

Hans-Dieter Kübler

Sammelrezension Fake News

2021

<https://doi.org/10.25969/mediarep/17921>

Veröffentlichungsversion / published version
Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kübler, Hans-Dieter: Sammelrezension Fake News. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 38 (2021), Nr. 3_4, S. 283–285. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/17921>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Sammelrezension Fake News

Ralf Hohlfeld, Michael Harnischmacher, Elfi Heinke, Lea Sophia Lehner, Michael Sengl (Hg.): Fake News und Desinformation: Herausforderungen für die vernetzte Gesellschaft und die empirische Forschung

Baden-Baden: Nomos 2020, 361 S., ISBN 9783848760138, EUR 79,-

Christian Schicha, Ingrid Stapf, Saskia Sell (Hg.): Medien und Wahrheit: Medienethische Perspektiven auf Desinformation, Lügen und „Fake News“

Baden-Baden: Nomos 2021, 391 S., ISBN 9783848779338, EUR 79,-

Nimmt man den Publikationsausstoß über ‚Fake News‘ als Maß, steht diese Problematik hoch im Kurs. Gleich zwei Sammelbände aus dem Nomos-Verlag gilt es zu begutachten: der eine, initiiert und herausgegeben von Kommunikationswissenschaftler_innen an der Universität Passau, der „mit interdisziplinären Beiträgen, mit aktuellen empirischen Studien und gesellschafts-

politischen Essays“ (S.14) möglichst sachlich und deskriptiv die „mit ‚Fake News‘ verbundenen Herausforderungen für die vernetzte Gesellschaft“ (ebd.) skizzieren will und dazu historische Entwicklungen, Begriffsklärungen, markante Beispiele, soziale Verbreitung und Bewertung sowie Eindämmungsmaßnahmen aufzeigt; der andere als Dokumentation der Tagung „Medien

und Wahrheit. Medienethische Perspektiven auf ‚Fake News‘, Künstliche Intelligenz und Agenda-Setting durch Algorithmen“ der Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik der DGPK in Zusammenarbeit mit dem Netzwerk Medienethik und in Kooperation mit der Akademie für politische Bildung in Tutzing, der die normativen und grundlegend philosophischen Fragen um Wahrheit ins Zentrum rückt und damit den ‚analytischen Blick‘ durch interdisziplinäre Ansätze erweitern möchte. In den praktischen Auswirkungen fokussieren sich beide Bände auf den Journalismus im engeren nachrichtenbezogenen oder auch im weiteren Sinne, indem Unterhaltungsformate und Social-Media-Veröffentlichungen einbezogen werden, wollen aber auch durch medienpädagogische Anstöße das Publikum sensibilisieren und aufklären. Die beiden nachrangig angeordneten Kategorien des Titels, nämlich Künstliche Intelligenz und Agenda-Setting durch Algorithmen, werden fast gar nicht thematisiert.

Neue Funktionen und Aufgaben für den Journalismus in der aufgeheizten Netzgesellschaft reklamieren Ralf Hohlfeld, Michael Harnischmacher, Elfi Heinke, Lea Sophia Lehner und Michael Sengl in ihrer Einleitung: Über das Paradigma des *gatewatching* hinaus, das längst das traditionelle *gatekeeping* abgelöst habe, müsse er sich zum *gateadvising* (weiter)entwickeln, also zum Beraten des Publikums, um „frühzeitig mit Faktenchecks, Richtigstellungen und fundierten Recherchen gegensteuern zu können“ (S.13). Aus medienethischer Sicht wird dagegen

eher eine Rückbesinnung auf die traditionellen, anerkannten Tugenden des Journalismus angeraten: Sorgfalt, Ehrlichkeit und Wahrhaftigkeit, gründliche Recherche, Distanz gegenüber Politik und Wirtschaft.

Dementsprechend unterschiedlich thematisch orientiert und rubriziert sind die jeweils 18 Beiträge. In dem Reader aus Passau gruppieren sie sich in fünf Abschnitte: Im ersten werden Begriffsklärungen (etwa die Relation zwischen allgemeiner Desinformation und ‚Fake News‘), historische Entwicklungen und Episoden im Journalismus (wie die Nach-Trump-Ära) und theoretische Einordnungen (wie *framing*-Konzepte) thematisiert. Danach folgen Beispiele aus der Unternehmenskommunikation, der Propaganda im Ukraine-Konflikt und den Funktionen von sozialen Netzwerken im Syrienkrieg. Der dritte Abschnitt kümmert sich um die Beurteilung von Glaubwürdigkeit und die Erkennbarkeit von ‚Fake News‘ durch das Publikum. Im vierten Abschnitt werden Verbreitung, Folgen und Wirkungen von ‚Fake News‘ etwa in der Bundestagswahl 2017, allgemein in der Politik und in der Selbstthematization der Presse sowie bei Verschwörungsmythen diskutiert. Schließlich beschäftigen sich die letzten vier Beiträge im fünften Abschnitt mit „Maßnahmen zur Korrektur und Eindämmung von Falschnachrichten“ (S.297ff.), etwa durch ein ‚strategisches Diskursmanagement‘, durch *fact checking*, endlich durch Förderung von Kritikfähigkeit und Medienkompetenz.

Im medienethischen Reader beginnen die fünf Abschnitte mit dem ersten

über Wahrheit, und zwar als philosophisches Thema, in der Kulturindustrie, in der Ethik der öffentlichen Kommunikation und in digitalen Öffentlichkeiten, besonders unter feministischen Vorzeichen. Danach folgen im zweiten Teil theoretische Einordnungen und begriffliche Klärungen mit diversen theoretischen Referenzen. Im dritten Teil werden empirische und gesellschaftspolitische Fallstudien etwa bei der Bearbeitung von Bildern, in der politischen Kommunikation und bei Bewertungen der Flüchtlingsdebatte aufgeboten. Noch einmal wird das Thema ‚Wahrheit‘ im vierten Abschnitt aufgegriffen, diesmal im journalistischen Kontext, und zwar bei Online-Inhalten, am Fall des Journalisten Relotius, bei Roboterjournalismus und erneut als allgemeines Phänomen. Schließlich behandeln die drei letzten Beiträge im fünften Abschnitt Wahrheitsfragen und die Bildung von Filterblasen in der Online-Kommunikation beziehungsweise in sozialen Medien.

So wichtig und aufschlussreich die Studien im Einzelnen sein mögen, so lange die Seite der Produktion von Desinformationen und die dahinter stehenden Interessen nicht gründlich genug erforscht sind und so lange die Rezipient_innen nicht ebenfalls hinreichend differenziert werden, bleiben ‚Fake News‘ zunächst nur ein analytisches Phänomen. Man erinnere sich: Donald Trump beschimpfte ständig die noch einigermaßen seriösen (US)-Medien und sogar einzelne Vertreter_innen von ihnen als ‚Fake News‘, die gesamten parteigängerischen und rechten Medien blieben in der öffentlichen Diskussion

gemeinhin unberücksichtigt und unkritisiert. Viele von ihnen haben sich zwischenzeitlich in die Büsche geschlagen oder gar das ideologische Mäntelchen gewechselt, der rechte Markt ist offenbar ohne die mächtigen Protagonisten nicht mehr lukrativ: Medien und Macht bedürfen mithin der Interessenssymbiose. Auf der anderen Seite: Wer sich warum von Falschmeldungen und Filterblasen im Publikum beeinflussen lässt oder von ihnen sogar abhängt, ist ebenfalls noch nicht hinlänglich soziodemografisch erfasst. Im Reader aus Passau stellt Hohlfeld eine empirische Onlinebefragung mit zwei Phasen im Juli 2017 und Januar 2020 vor (vgl. S.179ff.): Proband_innen mit höherer Bildung und höherem Alter sowie mit geringerer Mediennutzung, zumal von Online-Medien, können ‚echte Nachrichten von falschen‘ besser unterscheiden als die gegenteilige Populationsauswahl. Auch die eher links Orientierten und politisch stärker Engagierten schneiden besser ab als bürgerlich-konservative und weniger engagierte Teilnehmer_innen. Insgesamt hielten sich alle selbst für kaum beeinflussbar, nur die anderen sind es – was die Kommunikationswissenschaft als Second oder Third-Person-Effekt kennt. Woher solche Einstellungen und Haltungen kommen, welche sozialen und individuellen Faktoren dafür verantwortlich sind, kann natürlich eine ad-hoc-Befragung nicht eruieren. Langfristigere Studien sind mithin sowohl in der Produktion wie in der Rezeption von ‚Fake News‘ erforderlich und wünschenswert.

Hans-Dieter Kübler (Werther)