

»Fake News« und Propaganda – Wirkung und Prävention durch die Förderung von Me- dienkritikfähigkeit

Josephine B. Schmitt, Julian Ernst & Diana Rieger

Abstract

*Im deutschsprachigen Raum sind nicht, wie so oft medial diskutiert sogenannte Social Bots, hauptursächlich für die (virale) Verbreitung von »Fake News«. Menschliches Verhalten, also normale User*innen, aber auch (Massen-)Medien werden (zum Teil versehentlich) zum Katalysator von Falschinformationen. »Fake News« aufzudecken oder gar zu widerlegen ist enorm schwierig. Die Herausforderungen und Gefahren auf individueller und gesellschaftlicher Ebene sind daher groß – insbesondere sobald »Fake News« ideologisch motiviert mit dem Ziel, Wahrnehmungen, Gedanken und Gefühle etwa gegenüber Minderheiten zu manipulieren, verbreitet werden. Der vorliegende Beitrag beleuchtet einerseits, was »Fake News« (insbesondere im Rahmen von Propaganda) ausmacht, in welchen Erscheinungen sie auftreten und wie sie wirken können. Andererseits wird der Blick auf Präventionsansätze gelenkt. Besonderes Augenmerk liegt auf der Förderung von Medienkritikfähigkeit.*

Einleitung

Die Partei sagte, daß Ozeanien sich nie mit Eurasien verbündet hatte. Er, Winston Smith, wußte, daß Ozeanien vor noch nicht einmal vier Jahren mit Eurasien verbündet gewesen war. Aber wo existierte dieses Wissen? Nur in seinem eigenen Bewußtsein, das ohnehin bald ausgelöscht werden würde. Und wenn alle anderen die von der Partei oktroyierte Lüge akzeptieren – wenn alle Berichte gleich lauteten –, dann ging die Lüge in die Geschichte ein und wurde Wahrheit. (Orwell, 2018, 45)

Winston, Protagonist in George Orwells dystopischen Roman 1984, lebt in einem totalitären Staat namens Ozeanien. Tagtäglich sieht er sich mit den Propagandamedien »der Partei« konfrontiert – lediglich sein Bewusstsein, seine kritischen Reflexionen, die er im Geheimen pflegt, geben ihm noch die Chance, zwischen wahr und falsch zu unterscheiden. Leicht lassen sich vom fiktiven Ozeanien Orwells historische Parallelen zur Propaganda-

maschinerie der Nationalsozialist*innen in Deutschland ziehen. Doch auch in den öffentlichen Diskursen demokratischer Staaten der Gegenwart werden Menschen zum Teil durch Medienbotschaften herausgefordert, die Lügen verbreiten und – sofern sie nicht als Lügen entlarvt werden – diese zu Wahrheiten werden lassen. Die Rede ist von sogenannten »Fake News«.

Besondere Bekanntheit erlangten »Fake News« 2016 im US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf. Der Begriff wird seitdem insbesondere für zwei verschiedene Phänomene verwendet. Einerseits wird er von (Rechts-)Populist*innen wie etwa Donald Trump als Verunglimpfung von Medienberichterstattung verwendet, die sich gegen ihn und seine Vorstellungen richtet. Andererseits beschreibt er bewusst gestreute Falschinformationen, die der Meinungsmache dienen sollen.

Als bewusst gestreute Falschinformationen finden sich »Fake News« vielfältig im Rahmen von extremistischer oder populistischer Propaganda (Sängerlaub, Meier & Rühl, 2017). Durch soziale Medien verbreiten sie sich rasend schnell, in vielen Fällen sogar deutlich schneller als korrekte Informationen (Vosoughi, Roy & Aral, 2018). Im Präsidentschaftswahlkampf 2016 sollen viral verbreitete »Fake News« gar das öffentliche Meinungsklima zu Gunsten von Trump entscheidend geprägt haben (Bessi & Ferrera, 2016). Im Rahmen des deutschen Bundestagswahlkampfes 2017 wurde eine mögliche Einflussnahme durch »Fake News«, verbreitet durch sogenannte *Social Bots*, auf die öffentliche Meinung ausführlich (medial) diskutiert (siehe zum Beispiel Adler, 2017, Kühn, 2017). Am Ende schienen die Sorgen jedoch unbegründet (Sängerlaub et al., 2017).

An der Schnelligkeit und Weite der Verbreitung von »Fake News« haben nicht *Social Bots*¹ den größten Anteil, sondern menschliches Verhalten (Vosoughi et al. 2018). *Bots* scheinen überwiegend für die initiale Verbreitung verantwortlich – vor allem, indem sie menschliche Akteur*innen mit zahlreichen Follower*innen gezielt adressieren und zur Weiterleitung der Nachrichten motivieren (Shao et al., 2018). Auch (Massen-)Medien werden (zum Teil versehentlich) zum Katalysator von Falschinformationen (Sängerlaub et al., 2017).

Die Herausforderungen und Gefahren auf individueller und gesellschaftlicher Ebene sind daher groß – insbesondere sobald »Fake News« ideologisch motiviert, mit dem Ziel Wahrnehmungen, Gedanken und Gefühle etwa gegenüber Minderheiten (zum Beispiel Geflüchtete, Homosexuelle) zu manipulieren, verbreitet werden. Es stellt sich die Frage, wie man einerseits der Wirkung von »Fake News« vorbeugen kann, andererseits dem

1 Kleine Computerprogramme, die menschliches Verhalten in sozialen Medien imitieren, beispielsweise Informationen/Meinungen teilen.

Umstand präventiv begegnen kann, dass sich »Fake News« durch menschliches Zutun ungehindert verbreiten.

Um diese Fragen zu beantworten, beleuchtet der vorliegende Beitrag einerseits was »Fake News« (insbesondere im Rahmen von Propaganda) ausmacht, in welchen Erscheinungen sie auftreten und wie sie wirken können. Andererseits wird der Blick auf Präventionsansätze gelenkt. Besonderes Augenmerk liegt auf der Förderung von Medienkritikfähigkeit.

»Fake News« im Rahmen von (extremistischer) Propaganda

Definition

Wie bereits angedeutet, ist »Fake News« als Begriff weitgehend schwammig. So wird je nach Kontext etwas anderes darunter verstanden (vgl. Tandoc, Lim & Ling, 2018 oder Quandt, Frischlich, Boberg & Schatto-Eckrodt, 2019, Zimmermann & Kohring, 2018). Rechtspopulist*innen wie Donald Trump bezeichnen sämtliche Medienberichterstattung als »Fake News«, die ihre Auffassungen, Handlungen und Einstellungen nicht stützen. Lazer und Kolleg*innen (2018) verstehen unter dem Terminus »Fake News« Meldungen, die (professionelle) Medieninhalte in ihrer Form imitieren, nicht aber über vergleichbare redaktionelle Prozesse im Hintergrund verfügen, welche die Richtigkeit und Glaubwürdigkeit der vermittelten Informationen sicherstellen.

Im Rahmen des vorliegenden Beitrags steht das Verständnis von »Fake News« als gefälschte Nachrichten in Form von Texten, Bildern und Videos mit dem Ziel der Manipulation von Einstellungen, Meinungen und Gefühlen im Vordergrund (vgl. Schneider & Toyka-Seid, 2019).² Unbedingt abzugrenzen ist diese Auffassung von dem von deutschsprachigen Rechtspopulist*innen und Rechtsextremist*innen gebräuchlichen Begriff der Lügenpresse³, aber auch von irrtümlichen Falschmeldungen (zum Beispiel Zeitungsente), satirischen Meldungen wie etwa denen des Online-Satire-

- 2 Alternativ findet sich hierfür in der Literatur auch die Begriffe Desinformation bzw. Misinformation.
- 3 Der Begriff Lügenpresse bezieht sich auf rechte Verschwörungserzählungen. Gemeint ist damit die systematische Manipulation des Volkes durch »die Presse« zum Vorteil »Der-da-Oben« (zum Beispiel der Politiker*innen).

magazins *Der Postillon*⁴ oder Kunstaktionen, welche mit Falschinformationen arbeiten.⁵

Im Rahmen von (extremistischer) Propaganda finden sich »Fake News« einerseits als wichtiger Baustein von Verschwörungstheorien (siehe auch der Beitrag von Schneider, Schmitt und Rieger in diesem Band). Andererseits werden erdachte Falschinformationen – in Deutschland oft aus dem Themenfeld »Flüchtlinge und Kriminalität« (siehe auch Humprecht, 2018; Sängerlaub et al., 2017) – insbesondere von Rechtspopulist*innen und Rechtsextremen als kurze Meldungen in den Umlauf gebracht, um Ängste vor vermeintlichen Feindgruppen zu schüren und das Vertrauen in Politik, Medien und Gesellschaft zu zerstören. In der Regel geschieht dies über soziale Medien. Mitglieder und Unterstützer*innen der AfD beziehungsweise rechtspopulistische und rechtsextreme Medien (beispielsweise *Breitbart News*, *Compact*) fallen als häufige Ersteller*innen und Verbreiter*innen von »Fake News« ins Auge (Sängerlaub et al., 2017; Riebe, Pätsch, Kaufhold & Reuter, 2018). Wie Neuberger et al. (2019) argumentieren, lösen die Strukturen des Internets die bisherige Wissensordnung auf und schaffen so Raum für Unsicherheiten bezüglich bestehender Kontexte, Hierarchien oder auch der Abfolge im Prozess der Wissensaneignung.

Wirkung und Verbreitung

Menschen suchen, interpretieren und erinnern Informationen tendenziell eher, wenn diese ihre Voreinstellungen bestätigen. So können auch »Fake News« einen sogenannten *Confirmation Bias* auslösen (Kahne & Bowyer, 2017). Versuche »Fake News« als solche zu enttarnen, können sogar bewirken, dass Menschen erst recht an ihren Überzeugungen festhalten (*Backfire Effect*; Nyhan & Reifler, 2010).

Vielen »Fake News« ist zudem gemein, dass sie eine (häufig verständliche) Geschichte anbieten. Derartige narrative Angebote können anziehender und unterhaltsamer wirken und eher dazu führen, weniger kritisch reflektiert, hinterfragt und widersprochen zu werden (zum Beispiel Frischlich, Rieger, Morten & Bente, 2019; Slater & Rouner, 2002). Dabei beeinflusst die Art der Geschichte die Verbreitung in den sozialen Medien. »Fake

4 <https://www.der-postillon.com/>

5 Ein Beispiel hierfür ist etwa die Aktion des Künstlerkollektivs »Peng«, das im Jahr 2017 eine vermeintliche Kampagne gegen Waffenexporte der CDU ins Leben rief (für mehr Informationen dazu siehe zum Beispiel <https://www.tagesschau.de/faktenfinder/inland/cdu-mit-gefuehl-101.html>; Stand: 08. August 2020).

News« diffundieren in kürzerer Zeit, je eher die Geschichte stärkere emotionale Reaktionen (beispielsweise Überraschung, Abscheu) bei den Leser*innen erzeugt, skurril, provokant oder unterhaltsam ist (Vosoughi et al. 2018).

Personen, die »Fake News« tendenziell für wahr halten, sind zynischer und fühlen sich eher politisch entfremdet (Balmas, 2014). Der empfundene Wahrheitsgehalt von »Fake News« ist größer für Menschen, die mehr »Fake News« und weniger »richtigen« Nachrichten (*Hard News*) ausgesetzt sind (Balmas, 2014). Gleichzeitig werden Nachrichten eher für wahr gehalten, wenn der/die Sender*in den Rezipient*innen vertraut ist beziehungsweise eine ähnliche Weltanschauung vertritt (Vosoughi et al., 2018) – ein Befund, der nicht nur für Individuen gilt, sondern auch für Medien (Vargo, Guo & Amazeen, 2017).

Wenngleich die Menge an Akteur*innen (menschlich/automatisiert), die »Fake News« in die Welt setzen, gemessen an der Gesamtzahl potentieller Rezipient*innen klein und die Reichweite von »Fake News« in Deutschland vergleichsweise gering ist (vgl. Sängerlaub et al., 2017), können »Fake News« zur Radikalisierung von Diskursen und damit zur Polarisierung der Gesellschaft beitragen. Zwar versuchen verschiedene »Fakten-Checker« (zum Beispiel hoaxmap.org, mimikama.at, faktentester.tagesschau.de) »Fake News« zu widerlegen beziehungsweise in ihrer Wirkung zu entkräften, jedoch ist anzunehmen, dass diese nicht in die relevanten Echokammern vordringen, in denen »Fake News« entstehen und sich verbreiten. So fanden etwa Riebe et al. (2018) im Rahmen einer quantitativen Inhaltsanalyse von Facebook-Beiträgen von Unterstützer*innen der AfD einen positiven Zusammenhang zwischen der Menge an »Fake News« und dem Misstrauen in politische Institutionen und Medien sowie einem Anstieg an Ressentiments gegenüber Migrant*innen und Muslim*innen.

Rezipient*innen sehen vor allem Plattformbetreiber beziehungsweise den Staat verantwortlich dafür, »Fake News« einzudämmen (Reuter, Hartwig, Kirchner & Schlegel, 2019). Zwar gibt es – auch von politischer Seite geförderte – Bemühungen unterschiedlicher Plattformbetreiber, Manipulationsversuche zu unterbinden beziehungsweise zu verringern (Schwarz, 2019), jedoch ist die Wirksamkeit dieser Maßnahmen bisher (noch) begrenzt beziehungsweise ist fraglich, welche Rolle private Unternehmen bei der Kuratierung von Informationen haben sollten. Was bedarf es aber seitens der Rezipient*innen, um Nachrichten als tendenziell »wahr«, »falsch« oder als gezielt gestreute Desinformation beziehungsweise »Fake« zu identifizieren? Wie kann verhindert werden, dass »Fake News«, die von wenigen Akteur*innen gestreut werden, großen Raum in der digitalen Öffent-

lichkeit einnehmen oder gar den gesamtgesellschaftlichen Diskurs beeinflussen? Eine Antwort könnte lauten: Es bedarf der Medienkritikfähigkeit.

Medienkritikfähigkeit und »Fake News«

Medienkritik ist eine zentrale Dimension des Medienkompetenzmodells nach Baacke (2007). Medienkritik beziehungsweise die Fähigkeit zu dieser ist für Baacke eine umfassende Auseinandersetzung mit (Massen-)Medien in ihrer komplexen gesellschaftlichen Verwobenheit. In diesem Sinn sind kritische Rezipient*innen (Kübler, 2006) nicht nur dazu in der Lage, Medien zu hinterfragen. Sie können sich die eigene Beziehung, in der sie zu einem Medienangebot stehen, reflexiv vor Augen führen und Medien einem Urteil unterziehen. Diese Urteile sollten nach Baacke in Verantwortung gegenüber einem demokratischen Gemeinwesen gefällt werden und Orientierung für das eigene Handeln im Medienkontext bieten.

Im Kontext der pädagogischen Auseinandersetzung mit extremistischen Propagandaangeboten leiteten Ernst et al. (2018) drei miteinander verwobene Präventionsebenen ab: *Awareness* (Aufmerksamkeit und Sensibilisierung für Existenz und Funktionsweise manipulativer Medieninhalte), *Reflection* (analytisch-kritische Reflexion) und *Empowerment* (Stärkung der eigenen Position im Umgang mit manipulativen Angeboten).⁶

Medienkritik sollte jedoch nicht als selbstverständliche, en passant in der Mediенsozialisation erworbene Fähigkeit angesehen werden. Als Dimension von Medienkompetenz ist sie Fähigkeit und »*Lernaufgabe*« (Baacke, 2007, 97, kursiv i. O.) gleichermaßen und muss im Rahmen mediapädagogischer Angebote adressiert werden. Empirische Untersuchungen unterstreichen diese Notwendigkeit – nicht nur, aber insbesondere auch im Kontext von »Fake News«.

6 Im Hinblick auf »Fake News« schlägt Frischlich (2019) vor, diesen Dimensionen noch Vertrauen (*Trust*) hinzuzufügen. Sie meint damit die generelle Bereitschaft eines Menschen in einer unsicheren Situation, einem Objekt Vertrauen entgegenzubringen und die Vertrauenswürdigkeit des gesellschaftlichen Kontextes (politisches System, Wissenschaft, Medien). Vertrauen in das demokratische System gebe Sicherheit in einer komplexen Situation (vgl. Lewis & Weigert, 1985) und begünstige die Handlungsfähigkeit im jeweiligen System. In diesem Zusammenhang ist zu klären, inwieweit Vertrauen in Medien eine Kompetenz ist. Bedenkt man zudem den Einfluss antidemokratischer Akteur*innen, ließe sich darüber hinaus fragen, ob man Vertrauen im Kontext von Medienkritik überhaupt fördern sollte oder dies der kritisch-reflexiven Auseinandersetzung nicht entgegenliefe.

Zwar deuten die Ergebnisse einer für Deutschland repräsentativen Befragung darauf hin, dass vor allem jüngere Menschen und solche mit einer höheren formalen Bildung informierter über »Fake News« als Phänomen sozialer Medien sind (Reuter et al., 2019). Dies heißt jedoch nicht, dass sie »Fake News« als solche korrekt erkennen und einordnen können. Eine Studie der Stanford History Education Group (2016) hat beispielsweise Jugendliche unter anderem mit einer manipulierten Fotografie, wie sie auch in »Fake News« zum Einsatz kommen könnte, konfrontiert und aufgefordert, diese einzuschätzen. Es zeigte sich, dass nur ein Viertel der Befragten die Fotografie korrekt einschätzen konnte – 40 Prozent haben sogar für die Vertrauenswürdigkeit und Authentizität argumentiert.

Zugleich ließe sich ein Befund aus der aktuellen JIM-Studie anführen: In dieser geben Jugendliche ein hohes Vertrauen in Nachrichtenangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an (mpfs, 2018); nichtsdestotrotz sind Online-Angebote, vor allem Angebote sozialer Medien, die wichtigsten Informationsquellen Jugendlicher. Man könnte diesen Befund als günstig für die Ausbildung von Medienkritikfähigkeit und damit die Entlarvung von »Fake News« betrachten. Zweifelsohne können Nachrichtenangebote öffentlich-rechtlicher Sender in Deutschland als vertrauenswürdige Quellen gelten – doch was sagt ein hohes Vertrauen in staatliche Medien über die Widerstandsfähigkeit von Rezipient*innen gegenüber »Fake News« aus? Schließlich können auch diese Medienanbieter »Fake News« aufsitzen oder, in einem anderen nationalstaatlichen Kontext und unter anderen Bedingungen der Pressefreiheit, gar selbst Propaganda und Fehlmeldungen produzieren und verbreiten (Sängerlaub et al., 2017). Zudem arbeiten zum Teil auch professionelle Medien – oft aus ökonomischen Gründen – mit irreführenden Schlagzeilen und Überschriften⁷, was die Herausforderungen zwischen »wahr« und »falsch« zu unterscheiden vergrößert.

Unabhängig davon wie die Operationalisierung von Medienkritik im Detail ausfällt, kann die Förderung dieser als zentraler Pfeiler einer primär beziehungsweise universell ausgerichteten Präventionsarbeit angesehen werden. Menschen, die kritisch, das heißt, in analytisch-reflexiver und ethischurteilender Auseinandersetzung mit Medieninhalten treten, vermögen etwaige Manipulationsversuche zu durchschauen und ihnen gegebenenfalls selbstbewusst entgegenzutreten.

7 Siehe beispielhaft folgende Zusammenstellungen: <http://uebermedien.de/14199/ja-es-ist-ein-wundern/>; <http://uebermedien.de/15500/helmut-kohl-lebendig-eingebauert/> (Stand: 08. August 2020)

Wie Medienkritikfähigkeit gefördert werden kann

Zentrale Anforderung an die Medienkritik von »Fake News« ist die grundlegende Beurteilung von Nachrichtenmeldungen als fake. Ohne Ausflüge in die Erkenntnistheorie zu vollführen, die die Frage nach der Wahrheit rasch eröffnet, dürfte klar sein: Eine aktive, analytisch-reflexive Auseinandersetzung mit Nachrichtenmeldungen ist gefragt. Zentrale Voraussetzung für eine solche ist wiederum das Bestehen eines Konzeptes von »Fake News«, sodass eine konkrete Nachrichtenmeldung überhaupt auf den Verdacht, fake zu sein, überprüft werden kann. Kurzum: *Awareness* für bestimmte Auffälligkeiten, Muster und die Sensibilität für spontane Zweifel an der Glaubwürdigkeit. Diese kann und sollte im Rahmen von Maßnahmen der (schulischen und außerschulischen) Medienerziehung gefördert werden (Kahne & Bower, 2017). Für die Förderung von Awareness gegenüber extremistischen Online-Angeboten konnte etwa eine positive Wirkung mit entsprechend entwickelten Unterrichtseinheiten erzielt werden (Schmitt, Rieger, Ernst & Roth, 2018).

Extremistisch motivierte »Fake News« und ihre Durchsetzung mit Fragmenten menschenverachtender Ideologie bietet weitere konkrete Marker, an denen kritische Rezipient*innen mit Analyse und Reflexion ansetzen können. Neben dem auch noch gegenwärtig grassierenden Antisemitismus sind es Muslim*innen und neu zugewanderte/geflohene Menschen, die als Projektionsfläche rassistischer Fehlmeldungen dienen.⁸ Die Verquickung interkultureller Bildungsarbeit, die für Konstruktionen von »Anderen« sensibilisiert, und medienpädagogischer Angebote, die ermöglichen, eben diese Konstruktionsprozesse in Medienangeboten erkennen zu können, erscheint als bedeutsame Grundlage pädagogischer Arbeit und der Förderung von Medienkritikfähigkeit im Kontext von »Fake News«. So ließe sich als These formulieren: Wer fähig ist, Konstruktionen »natio-ethno-kultureller Andere[r]« (Mecheril 2004, 19) zu erkennen und als solche zu kritisieren, ist zugleich eher fähig, (extremistische) »Fake News« zu identifizieren und in ihrer manipulativen Wirkung zu durchschauen (siehe auch die Forderungen von Mihailidis und Viotty (2017) für die Gestaltung von Medienkompetenzförderung in einer sogenannten postfaktischen Gesellschaft).

Anregungen zur interkulturellen, machtkritischen Bildungsarbeit in migrationsgesellschaftlichen Zusammenhängen, die teils auch digitale Medien

8 Das Online-Portal hoaxmap.org beziehungsweise der dazugehörige Twitter-Account etwa veröffentlicht seit dem Jahr 2015 Gerüchte und Falschmeldungen über vermeintliche Gewalttaten Geflüchteter und versucht sie zu entkräften beziehungsweise zu widerlegen.

berücksichtigen, liegen von ufuq.de⁹ oder auch der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) vor.¹⁰ Darüber hinaus gibt es online frei verfügbar eine Vielzahl an Materialien und Tools, die Mediennutzer*innen sämtlicher Altersgruppen für die Anwesenheit und Funktionsweise sensibilisieren und ihnen Hilfestellungen leisten sollen, »Fake News« aufzudecken und sich ihnen möglicherweise gar entgegenzustellen.¹¹

Fazit

»Fake News« im Sinne gezielt gestreuter Falschinformation haben das Potential, gesellschaftliche Diskurse und individuelle Meinungsbildungsprozesse maßgeblich zu beeinflussen. Gleichzeitig erweist es sich aus verschiedenen Gründen als enorm herausfordernd, der Verbreitung und Wirkung von »Fake News« präventiv zu begegnen (Walther & Murphy, 2018). Letztlich ist es in vielen Fällen eben nicht ausreichend die Falschinformationen durch korrekte Fakten zu widerlegen (*Debunking*). Selbst Misinformationen, welche sofort aufgedeckt, widerlegt und korrigiert werden, können die Einstellungen von Rezipient*innen weiterhin ungewollt formen (Thorson, 2016). Nicht zuletzt anhand historischer Beispiele lässt sich zeigen, wie die mediale Verbreitung von Lügen an Minderheiten haftet. Für den Nationalsozialismus war der Antisemitismus konstitutives Moment der Propaganda und der fortschreitenden Totalisierung des Staatswesens (Arendt 2015). Der Verbreitung und Wirkung von »Fake News« im Internet durch Löschung zu begegnen, scheint ob der Funktionsweisen sozialer Medien ebenso keine nachhaltige Lösung zu sein.

9 <https://www.ufuq.de/lernmaterialien/> (Stand: 08. August 2020)

10 Beispielhaft zu nennen sind hier die Unterrichtsmaterialien und die Webvideo-Reihe »Begriffswelten Islam« (<https://www.bpb.de/shop/buecher/einzelpublikationen/287067/begriffswelten-islam-deutungsvielfalt-wichtiger-begriffe-aktueller-islamdiskurse>; Stand: 08. August 2020)

11 Die unter anderem vom Niedersächsischen Landesinstitut für schulische Qualitätsentwicklung entwickelte App *Fake News Check* etwa soll Schüler*innen dabei unterstützen, »Fake News« im Internet zu erkennen und zu hinterfragen. In eine ähnliche Richtung geht das Handysektor *Fake News Quiz*. Nicht nur für den Einsatz im Schulunterricht eignet sich die von Klicksafe herausgegebene Broschüre »Fakt oder Fake. Wie man Falschmeldungen im Internet entlarven kann«. Wie auch die Webvideo-Reihe #fakefilter der bpb sensibilisieren diese Materialien nicht nur für die Existenz und Mechanismen von »Fake News«, sondern geben hilfreiche Tipps, wie man sie aufdecken kann. Vergleichbar arbeitet auch der Faktenfinder der Tagesschau.

Aus pädagogischer und demokratietheoretischer Perspektive ist die Förderung von Medienkritikfähigkeit ein möglicher präventiver Ansatz. Neben der Sensibilisierung für die Anwesenheit und Funktionsweise von manipulativen Medieninhalten kann so ein analytisch-reflexiver und ethisch-urteilender Umgang mit Medieninhalten gefördert und Personen können dazu befähigt werden, sich gegenüber etwaigen manipulativen Inhalten in sozialen Diskursen online und offline selbstbewusst zu positionieren. Vermutlich können durch das öffentliche Äußern von Zweifeln an »Fake News« nicht alle Personen vom Gegenteil überzeugt werden, die sich durch die Falschinformationen in ihrer Meinung bestätigt sehen. Jedoch kann so ein Gegen gewicht erzeugt und der normative Druck verringert werden, die eigene Meinung aus Angst einer vermeintlichen Mehrheitsmeinung zurückzuhalten (*Schweigespirale*; Neubaum & Krämer, 2018). Langfristig können auf diese Weise neue Wissensordnungen im Internet etabliert und stabilisiert werden (Neuberger et al., 2019).

Literatur

- Adler, Sabine (2017). Angst vor Fake News, Lügen und Verleumdungen. Deutschlandfunk, 02. März 2017. Abgerufen von https://www.deutschlandfunk.de/bundestagswahl-2017-angst-vor-fake-news-luegen-und.724.de.html?dram:article_id=380314. Abgerufen am 10. Juli 2019.
- Arendt, Hannah (2015). *Elemente und Ursprünge totaler Herrschaft. Antisemitismus, Imperialismus, totale Herrschaft*. München/Berlin: Piper Verlag.
- Baacke, Dieter (2007). *Medienpädagogik*. Max Niemeyer Verlag, Tübingen.
- Balmas, Meital (2014). When Fake News Becomes Real. Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynism. *Communication Research*, 41(3), 430-454. DOI: 10.1177/0093650212453600.
- Bessi, Allessandro & Ferrara, Emilio (2016). Social Bots Distort the 2016 US Presidential Election Online Discussion. *First Monday*, 21(11). Abgerufen von <https://first-monday.org/ojs/index.php/fm/article/view/7090/5653#author>.
- Ernst, Julian; Schmitt, Josephine B.; Rieger, Diana & Roth, Hans-Joachim in Zusammenarbeit mit der Forschungsstelle Terrorismus/Extremismus (FTE) und ufuq.de (2018). *Extremismus im Internet. Drei Lernarrangements zur Förderung von Medienkritikfähigkeit im Umgang mit Internetpropaganda in der Schule*. Wiesbaden: Bundeskriminalamt.
- Frischlich, Lena (2019). *Kritische Medienkompetenz als Säule demokratischer Resilienz in Zeiten von »Fake News« und Online-Desinformation*. Abgerufen von <https://www.bpb.de/gesellschaft/digitales/digitale-desinformation/290527/kritische-medienkompetenz>. Abgerufen am 10. Juli 2019.

- Frischlich, Lena; Rieger, Diana; Morten, Anna & Bente, Gary (2019). The Power of a Good Story. Narrative Persuasion in Extremist Propaganda and Videos Against Violent Extremism. *International Journal of Conflict and Violence*, 12, 1-16. DOI: 10.4119/ijcv-3106.
- Humprecht, Edda (2018). Where »Fake News« Flourishes. a Comparison Across Four Western Democracies. *Information, Communication & Society*, 22(13). DOI: 10.1080/1369118X.2018.1474241.
- Kahne, Joseph & Bowyer, Benjamin (2017). Educating for Democracy in a Partisan Age. Confronting the Challenges of Motivated Reasoning and Misinformation. *American Educational Research Journal*, 54(1), 3-34. DOI: 10.3102/0002831216679817.
- Kübler, Hans-Dieter (2006). Zurück zum »kritischen Rezipienten«? Aufgaben und Grenzen pädagogischer Medienkritik. In: Niesyto, H.; M. Rath & H. Sowa (Hrsg.), *Medienkritik heute. Grundlagen, Beispiele und Praxisfelder* (17-52). Kopaed Verlag München.
- Kühn, Oliver (2017). Erfundene Geschichten spielen (noch) keine Rolle. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 22. September 2017. Abgerufen von <https://www.faz.net/aktuell/politik/bundestagswahl/fake-news-im-wahlkampf-erfundene-geschichten-spielen-noch-keine-rolle-15205975.html>. Abgerufen am 10. Juli 2019.
- Lazer, David M.; Baum, Matthew A.; Benkler, Yochai; Berinsky, Adam J.; Greenhill, Kelly M. ...Zittrain, Jonathan L. (2018). The Science of Fake News. Adressing Fake News Requires a Multidisciplinary Effort. *Science*, 359(6380), 1094-1096. DOI: 10.1126/science.aaq299.
- Lewis, J. David & Weigert, Andrew (1985). Trust as a Social Reality. *Social Forces*, 63(4), 967-985. DOI: 10.1093/sf/63.4.967.
- Mecheril, Paul (2004). *Einführung in die Migrationspädagogik*. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Mihailidis, Paul & Viotty, Samantha (2017). Spreadable Spectables in Digital Culture. Civic Expression, Fake News, and the Role of Media Literacies in »Post-Fact« Society. *American Behavioral Scientist*, 61(4), 441-454. DOI: 10.1177/0002764217701217
- mpfs (2018). *JIM-Studie 2018. Jugend, Information, Medien*. Abgerufen von https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM_2018_Gesamt.pdf. Abgerufen am 10. Juli 2019.
- Neubaum, German & Krämer, Nicole C. (2018). What Do we Fear? Expected Sanctions for Expressing Minority Opinions in Offline and Online Communication. *Communication Research*, 45(2), 139-164. DOI: 10.1177/0093650215623837.
- Neuberger, Christoph; Bartsch, Anne; Reinemann, Carsten; Fröhlich, Romy; Hanitzsch, Thomas & Schindler, Johanna (2019). Der digitale Wandel der Wissensordnung. Theorierahmen für die Analyse von Wahrheit, Wissen und Rationalität in der öffentlichen Kommunikation. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 67(2), 167-186.
- Nyhan, Brendan & Reifler, Jason (2010). When Corrections Fail. The Persistence of Political Misperceptions. *Political Behavior*, 32(2), 303-330. DOI: 10.1007/s11109-010-9112-2.

- Orwell, George (2018). *1984*. Ullstein Taschenbuch, Berlin. Im englischen Original erschienen 1949.
- Quandt, Torsten; Frischlich, Lena; Boberg, Svenja; Schatto-Eckrodt, Tim (2019). *Fake News*. In: Vos, T. P. & F. Hanusch (Hrsg.), *The International Encyclopedia of Journalism Studies* (00-00). Wiley. DOI: 10.1002/9781118841570.iejs0128.
- Riebe, Thea; Pätsch, Katja; Kaufhold, Marc-André & Reuter, Christian (2018). From Conspiracies to Insults. A Case Study of Radicalisation in Social Media Discourse. In: Dachselt, R. & G. Weber (Hrsg.), *Mensch und Computer 2018 – Workshopband* (595-603). Bonn: Gesellschaft für Informatik e.V. DOI: 10.18420/muc2018-ws12-0449.
- Reuter, Christian; Hartwich, Katrin; Kirchner, Jan & Schlegel, Noah (2019). *Fake News Perception in Germany. A Representative Study of People's Attitudes and Approaches to Counteract Disinformation*. 14th International Conference on Wirtschaftsinformatik, Siegen. Abgerufen von http://www.peasec.de/paper/2019/2019_ReuterHartwigKirchnerSchlegel_FakeNewsPerceptionGermany_WI.pdf. Abgerufen am am 10. Juli 2019.
- Sängerlaub, Alexander; Meier, Miriam & Rühl, Wolf-Dieter (2017). *Fakten statt Fakes. Verursacher, Verbreitungswege und Wirkungen von Fake News im Bundestagswahlkampf 2017*. Stiftung Neue Verantwortung. Abgerufen von https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/snv_fakten_statt_fakes.pdf. Abgerufen am am 10. Juli 2019.
- Schmitt, Josephine B.; Rieger, Diana; Ernst, Julian & Roth, Hans-Joachim (2018). Critical Media Literacy and Islamist Online Propaganda. The Feasibility, Applicability and Impact of Three Learning Arrangements. *International Journal of Conflict and Violence*, 12, 1-19. DOI: 10.4119/UNIBI/ijcv.642.
- Schneider, Gerd & Toyka-Seid, Christiane (2019). *Das junge Politik-Lexikon von www.hanisauland.de*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Schwarz, Karolin (2019). *Wahlmanipulation. Diese Schutzmaßnahmen treffen Internetkonzerne*. Abgerufen von <https://www.bpb.de/gesellschaft/digitales/digitale-desinformation/290577/schutzmassnahmen-der-internetkonzerne>. Abgerufen am am 10. Juli 2019.
- Shao, Chengcheng; Ciampaglia, Giovanni L.; Varol, Onur; Yang, Kai-Cheng; Flammini, Alessandro & Menczer, Filippo (2018). The Spread of Low-Credibility Content by Social Bots. *Nature Communications*, 9. DOI: 10.1038/s41467-018-069.
- Slater, Michael D. & Rouner, Donna (2002). Entertainment-Education and Elaboration Likelihood. Understanding the Processing of Narrative Persuasion. *Communication Theory*, 12(2), 173-191. DOI: 10.1111/j.1468-2885.2002.tb00265.x.
- Stanford History Education Group (2016). *Evaluating Information. The Cornerstone of Civic Online Reasoning*. Abgerufen von https://sheg.stanford.edu/upload/V3_LessonPlans/Executive%20Summary%2011.21.16.pdf. Abgerufen am am 23. März 2017.
- Tandoc, Edson C.; Lim, Zheng W. & Ling, Richard (2018). Defining »Fake News«. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143.

- Thorson, Emily (2016). Belief Echoes. The Persistent Effects of Corrected Misinformation. *Political Communication*, 33(3), 460-480. DOI: 10.1080/10584609.2015.1102187.
- Vargo, Chris J.; Guo, Lei & Amazeen, Michelle A. (2017). The Agenda-Setting Power of Fake News. A Big Data Analysis of the Online Media Landscape from 2014 to 2016. *News Media & Society*, 20(5), 2028-2049. DOI: 10.1177/1461444817712086.
- Vosoughi, Soroush; Roy, Deb & Aral, Sinan (2018). The Spread of True and False News online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. DOI: 10.1126/science.aap9559.
- Walther, Nathan & Murphy, Sheila T. (2018). How to Unring the Bell. A Meta-Analytic Approach to Correction of Misinformation. *Communication Monographs*, 85(3), 423-441. DOI: 10.1080/03637751.2018.1467564.
- Zimmermann, Fabian & Kohring, Matthias (2018). »Fake News« als aktuelle Desinformation. Systematische Bestimmung eines heterogenen Begriffs. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 66(4), 526-541.

