

ANMERKUNGEN

- 1 Jürgen Habermas stellte in seinen Überlegungen zum Begriff der öffentlichen Meinung zwei unterschiedliche Konzepte einander gegenüber: ein normatives, welches für das Thema dieses Beitrags keine besondere Rolle spielt, sowie eines, das als „rezeptive Instanz im Verhältnis zur demonstrativ und manipulativ verbreiteten Publizität“ den Kern der hier gestellten Frage betrifft (Habermas 1990:343).
- 2 <https://trends.google.com/trends/explore?date=2016-01-01%202018-07-02&q=fake%20news>, zuletzt aufgerufen [02.07.2018].
- 3 <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=fake%20news>, zuletzt aufgerufen [02.07.2018].

LITERATUR

- B. ANDERSON, Die Erfindung der Nation. Zur Karriere eines folgenreichen Konzepts. Frankfurt am Main 1996.
- BERLINER ZEITUNG (1. Juni 1950), „Mc Cloy untersucht“.
- BERLINER ZEITUNG (3. Juni 1950), „Flugzeuge kreisten über Schönefeld“.
- S. CHENGCHENG u. a., The Spread of Fake News by Social Bots, Arxiv ID: 1707.07592.
- A. R. DIMAGGIO, When Media Goes to War. Hegemonic Discourse, Public Opinion, and the Limits of Dissent. New York 2010.
- U. ECO, Nachschrift zum Namen der Rose. München 1984.
- C. GRIMME u. a., Social Bots: Human-Like by Means of Human Control?, in: Big Data 5/4 (2017), 279-293.
- J. HABERMAS, Strukturwandel der Öffentlichkeit. Frankfurt am Main 1990 (1962).
- P. N. HOWARD/B. KOLLANYI, Bots, #StrongerIn, and #Brexit: Computational Propaganda during the UK-EU Referendum, Comprop Research Note 2016.1. Online verfügbar unter: <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1606/1606.06356.pdf> [15.12.2017].
- W. HUSMANN, „Diskursautomaten im Böhmermann-Park“, in: Zeit Online (23.11.2017). Online verfügbar unter: <http://www.zeit.de/kultur/kunst/2017-11/deuschthland-jan-boehmermann-ausstellung-nrw-forum> [27.11.2017].
- T. MURNER, An den Großmechtigsten und Durchlüchtigsten adel tütscher nation das sye den christlichen glauben beschirmen, in: K. SIMON (Hg.), Deutsche Flugschriften zur Reformation (1520–1525). Stuttgart 1980, 93–170.
- NEUES DEUTSCHLAND (26. Mai 1950), „USA-Flugzeug warf Kartoffelkäfer ab“.
- D. SPOHR, Fake News and Ideological Polarization: Filter Bubbles and Selective Exposure on Social Media, in: Business Information Review 34/3 (2017), 150-160.
- F. STALDER, Kultur der Digitalität. Berlin 2016.
- STERN (17. November 2017), Jan Böhmermann-Doku: „Gibt es den Reichspark wirklich?“ Online verfügbar unter: <https://www.stern.de/kultur/tv/doku-von-jan-boehmermann--gibt-es-den-reichspark-wirklich--7702710.html> [27.11.2017].
- A. M. TURING, Computing Machinery and Intelligence, in: Mind. A Quaterly Review of Psychology and Philosophy LIX/236 (1950), 433-460
- T. WALACH, Geschichte des virtuellen Denkens. Wiesbaden 2017.
- W. WEAVER/C. E. SHANNON, The Mathematical Theory of Communication. Urbana 1949.
- J. WEIZENBAUM, ELIZA – A Computer Program for the Study of Natural Language Communication Between Man And Machine, in: Communications of the ACM 9/1 (1966), 36-45.
- L. WITTGENSTEIN, Tractatus logico-philosophicus. Philosophische Untersuchungen. Leipzig 1990 (vollendet 1918, zahlreiche Ausgaben).
- S. ZAHLMANN, Medien in der DDR. Medienproduktion und Medienrezeption als kulturelle Praktiken, in: DERS. (Hg.), Wie im Westen, nur anders. Medien in der DDR. Berlin 2010.
- ZDF NEO (16.11.2017), J. Böhmermann, „Unternehmen Reichspark“. Online verfügbar unter: <https://www.zdf.de/comedy/neo-magazin-mit-jan-boehmermann/neo-magazin-royale-mit-jan-boehmermann-vom-16-november-2017-100.html> [17.11.2017].

Geschichtsdidaktik in postfaktischen Zeiten? Populismus und Verschwörungstheorien als Herausforderungen

Rankes „Moment“

Es mag verwunderlich sein, Leopold von Ranke in einem Beitrag über Fake News, Verschwörungstheorien und Populismus zu zitieren. Aber in einer seiner Schriften zeigte er plakativ auf, wie ‚historisches Handwerkszeug‘ dabei helfen kann, die Geschichte bestimmter Ereignisse zu beleuchten. Ranke beschreibt in seinem Werk *Ueber die Verschwörung gegen Venedig im Jahre 1618* (1831) die Herangehensweise von verschiedenen Historikern im Hinblick auf dieses angebliche Komplott. Er betonte, dass die Beschäftigung mit historischen Verschwörungen ganz im Gegensatz zu gewohnten historischen Darstellungen, die von großen Ereignissen und bedeutenden Zuständen erzählen sollen, einen „Moment“ (Ranke 1831:2) einfangen könne, durch welchen gezeigt werde, wie Politik zu einem bestimmten Zeitpunkt funktionierte. Dabei gab er zu bedenken, dass gerade die Interpretation einer Verschwörung den gesellschaftlichen Umgang mit Geschichte illustrieren könne: Ranke berichtete von ersten Nachrichten und Gerüchten über eine Verschwörung gegen Venedig, die von einigen geglaubt wurden. Es folgte daraufhin eine offizielle Geschichte der Ereignisse, die „glaubwürdig“ sein sollte, „weil sie von dem Historiker des Staats, unter öffentlicher Autorität mitgeteilt worden“ war (Ranke 1831:52). In dieser Darstellung wurde die Verschwörung auf einen kleinen Kreis von Personen reduziert, die allesamt moralisch unlauter ge-

handelt hatten. Ranke ging auf einige andere Werke, welche eine andere Geschichte als die offizielle erzählten, kritisch ein und etikettierte diese als unwahr. Besondere Betrachtung fanden in seinem Werk Dokumente, die offensichtlich gefälscht worden waren: „Diese starke Betrügerei macht uns auf eine Schule von Verfälschern aufmerksam, welche, um zu verkaufen, was sie nicht hatten, etwas erfanden, dem analog, was man forderte. Diese Leute haben Actenstücke aus den frühesten Zeiten der Republik in die Häuser der angesehensten Nobili verkauft [...]“ (Ranke 1831:17) Die Aufgabe des Historikers bestehe nun darin, nichts als die Wahrheit anhand von neuen Quellenfunden zu berichten, um „den Leser aus diesem Labyrinth zu einer reinen und befriedigenden Ueberzeugung zu führen“ (Ranke 1831:1).

Die verschiedenen Werke und insbesondere die Zugänge der Historiker wurden von Ranke als Theorien über eine Verschwörung aufgefasst: In diesen Theorien wurde Wahres und Falsches miteinander vermischt. Die Historiker wurden teilweise von Fake-news-Produzenten hereingelegt und versuchten eine eigene Geschichte über eine Verschwörung zu schreiben. Und es gibt hierbei auch noch eine offizielle Darstellung, die viele nicht überzeugte und so manches aussparte. Erst der Gang ins Archiv und die Quellenkritik könnten laut Ranke dazu verhelfen, glaubwürdig bzw. plausibel die Geschichte der Verschwörung zu schreiben: „Der Erzählung eines Historikers kann,

wenn sie auch einzelne Fehler hat, doch im Ganzen eine gewisse Glaubwürdigkeit beiwohnen; aber ein Document ist entweder ganz falsch oder ganz ächt.“ (Ranke 1831:16) Ungeachtet aller Kritik am historischen Ansatz Rankes und an seiner historistischen Position bzw. seinem positivistischen Objektivismus hat man es aber doch einerseits mit einem historischen Lehrstück zu tun, das zeigt, wie wichtig bestimmte ‚Basiskonzepte‘ in der heutigen Zeit sind, wie unten dargestellt wird. Andererseits gilt es fachdidaktische Positionen herauszuarbeiten, die vom Ranke’schen nationalen Bezugspunkt doch stark abweichen.

Im postfaktischen Zeitalter

Wie Ranke aufzeigte, sind Fake News alles, aber sicher keine neue Entwicklung. Der Begriff *false news* ist darüber hinaus ein viel diskutiertes Problem für englische Journalisten ab dem späten 17. Jahrhundert. Das Gleiche lässt sich über Verschwörungstheorien sagen. Die mediale Aufmerksamkeit heutzutage führte u.a. dazu, dass diese Thematik in einem Heft von „Zeit Geschichte“ (2017) abgehandelt wurde. Die relativ konventionellen Themen wie die Konstantinische Schenkung, Propaganda oder die Protokolle der Weisen von Zion zeigen offenkundig, dass Lügen und Betrügen immer schon wichtige Elemente des politischen Handelns waren. Insofern ist das große Klagen über um sich greifende verschwörungstheoretische Vorstellungen von historischen Begebenheiten zwar berechtigt, aber kein neues Problem. Die mediale Entwicklung, soziale Medien an sich und vor allem die Geschwindigkeit der Weitergabe von Informationen haben jedoch zu einem qualitativen Sprung geführt, der die gesellschaftswissenschaftlichen Fachdidaktiken herausfordert. Im Folgenden gilt es, die wesentlichen Merkmale des sogenannten „postfaktischen Zeitalters“ zu benennen.

„Es heißt ja neuerdings, wir leben in postfaktischen Zeiten“, sagte die deutsche Bundeskanzlerin Angela Merkel während einer Rede im September 2016 und unterstrich mit dieser Aussage das Wort des Jahres 2016 „postfaktisch“ oder im englischen Original „post-truth“ (Die Zeit, 9. Dezember 2016). Verbunden mit der Abkehr vom Faktischen ist der Aufstieg des Populismus in repräsentativen Demokratien in Europa im Zusammenhang mit dem Einsatz von und dem Glauben an Verschwörungstheorien, was unten näher erläutert wird.

Grundsätzliches Signum der postfaktischen Zeiten sind gefühlte Wahrheiten für verschiedene Gruppen, was bedeutet, dass eine starke Fragmentierung der Öffentlichkeit vonstattengehen kann, die zu medial immer öfter beschworenen Echo-kammern bzw. *filter bubbles* führt (Schweiger 2017). Prägnant auf den Punkt gebracht geht es um die Fragen „Wer lügt schöner?“ bzw. „Wer erzählt seine Wahrheit besser?“. Konkurrierende Wahrheitsnarrative können demgemäß zu einem Plausibilitätsproblem, einer Infragestellung von epistemischen Gewissheiten und neuen epistemischen Autoritäten führen: So wird aus dem Renegaten des Wissenschaftsbetriebs oder der Journaille der wichtigste Informationsträger, da der Insider früher einmal Teil des korrumpierten Systems war. Eine der neuen epistemischen Autoritäten, die über das vor der Öffentlichkeit verborgene „stigmatisierte Wissen“ (Barkun 2013) referiert, ist der Schweizer Historiker Daniele Ganser, der insbesondere durch seine 9/11-Interpretationen einer relativ breiten Öffentlichkeit bekannt ist (Butter 2018:83-93). Ganser und seine Befürworter widersprechen hierbei einer offiziellen Erzählung, indem sie kritische Fragen stellen und einen eigenen Wahrheitsanspruch durch ihre eigenen (vermeintlichen) Beweise legitimieren wollen. Dieses Misstrauen in das Offizielle öffnet den Raum für alternative Weltansich-

ten und offenbart einen großen Vertrauensbruch.

Besonders berühmt sind auch die beiden Fotos von Obamas und Trumps Inaugurationsfeiern in Washington: Kellyanne Conway, Trumps Wahlkampfleiterin, war in einer NBC-News-Sendung am 22. Jänner 2017 gefragt worden, „warum Pressesprecher Sean Spicer ‚widerlegbare falsche‘ Angaben zu den Zuschauerzahlen bei der Trump-Vereidigung gemacht habe. Conways Antwort: ‚Sie sagen, dass es eine falsche Behauptung ist, und Sean Spicer, unser Pressesprecher, hat alternative Fakten dazu vorgelegt‘“ (Die Zeit, 16. Jänner 2018). „Alternative Fakten“ wurde 2017 zum Unwort des Jahres gewählt, was aber keineswegs bedeutet, dass das postfaktische Zeitalter bereits wieder dem Ende zugeht. Dagegen spricht insbesondere der Aufstieg des (Rechts-) Populismus in repräsentativen Demokratien.

Populismus

Die große Stärke des Begriffs Populismus liegt in seiner Offenheit: Es gibt mehrere Wege, den Begriff zu definieren, und jegliche Publikation zu diesem Thema müht sich an der Bestimmung ab. Mudde und Kaltwasser fassen Populismus als „thin-centered ideology“ (Mudde/Kaltwasser 2017:6) auf, die der Erzählung folgt, dass das ‚wirkliche Volk‘ von korrumpierten Eliten hintergangen wird. Dabei zielt der Begriff direkt auf eine imaginierte nationale Homogenität bzw. das *heartland* (Taggart 2004) ab. Karin Priester (2012) vertritt die Position, dass Populismus ein Relationsbegriff ist, was bedeutet, dass die jeweiligen Elemente vom Kontext abhängig sind. Dass Populismus ein wichtiges Schlagwort unserer Zeit ist, zeigen allein schon die Vielzahl an Tagungen und der Wust an Publikationen, die jede Woche mehr werden. Insbesondere in der lateinamerikanischen und spanischen Literatur, aufbauend auf den

Überlegungen von Ernesto Laclau, werden die positiven Eigenschaften des Populismus als notwendiges Korrektiv eines korrumpierten politischen Systems angesehen (Mudde/Kaltwasser 2017:79-96). In den bis jetzt erschienenen Darstellungen überwiegen aber die negativen Merkmale, die im Folgenden kursiv aufgelistet werden:

- „Wir“ (*heartland*) vs. die Eliten: Misstrauen in etablierte Systeme (oben-unten).
- Das „Sündenbockdenken“ bzw. die Konstruktion eines Feindes (innen-außen).
- Moralisierung des politischen Diskurses.
- Infragestellung der etablierten Medien („Lügenpresse“) und Aufbau einer eigenen medialen Landschaft.
- Romantisierende, stabile nationale Geschichtsnarrative (früher-später): gegen den Wandel und Vielfalt (u.a. Müller 2016; Wodak 2016; Palaver 2013; Priester 2012).

Gerade in Verbindung mit der sogenannten ‚Flüchtlingskrise‘ wurden und werden populistische Narrative als Deutungsangebot angenommen. Die George-Soros-Legende zum Beispiel verdichtet sich immer mehr zur Verschwörungstheorie; hierbei lassen sich die vorgeschlagenen Elemente anwenden: Vor dem Kontext der Flüchtlingskrise wird dem in einer jüdischen Familie aufgewachsenen Soros vorgeworfen, sich gegen das eigene Heimatland (oben-unten) verschworen zu haben, um Flüchtlinge nach Ungarn (innen-außen) und damit Europa zu bringen. Dies wird von etablierten Medien („Lügenpresse“) nicht kommuniziert. Das ungarische Heimatland wird dadurch unterwandert und verändert usw. In der österreichischen Medienlandschaft wurde dies verstärkt diskutiert (u.a. Der Standard, 24. April 2018). Diese Erzählung lässt sich auf verschiedene andere Probleme zumindest strukturell anwenden. Hervorzuheben ist der Bezug auf

Eliten und Minderheiten, also auf ein mögliches Komplott „von oben“, „von unten“ sowie „von außen“.

Die Einfachheit der populistischen Erzählung, also das klare Schwarz-Weiß-Schema, der klare Sündenbock, der klare Missstand und die Elemente einer spannenden Erzählung versprechen Ordnung in einer unüberschaubaren Welt. Dieses Deutungsangebot im Zusammenhang mit den Möglichkeiten von sozialen Medien ist von Bruno Latour auf zynische Art und Weise auf den Punkt gebracht worden:

„Erinnern Sie sich der guten alten Zeit, als der Revisionismus spät kam, sehr spät, wenn die Fakten eindeutig feststanden und Jahrzehnte, nachdem bereits haufenweise Beweisstücke vorlagen? Jetzt dürfen wir uns an dem erfreuen, was man den Instant-Revisionismus nennen könnte. Noch hat sich der Rauch der Ereignisse nicht verzogen, und schon beginnen Dutzende von Verschwörungstheorien die offizielle Darstellung zu revidieren, häufen Ruinen auf Ruinen, vermehren den Rauch um weitere Rauchwolken. Was ist aus der Kritik geworden, wenn mein Nachbar in dem kleinen Dorf im Bourbonnais, in dem ich lebe, als hoffnungslosen Naivling auf mich herabsieht, weil ich glaube, daß die Vereinigten Staaten von Terroristen attackiert worden sind? Wie schön war doch die Zeit, als Universitätsprofessoren auf einfache Leute herabsahen, weil diese Hinterwäldler naiv an Kirche, Mutterschaft und Apfelkuchen glauben konnten.“ (Latour 2007:13)

Wie schön war die Zeit, als die Lehrperson die Wahrheit verkündete und die Schülerinnen und Schüler ohne zu widersprechen zuhörten. Im postfaktischen Zeitalter glaubt man nicht mehr alles und so manchem Lehrer schwimmen die epistemischen Autoritätsfelle davon. Latour geht von zwei *filter bubbles* aus (Latour 2016):

1) Die *einen* glauben an den Fortschritt sowie an wissenschaftliche Erkenntnisse und verstehen

nicht, warum die *anderen* an Esoterisches u.Ä. glauben.

2) Die *anderen* glauben an eine Verschwörung der Eliten und verstehen nicht, wie einfältig die *einen* sind, die alles glauben, was man ihnen vorsetzt.

Dies bedeutet, dass man tunlichst nicht der populistischen Versuchung unterliegen darf und eine klare Antwort auf ‚einfache‘ Probleme liefert, indem das Nationale zuerst kommt, Sündenböcke eine stabilisierende Funktion haben und es eigentlich nur *eine* „Wahrheit“ gibt.

Verschwörungstheorien und gesellschaftliches Lernen

Mark Fenster hat in einer viel beachteten Studie festgestellt, dass Verschwörungstheorien ein „non-necessary element“ des Populismus sind, da moderne Verschwörungstheorien für ihn an sich populistisch sind, jedoch nicht alle Populismen Verschwörungstheorien bedienen (Fenster 2008: 84), was zweifellos richtig ist, da es jeder empirischen Grundlage widerspricht, allen Populisten zu unterstellen, dass sie Verschwörungstheoretikerinnen und Verschwörungstheoretiker sind (Hammel 2017). Michael Butter hat zuletzt mehrere Wesensähnlichkeiten herausgearbeitet (Butter 2018:170-178):

- 1) Das politische Feld wird auf wenige machtvolle Akteure reduziert;
- 2) Bedrohung der gesellschaftlichen Ordnung – die politische Ideologie, „rechts“ oder „links“, ist dabei nicht relevant;
- 3) positive Entwicklung, wenn die Verschwörer/Eliten entmacht werden.

Verschwörungstheorien sind aber im Gegensatz zum Populismus immer spezifische Erklärungen, die zumindest darüber hinaus einen groß angelegten bewussten Plan spezifischer Gruppen wie Juden, Freimaurer, Illuminaten etc. unterstellen. Michael Butter definiert sie folgendermaßen:

„Verschwörungstheorien basieren auf der Annahme, dass Menschen den Verlauf der Geschichte ihren Intentionen entsprechend lenken können, dass Geschichte also planbar ist. Sie schreiben den Verschwörern die Fähigkeit zu, über Jahre, manchmal sogar über Jahrzehnte hinweg die Geschehnisse eines Landes oder gar der Welt zu bestimmen. Oft verstehen sie sogar die Geschichte an sich als eine Abfolge von Komplotten.“ (Butter 2018:40)

Verschwörungstheorien sind immer historisch, indem sie ein Ereignis, einen Zustand oder eine Entwicklung auf einen historischen Plan zurückführen und bewusst die Frage stellen, wem dies genutzt hat (cui bono?). Die Planbarkeit von Geschichte bzw. die Maxime „Geschichte wird gemacht“ – immerhin das Motto des 25. Österreichischen Zeitgeschichtetags in Wien 2018 – wird durch Verschwörungstheorien radikal auf den Punkt gebracht: Der Politologe Michael Barkun (2013:1-14) hat hierbei drei Grundannahmen von Verschwörungstheorien postuliert: 1) Nichts ist, wie es scheint; 2) Es gibt keine Zufälle; 3) Alles ist miteinander verbunden. Dieses streng mechanistische Weltbild hat keinen Platz für ungeplante Koinzidenz. Alles ist demgemäß so, wie es der „Verschwörungstheoretiker“ festlegt bzw. durch seine „Recherche“ gefunden hat.

Nun klingt dieser Zusammenhang für viele nach Paranoia und dies verwundert keineswegs: Jahrelang bezog man sich in der Forschung auf einen sehr einflussreichen Aufsatz von Richard Hofstadter (1965) im Hinblick auf diese Thematik. Viele Journalisten zitieren diesen heutzutage, um das Phänomen Trump zu erklären. Hofstadter kam, dem Kontext seiner Zeit geschuldet, zu folgendem Schluss:

„Although American political life has rarely been touched by the most acute varieties of class conflict, it has served again and again as an arena for uncommonly angry minds. To-

day this fact is most evident on the extreme right wing [...]. Behind such movements there is a style of mind, not always right-wing in its affiliations, that has a long and varied history. I call it the paranoid style simply because no other word adequately evokes the qualities of heated exaggeration, suspiciousness, and conspiratorial fantasy that I have in mind.“ (Hofstadter 1965:1)

Dies ist jedoch keineswegs die Lösung des gesellschaftlichen Problems, da die Unterstellung des Wahns – aus welcher Position heraus? – sicherlich nicht dazu führt, dass weniger Menschen an etwas glauben. Die amerikanische Geschichte von Verschwörungstheorien als legitimes Wissen lässt darauf schließen, dass diese bewusst als Strategien verschiedener Präsidenten und Regierungen benutzt wurden (Butter 2014). Das heißt, dass man Hofstadters Äußerungen kontextualisieren muss und diese nicht auf die heutige Zeit anwendbar sind. Auch die Konfrontation mit reinen Fakten hilft im Übrigen nicht; dies zeigen viele psychologische Studien (Douglas/Sutton/Cichocka 2017).

Lehrpersonen sollten, wenn sie an die Lebenswelt ihrer SchülerInnen anschließen wollen, tunlichst auf verschwörungstheoretische Narrative eingehen, um diese im Sinne einer subjektorientierten Geschichtsdidaktik zu besprechen (Ammerer/Hellmuth/Kühberger 2015). Im Folgenden werden Wege und Möglichkeiten dargestellt, wie man mit solchen Narrativen im Geschichtsunterricht umgehen sollte.

Es ist das Verdienst des bekannten Geographiedidaktikers Tilman Rhode-Jüchtern (2017), zumindest in seinem Fach einen möglichen Weg hinsichtlich der Auseinandersetzung mit Verschwörungstheorien im Unterricht vorgeschlagen zu haben. Rhode-Jüchtern zeigt anhand des Beispiels der Dunkelflaute auf, wie Forschungsergebnisse und gesellschaftliche Positionen miteinander korrelieren und da-

durch verschiedene Wahrheiten und Überzeugungen entstehen können. (Als Dunkelflaute versteht man ein gleichzeitiges Auftreten von Dunkelheit und einer Flaute in Hinsicht auf Wind- und Solarenergie.) Der Didaktik kann es ganz im Gegensatz zu Ranke laut Rhode-Jüchtern nicht darum gehen, nun unter verschiedenen Wahrheitsansprüchen die eine Wahrheit zu finden, sondern um die De-Konstruktion der verschiedenen Plausibilitäten. Damit geht es um die Frage: „Wem kann man vertrauen?“

Im Rückgriff auf die philosophische Diskussion über den ‚Neuen Realismus‘ stellt Rhode-Jüchtern fest, dass verschiedene Wahrheiten in ihrem jeweiligen Sinnfeld als wahr gelten können. Nun sollte zuerst das Sinnfeld, also der Deutungskontext, entschlüsselt werden, um mit den Fragen „Wer spricht?“ sowie „Was ist seine/ihre Wahrheit?“ verschiedene Subjektpositionen im Feld festzustellen. Diese verschiedenen Perspektiven auf ein Thema können dann in Hinsicht auf ihre Plausibilität und Intersubjektivität beurteilt werden. Rhode-Jüchtern plädiert dafür, dass gesellschaftliche diskutierte Erkenntnisse von Wissenschaft, Erziehung, Recht, Politik etc. von den Didaktiken aufgegriffen werden müssen. Ferner muss man lernen, die medial unterschiedlich vermittelten Botschaften zu decodieren und schlussendlich zu bewerten. Rhode-Jüchtern fordert demgemäß dazu auf, eben nicht einfach nur mit dem Blick aus dem eigenen Feld auf etwas zu schauen, sondern die Erzählungen der anderen hereinzuholen. Der erste Blick „verpflichtet dazu, neben der eigenen Idee intersubjektiv auch die ‚der anderen‘ zu betrachten und sich erst danach mit guten Gründen erkennbar und transparent zu entscheiden“ (Rhode-Jüchtern 2017:52). So entgeht man der *einen* Sicht auf die Welt.

Basiskonzepte und andere Lösungsmöglichkeiten

Bis jetzt fehlt in der Geschichtsdidaktik eine intensive Auseinandersetzung mit dem Themenkomplex Fake News, Populismus und Verschwörungstheorien, aber das Rüstzeug ist zumindest seit der Einführung des neuen Lehrplans für die Sekundarstufe I vorhanden. Dabei kann Rhode-Jüchterns Vorschlag als Folie dienen. Wichtig ist dabei zu erwähnen, dass dieser klar aus der Position eines Plädoyers für einen moderaten Konstruktivismus in der Geographiedidaktik gemacht wurde. Dieser ist der Narrativitätstheorie der Geschichtsdidaktik, die den Konstruktionscharakter von Erzählungen betont, keineswegs fremd. Hierbei sind von Jörn Rösen in seiner geschichtsdidaktischen Konzeption eigene Bewertungsmaßstäbe entwickelt worden: die drei Trifftigkeiten bzw. Plausibilitäten. Die historischen Erzählungen müssen also untersucht werden, ob sie empirisch (faktisch richtig), normativ (Zustimmungsfähigkeit bei den Adressatinnen sowie Adressaten und/oder Rezipientinnen sowie Rezipienten) und narrativ (Regeln der Darstellung, Verständlichkeit) triftig sind (Rösen 1983; Rösen 2013). Diese drei Trifftigkeiten gehören seit einiger Zeit zum Basisrepertoire der deutschsprachigen Geschichtsdidaktik.

Anders verhält es sich mit den 17 neu entworfenen Basiskonzepten, die im österreichischen Lehrplan für die Sekundarstufe I fix verankert sind und Unterrichtsplanung erleichtern sollen (Hellmuth/Kühberger 2016): Folgt man Wolfgang Sander, dann sind Basiskonzepte „Relevanzfilter“ (Sander 2009:11), welche den Zugriff auf historische Prozesse, Strukturen usw. ermöglichen. Kühberger (2016a) unterscheidet zwischen drei Ebenen, die sich gegenseitig bedingen: historische (Bezug auf das Konzept Zeit), epistemische (Zustandekommen von historischen und politischem Wissen) und gesell-

schaftliche (menschliches Zusammenleben) Basiskonzepte. Vor dem Hintergrund des Themas dieses Aufsatzes rücken hierbei einige Basiskonzepte in den Fokus.

Fake News, Populismus und Verschwörungstheorien fordern zuallererst die ‚Belegbarkeit‘ heraus. Hierauf wird im Geschichtsunterricht wesentlich mehr als bisher einzugehen sein. So banal dies klingen mag – man ist als Lehrender, der viele einführende Kurse in das Geschichtsstudium gibt, erstaunt, wie wenig Rücksicht bis dato auf die ‚Belegbarkeit‘ im Unterricht genommen wurde. Vor allem die Qualität der ‚Belegbarkeit‘ wird in der Zukunft thematisiert werden müssen, da hierbei die jeweiligen epistemischen Autoritäten und die Qualität der Medien fokussiert werden können.

Da die Vergangenheit nicht mehr unmittelbar zugänglich ist und Geschichte immer als Konstruktion aufgefasst werden muss, ist auch auf die Konzepte ‚Konstruktivität‘, ‚Perspektivität‘ und ‚Auswahl‘ mehr Rücksicht zu nehmen. Gerade die (zeitliche und räumliche) Standortgebundenheit muss eine wichtige Rolle spielen, um das Zustandekommen von intersubjektiv überprüfbarbarem Wissen greifbar zu machen.

Der problematische Umgang mit Geschichte in Verschwörungstheorien und Populismen fordert ein nächstes Basiskonzept ein: Kausalität. Die Frage nach dem „Warum?“ im Rückgriff auf Ereignisse, Zustände oder Entwicklungen wird in Verschwörungstheorien häufig monokausal mit „wegen einer Verschwörung“ beantwortet. Hierbei sind unterkomplexe Erklärungen abzulehnen. Multiperspektivische und vor allem multikausale Erklärungen sind mehr als nur notwendig. Auch die Rolle des Zufalls ist in solchen didaktischen Settings durchaus nicht zu vergessen.

In Bezug auf die gesellschaftlichen Basiskonzepte gibt es viele Anschlussmöglichkeiten. Wenn es insbesondere in verschwörungs-

theoretischen Entwürfen von Geschichte um die *eine* Wahrheit und es in sogenannten „Informationskriegen“ nur um die Beweise geht, dann wird die Frage nach der Belegbarkeit zu einer nach „Macht“. Vielmehr wird es jedoch in Zukunft um das Basiskonzept ‚Vielfalt/diversity‘ gehen müssen. Christoph Kühberger (2016b) ist es zu verdanken, auf die großen Leerstellen in österreichischen Geschichtsschulbüchern hingewiesen zu haben. Dabei wurde in seiner intersektionellen Analyse klar, dass ‚Vielfalt‘ kaum thematisiert wird. Die Entwicklung von einem Geschichts- zu einem Geschichtenbewusstsein (Lücke 2012) aufgrund von neuen gesellschaftlichen Bedingungen soll und muss dazu führen, dass gesellschaftliche Problematiken sich zumindest als gegenwärtiger Ausgangspunkt im Geschichtsunterricht wiederfinden: Ob dies nun die Thematisierung von Inklusion (u.a. Lücke/Alavi 2016; Kühberger/Schneider 2016; Völkel 2017), Migration oder beides ist – festzuhalten ist, dass sich ein moderner Geschichtsunterricht von dem einen Nationalnarrativ verabschieden muss, um Gesellschaft verstehen zu können.

Ganz ähnlich sieht das Michael Butter, der im Hinblick auf Verschwörungstheorien dazu auffordert, in der Schule bewusst eine „Gesellschaftskompetenz“ bzw. *social literacy* aufzubauen (Butter 2018:229). Damit meint er, dass gelehrt und gelernt werden muss, wie eine Gesellschaft funktioniert, welche Handlungsspielräume Akteure haben und welche Prozesse auf welchen gesellschaftlichen Ebenen ablaufen. Hierbei geht es ihm vor allem um die Möglichkeiten der Planbarkeit von Ereignissen, Zuständen und Entwicklungen. Butter ergänzt diese *social literacy* um zwei weitere wichtige „Kompetenzen“: *media* und *historical literacy*.

In einem Zeitalter, in dem durch das Internet zumindest in unseren Breitengraden sehr viel Information schnell zur Verfügung steht

und damit Schülerinnen und Schüler bzw. Nutzerinnen und Nutzer Verschwörungstheorien geradezu zwangsläufig ausgesetzt sind, gilt es, bewusst die Medienkompetenzen zu schulen. Hierbei geht es um die Einschätzung, was ein qualitativvolles Medium von einem anderen unterscheidet. Wichtig ist auch die Problematisierung des Zusammenhangs, wie durch das Internet, unser eigenes Suchverhalten und Algorithmen Sinnfelder entstehen, die zu Echokammern werden können (Der Falter, 8. November 2016). Die von Butter erwähnte *historical literacy* muss hier nicht mehr erklärt werden.

Florian Hartleb erwähnt als Strategien gegen die Vereinnahmung durch den Populismus im Sinne einer nachhaltigen Politik noch weitere wichtige Punkte, wobei hier nur noch zwei genannt werden: Der Politikwissenschaftler fordert erstens, dass man in Europa an einer gemeinsamen Erinnerungs- und damit Geschichtskultur arbeiten sollte, um die jeweiligen Verschränkungslinien der gemeinsamen Geschichte zu zeigen. Dies stellt klarerweise einen Abgesang auf eine Geschichtsschreibung mit einem nationalen Zentrum dar, führt aber als neue Richtinstanz Europa bzw. die EU ein, was ebenfalls kritisch hinterfragt werden muss. Zweitens steht Hartleb dafür ein, dass die Politische Bildung gestärkt werden muss; und zwar nicht im Sinne einer Staatsbürgerkunde (Hartleb 2017:201f.).

The Metapedia Interpretation of History – Ein vorläufiges Fazit

Ein wichtiges konkretes Beispiel zum Schluss: Wir alle verwenden Wikipedia, auch wenn es nur für die neuesten Literaturhinweise ist. Jedoch gibt es in Österreich nach wie vor das Problem, dass auch eine klar rechtsextreme Alternative zu Wikipedia abgerufen werden kann: Metapedia. Ich bin immer wieder erstaunt, wie weit vorne in meinen Google-Suchergebnissen Metape-

dia-Artikel zu finden sind. Mit meinen Studierenden beschäftigte ich mich zuletzt mit der Kriegsschuldfrage in Hinsicht auf den Ersten Weltkrieg und sofort stieß ich auf die Artikel bei Wikipedia und Metapedia. Die Seite ist in Österreich trotz aller Warnungen und Anzeigen frei im Netz verfügbar und verbreitet rechtsextremes, revisionistisches und verharmlosendes Gedankengut. Ein besonders interessanter Artikel ist derjenige über Wikipedia: Als Merkmale der Enzyklopädie werden u.a. fehlende Wissenschaftlichkeit, Parteilichkeit, Verdrehungen, Unterstellung oder Zensurmaßnahmen angeführt. Tief blicken lässt die Rubrik „Einflüsse“: Hier wird ein zionistisches Komplott vermutet, Verflechtungen mit der Politik – vor allem mit den „Grünen“ – werden unterstellt und Wikipedia wird als „Plattform der Schwulenlobby“ bezeichnet (<http://de.metapedia.org/wiki/Wikipedia>, zuletzt abgerufen: 10. Oktober 2018).

Wir haben es also im Netz mit konkurrierenden Narrativen zu tun, die Geschichte anders erzählen, anders perspektivieren, andere ‚Quellen‘ auswählen und zu anderen Schlüssen kommen. Herbert Butterfield schrieb bereits 1931 das berühmte Buch *The Whig Interpretation of History* und meinte damit die Herangehensweise bestimmter britischer Historiker an ihren Gegenstand, welche die englische Geschichte als Fortschrittserzählung hin zu einer guten Gegenwart interpretierten. Heutzutage ist man nicht mehr dazu bereit, Geschichte mit Fortschritt gleichzusetzen und die politischen Implikationen einer solchen Geschichtsschreibung sind leicht enttarnt. Im postfaktischen Zeitalter hat man es vielmehr mit ganz anderen Erzählungen zu tun: „The Metapedia Interpretation of History“ ist schnell verfügbar, abrufbar und findet sich in den (österreichischen) Top Ten des Suchverlaufs. Ähnlich verhält es sich mit Youtube-Videos.

Die gesellschaftswissenschaftlichen Didaktiken stehen somit vor einem Problem: Leopold von Ranke und viele seiner Epigonen meinten und meinen, dass „Fakten“ ausreichen, um dem Problem Herr zu werden. Es gibt mehrere Journalistenkollektive, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, Verschwörungstheorien und Fake News zu *debunkten*. Dieses *debunking* bzw. Entlarven ist jedoch gebunden an den unerschütterlichen Glauben an Fakten, aber diese haben die ‚Gegner‘ auch – und zwar in ihren Sinnfeldern. Rankes Forschungsweg hilft zwar dabei, verschiedene Erzählungen auseinanderzuhalten. Jedoch müssen die eigenen Wahrheitssysteme bzw.

Wahrheitsgenerierungsmaschinen selbstreflexiv hinterfragt werden. Ganz im Sinne der Überlegungen von Thomas Hellmuth (2009) geht es darum, eigene Sozialisationsprozesse und Abhängigkeiten von normativen Geschichtsvorstellungen zu hinterfragen: Man muss also die konkurrierenden Narrative verstehen, analysieren und dekonstruieren, um sich schlussendlich zu entscheiden, welche Erzählung plausibel ist. Plausibilität ist aber von gesellschaftlichen sowie subjektiven Normen und Werten abhängig. Welche diese sein können, wird in den Didaktiken und Schulen, der Gesellschaft sowie der Politik heiß diskutiert werden.

LITERATUR

- B. ALAVI/M. LÜCKE (Hg.), *Geschichtsunterricht ohne Verlierer? Inklusion als Herausforderung für die Geschichtsdidaktik*. Schwalbach/Ts 2016.
- H. AMMERER/Th. HELLMUTH/Ch. KÜHBERGER (Hg.), *Subjektorientierte Geschichtsdidaktik*. Schwalbach/Ts. 2015.
- M. BARKUN, *A Culture of Conspiracy. Apocalyptic Visions in Contemporary America*. Berkeley 2013.
- M. BUTTER, „Nichts ist, wie es scheint“. *Über Verschwörungstheorien*. Berlin 2018.
- M. BUTTER, *Plots, Designs, and Schemes: American Conspiracy Theories from the Puritans to the Present*. Berlin-Boston 2014.
- H. BUTTERFIELD, *The Whig Interpretation of History*. London 1931.
- K. M. DOUGLAS/R. M. SUTTON/A. CICHOCKA, *The psychology of conspiracy theories*, in: *Current Directions in Psychological Science* 26/2017, 538-542.
- M. FENSTER, *Conspiracy Theories. Secrecy and Power in American Culture*. Minneapolis 2008.
- L. L. HAMMEL, *Verschwörungsglaube, Populismus und Protest*, in: *Politikum* 3/2017, 32-40.
- F. HARTLEB, *Die Stunde der Populisten. Wie sich unsere Politik trumpetisiert und was wir dagegen tun können*. Schwalbach/Ts 2017.
- Th. HELLMUTH/Ch. KÜHBERGER, *Kommentar zum Lehrplan der Neuen Mittelschule und der AHS-Unterstufe „Geschichte und Sozialkunde/Politische Bildung“ (2016)*. Online verfügbar unter: http://www.politik-lernen.at/dl/NqssJKJKonmomJqx40JK/GSKPB_Sek_I_2016_Kommentar_zum_Lehrplan_Stand_26_09_2016.pdf [24.04.2018].
- Th. HELLMUTH, *Das „selbstreflexive Ich“*. *Politische Bildung und kognitive Struktur*, in: DERS. (Hg.), *Das „selbstreflexive Ich“*. *Beiträge zur Theorie und Praxis politischer Bildung*. Innsbruck-Wien-Bozen 2009, 11-20.
- R. HOFSTADTER, *The Paranoid Style in American Politics, and Other Essays*. New York 1965.
- Ch. KÜHBERGER, *Historisches Wissen – verschiedene Formen seiner Strukturiertheit und der Wert von Basiskonzepten*, in: W. HASBERG/H. THÜNEMANN (Hg.), *Geschichtsdidaktik in der Diskussion. Grundlagen und Perspektiven*. Frankfurt am Main 2016a, 91-107.
- Ch. KÜHBERGER, *Intersektionalität – ein Weg für den geschlechtersensiblen Geschichtsunterricht?*, in: N. BENNEWITZ/H. BURKHARDT (Hg.), *Gender in Geschichtsdidaktik und Geschichtsunterricht. Neue Beiträge zu Theorie und Praxis*. Münster 2016b, 55-86.

- Ch. KÜHBERGER/R. SCHNEIDER (Hg.), *Inklusion im Geschichtsunterricht. Zur Bedeutung geschichtsdidaktischer und sonderpädagogischer Fragen im Kontext inklusiven Geschichtsunterrichtes*. Bad Heilbrunn 2016.
- B. LATOUR, *Elend der Kritik. Vom Krieg um Fakten zu Dingen von Belang*. Zürich-Berlin 2007.
- B. LATOUR, *How not be too mistaken about Trump?* Veröffentlicht: 12/13.11.2016. Online verfügbar unter: <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/downloads/LEMONDE-12-11-16-GB.pdf> [24.04.2018].
- M. LÜCKE, *Diversität und Intersektionalität als Konzepte der Geschichtsdidaktik*, in: M. BARRICELLI/M. LÜCKE (Hg.), *Handbuch Praxis des Geschichtsunterrichts*, Bd. 1. Schwalbach/Ts 2012, 136-146.
- C. MUDDE/C. R. KALTWASSER, *Populism. A Very Short Introduction*. Oxford-New York 2017.
- J. W. MÜLLER, *Was ist Populismus? Ein Essay*. Berlin 2016.
- W. PALAVER, *Populismus – Gefahr oder hilfreiches Korrektiv für die gegenwärtige Demokratie?*, in: *Jahrbuch für christliche Sozialwissenschaften* 54/2013, 131-154.
- K. PRIESTER, *Wesensmerkmale des Populismus*, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 5-6/2012. Online verfügbar unter: <https://www.bpb.de/apuz/75848/wesensmerkmale-des-populismus?p=all> [24.04.2018].
- L. RANKE, *Ueber die Verschwörung gegen Venedig im Jahre 1618*. Berlin 1831.
- T. RHODE-JÜCHTERN, *„Dunkelflaute“ – Der Konstruktivismus unter Verdacht*, in: *GW-Unterricht* 147/2017, 42-53.
- J. RÜSEN, *Historik. Theorie der Geschichtswissenschaft*. Köln 2013.
- J. RÜSEN, *Historische Vernunft. Die Grundlagen der Geschichtswissenschaft. Grundzüge einer Historik I*. Göttingen 1983.
- W. SANDER, *Macht als Basiskonzept politischer Bildung*, in: *Informationen zur Politischen Bildung* 31 (2009), 5-12. Online verfügbar unter: http://www.politischebildung.com/pdfs/31_sander.pdf [24.04.2018].
- W. SCHWEIGER, *Der (des)informierte Bürger im Netz: Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern*. Wiesbaden 2017.
- P. TAGGART, *Populism and Representative Politics in Contemporary Europe*, in: *Journal of Political Ideologies* 9/2004, 269-288.
- B. VÖLKEL, *Inklusive Geschichtsdidaktik. Vom inneren Zeitbewusstsein zur dialogischen Geschichte*. Schwalbach/Ts. 2017.
- R. WODAK, *Politik mit der Angst. Zur Wirkung rechtspopulistischer Diskurse*. Wien-Hamburg 2016.
- ZEIT GESCHICHTE 3/2017. *Die Macht der Lüge. Propaganda, Fälschungen, Verschwörungstheorien – vom Mittelalter bis heute*. „Wikipedia“. Online verfügbar unter: <http://de.metapedia.org/wiki/Wikipedia> [24.04.2018].

ZEITUNGSARTIKEL

- I. BRICKNER, *George Soros als Sündenbock der Rechten*, in: *Der Standard*, 24. April 2018. Online verfügbar unter: <https://derstandard.at/2000078502101/George-Soros-als-Suendenbock-der-Rechten> [24.04.2018].
- F. KLENK, *Boris wollte mich verbrennen*, in: *Der Falter*, 8. November 2016. Online verfügbar unter: <https://www.falter.at/archiv/wp/boris-wollte-mich-verbrennen> [24.04.2018].
- „Postfaktisch“ ist Wort des Jahres, in: *Die Zeit*, 9. Dezember 2016. Online verfügbar unter: <https://www.zeit.de/news/2016-12/09/gesellschaft-postfaktisch-ist-wort-des-jahres-09143007> [24.04.2018].
- Conways „alternative Fakten“ ist „Unwort des Jahres“, in: *Die Zeit*, 16. Jänner 2018. Online verfügbar unter: <https://www.zeit.de/news/2018-01/16/gesellschaft-conways-alternative-fakten-ist-unwort-des-jahres-16164603> [24.04.2018].

CARS – Geschichtsdidaktische Überlegungen zum Umgang mit Fake News und zu Quellenkritik

Die Online-Version des Duden definiert „Fake News“ als „in den Medien und im Internet, besonders in den Social Media, in manipulativer Absicht verbreitete Falschmeldungen“ (Duden Online 2018). Das zentrale Kriterium, mit dem Fake News gegenüber traditionellen Falschmeldungen abgegrenzt werden, ist dabei das Verbreitungsmedium, das Internet. Zwar wurde auch in der Vergangenheit – wie etwa der Beitrag von Martin Tschiggerl und Thomas Wallach zeigt – gezielt und vorsätzlich mit Falschmeldungen manipuliert und getäuscht, um wirtschaftliche, politische, ideologische oder kriminelle Ziele zu verfolgen. Die Art und Weise, wie Falschnachrichten entstehen und wie sie verbreitet und rezipiert werden, hat sich durch die neuen technischen Möglichkeiten, die die sozialen Medien und das Internet bieten, aber grundlegend verändert. Waren für die Verbreitung von klassischen Falschmeldungen, von Propaganda, politischer Indoktrination oder Werbung noch erhebliche Ressourcen notwendig, können Fake News nun ohne großen technischen und wirtschaftlichen Aufwand hergestellt und massenhaft verbreitet werden (Handschuhmacher 2017).

Zusätzlich wird der Begriff seit einigen Jahren auch verwendet, um Medienkritik auszudrücken. Unabhängige, kritische und mitunter unangenehme Berichterstattung wird von Politikerinnen und Politikern gerne als „Fake News“ diffamiert und unglaubwürdig gemacht (Neuberger 2018:44f). Aber auch Menschen, die das Vertrauen in die klassische Medienberichterstattung verloren haben, bezeichnen deren In-

halte als Fake News (Focus online, 11. Oktober 2017).

Fake News sind mittlerweile eine ständige Begleiterscheinung von Internetuserinnen und -usern geworden. Studien zufolge sind zwischen 10 bis 14 Prozent der Meldungen und Nachrichten auf Facebook Fake News (Focus Online, 11. Oktober 2017). Geschickt platzierte Fake News-Kampagnen erlangen enorme Reichweiten und dienen nicht nur kriminellen und wirtschaftlichen Zwecken, sondern auch der Durchsetzung ideologischer und politischer Interessen. Zahlreiche Fallbeispiele aus den letzten Jahren verdeutlichen das Gefährdungspotenzial von Fake News. Russland etwa wurde wiederholt verdächtigt, mit Fake News-Kampagnen aktiv in die demokratischen Entscheidungsprozesse europäischer Staaten einzugreifen (Nehring 2017:441-451; Dobert 2017a; Dobert 2017b; Heintz 2018); nachgewiesen werden konnte eine solche russische Einflussnahme – nach derzeitigem Wissensstand – lediglich im „Fall Lisa“, der in Kombination mit der Flüchtlingskrise zum Jahresbeginn 2016 die deutsch-russischen Beziehungen massiv belastete und die deutsche Öffentlichkeit beschäftigte (Stegherr 2018:44-48; Dobert 2017b). Aber auch Verschwörungstheoretiker und -theoretikerinnen und die europäische Neue Rechte setzen im Kampf um die Diskurshoheit erfolgreich auf Fake News-Kampagnen und beeinflussen so die öffentliche Meinung (Brücker 2017; Schmid 2016; Winter/Brodig 2018; Hellmuth 2002:9-43).

Fake News: Verbieten, kontrollieren oder ermächtigen?

Der große Erfolg einzelner Fake News-Kampagnen (oder die Debatten darüber) ist wohl eine Folgeerscheinung der digitalen Transformation und der Vernetzung von virtuellen und analogen Lebenswelten und Identitäten. Dabei werden Inhalte aus der virtuellen Welt des Internets selbstverständlich in die analoge Lebenswelt transferiert und umgekehrt (Moser 2010:12, 14). Das Internet ist damit ein integraler Bestandteil der Lebenswelt von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen geworden. Versuche, diese virtuelle Lebenswelt mithilfe von rechtlichen oder technischen Maßnahmen vor Manipulation zu schützen und Fake News zu bekämpfen, sind bislang allerdings wenig erfolgreich. Technische Maßnahmen greifen oft zu kurz und sind äußerst missbrauchsanfällig. In vielen Fällen ist auch unklar, ob vorsätzlich verbreitete Falschmeldungen vorliegen oder die entsprechenden Informationen nicht vielleicht doch das Resultat von Missverständnissen, Unkenntnis oder Irrtümern sind. Noch schwieriger wird diese Einschätzung im Bereich der Satire (siehe etwa den Beitrag von Egelhofer und Lecheler), wo gezielt mit Halbinformationen bzw. aus dem Zusammenhang gerissenen Meldungen gearbeitet wird. Ein gesetzliches Verbot von Fake News und dessen Kontrolle weckt wiederum Erinnerungen an die staatlichen Zensurbehörden der Vergangenheit und gerät rasch an die Grenzen von Grund- und Menschenrechten, wie etwa dem Recht auf freie Rede oder dem Recht auf freie Meinungsäußerung.

Daher müssen die Userinnen und User lernen, kritisch mit diesem Phänomen umzugehen. Dazu gehört, dass Informationen aus dem Internet genauso kritisch hinterfragt werden, wie das in der analogen Lebenswelt ohnehin selbstverständlich ist oder zumindest sein sollte. Dass der Nachholbedarf groß ist, zeigen nicht nur die beachtli-

chen Erfolge von Fake News-Kampagnen, sondern auch der Umgang von Schülerinnen und Schülern mit dem neuen Medium. Informationen aus dem Internet werden oft völlig unkritisch in den Unterricht hineingetragen und im Rahmen von Hausübungen, Präsentationen oder Vorwissenschaftlichen Arbeiten verwendet. Dabei mangelt es nicht an der grundsätzlichen Bereitschaft, Quellen zu hinterfragen, sondern am ganz konkreten, praktischen Wissen, wie Informationen hinterfragt und eingeschätzt werden können. Fake News werden so – in manchen Fällen sogar korrekt zitiert – übernommen und weiterverbreitet. In Anbetracht des enormen Gefahrenpotenzials, das von Fake News ausgeht, aber auch vor dem Hintergrund, dass sich das Internet in den letzten Jahren zur wohl wichtigsten Informationsquelle für Schülerinnen und Schüler weiterentwickelt hat, ist hier dringender Handlungsbedarf gegeben.

Fake News: Geschichtsdidaktische Überlegungen

Schule und hier ganz besonders das Fach Geschichte, Sozialkunde und Politische Bildung müssen sich dieser Herausforderung stellen, um dem eigenen Anspruch gerecht zu werden, Kinder und Jugendliche bei der Gestaltung und Bewältigung ihrer Lebenswelt zu unterstützen (Pandel 2013:347). Denn die Fähigkeit zur Quellenkritik ist nicht nur für die Ausbildung eines reflektierten und selbstreflexiven Geschichtsbewusstseins notwendig (Schreiber 2007:194-235), sondern versetzt Jugendliche auch in die Lage, selbstbestimmt mit ihrer virtuellen Lebensrealität und den darin zirkulierenden Informationen umzugehen. Dazu müssen, so wie bisher, die Gefahren und Probleme thematisiert werden, die von Fake News, Falschmeldungen, Manipulation, Propaganda, Werbung und Social Media-Plattformen ausgehen. Zusätz-

lich muss der Fokus aber verstärkt auf die praktische Quellenkritik gelenkt werden.

Aus geschichtsdidaktischer Perspektive handelt es sich dabei um Fähigkeiten, Fertigkeiten, Skripts und Bereitschaften, die sowohl dem Bereich der historischen als auch dem Bereich der politischen Methodenkompetenzen zuzuordnen sind. Die in den Lehrplänen verankerten Kompetenzmodelle lassen allerdings offen, was unter den Teilkompetenzen „zum kritischen Umgang mit fertigen Manifestationen des Politischen“, „zum kritischen Umgang mit Darstellungen der Vergangenheit“ sowie „zum kritischen Umgang mit (historischen) Quellen“ (Verordnung des Bundesministeriums 2018) im Detail gemeint ist. Anleihen können den Tutorials und Handlungsanleitungen entnommen werden, die von klassischen Medien, aber auch den Betreibern von Internetdiensten entwickelt wurden, um ihre Userinnen und User im Umgang mit Fake News zu sensibilisieren.

Fake News: Die CARS-Kriterien, eine unterrichtspraktische Antwort

Aus der fast unüberschaubaren Vielzahl an Angeboten werden hier die von Robert Harris entwickelten CARS-Kriterien für die Arbeit im Unterricht angepasst und vorgestellt (Harris 2016; Baumgartlinger 2016; Dabringer 2017). Die Kriterien mit den dazugehörigen Indikatoren und Fragen werden anschließend in einem Raster, das auch für den Einsatz im Unterricht gedacht ist, übersichtlich dargestellt. Wie mit dem Raster und den CARS-Kriterien konkret Quellenkritik betrieben werden kann, wird zum Abschluss gezeigt.

Die Stärken der CARS-Kriterien für den Einsatz im Unterricht liegen auf zwei Ebenen. Zum einen unterstützen die CARS-Kriterien Schülerinnen und Schüler dabei, Quellen in Hinblick auf die Glaubwürdigkeit der Autorin und des Autors sowie des Medienbetreibers (Credibili-

ty), die Genauigkeit der Informationen (Accuracy), die Rationalität und Plausibilität der Argumente (Reasonableness) und die verwendeten Belege (Support) zu beurteilen. Zum anderen werden durch die Indikatoren auch die Stärken, Potenziale und Defizite einer Quelle sichtbar. Schülerinnen und Schüler können so im Einzelfall entscheiden, ob eine Quelle unbrauchbar und wenig glaubwürdig ist oder ob Defizite durch Triangulation oder das Hinzuziehen zusätzlicher Informationen ausgeglichen werden können.

C – Credibility – Glaubwürdigkeit

Im Rahmen des ersten CARS-Kriteriums geht es darum, die Glaubwürdigkeit des Autors bzw. der Autorin sowie des Medienbetreibers, der die Quelle publiziert, anhand von vier Indikatoren zu bewerten. Als Medienbetreiber können sowohl Verlage, Zeitschriften und Tageszeitungen als auch Betreiber und Betreiberinnen von Internetportalen und Social Media-Plattformen, die eine Quelle publizieren, auftreten. Operationalisiert werden die vier Indikatoren durch eine Reihe von Fragestellungen, die mithilfe von im Internet rasch auffindbaren biographischen Angaben (Lebensläufe, biographischen Daten, Publikationsverzeichnisse) und Metainformationen über den Medienbetreiber und die Quelle (Rezensionen, Kommentare, Reviews und Beschreibungen) beantwortet werden können.

Indikator 1 – Qualifikation des Autors bzw. der Autorin

Der erste Indikator dient der Beurteilung der Qualifikation eines Autors bzw. einer Autorin. Dabei muss die Frage geklärt werden, welche Qualifikationen, Erfahrungen, Tätigkeiten oder Funktionen einem Autor oder einer Autorin einen Expertenstatus für den Inhalt einer Quelle verleihen. Bei der Einschätzung ist zu berücksichtigen, dass formale Qualifikationen, die in einem spezifischen Bereich erworben

wurden, nicht automatisch auf den Inhalt der Quelle übertragbar sind. Zugleich können aber auch Personen ohne formale Expertise exzellente Inhalte und Quellen produzieren.

Zur Beantwortung dieser Fragen können die Lebensläufe der Autorinnen und Autoren und die darin enthaltenen Angaben zu (akademischen) Qualifikationen, zu (beruflichen) Tätigkeiten und Engagements genauso wichtige Hinweise liefern wie Publikationslisten und unabhängige Metainformationen.

Indikator 2 – Motivation und Absicht

Der zweite Indikator fokussiert Motivation und Absichten des Autors bzw. der Autorin. Dazu muss der Entstehungskontext einer Quelle geklärt werden. Wenn die Quelle aus intrinsischen Motiven des Autors oder der Autorin verfasst wurde, kann sie durch persönliche Interessen und Ziele beeinflusst sein. Handelt es sich um eine Auftragsarbeit, die etwa in einem beruflichen Kontext ausgeführt wurde, ist es möglich, dass die Interessen, Positionen, Ziele und Forderungen des Auftraggebers vertreten werden.

Indizien, mit denen die möglichen Absichten und Ziele eines Autors bzw. einer Autorin identifiziert werden können, finden sich erneut in den biographischen Angaben. Insbesondere Informationen über das Engagement in Institutionen, Vereinen, Interessengemeinschaften und Parteien, aber auch Hinweise auf Unterstützung und Förderung durch Firmen und ähnliche Institutionen können dabei hilfreich sein.

Indikator 3 – Motive und Absichten des Verbreitungsmediums

Im Fokus des dritten Indikators stehen die Motive und Absichten des Verbreitungsmediums. Dabei wird analysiert, ob eventuell inhaltliche, programmatische oder ideologische Absichten verfolgt werden und ob das Verbreitungsmedium in wirtschaftlichen, finanziellen oder po-

litischen Abhängigkeitsverhältnissen steht. Indizien dazu lassen sich zum einen aus den Selbstbeschreibungen von Verbreitungsmedien ableiten. Seriöse Verbreitungsmedien legen dort ihre inhaltliche Ausrichtung, ihre Interessen und ihre Absichten offen. In manchen Fällen werden diese jedoch verzerrt dargestellt, die wahren Interessen verschleiert oder überhaupt vorsätzlich gefälscht. Selbstbeschreibungen müssen deshalb durch unabhängige Informationen bestätigt werden. Zum anderen können aber auch Reviews, Einschätzung durch Dritte, Angaben über die finanzielle Unterstützung des Verbreitungsmediums und die Analyse der Besitzverhältnisse Indizien über Motive und Absichten und Ziele geben.

Indikator 4 – Qualitätssicherungsmaßnahmen

Der vierte Indikator beschreibt, ob bzw. über welche Qualitätssicherungsmaßnahmen ein Verbreitungsmedium verfügt. Die Inhalte von Quellen und Autorinnen bzw. Autoren, die einen solchen Qualitätssicherungsprozess durchlaufen haben, werden dabei durch das Verbreitungsmedium geprüft. Klassische Medien wie Zeitungen oder Verlage, aber auch seriöse Internetportale, die auf Peer Review-Verfahren oder eine andere Form von redaktioneller Kontrolle setzen, kontrollieren damit die Inhalte und Argumente einer Quelle. Soziale Medien und manche Internetportale verzichten hingegen meist auf solche Maßnahmen. Hinweise auf das Vorhandensein solcher Qualitätssicherungsmaßnahmen können in den verifizierten Selbstbeschreibungen der Trägermedien, aber auch mithilfe von unabhängigen Informationen und Kommentaren von Dritten gefunden werden.

A – Accuracy – Genauigkeit der Informationen

Das zweite CARS-Kriterium umfasst zwei Indikatoren, mit denen die Ge-

nauigkeit der in der Quelle vermittelten Informationen eingeschätzt werden soll. Ihre Operationalisierung erfolgt erneut durch eine Reihe von Fragen, die anhand der verwendeten Argumente, Daten, Zahlen und Fakten sowie der im Zuge der Glaubwürdigkeitsprüfung recherchierten, unabhängigen Metainformationen über die Quelle beantwortet werden können.

Indikator 1 – Aktualität

Der erste Indikator fokussiert die Aktualität der Quelle sowie die darin verwendeten Argumente, Informationen, Daten, Fakten und Zahlen. Die Beurteilung ist dabei grundsätzlich themenabhängig: Einerseits können ältere Quellen und Daten etwa durch neue wissenschaftliche Erkenntnisse rasch ihre Genauigkeit verlieren. Andererseits gibt es aber auch Themenbereiche, in denen das Alter von Quellen und Informationen kaum eine Rolle spielt. Das kann beispielsweise bei historischen Themen der Fall sein. Mitunter ist es aber auch möglich, dass Daten, Fakten und Zahlen unabhängig von ihrem Alter korrekt sind, deren Interpretation jedoch zeitabhängig ist.

Indikator 2 – Zielgruppenorientierung

Der zweite Indikator beschreibt die Zielgruppenorientierung einer Quelle. Dabei muss der Frage nachgegangen werden, ob die Genauigkeit der Informationen durch die Orientierung an der Zielgruppe beeinträchtigt wird und Themen unausgewogen, verzerrt oder vereinfacht dargestellt werden. Das ist beispielsweise bei didaktisierten Quellen der Fall, die in Hinblick auf Schülerinnen und Schüler oftmals die Komplexität von Inhalten reduzieren. Das kann zu unzulässigen Vereinfachungen führen. Bei Quellen, die ganz bewusst bestimmte ideologische oder politische Zielgruppen ansprechen, muss zudem überlegt werden, ob Gegenpositionen überhaupt vorkommen und ob diese mitunter abgewertet und ver-

zerzt dargestellt werden. Indizien zur Beantwortung dieser Frage können aus der Quelle, den Metainformationen über die Quelle sowie den Informationen über Autor bzw. Autorin und das Verbreitungsmedium abgeleitet werden.

R – Reasonableness – Plausibilität von Inhalt und Argumentation

Das dritte CARS-Kriterium dient zur Einschätzung der Argumente. Die Fragen zur Operationalisierung können auf der Grundlage des Quelleninhalts und mithilfe von unabhängigen Metainformationen beantwortet werden. Ziel ist es, die in der Quelle verwendeten Argumente in Hinblick auf ihre Plausibilität einzuschätzen und die Argumentationsstränge auf ihre Ausgewogenheit hin zu beurteilen.

Indikator 1 – Plausibilität der Argumente

Der erste Indikator dient dazu, die Plausibilität der einzelnen Argu-

mente einzuschätzen. Dazu müssen zunächst die zentralen Argumente, Zahlen, Daten und Fakten einer Quelle identifiziert werden. Argumente und Informationen, die im Widerspruch zu eigenen Erfahrungen und Kenntnissen stehen, aber auch solche, die unglaubwürdig, überraschend und übertrieben erscheinen, müssen genauer untersucht werden. Besondere Vorsicht ist dann geboten, wenn Exklusivitätsansprüche erhoben werden, ohne dass die Herkunft der Informationen offengelegt wird. Mithilfe einer Internetsuchmaschine soll dabei überprüft werden, ob die fraglichen Argumente, Zahlen, Daten und Fakten auch anderswo verwendet werden. Bei der Suche nach solchen möglicherweise problematischen Argumenten können aber auch Metainformationen über eine Quelle bzw. über das Verbreitungsmedium und den Autor oder die Autorin wertvolle Indizien liefern.

Indikator 2 – Ausgewogenheit der Argumentation

Der zweite Indikator betrifft die Ausgewogenheit der Argumentation in der Quelle. Dabei soll beurteilt werden, ob auch Gegenpositionen und Gegenargumente berücksichtigt oder kontroverse Themen auch als solche behandelt werden. Wertvolle Hinweise für die Bewertung der Ausgewogenheit der Argumentation können aus unabhängigen Rezensionen, Kommentaren oder Reviews gewonnen werden. Aber auch die im Rahmen des Indikators 1 angestellten Recherchen können Indizien für Gegenpositionen liefern.

S – Support – Belege

Das letzte Cars- Kriterium evaluiert den Umgang der Quelle mit fremdem geistigem Eigentum und umfasst nur einen Indikator.

Indikator 1 – Belegbarkeit

Dabei muss überprüft werden, ob die Herkunft der verwendeten Zah-

CARS-Kriterien – Überblicksraster

CREDIBILITY – GLAUBWÜRDIGKEIT		
C1	Qualifikation des Autors oder der Autorin	Welche Voraussetzungen, Qualifikationen, Erfahrungen, Tätigkeiten oder Funktionen machen den Autor oder die Autorin zum Experten bzw. zur Expertin für den Inhalt der Quelle?
C2	Motivation und Absicht	Weshalb hat der Autor oder die Autorin die Quelle verfasst? Wurde im Auftrag eines Dritten geschrieben?
C3	Motivation und Absichten des Verbreitungsmediums	Welche Ziele und Absichten verfolgt das Verbreitungsmedium? Steht das Verbreitungsmedium in irgendeinem wirtschaftlichen, finanziellen oder politischen Abhängigkeitsverhältnis?
C4	Qualitätssicherungsmaßnahmen	Gibt es Maßnahmen zur Qualitätssicherung?
ACCURACY – GENAUIGKEIT DER INFORMATIONEN		
A1	Aktualität der Information	Beeinträchtigt das Alter der Quelle und das Alter der darin verwendeten Daten, Fakten, Zahlen und Argumente die Genauigkeit der Informationen?
A2	Zielgruppenorientierung	Beeinträchtigt eine zielgruppengerechte Darstellung die Genauigkeit der Informationen?
REASONABLENESS – PLAUSIBILITÄT VON INHALT UND ARGUMENTATION		
R1	Plausibilität der Argumente	Stehen die zentralen Argumente, Zahlen, Daten und Fakten im Widerspruch zu eigenen Erfahrungen und Kenntnissen?
R2	Ausgewogenheit der Argumentation	Werden Gegenpositionen und Gegenargumente dargestellt?
SUPPORT – BELEGE		
S1	Belegbarkeit und Dokumentation	Ist die Herkunft der verwendeten Zahlen, Daten, Fakten und Argumente offengelegt und nachvollziehbar?

len, Daten, Fakten und Argumente überhaupt transparent gemacht wurde und ob Verweise so angegeben wurden, dass die Informationen auch nachgeprüft werden können. Bei der Evaluierung müssen jedoch textsorten-, medien- und zielgruppenspezifische Konventionen berücksichtigt werden. Wissenschaftliche Textsorten dokumentieren in der Regel akribisch genau, woher Informationen stammen und halten sich an genaue, domänenspezifische Richtlinien. Journalistische Quellen sind weniger präzise und verzichten meist auf Fußnoten und genaue Quellenangaben. Trotzdem finden sich auch in seriösen journalistischen Quellen zumindest Hinweise, woher die verwendeten Zahlen, Daten, Fakten und Argumente stammen. Vorsicht ist geboten, wenn keine Angaben zur Herkunft der verwendeten Daten, Argumente, Zahlen und Fakten gemacht werden oder überhaupt ein Exklusivitätsanspruch erhoben wird.

Arbeiten mit dem Überblicksraster und den CARS-Kriterien

Das oben stehende Raster ist als Handout für Schülerinnen und Schüler gedacht und gibt noch einmal einen Überblick über die wichtigsten Indikatoren der CARS-Kriterien. Die Indikatoren und Fragestellungen strukturieren den Prozess der Quellenkritik und geben den Schülerinnen und Schülern ganz konkrete Handlungsanweisungen, die komplexe Denkopoperationen auslösen. Dafür ist eine ganze Reihe von Fähigkeiten, Fertigkeiten, Skripts, Strategien und Kenntnissen notwendig: Schülerinnen und Schüler benötigen nicht nur die Fähigkeit, Autorinnen und Autoren, Absichten des Trägermediums und die zentralen Argumente und Aussagen einer Quelle zu identifizieren, sondern auch effektive Strategien, um jene Metainformationen im Internet zu finden, die für das Arbeiten mit den CARS-Kriterien notwendig sind. Vor allem bei problematischen Quel-

len, die gezielt Perspektiven, Ziele, Absichten und Argumentationslinien verschleiern, ist das nicht immer einfach, weil wichtige Metainformationen unauffindbar oder unzugänglich sind und indirekt erschlossen werden müssen. Die größten Herausforderungen sind aber die Interpretation der Rechercheergebnisse und die Bewertung der Indikatoren. Denn für eine reflektierte und fundierte Gesamteinschätzung einer Quelle reicht es nicht aus, Stärken und Schwächen mithilfe der Indikatoren taxativ aufzulisten. Um entscheiden zu können, ob eine Quelle grundsätzlich brauchbar ist oder ob sie Defizite und Schwächen aufweist, müssen die einzelnen Indikatoren gewichtet und unter Berücksichtigung des konkreten Einzelfalls interpretiert werden.

Vor allem zu Beginn besteht die Gefahr der Überforderung. Es ist deshalb notwendig, die Schülerinnen und Schüler beim Arbeiten mit den CARS-Kriterien zu begleiten, um nicht nur die notwendigen Fähigkeiten, Fertigkeiten, Skripts und Bereitschaften zu vermitteln, sondern auch um Probleme, Handlungsmöglichkeiten und unterschiedliche Interpretationen zu diskutieren und gemeinsam nach Lösungen zu suchen. Quellenkritik muss deshalb geübt und zu einem integralen Bestandteil des Unterrichts werden.

Überlegungen für die unterrichtspraktische Umsetzung

Mit welchen Quellen die CARS-Kriterien eingeführt, trainiert und ausprobiert werden, ist grundsätzlich offen. Zu nahezu jedem Themenbereich des Geschichtsunterrichts lassen sich geeignete Quellen finden. Für das erste selbstständige Arbeiten mit den CARS-Kriterien möchte ich eine etwas unkonventionelle Quelle vorschlagen. Es handelt sich um einen Artikel, der vom österreichischen Satiremagazin *Die Tagespresse* online gestellt wurde und der nach wie vor online abrufbar ist.

(Die Tagespresse, 3. Februar 2015, online verfügbar unter: <https://dieta-gespresse.com/neue-facebook-agbs-mark-zuckerberg-hat-anrecht-auf-erstgeborenen-eines-jeden-users> [24. Juli 2018]).

Dass Schülerinnen und Schüler *Die Tagespresse* kennen oder die überspitzte Hauptaussage des Artikels, wonach sich der Social Media-Betreiber Facebook durch eine Änderung seiner AGBs die Rechte an den Erstgeborenen der Userinnen und User gesichert hätte, als Satire erkennen, ist durchaus möglich. Ziel ist es aber, dass die Schülerinnen und Schüler die CARS-Kriterien über diese Quelle legen und so nicht aufgrund von Vorwissen und leicht als Satire erkennbaren überspitzten Aussagen, sondern auf der Basis der einzelnen Indikatoren zu einer empirisch fundierten Einschätzung der Quelle gelangen.

Erweitert werden kann dieser erste Kontakt mit den CARS-Kriterien durch jenen Artikel, den *Die Tagespresse* anlässlich des Wechsels der ehemaligen Grünen-Parteivorsitzenden Eva Glawischnig-Pisczek zum Glücksspielkonzern Novomatic veröffentlicht hat (Die Tagespresse, 2. März 2018, online verfügbar unter: <https://dieta-gespresse.com/glawischnig-novomatic> [24. Juli 2018]). Im Gegensatz zur üblichen Praxis der *Tagespresse* wurde in diesem Fall lediglich die offizielle APA-Meldung veröffentlicht. Den Schülerinnen und Schülern, die zuvor Absichten und Charakter der *Tagespresse* als Verbreitungsmedium herausgearbeitet haben, soll mithilfe dieses Artikels vor Augen geführt werden, dass sich vermeintlich eindeutige Vorannahmen in Bezug auf die Glaubwürdigkeit von Autor bzw. Autorin und Verbreitungsmedium nicht unbedingt bestätigen müssen. Für eine seriöse Gesamteinschätzung jeder Quelle muss diese auch in Hinblick auf die Genauigkeit der Informationen, die Plausibilität von Inhalt und Argumentation und das Vorhandensein von Belegen analysiert werden.

FINANZEN

Neue Facebook-AGBs: Mark Zuckerberg hat Anrecht auf Erstgeborenen eines jeden Users



Seit dieser Woche sorgen neue Nutzungsbedingungen bei Facebook für Aufregung. Ein besonders umstrittener Paragraph räumt Mark Zuckerberg nun auch das Recht auf den Erstgeborenen eines jeden Users ein.

Schon bisher sammelte Facebook private Daten seiner User, doch dass das amerikanische Unternehmen nun sogar Zugriff auf den Erstgeborenen der Nutzer haben möchte, stellt den bisher tiefsten Eingriff in die Privatsphäre dar. Der große Aufschrei blieb bisher aus, da die meisten Nutzer die Änderungen gar nicht mitbekamen.

„Liest denn überhaupt irgendwer Nutzungsbedingungen, wenn man sich wo anmeldet?“, fragt der Datenschutzexperte Herbert Lemberg erzürnt. „Also ich sicher nicht, obwohl es ja eigentlich mein Job wäre. Und wenn ich es nicht lese, dann sicher auch sonst niemand.“

Facebook-Gründer Mark Zuckerberg zeigt sich über die entbrannte Debatte überrascht und betont die Vorteile für die Nutzer: „Wir wollen das Leben unserer User effizienter gestalten und noch mehr personalisieren.“

Denn nicht jede Familie habe derzeit den perfekt zu ihr passenden Erstgeborenen. Deshalb will Facebook an Hand von Fotos und „Gefällt mir“-Angaben auswerten, welcher Sohn am besten zu welcher Familie passt. So bekommt jede Familie genau den Sohn zugeteilt, der laut Facebook-Algorithmus perfekt passt.

Doch Kritiker zweifeln an der Umsetzung und vermuten, dass die Erstgeborenen niemals in die USA gelangen werden, sondern in Irland oder auf den Bahamas aus Steuergründen versteckt werden. Facebooks europäischer Anwalt von der Kanzlei *Arschloch&Söhne* war nicht für uns erreichbar, als wir von ihm wissen wollten, ob ausgeschlossen werden kann, dass die Erstgeborenen zu Marketingzwecken an PR-Agenturen oder Marketingfirmen weiterverkauft werden.

Der EU-Datenschutzbeauftragte Giovanni Buttarelli übt inzwischen scharfe Kritik an diesem tiefen Eingriff in die Privatsphäre. „Das werden wir uns nicht gefallen lassen. Es ist Zeit, den Kampf gegen Facebook aufzunehmen!“, schreibt er heute morgen auf seinem Facebook-Account.

Die Mehrheit der Bevölkerung kümmert sich wenig um die Änderungen und nutzt den Service weiterhin. Auch Peter N. aus Wien-Donaustadt versteht die Aufregung nicht: „Natürlich könnte ich mich bei Facebook anmelden und all das verhindern. Aber ich hab ja nix zu verbergen. Die ganze Nachbarschaft weiß, dass mein Sohn ein Trottel ist. Der hockt den ganzen Tag nur vor Facebook. Nehmt's eam hoid mit!“

Jürgen Marschal. Foto: JD Lasica

Screenshot aus „Die Tagespresse“: Neue Facebook-AGBs, <https://dietagespresse.com/neue-facebook-agbs-mark-zuckerberg-hat-anrecht-auf-erstgeborenen-eines-jeden-users/> [24. Juli 2018]

– FINANZEN

Ex-Grünen-Chefin Eva Glawischnig geht zu Novomatic



Die ehemalige Bundessprecherin der Grünen, Eva Glawischnig-Pieszek, geht zum niederösterreichischen Glücksspielkonzern Novomatic. Mit 1. März hat die frühere Politikerin die Verantwortung für die Bereiche „Corporate Responsibility und Sustainability“ übernommen. Glawischnig sieht sich als „Verantwortungsmanagerin“.

„Meinen kritischen Geist kann und werde ich nicht aufgeben“, sagte Glawischnig am Freitag bei der Pressekonferenz mit Konzernchef Harald Neumann. An Novomatic fasziniere sie vor allem die Internationalität.

Die Grünen haben sich bisher dem Glücksspiel gegenüber sehr kritisch geäußert und auch die Praktiken von Novomatic teilweise scharf verurteilt. Glawischnig dazu: „Unerwünschte gesellschaftliche Erscheinungen wie Spielsucht“ könne man nicht „wegverbieten“.

APA, 2.3.2018.

Screenshot aus „Die Tagespresse“: Ex-Grünen-Chefin Eva Glawischnig geht zu Novomatic, <https://dietaagespresse.com/glawischnig-novomatic/> [24. Juli 2018]

LITERATUR

- H. BAUMGARTLINGER, *Das Vertrauen in den Onlinejournalismus. Don't trust in media*. Hamburg 2016.
- H. BRÜCKER, *Wie die AfD mit falschen Zahlen Vorurteile schürt*, in: *Zeit online*, 18. September 2017. Online verfügbar unter: <https://www.zeit.de/wirtschaft/2017-09/fake-news-fluechtlinge-vorurteile-wahlkampf-afd/komplettansicht> [24.04.2018].
- M. DABRINGER, *Internetquelle bewerten* (s.l. 2017). Online verfügbar unter: http://www.ahs-vwa.at/pluginfile.php/2982/mod_page/content/105/Internetquellen%20bewerten_AKT.pdf [12.04.2018].
- DIE TAGESPRESSE (3. Februar 2015), *Neue Facebook-AGBs: Mark Zuckerberg hat Anrecht auf Erstgeborenen eines jeden Users*, in: *Die Tagespresse*. Online verfügbar unter: <https://dietaagespresse.com/neue-facebook-agbs-mark-zuckerberg-hat-anrecht-auf-erstgeborenen-eines-jeden-users/> [14.04.2018].
- DIE TAGESPRESSE (2. März 2018), *APA: Ex-Grünen-Chefin Eva Glawischning geht zur Novomatic*, in: *Die Tagespresse*. Online verfügbar unter: <https://dietaagespresse.com/glawischning-novomatic/> [18.04.2018].
- S. DOBERT (2017a), *Fake-News made in Russia*, in: *Zeit online*, 23. Februar 2017. Online verfügbar unter: <https://www.zeit.de/politik/ausland/2017-02/falschmeldungen-fake-news-russland-propaganda-putin-donald-trump/komplettansicht> [24.04.2018].
- S. DOBERT (2017b), *Wir müssen Fake-News wie Spam im Mailpostfach erkennen*. Interview, in: *Zeit online*, 26. Februar 2017. Online verfügbar unter: <https://www.zeit.de/politik/ausland/2017-02/falschmeldungen-russland-propaganda-fake-news-generator-niederlande/komplettansicht> [24.04.2018].
- DUDEN ONLINE (2018), *Fake News, Fake-News, Fakenews, die*. Online verfügbar unter: https://www.duden.de/rechtschreibung/Fake_News [24.07.2018].
- FOCUS ONLINE (11. Oktober 2017), *Falschmeldungen erkennen. Unseriöse Quellen: So enttarnen Sie Fake News*, in: *Focus Online*, 11. Oktober 2017. Online verfügbar unter: https://www.focus.de/politik/praxistipps/fake-news-erkennen-unserioese-quellen-und-falschmeldungen-enttarnen_id_7694491.html [24.04.2018].
- T. HANDSCHUHMACHER, *Täuschend echt. Falschmeldungen und Fakes, 1835–1938*. Tagungsbericht 21.09.2017–22.09.2017 Köln, in: *H-Soz-Kult*, 28. November 2017. Online verfügbar unter: www.hsozkult.de/conferencereport/id/tagungsberichte-7417 [18.04.2018].
- R. HARRIS, *Evaluating Internet Research Sources* (s.l. 2016): Online verfügbar unter: <https://www.virtualsalt.com/evalu8it.html> [12.04.2018].
- J. HEINTZ, *Fake News verbreitet Russland nicht erst seit Putin*, in: *Welt Online*. 16. März 2018. Online verfügbar unter: <https://www.welt.de/geschichte/article174634280/Desinformation-Fake-News-verbreitet-Russland-nicht-erst-seit-Putin.html> [24.04.2018].
- T. HELLMUTH, „Patchwork“ der Identitäten. Ideologische Grundlagen und politische Praxis des Populismus in Frankreich und Österreich, in: G. HAUCH/DERS./P. PASTEUR (Hg.), *Populismus. Ideologie und Praxis in Frankreich und Österreich*. Innsbruck-Wien-Bozen 2002, 9–43.
- H. MOSER, *Einführung in die Medienpädagogik. Aufwachsen im Medienzeitalter*. Wiesbaden 2010.
- C. NEHRING, *Russische (Des-)Informationspolitik. Bruch oder Kontinuität*, in: *Zeitschrift für Außen- und Sicherheitspolitik* 2017, 441–451.
- C. NEUBERGER, *Journalismus in der Netzwerköffentlichkeit. Zum Verhältnis zwischen Profession, Partizipation und Technik*, in: C. NUERNBERGK/DERS. (Hg.), *Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung*. Wiesbaden 2018, 11–80.
- H.-J. PANDEL, *Geschichtsdidaktik. Eine Theorie für die Praxis*. Schwalbach 2013.
- F. SCHMID, *Fake News: FPÖ laut Hoaxmap unter Top-Verbreitern von Gerüchten*, in: *Der Standard online* vom 29. Dezember 2016. Online verfügbar unter: <https://derstandard.at/2000049969763/Fake-News-FPOe-laut-Hoaxmap-unter-Top-Verbreitern-von-Geruechten#> [24.04.2018].
- W. SCHREIBER, *Kompetenzbereich historische Methodenkompetenzen*, in: A. KÖRBER/DIES./A. SCHÖNER (Hg.), *Kompetenzen historischen Denkens. Ein Strukturmodell als Beitrag zur Kompetenzorientierung in der Geschichtsdidaktik*. Neuried 2007, 194–235.
- M. STEGHERR, *Der neue Kalte Krieg der Medien. Die Medien Osteuropas und der neue Ost-West-Konflikt*. Wiesbaden 2018.
- Verordnung des Bundesministeriums (2018), *Verordnung des Bundesministers für Unterricht und Kunst vom 14. November 1984 über die Lehrpläne der allgemeinbildenden höheren Schulen. Fassung vom 5. Mai 2018*, in: BGBl. II Nr. 71/2018. Online verfügbar unter: <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10008568#header> [05.05.2018].
- J. WINTER/I. BRODNIG, *Wie FPÖ-nahe Medien politische Gegner an den Pranger stellen*, in: *Profil online*, 3. März 2018. Online verfügbar unter: <https://www.profil.at/oesterreich/fpoe-medien-9267735> [24.04.2018].

„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 betreibe 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 Mediennutzung, 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

M2 Fake News-Fallgeschichten

Wähle dir eine dieser Fallgeschichten und recherchiere im Internet den Hintergrund dazu. Anschließend bilden die jeweils gleichen Fallgeschichten eine Gruppe und diskutieren ihre Ergebnisse. Danach werden neue Gruppen gebildet, wobei jede Fallgeschichte in jeder Gruppe einmal vertreten sein sollte. Versucht in der Gruppe, Gemeinsamkeiten zwischen euren Ereignissen herzustellen, die typisch für Fake News sind.

- **Donald Trumps Amtseinführung:** Trump meinte, bei seiner Amtseinführung seien mehr Menschen als bei jeder anderen Amtseinführung eines Präsidenten anwesend gewesen. Stimmt das, was sagen die Fotografien dieses Ereignisses, wie reagierte der Präsident auf die ‚Fakten‘?
- **Versprechungen vor der Brexit-Abstimmung:** Nigel Farage, Vorsitzender der United Kingdom Independence Party (UKIP) und erklärter EU-Gegner, versprach, dass bei einem Austritt Großbritanniens aus der EU 350 Millionen Pfund pro Woche ins nationale Gesundheitssystem National Health Service (NHS) fließen würden. Diese Summe würden die Briten Woche für Woche an die EU zahlen. Stimmt diese Zahl, welche Konsequenzen hatte sie für die Abstimmung, was meinte Farage nach der Wahl?
- **Macron-Leaks:** Der französische Präsident Macron wurde wenige Tage vor der Stichwahl Opfer von Falschmeldungen. Gehackte Mails wurden mit gezielt falschen Behauptungen veröffentlicht, u.a. wurde behauptet, er habe Offshore-Konten. Le Pen, die Konkurrentin der rechtsextremen Partei Front National, hatte schon vorab davon erfahren und in Interviews Hinweise gestreut. Wie wurde der Wahlausgang durch diese Falschmeldungen beeinflusst?
- **Pizzagate:** Ein bewaffneter Mann überfiel in Washington D.C. eine Pizzeria, um den Kinderpornoring aufzudecken, an dem Hillary Clinton beteiligt sein sollte. Was waren die Hintergründe dieser Tat, woher bezog der Mann seine Informationen?

M3 Merkmale von Fake News recherchieren und Websites analysieren

1. Recherchiere auf den folgenden Seiten die Merkmale von Fake News bzw. die Qualitätsmerkmale seriöser Websites: correctiv.org, mimikama.at, euvsdisinfo.eu
2. Erstelle auf Basis der Informationen eine tabellarische Übersicht über die Merkmale von Fake News.
3. Verwende diese tabellarische Übersicht, um anschließend folgende Websites hinsichtlich ihrer Seriosität zu überprüfen: heftig.de, breitbart.com, anonymousnews.ru, compact-online.de, info-direkt.eu, derwachter.net, wien-konkret.at
4. Berichtet anschließend über eure Ergebnisse, etwa im Rahmen einer Podiumsdiskussion, im Sesselkreis oder per Ausstellerbetrieb, für den ihr etwa per Canva (canva.com) Plakate erstellt.
5. Gehe abschließend auf die Website swrfakefinder.de. In diesem Spiel musst du entscheiden, ob die dargestellten Artikel seriös oder erfunden sind.

M4 Die Richtigkeit von Artikeln recherchieren

1. Suche für deine Kolleginnen und Kollegen aus den Sozialen Medien oder von entsprechenden Websites Meldungen und Nachrichten, von denen du wissen möchtest, ob sie glaubhaft oder Fake News-Meldungen sind. Tauscht die Links anschließend aus.
2. Verwendet die bisher gelernten Techniken, um den Wahrheitsgehalt der Nachrichten zu überprüfen. Verwendet zur Recherche der Artikel Seiten wie mimikama.at, hoaxbusters.de, hoaxmap.de, hoaxsearch.com, snopes.com, politifact.com, factcheck.org, truthorfiction.com, hoax-slayer.com und urbanlegends.about.com.
3. Stellt anschließend eure Rechercheergebnisse im Plenum vor.

tet werden. Abschließend können die SchülerInnen ihr Wissen und ihre Einschätzungsgabe testen, indem sie das Spiel „Fake Finder“ von SWR ausprobieren. Dabei müssen sie bei insgesamt zehn Meldungen entscheiden, ob diese seriös oder erfunden sind.

In der nächsten Unterrichtssequenz soll die Richtigkeit einzelner Artikel recherchiert werden. Dazu wählen die SchülerInnen Artikel aus, hängen sie an die Tafel bzw. wählen einen der ausgehängten Artikel. Anschließend sollen sie Seiten wie *mimikama* nutzen, um die Richtigkeit des gewählten Beitrags zu recherchieren (M4). Die Lerneffekte dieser Übung sind unterschiedlich: Zum einen sollen sie sich gezielt mit zweifelhaften Artikeln bei der Auswahl des Materials beschäftigen. Zum anderen sollen sie zentrale Seiten zum Aufdecken von Falschmeldungen kennenlernen.

Wenn Zeit besteht, bieten sich eine Vielzahl von Zeitungsartikeln an, die eine Vertiefung und Bearbeitung des Themas in Einzelaspekten ermöglichen. Exemplarisch sei hier etwa Alexandra Borchartts *Filter, Algorithmen und freie Meinung* aus dem „Standard“ (20. Februar 2018) genannt, in dem etwa das Netzdurchsuchungsgesetz als demokratische Maßnahme verteidigt wird oder George Soros’ *Google und Facebook bedrohen unsere Gesellschaft*, ebenfalls aus dem „Standard“ (16. Februar 2018).

Auszüge aus Sachbüchern bereichern den Unterricht um ein weiteres Medium. Etwa Karoline Kuhlas Buch *Fake News*. Dieses, an einem jugendlichen Zielpublikum orientiert, führt auf einfache und verständliche Art in das Thema und die oben skizzierten größeren gesellschaftspolitischen Hintergründe ein. Des Weiteren erklärt es die Medienlandschaft und das Mediensystem in Deutschland (etwa öffentlich-rechtlicher Rundfunk, private Sender). Überdies werden Maßnahmen gegen Fake News genannt. Ingrid Brodnigs Buch *Lügen im Netz* rich-

tet sich an erwachsene Leser und fokussiert auf die Falschnachrichten im internationalen Kontext, indem es etwa die russischen Einflussnahmen auf die europäische Politik beschreibt. Lars-Broder Keil und Sven Felix Kellerhoff stellen in ihrem Buch *Fake News machen Geschichte* hingegen historische Falschmeldungen dar.

Darüber hinaus sind in den letzten Monaten viele Dokumentationen zu diesem Thema entstanden, die etwa auf den Websites der öffentlich-rechtlichen Sender abgerufen oder auch durch die Suchsoftware Mediathekview recherchiert werden können.

Die nächste Sequenz will Fake News in einen größeren Zusammenhang stellen. Dazu werden an die SchülerInnen eine Reihe von Begriffen vergeben (M5), die sie recherchieren. Anschließend werden diese Begriffe auf der Tafel aufgeklebt und Relationen zueinander eingezeichnet. Damit entsteht eine Concept Map, die die Zusammenhänge und Wechselwirkungen im Sinne des Einleitungstextes (s.o.) sichtbar macht. Um nur einige wenige Begriffe exemplarisch in Zusammenhang zueinander zu setzen: So etwa führen die Algorithmen zur Auswahl individualisierter Inhalte, diese wiederum zu Filterblasen und Echo-kammern. Letztere geben Artikeln, die es auf Clickbaiting abgesehen haben, das geeignete Forum, um Aufmerksamkeit und damit Werbeein-nahmen zu erzeugen.

Nachdem Fake News im gesellschaftlichen Zusammenhang recherchiert worden sind, kann die Wichtigkeit des Themas mit aktuellen Studien zum Gebrauch des Internets durch Jugendliche unterstrichen werden (M6). Dazu sollen SchülerInnen wesentliche Daten aus den folgenden zwei Studien vorstellen: *Gerüchte im Netz* (Institut für Jugendkulturforschung) und *Jugend, Medien, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland* (Medienpädagogischer Forschungsver-

M5 Fake News im gesellschaftlichen Zusammenhang

1. Wähle dir einen der folgenden Begriffe, Konzepte oder Sachverhalte: Die Aufgabe von Medien in einer Demokratie, Einfluss von Algorithmen, Echo-kammern in den Sozialen Medien, postfaktisches Zeitalter, Veränderungen in der traditionellen Medienwelt, „Lügenpresse“, Filterblase, Verschwörungstheorien, Clickbaiting, Social Bots, Einfluss der Sozialen Medien auf Politik, Russland und sein Einfluss auf europäische Politik über die digitalen Medien, Fake News, problematischer Sprachgebrauch in Sozialen Medien, Rechtspopulismus und Soziale Medien
2. Recherchiere zu deinem Begriff.
3. Klebt nacheinander eure Begriffe an die Tafel, bestimmt sie kurz und zeichnet Zusammenhänge mit anderen Begriffen ein. Bestimmt die Zusammenhänge näher und beschriftet sie.

M6 Jugendliche und das Internet

Wie gehen Jugendliche mit dem Internet um, welche Technologien stehen ihnen zur Verfügung und wie konsumieren sie Nachrichten? Darauf geben zwei Studien Antwort. Teilt euch entsprechend den Angaben eurer Lehrkraft in Gruppen ein.

Arbeitet wesentliche Ergebnisse der folgenden Studien heraus, verteilt ggf. die Kapitel:

- JIM-Studie 2017: http://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf
- Gerüchte im Netz: <https://www.klicksafe.de/service/aktuelles/news/detail/studie-umgang-von-kindern-und-jugendlichen-mit-geruechten-im-netz/#slGer%C3%BCchte%20im%20Netz>
- Eine Vergleichsgruppe soll in Absprache mit den anderen beiden Gruppen eine Umfrage vorbereiten (etwa per tevalo.at), um die Studienergebnisse mit den Nutzungsgewohnheiten in der Klasse oder der Schule vergleichen zu können.

M7 Fake News als Computerspiel: *Fake it to make it*

In diesem kostenlosen Browsergame bist du ein Fake News-Herausgeber. Starte das Spiel unter www.fakeittomakeit.de/. Das Spiel ist recht einfach gestaltet, Erläuterungstexte erklären den Spielablauf. Bereite für die kommende Diskussion darüber folgende Punkte als Sprechbeitrag vor:

- Welche Thematiken und Aspekte von Fake News thematisiert das Spiel? Wie werden diese miteinander in Beziehung gesetzt? Welche Erkenntnisse entstehen beim Spielen?
- Was kommt in diesem Spiel zu kurz, was wird vielleicht ungenau oder falsch dargestellt?
- Findest du es gut, dass ein Spiel in die Herstellung und Verbreitung von Fake News einführt?
- Würdest du das Spiel weiterempfehlen? Warum bzw. warum nicht und ggf. an wen?

bund Südwest. Jugend, Information, (Multi-)Media/JIM). Auch bei dieser Bearbeitung können von der Lehrkraft je nach Interesse, Leistungsfähigkeit und Infrastruktur der Klasse unterschiedliche Formen gewählt werden. Kleingruppen könnten etwa die Studienergebnisse übersichtlich als Informationsplakate darstellen oder sich für eine Abschlusspräsentation vorbereiten. Eine weite-

re Gruppe könnte mittels des Umfrageprogramms tevalo.at eine Vergleichsstudie innerhalb der Klasse oder sogar der Schule durchführen. Wichtig ist die Abschlussreflexion, bei der ein Zusammenhang zwischen Fake News und jugendlichem Medienkonsum hergestellt werden soll.

Spielerisch können die SchülerInnen ihr Wissen bei *Fake it to make*

it (www.fakeittomakeit.de/), einem kostenlosen Browsergame, anwenden. Der User wählt zunächst ein Finanzierungsziel, das er mit seiner Fake News-Seite erreichen will. Anschließend werden fiktive Artikel kopiert, per Fake Account in den entsprechenden Gruppen verteilt, die wiederum Zugriffe und damit Werbeeinnahmen generieren. Der/die SpielerIn muss versuchen, Arti-

kelinhalte so auf die Zielgruppe abzustimmen, dass diese den Artikel möglichst weiterteilt. Auch sollten die Inhalte, je nach Gruppe, nicht zu seriös, aber auch nicht zu dramatisch sein. Zusätzlich gibt es im Spiel zwei Parteien, die man mit seinen Artikeln desavouieren oder unterstützen kann. Da das Spiel ein wenig Zeit in Anspruch nimmt, kann es etwa als Hausübung vergeben wer-

den, eine Nachbesprechung kann dann im Unterricht erfolgen (M7).

Im letzten Block kann es darum gehen, was gegen Fake News getan werden kann. Die SchülerInnen sollen rezente Vorschläge und Ideen im Internet recherchieren und für eine Abschlusskonferenz vorbereiten. Dabei sollen möglichst unterschiedliche Positionen zu Wort kommen (M8).

M8 Abschlusskonferenz: Was tun gegen Falschnachrichten?

Abschließend soll eine Podiumsdiskussion zum Thema „Fake News – und was man dagegen tun kann“ stattfinden. Teilt die Klasse je nach Interessen in Gruppen ein, recherchiert zu folgenden Themen und bereitet euch auf eine Abschlussdiskussion vor:

1. Team: Ihr moderiert die Abschlussdiskussion. Stellt je nach teilnehmenden Teams interessante Fragen zusammen, bereitet Übergänge vor und protokolliert den Diskussionsverlauf.
2. Team: Sollen Soziale Medien mehr Verantwortung übernehmen und wenn ja, wie?
3. Team: Können technische Lösungen Abhilfe schaffen, etwa semantische Software, automatische Faktenchecker etc.?
4. Team: Sollen die User mehr Verantwortung bekommen oder freiwillig übernehmen (Stichwort digitale Zivilcourage)?
5. Team: Welche Rolle soll der Staat im Umgang mit Fake News spielen? Inwiefern lässt sich eine Position zwischen Zensur und notwendiger Maßnahmensetzung finden? Welche staatlichen Maßnahmen sind aktuell geplant (etwa Netzwerkdurchsetzungsgesetz)?
6. Team: Welche Maßnahmen sollen klassische Medien setzen, um LeserInnen und das Vertrauen der BürgerInnen wieder zurückzugewinnen?

Was man gegen Fake News tun kann, lässt sich u.a. auf folgenden Seiten recherchieren:

- Für ZDFinfo hat Charlotte Jahnz die Sendung „Aluhut ab“ entwickelt, in der sie Verschwörungstheorien entlarvt und richtigstellt.
- faktenfinder.tagesschau.de
- correctiv.org
- nimikama.at

LITERATUR

- A. BORCHARDT, Filter, Algorithmen und freie Meinung, in: Der Standard, 20. Februar 2018. Online verfügbar unter: <https://derstandard.at/2000074653060/Filter-Algorithmen-und-freie-Meinung> [10.10.2018].
- I. BRODNIG, Lügen im Netz. Wie Fake News, Populisten und unkontrollierte Technik uns manipulieren. Wien 2017.
- C. GINZBURG, Der Käse und die Würmer. Die Welt eines Müllers um 1600. Berlin 2007.
- L.-B. KEIL/S. F. KELLERHOFF, Fake News machen Geschichte. Gerüchte und Falschmeldungen im 20. und 21. Jahrhundert. Berlin 2017.
- K. KUHLA, Fake News. Hamburg 2017.
- U. LADURNER, Stadt der Lügner, in: Die Zeit, 15. September 2016. Online verfügbar unter: <https://www.zeit.de/2016/52/fake-news-hersteller-unternehmen-mazedonien> [10.10.2018].
- G. SOROS, Google und Facebook bedrohen unsere Gesellschaft, in: Der Standard, 16. Februar 2018. Online verfügbar unter: <https://derstandard.at/2000074433399/Google-und-Facebook-bedrohen-unsere-Gesellschaft> [10.10.2018].

WEBLINKS

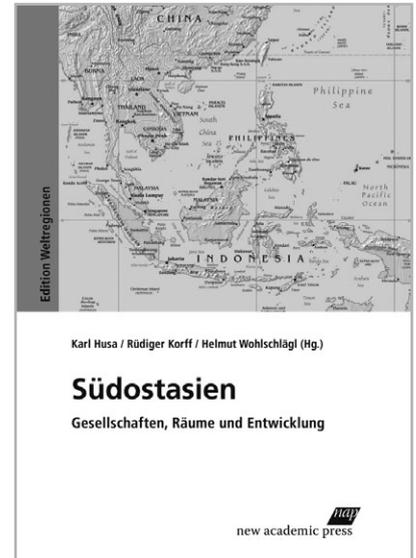
- Bundeszentrale für politische Bildung (u.a.), Fake it to make it. Online verfügbar unter: www.fakeittomakeit.de/ [12.03.2018].
- Institut für Jugendkulturforschung, Gerüchte im Web. Online verfügbar unter: https://www.saferinternet.at/fileadmin/redakteure/Footer/Presse/Zusammenfassung_Studie_Geruechte_im_Web.pdf [07.03.2018].
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Online verfügbar: www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf [07.03.2018].
- SWR, Fake Finder. Online verfügbar unter: swrfakefinder.de [07.03.2018].

Karl Husa / Rüdiger Korff / Helmut Wohlschlägl (Hg.)

Südostasien

Gesellschaften, Räume und Entwicklung

Wien 2018, new academic press, ISBN 978-3-7003-2084-5



Südostasien ist in den letzten Jahrzehnten zunehmend in den Blickpunkt einer breiteren Weltöffentlichkeit gerückt. Das Ende der Indochinakriege, die Gründung der „Association of Southeast Asian Nations“ (ASEAN) und die ab den 1970er Jahren einsetzende dynamische Wirtschaftsentwicklung in Teilen der Region machten Südostasien zunehmend zu einem wichtigen Player in der internationalen Politik und Wirtschaft. Die reiche Geschichte und die Vielfalt an Kulturen, Ethnien und unterschiedlichen Naturräumen, aber auch das Entstehen von dynamischen Metropolen mit Highlights moderner Architektur und internationalen Shopping-Tempeln sowie das Vorhandensein von Tourismusdestinationen von Weltniveau kennzeichnen eine höchst heterogene Weltgegend, in der sich wie in wohl kaum einer anderen Großregion des Globalen Südens ein umfassender und dynamischer sozialräumlicher, demographischer und ökonomischer Transformationsprozess vollzog. Obwohl sowohl innerhalb der einzelnen Staaten als auch zwischen diesen nach wie vor erhebliche Unterschiede im Lebensstandard, zum Beispiel zwischen den Zentren und peripheren Landesteilen, bestehen und Armut in der Region bei Weitem noch nicht ausgerottet ist, ist heute ein Großteil der rund 644 Millionen Südostasiatinnen und -asiaten wohlhabender, besser (aus)gebildet, gesünder und hat eine deutlich höhere Lebenserwartung als ihre Elterngeneration. Nur bei den politischen Freiheiten und den Menschenrechten fällt die Bilanz weniger positiv aus. Diese Veränderungen in einem umfassenden historischen, kulturellen, politischen, ökonomischen, soziodemographischen und räumlichen Kontext näher zu beleuchten, ist das zentrale Anliegen des vorliegenden Sammelbandes.

Inhalt

Karl HUSA – Rüdiger KORFF – Helmut WOHLSCHLÄGL: Einleitung

Rüdiger KORFF: Staatsbildung in Südostasien

Alfred GERSTL: Südchinesisches Meer, »Neue Seidenstraßen« und Terrorismus. Aktuelle Konflikte in Südostasien im Kontext der internationalen Geopolitik

Sascha HELBARDT – Kristina GROSSMANN: Gewaltkonflikte in Südostasien

Gunnar STANGE: Flucht und Vertreibung in Südostasien

Günter SPREITZHOFFER: Gunst- und Ungunsträume in Südostasien. Naturraum als Einflussfaktor und Konfliktherd landwirtschaftlicher Transformation?

Helmut SCHNEIDER: Umweltgefahren und Umweltrisiken in Südostasien

Stefanie WEHNER: Staudämme und Plantagen. Umweltdegradation in Südostasien im Spannungsfeld zwischen Ressourcenzugang, Entwicklungspotenzialen und Biodiversitätsverlust

Rüdiger KORFF: Kulturen der Randbereiche: Moderne und Ethnizität im Bergland Südostasiens

Sandra KURFÜRST: Stadtentwicklung und Urbanismus in Südostasien

Karl HUSA – Helmut WOHLSCHLÄGL: Vom Kinderreichtum zur Alterung – Bevölkerungsentwicklung und demographischer Wandel in Südostasien

Karl HUSA – Helmut WOHLSCHLÄGL: Kulis, Gastarbeiter, Immigranten – 150 Jahre Arbeitsmigration in Südostasien

Robert MUSIL – Christian REINER: Wirtschaftswachstum, Strukturwandel und Innovation in Südostasien unter dem Einfluss von Regionalisierung und Globalisierung

Alexander TRUPP: Tourismus in Südostasien. Entwicklung und Trends

Dagmar HELLMANN-RAJANAYAGAM – Sascha HELBARDT – Kristina GROSSMANN – Holger WARNK: Religionen in Südostasien: Säkularisierung und Fundamentalismus. Religion als (nationale) Selbstvergewisserung

Kristina GROSSMANN – Dagmar HELLMANN-RAJANAYAGAM: Gender in Südostasien

Rüdiger KORFF – Chang Peng KEE – Kho Suet NIE – Sascha HELBARDT: Rundfunkmedien in Südostasien

Preis € 22,- (zuzügl. Versandkosten)
für AbonentInnen der Zeitschrift „Historische Sozialkunde“

VGS – VEREIN FÜR GESCHICHTE UND SOZIALKUNDE
c/o Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Universität Wien
Universitätsring 1, A-1010 Wien
Tel. ++43/1/4277-41330, Fax ++43/1/4277-9413
e-mail: vgs.wirtschaftsgeschichte@univie.ac.at, <http://vgs.univie.ac.at>