

Juli 2018 · Alexander Sangerlaub

---

# Feuerwehr ohne Wasser?

Möglichkeiten und Grenzen des Fact-Checkings als Mittel gegen Desinformation



Think Tank für die Gesellschaft im technologischen Wandel

## Executive Summary

Digitale Informations- und Kommunikationsräume wie Social Media werden auch genutzt, um falsche oder irreführende Informationen (bewusst) zu verbreiten. Um digitale Desinformation zu bekämpfen, wird häufig das Fact-Checking – also die Richtigstellung von Desinformation mit journalistischen Mitteln – als ein geeignetes Mittel diskutiert. Auch die Europäische Kommission lobte das Fact-Checking als Mittel gegen Desinformation. Sowohl öffentlich-rechtliche, als auch private Medienhäuser in Deutschland haben Fact-Checker in ihren Redaktionen, die Fake News aufspüren und aufklären. Mittlerweile zeigt sich jedoch, dass Fact-Checking die hohen Erwartungen nicht erfüllt: Als Mittel zur Bekämpfung oder Beseitigung von Desinformation kann es nicht dienen. Es behandelt nur die Symptome von Desinformation, nicht jedoch die Gründe, wegen derer Desinformation überhaupt gestreut wird. Fake News den gesellschaftlichen Nährboden zu entziehen, sollte daher die höhere Priorität haben.

Dass Fact-Checking auch zur Symptombehandlung von Desinformationskampagnen nicht ausreicht, liegt auch an mehreren systemimmanenten Nachteilen, die die Richtigstellungen gegenüber den Fake News haben: Das Fact-Checking erreicht in der Regel deutlich weniger Menschen als die entsprechende Fake News. Diese geringere Reichweite entsteht unter anderem dadurch, dass die Fake News sich in der Zeit zwischen ihrer Veröffentlichung und der Antwort der Fact-Checker bereits schnell weiter verbreitet haben. Außerdem sind Fake News oftmals emotionalisierend, sodass sie mit höherer Wahrscheinlichkeit von Leser:innen geteilt werden. Weiterhin sind insbesondere politische Fake News häufig wirkungsmächtiger als ihre Richtigstellungen, weil Menschen Nachrichten misstrauen, die ihr Weltbild infrage stellen. Erste Studien zeigen, dass Fact-Checking bei denjenigen Rezipient:innen, die sich durch ihre hohe Skepsis gegenüber Medien und Politik in stark segregierte Echokammern zurückziehen, keine oder sogar eine gegenteilige Wirkung entfaltet. Umgekehrt werden Informationen, die in die eigene Weltsicht passen, kaum hinterfragt – vor allem in Rezeptionssituationen wie sie in den sozialen Netzwerken der Fall sind.

Obwohl Fact-Checking aus den genannten Gründen als Mittel gegen Desinformation nicht funktioniert oder zumindest bei weitem nicht zur Problemlösung ausreicht, erfüllt es dennoch andere, wichtige Funktionen: Einerseits informiert es Journalist:innen, Bürger:innen und Politiker:innen über laufende Desinformationskampagnen. Man kann es demnach eher als einen Rauchmelder gegen Fake News-Brände verstehen – eine Art Warnsystem



Alexander Sangerlaub

Juli 2018

Möglichkeiten und Grenzen des Fact-Checkings

dafür, wie viele Desinformationen in der digitalen Öffentlichkeit kursieren, welche Themenbereiche besonders anfällig dafür sind, für Desinformation missbraucht zu werden oder welche Akteure hinter solchen Kampagnen stecken.

Andererseits leistet Fact-Checking einen Beitrag zur Medienkompetenzbildung in der Öffentlichkeit: Es zeigt anschaulich wie versucht wird, die Schwächen der digitalen Öffentlichkeit auszunutzen, um zu täuschen oder zu manipulieren. Gleichzeitig erklären Fact-Checker mit welchen Methoden und Strategien sich Nachrichten im digitalen Raum überprüfen lassen. Diese Überprüfung durch die Konsument:innen von Nachrichtenangeboten selbst ist nötig geworden, da im digitalen Raum potentiell jede:r (Des-)Informationen verbreiten kann. Journalist:innen können ihrer ursprünglichen Funktion als “Gatekeeper”, also als Filter für Relevanz und Güte von Informationen in der digitalen Welt, deshalb nicht mehr ausreichend nachkommen. Dafür benötigen die Leser:innen Kompetenzen, die sie unter anderem durch Fact-Checking Techniken erlernen können, doch auch das ist bei Weitem nicht genug.

Um die genannten Funktionen, die Fact-Checking innerhalb der digitalen Öffentlichkeit ausfüllen kann, weiter zu stärken, sollte man die zugrundeliegenden Prozesse effizienter und vernetzter gestalten: Expertise und “Manpower” sollte gebündelt, der Austausch zwischen Fact-Checking-Redaktionen gefördert werden. Technische Tools können genutzt werden, um Desinformation zuverlässig zu identifizieren. Transparenz über die Arbeit und insbesondere auch über potentielle Fehler der Fact-Checker:innen kann helfen, das Vertrauen in ihre Ergebnisse zu erhöhen. Aber ohne eine Kompetenzerweiterung der Bürger:innen und derjenigen, die täglich in der digitalen Öffentlichkeit kommunizieren – hier seien auch Ministerien und Behörden genannt – wird die Brandbekämpfung gegen Desinformation nicht gelingen.



## Inhalt

1. Fact-Checking als strategisches Element gegen Desinformation	5
2. Erwartungsmanagement: Was Fact-Checking leisten kann	8
2.1 Faktor Reichweite	9
2.2 Faktor Wirkung	12
2.3 Faktor Social-Media-Plattformen	15
2.4 Faktor „Post-Truth-Era“	17
3. Handlungsempfehlungen	18
3.1 Fact-Checking: Weder Allheilmittel, noch überflüssig	19
3.2 Brände vermeiden: Resilienz digitaler Öffentlichkeit fördern	21
4. Feuerwehr ohne Wasser? Die Brandstifter bekämpfen!	23
Impressum	25



## 1. Fact-Checking als strategisches Element gegen Desinformation

Vor sieben Jahren wurden die Sozialen Netzwerke noch als Leuchttürme der vielversprechenden neuen digitalen Öffentlichkeit gepriesen. Sie galten als die Plattformen, die ein altes Paradigma grundlegend aufzulösen schien: „Pressefreiheit ist die Freiheit von 200 reichen Leuten, ihre Meinung zu verbreiten“, sagte der F.A.Z.-Journalist Paul Sethe vor 30 Jahren. „Heute ist Pressefreiheit die Freiheit von rund drei Milliarden Menschen mit Internetzugang ihre Meinung ins Netz zu stellen“, ergänzt der österreichische Journalist Armin Wolf und beschreibt damit den Umbruch, den wir mit „digitalem Strukturwandel der Öffentlichkeit“ heute umschreiben.

Facebook, Twitter und Co. galten sogar als mögliche Katalysatoren für politischen Wandel wie den „Arabischen Frühling“. Doch heute hat sich unser Blick auf die Plattformen um 180 Grad gedreht: Seit dem Brexit und dem Wahlerfolg Donald Trumps diskutieren wir vor allem die Schattenseiten, in der Big-Data-basierte Wahlkampfmanipulation mittels Microtargeting („Cambridge Analytica“) und Desinformation<sup>1</sup> („Fake News“) Demokratien zu gefährdet scheinen.

Mag die Tatsache, dass heute jede:r am öffentlichen Diskurs teilnehmen kann, ein pluralistischer und urdemokratischer Mehrwert sein, so bedeutet dieser Strukturwandel der Öffentlichkeit allerdings auch, dass sich zunehmend Räume für Desinformation öffnen. Vor allem, weil Populist:innen und Demokratiefeind:innen ebenso neue Möglichkeiten der Vernetzung und Manipulation offenstehen, wie allen anderen. Der wichtigste Unterschied zur analogen Ära liegt dabei in einer simplen aber entscheidenden Veränderung: Wurden im analogen Zeitalter Aussagen *bevor* sie in die Öffentlichkeit gelangten auf ihre Faktizität geprüft, verschiebt sich heute, vor allem in den

---

<sup>1</sup> Der Begriff *Desinformation* (also die bewusste und gezielte Verbreitung falscher Informationen, um Personen, Gruppen oder Organisationen zu schaden) scheint sich, so zeigen auch erste Studien, besser zu eignen als die Verkürzung auf „Fake News“.

Zum einen, da dieser Begriff auch von Populisten verwendet wird, um nicht genehme Berichterstattung zu diskreditieren. Zum anderen, da erste Studien, wie die von Rasmus Nielsen und Lucas Graves erschienene „News You Don’t Believe: Audience Perspectives on Fake News“ des Reuters Institute for the Study of Journalism (2017) zeigen, dass das Publikum eher Formen von „poor journalism“, also schlecht gemachtem Journalismus, und politisch einseitigen Meinungsjournalismus unter dem Begriff „Fake News“ subsumiert, als die Verbreitung von Desinformation.

Sozialen Netzwerken, ihre Prüfung ins *Nachhinein* – sofern sie denn überhaupt stattfindet.

Damit entfällt das „Gatekeeping“ der Journalist:innen zunehmend in einer Welt, in der Politiker:innen, Unternehmen und verschiedenste Gruppen die Gunst der Stunde nutzen, mit den Bürger:innen direkt über die Sozialen Netzwerke in Kontakt zu treten. Währenddessen hat sich die Geschwindigkeit der Erstellung und Verbreitung von Nachrichten massiv erhöhet und folgt, vor allem innerhalb der Plattformen, teils neuen Regeln der Aufmerksamkeit. Vor allem populistische politische Kräfte nutzen dies hierzulande aus, um bewusst und gezielt Falschinformationen (= Desinformation) zu streuen. Das Ziel: Diskurse im eigenen Sinne zu beeinflussen, das Vertrauen in Medien und Demokratien zu schwächen und die eigenen Wähler:innen zu mobilisieren – notfalls mit allen Mitteln.

Eine Antwort darauf ist das sogenannte „Fact-Checking“<sup>2</sup>, das seine Blüte nach den letzten US-Wahlen auch in Europa erlebt hat, um der scheinbar zunehmenden Schwemme an „Fake News“, vor allem in den Wahlkämpfen, etwas entgegenzuhalten. Liest man die Handlungsempfehlungen der EU gegen Desinformation<sup>3</sup>, hat das Fact-Checking den Ruf der Feuerwehr erlangt, um Fake-News-Brände in den Sozialen Netzwerken und außerhalb zu löschen. Die EU-Kommission preist in ihrem im April veröffentlichten Papier *Tackling online disinformation: a European Approach* das Fact-Checking als „integral element in the media value chain“<sup>4</sup>. Bereits vor der Wahl Trumps im Jahr 2016 wird im Report des Reuters Institute der Universität Oxford vom Fact-Checking als einer „notwendig gewordenen neuen demokratischen Institution“ gesprochen<sup>5</sup>.

Doch der Erfolg des nachträglichen Fact-Checkings scheint fraglich. Die bisherigen empirischen Erkenntnisse zuweilen ernüchternd: So verbreiten sich

---

2 **Fact-Checking** meint in diesem Papier das Überprüfen bereits veröffentlichter falscher Informationen in der Regel durch journalistische Institutionen wie *Mimikama*, *Faktenfinder*, *Faktenfuchs* oder *Correctiv* (Deutschland) oder *Factcheck.org* oder *Politifact* (USA) und ist identisch mit dem Begriff *Debunking*, den wir in den vorigen Papieren verwenden, zu verstehen. Fact-Checking findet selbstverständlich auch an anderen Stellen des journalistischen Prozesses statt: Wie z.B. beim Redigieren bzw. Lektorieren von Texten.

3 Europäische Kommission (2018): *A multi-dimensional approach to disinformation – Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*. URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

4 Europaische Kommission (26.04.2018): *Tackling online disinformation: a European Approach*. URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/communication-tackling-online-disinformation-european-approach>

5 Reuters Report/OXII (2016): *The Rise of the Fact-Checking Sites in Europe*. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/The%20Rise%20of%20Fact-Checking%20Sites%20in%20Europe.pdf>

beispielsweise Unwahrheiten im Netz gleich sechs mal schneller als wahre Nachrichten, konstatiert die Studie von Vosough und Kollegen vom MIT (Massachusetts Institute of Technology) im März diesen Jahres<sup>6</sup>, bei der über 125.000 auf Twitter geteilte Beiträge untersucht wurden (zwei Drittel von ihnen waren dabei faktisch falsch).

Auch in den von uns untersuchten zehn Case-Studies zur deutschen Bundestagswahl wiederholte sich fast ausnahmslos das gleiche Muster: Fake News erzielen wesentlich höhere Reichweiten als deren Richtigstellungen, vor allem wenn an deren Verbreitung auch noch große Medienhäuser beteiligt sind. Wird dann doch erfolgreich „debunked“, kommt es allerdings scheinbar nicht dort an, wo es gebraucht wird und – selbst wenn – wird es dort wohl ignoriert<sup>7</sup>.

Es stellt sich die Frage: Ist das nachträgliche Fact-Checking überhaupt das geeignete Mittel gegen Desinformation? Kommt es dort an, wo die Desinformation rezipiert wurde? Und wenn, kann es wiederum die Einstellung derjenigen, die vorher die „alternativen Fakten“ konsumiert haben, sogar verändern?

Ziel dieses Papiers ist es nun Erwartungsmanagement zu betreiben: Was Fact-Checking bewirken kann und wo seine Limitationen liegen, steht genauso im Fokus, wie die Frage welche systemischen und institutionellen Grundvoraussetzungen es dafür braucht. Hierfür werden sowohl aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse herangezogen, als auch die Einschätzung der Praktiker:innen.

Letztere, vor allem bei den Handlungsempfehlungen in diesem Papier, bildete (auch) ein am 15. Mai 2018 durchgeführter Workshop in der Stiftung Neue Verantwortung mit Expert:innen aus Wissenschaft, Zivilgesellschaft und der journalistischen Praxis, namentlich: Karolin Schwarz (Freie Journalistin, Hoaxmap, ehem. Correctiv), Christina Dinar (Amadeu-Antonio-Stiftung), Theresa Züger (Media Policy Lab der mabb), Jenny Stern (Faktenfuchs/Bayerische Rundfunk), Elisa Markowski (epd), Leonie Rösner (Universität Duisburg-Essen, Projekt DORIAN), Susanne Tannert (Ichbinhier) und Miro Dittrich (Amadeu-Antonio-Stiftung, ehem. Correctiv). An alle Expert:innen geht an dieser Stelle ein herzlicher Dank.

---

<sup>6</sup> Soroush Vosoughi, Deb Roy & Sinan Aral (2018): *The spread of true and false news online*. In: Science Issue 6380, S. 1146-1151, URL: <http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146.full>

<sup>7</sup> Alexander Sangerlaub, Miriam Meier & Wolf-Dieter Rühl (03/2018): *Fakten statt Fakes*. Verursacher, Verbreitungswege und Wirkungen von Fake News im Bundestagswahlkampf 2017. URL: [https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/snv\\_fakten\\_statt\\_fakes.pdf](https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/snv_fakten_statt_fakes.pdf)

## 2. Erwartungsmanagement: Was Fact-Checking leisten kann

Eine simple aber wesentliche Limitation des nachträglichen Fact-Checkings liegt in der Logik der Sache: Es kann weder die Produktion noch die Nachfrage an Desinformation im Wesentlichen verhindern. Die alte Logik, dass die Prüfung der Faktizität von Aussagen vor ihrer Veröffentlichung stattfindet, ist nicht wieder herstellbar oder würde heutzutage schlicht nicht weniger als einer Zensur gleichkommen.

Doch was kann – selbst hochwertig gemachtes – Fact-Checking als Mittel gegen Desinformation leisten? Vier Kriterien stehen nun im Fokus, die vor allem die Limitierungen des Fact-Checkings unterstreichen. Diese vier Kriterien, die in den Folgekapiteln genauer ausgeführt werden, sind:

1. **Mangelnde Reichweiten:** Fact-Checking hat bei der Frage möglicher Reichweiten mit zwei Hürden zu kämpfen: 1) Die **Zeitverzögerung** in der Veröffentlichung zwischen Desinformation und Debunking sowie 2) der **Eigendynamik der Nachrichtenlogik**, die Fake News fast immer reichweitenstarker macht.
2. **Begrenzte Wirkung:** Eine Vielzahl von Studien belegt immer häufiger, dass selbst handwerklich sehr gut gemachtes Fact-Checking kaum Wirkung hat. Zumal damit gerade im Politischen versucht wird, gegen bestehende Weltanschauungen anzukämpfen – und der Einstellungswandel psychologisch gesehen ein komplexer und ressourcenintensiver Vorgang ist. Dazu kommt, dass Fact-Checking in bestimmten Konstellationen sogar kontraproduktiv ist und damit bestehende Ansichten zementiert werden („Backfire-Effekt“).
3. **Ungünstige Plattformlogik:** Affektive Reaktionen (Wut, Freude, Trauer, etc.) als Grundlogik der Nutzungsinteraktion in den Plattformen sowie das „Default-Design“ der den Nutzer:innen dargebotenen Information begünstigen Desinformation („Confirmation Bias“) zusätzlich.
4. **Post-Truth-Era:** Diskutiert wird in Studien zudem, welche sozialen, ökonomischen und politischen Verwerfungen darüber hinaus Desinformation begünstigen. Diese unter dem Begriff *Post-Truth Era* oder „postfaktisches Zeitalter“ zusammengefassten Entwicklungen sind mehr als nur Schlagworte, nämlich auch empirisch nachweisbare Veränderungen in unseren liberal-demokratischen Gesellschaften.



## 2.1 Faktor Reichweite: Zeit und Nachrichtenlogik erschweren Erfolg

Die größte Hürde für den Erfolg der Fact-Checking liegt nunmehr ebenso in der Logik der Sache: im Zeitversatz zwischen der Veröffentlichung einer Falschinformation und deren Richtigstellung. Je schneller man reagiert, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich falsche Informationen nicht weiterverbreiten. Doch die Praxis zeigt: Zwischen der Veröffentlichung einer „Fake News“ und deren Korrektur können bisweilen schon einmal 24 bis 72 Stunden liegen. Sowohl, weil das Richtigstellen teils aufwendige journalistische Recherchen erfordert, oder die Verbreitung der Falschinformation erst viel später festgestellt wird<sup>8</sup>.

Sind Fake News erst einmal lange im Netz, wird es komplizierter mit der Richtigstellung auch noch Reichweite zu erzielen. Heutzutage werden Informationen in Echtzeit veröffentlicht. Das sorgt dafür, dass Realität und Medienrealität gleichzeitig stattfinden – eine Entwicklung, die nicht rückgängig zu machen ist. Die Folge: Es kann in der Regel erst anschließend geprüft werden, ob eine Information richtig oder falsch ist. Wer nun Desinformation verbreitet, macht sich diese Logik zu Nutze.

Die Fact-Checking-Institutionen können somit erst im Nachhinein überprüfen und reagieren<sup>9</sup>. Je nachdem wie aufwendig die Gegenrecherche ist, braucht es Zeit, um „alternative Fakten“ zu enttarnen. In der Zwischenzeit haben sich Fake News, gerade wenn sie *Negativismus* oder *Überraschung* beinhalten, bereits viral verbreitet.

Die bereits oben erwähnte Studie des MIT ergänzte hierzu: „Wir haben die Meldungen in Übereinstimmung mit sechs unabhängigen Organisationen als wahr oder falsch klassifiziert. Unwahrheiten verbreiteten sich in allen Informations-Kategorien signifikant weiter, schneller und tiefergehend als die Wahrheit. Die Effekte waren ausgeprägter für politische Falschmeldungen als für Falschmeldungen über Terrorismus, Naturkatastrophen, Wissenschaft, städtische Legenden oder Finanzen. Wir haben ermittelt, dass

---

<sup>8</sup> Alexander Sangerlaub, Miriam Meier & Wolf-Dieter Rühl (03/2018): Fakten statt Fakes. Verursacher, Verbreitungswege und Wirkungen von Fake News im Bundestagswahlkampf 2017. URL: [https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/snv\\_fakten\\_statt\\_fakes.pdf](https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/snv_fakten_statt_fakes.pdf)

<sup>9</sup> Ein Reagieren im Vorhinein, wie z.B. durch sogenannte Uploadfilter, wie sie bei Gewaltdarstellungen, Pornographie oder Urheberrechtsverletzungen in den Netzwerken schon angewendet werden, kann in der Debatte nicht zielführend sein – auch unter besonderer Berücksichtigung, welche dem Schutz der Meinungsfreiheit zugute kommt. Die meisten Fake News, die wir untersucht haben, sind zudem auch nicht strafrelevant. Hinzu kommt auch, dass Algorithmen sich nach wie vor schwer tun in der semantischen Unterscheidung, ob eine Information „falsch“ oder „richtig“ ist. Der Einsatz von KI wird hier erst in fünf bis zehn Jahren mehr Erfolg bringen – verkündete Facebook-Chef Zuckerberg im April gegenüber dem US-Kongress. Darüber hinaus ist die bisherige Loschpraxis der Social-Media-Plattformen zuweilen umstritten, wie z.B. die 2017 veröffentlichte Dokumentation „The Cleaners“ zeigt.

falsche Meldungen erraschender sind als wahre. Das impliziert, dass Menschen mehr dazu neigen, erraschende Informationen zu teilen“, übersetzt Netzpolitik.org aus der Originalstudie des MIT<sup>10</sup> – für die Kommunikationswissenschaft ist das keine „erraschung“, ist diese doch ein Indikator für die Relevanz einer Nachricht und ihren sogenannten Nachrichtenwert bestimmt.<sup>11</sup> Ein weiterer Faktor ist beispielsweise die Emotionalität einer Meldung: Je eher Emotionen aktiviert werden, desto höher ist ebenfalls ihre Verbreitungswahrscheinlichkeit<sup>12</sup>, eine Logik, die sich unter anderem der Boulevardjournalismus zu Nutze macht.

Nun ist es für die Fact-Checking-Institutionen herausfordernd, mit einer Meldung, dass etwas „nicht“ richtig ist, den gleichen Nachrichtenwert zu erzielen. Heißt; diese Richtigstellung journalistisch so „schmackhaft“ zu machen, dass sie auch in den sozialen Netzwerken eine hohe Verbreitung findet. Eine hohe Geschwindigkeit (bei gleichzeitiger Akkuratheit) sowie ein hoher Nachrichtenwert begünstigen demnach die Reichweite des Debunkings und damit seinen Erfolg, solche Beispiele sind aber eher die Ausnahme. Eine im Bundestagswahl 2017 verbreitete Fake News auf Grundlage einer gefälschten Dienstanweisung des nordrhein-westfälischen Innenministerium, dass Straftaten von Migranten von der Polizei vertuscht werden sollen<sup>13</sup>, konnte auch deshalb schnell enttarnt werden, weil das zuständige Innenministerium auf Twitter die – noch dazu dilettantisch gemachte – Anweisung sehr schnell als „falsch“ deklassierte<sup>14</sup>. Somit ist ein professioneller Umgang von öffentlichen Behörden und Institutionen in der digitalen Öffentlichkeit ein Schlüssel bei der Abwehr von Desinformation.

Auch das sehr erfolgreiche Debunking in der gesamten deutschen digitalen Öffentlichkeit in Bezug auf den Tweet Donald Trumps, der im Juni diesen Jahres behauptete, dass die Kriminalität in Deutschland aufgrund der

10 Netzpolitik.org (09.03.2018): *Studie über Twitter: Menschen neigen zum Verbreiten von Fake News*. URL: <https://netzpolitik.org/2018/studie-ueber-twitter-menschen-neigen-zum-verbreiten-von-fake-news/>

11 *Negativismus* und *erraschung* sind zwei der sogenannten **Nachrichtenfaktoren**. Diese aus der Nachrichtenwerttheorie stammenden Faktoren bestimmen – vereinfacht gesagt – die (journalistische) Relevanz einer Meldung. Je mehr Faktoren zutreffen, desto höher ist der Nachrichtenwert einer Nachricht. Bereits Walter Lippmann definierte 1922 die „Nature of News“ in seinem Werk *The Public Opinion* und zählte erraschung mit zu den Nachrichtenfaktoren.

12 Sam Wineburg, Sarah McGrew, Joel Breakstone & Teresa Ortega, Teresa. (2016). *Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning*. Stanford Digital Repository. URL: <http://purl.stanford.edu/fv751yt5934>

13 Der Westen (16.08.2017): *AfD und Erika Steinbach teilten ihn: NRW-Polizei kämpft gegen Fake-Flchtlingserlass*. URL: <https://www.derwesten.de/politik/nrw-polizei-kaempft-gegen-gefaelschten-fluechtlingserlass-id211599269.html>

14 Innenministerium Nordrhein-Westfalen via Twitter (15.08.2017): [https://twitter.com/IM\\_NRW/status/897538314235936768](https://twitter.com/IM_NRW/status/897538314235936768) und [https://twitter.com/IM\\_NRW/status/897568843039731712](https://twitter.com/IM_NRW/status/897568843039731712)

Migration um zehn Prozent gestiegen sei, hat sicherlich sehr viel mit „der Konstellation der Akteure“ – und der damit verbundenen Erwartungshaltung der deutschen Öffentlichkeit an die Faktizität der Tweets des US-Präsidenten zu tun<sup>15</sup>.

Neben der Zeit und der Nachrichtenlogik spielt auch die Ausspielung des Faktenchecks, also die Frage, auf welcher Seite oder Plattform er stattfindet, eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, Reichweite zu erzielen. Seiten wie der *Faktenfinder* des ARD-Nachrichtenangebots *tagesschau.de* erreichen über ihre Webseite zwar viele Nutzer:innen, finden aber damit nicht dort statt, wo falsche Fakten in der Regel geteilt werden. Dort, wo besonders viele Fake News zirkulieren und geglaubt werden, ist zudem auf Nutzer:innenseite die Glaubwürdigkeit in die klassischen Medien eher gering<sup>16</sup>.

Facebook geht einen anderen Weg und arbeitet mit dem deutschen Recherchenetzwerk *Correctiv* zusammen. Erreicht das Recherchenetzwerk selbst bei Facebook gerade einmal 30.000 Nutzer:innen, liegt die Arbeit hauptsächlich darin, innerhalb der Plattform durch Nutzer:innen gemeldete oder durch regelmäßiges Monitoring entdeckte Fake News zu markieren, zu debunken oder auf andere (korrigierende) Berichterstattung aus vertrauenswürdigen Quellen unter den Falschinformationen hinzuweisen. Daruber hinaus arbeitet Facebook kontinuierlich am Algorithmus des Newsfeeds. So wurde zu Beginn des Jahres die Menge an Nachrichten in den Newsfeeds weltweit reduziert<sup>17</sup>. Derzeit wird auch an der Einschätzung der Quellen durch die Schwarmintelligenz der Nutzer:innen gearbeitet, um herauszufinden, welche Medienmarken vertrauenswürdig sind, um diese Informationen bei der Ausspielung von Nachrichten zu berücksichtigen.

Ebenso wie Fake News besonders große Reichweiten aufbauen, wenn etablierte Medien sie teilen, verhält es sich auch beim Debunking. So kommen die reichweitenbedingt erfolgreichen Faktenchecks oft von den Nachrichtenangeboten im Netz, die ohnehin hohe Reichweiten erzielen (wie zum Beispiel *sueddeutsche.de*)<sup>18</sup>.

---

15 Alexander Sangerlaub & Wolf-Dieter Rühl (06/2018): *Kurzanalyse zu Trumps Crime-Tweet in Deutschland: Viel Aufmerksamkeit, wenig Unterstützung*. URL: <https://www.stiftung-nv.de/de/publikation/kurzanalyse-zu-trumps-crime-tweet-deutschland-viel-aufmerksamkeit-wenig-unterstuetzung>

16 Alexander Sangerlaub (10/2017). *Verzerrte Realitäten Die Wahrnehmung von „Fake News“ im Schatten der USA und der Bundestagswahl*. URL: [https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/fake\\_news\\_im\\_schatten\\_der\\_usa\\_und\\_der\\_bundestagswahl.pdf](https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/fake_news_im_schatten_der_usa_und_der_bundestagswahl.pdf)

17 Mark Zuckerberg via Facebook (11.01.2018) <https://www.facebook.com/zuck/posts/10104413015393571?pnref=story>

18 siehe Fußnote 8.

## 2.2 Faktor Wirkung: Alternative Fakten halten sich hartnäckig

Die Frage nach der eigentlichen Wirkung – und wie erfolgreich diese ist – ist eine zentrale Frage des Fact-Checkings. Allerlei Erkenntnisse aus der Kognitionswissenschaft helfen bereits dabei, den möglichst besten Ton beim Fact-Checking zu treffen. So zeigt beispielsweise die Kognitionswissenschaftlerin Elisabeth Wehling, dass es wichtig ist, es nicht bei der Negation der Falschinformation zu belassen, sondern neue Narrative, also Erzählstrukturen, beim Debunking zu finden<sup>19</sup>. Dies erhöhet nachweislich den Erfolg<sup>20</sup>. Auch die grafische Unterstützung ist hilfreich<sup>21</sup>. Des Weiteren ist es wichtig zu erklären, wie der Fehler zu Stande kam beziehungsweise wer für das falsche Narrativ und warum gesorgt hat. Die zweite Bedingung ist, dass das Fact-Checking nicht das Weltbild des Gegenübers herausfordern darf – gerade im Zusammenhang mit politischen Fake News ist dies allerdings fast immer der Fall. Dabei werden immer wieder neue Ansätze im Journalismus diskutiert, wie derzeit das „Truth-Sandwich“ der Washington Post im Umgang mit Trumps Propaganda<sup>22</sup>.

Wichtig ist hierbei zu verstehen, dass nicht jedes Publikum identisch reagiert. Es mag lapidar klingen, aber verschiedene Strategien können bei verschiedenen Publika zu unterschiedlichen Wirkungen führen. So scheint sich das Publikum zwischen zwei Skalenenden zu bewegen: Es gibt den Teil des Publikums, der Fakten gegenüber offen steht, Vertrauen in Medienangebote hat und das Fact-Checking aufnimmt, aber es vermutlich aufgrund seiner ohnehin vielfältigen Mediennutzung nur bedingt braucht. Und am anderen Ende der Publikumsskala sind Menschen mit massiven Vorbehalten gegenüber „den Medien“, die für Fact-Checking, gerade durch diese Quellen, ohnehin nicht offen sind, die sich „alternativen Medienangeboten“ zuwenden. Bei ihnen kann Fact-Checking sogar negative Effekte („Backfi-

19 Elisabeth Wehling (2016): *Politisches Framing*. Köln: Halem.

20 Man-Pui Sally Chan, Christopher R. Jones, Kathleen Hall Jamieson & Dolores Albarracın (2017): *Debunking: A Meta-Analysis of the Psychological Efficacy of Messages Countering Misinformation*. URL: [http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0956797617714579?url\\_ver=Z39.88-2003&rfr\\_id=ori:rid:crossref.org&rfr\\_dat=cr\\_pub%3dpubmed](http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0956797617714579?url_ver=Z39.88-2003&rfr_id=ori:rid:crossref.org&rfr_dat=cr_pub%3dpubmed)

21 Brendan Nyhan & Jason Reifler (2011): Opening the political mind? The effects of self-affirmation and graphical information on factual misperceptions.

22 Washington Post (17. Juni 2018): *Instead of Trump's propaganda, how about a nice 'truth sandwich'?* URL: [https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/instead-of-trumps-propaganda-how-about-a-nice-truth-sandwich/2018/06/15/80df8c36-70af-11e8-bf86-a2351b5ece99\\_story.html?utm\\_term=.08b62fc693a8](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/instead-of-trumps-propaganda-how-about-a-nice-truth-sandwich/2018/06/15/80df8c36-70af-11e8-bf86-a2351b5ece99_story.html?utm_term=.08b62fc693a8)

re-Effekt“) erzielen, da die Torpedierung des eigenen Weltbildes zu einer Art „Jetzt-erst-Recht“-Mentalität führt.

Wie groß welche Publika sind und welche Strategien bei welchem Publikum am besten wirkt, ist dabei noch nicht ausreichend genug erforscht. Es gibt aber allerlei Hinweise, welche auch hier die Limitierungen des Fact-Checking unterstreichen.

Dabei wird oft davon ausgegangen, dass gerade die Online-Öffentlichkeit stark fragmentiert ist und sich Menschen vorzugsweise in sogenannten Echokammern bewegen. Dies ist allen empirischen Erkenntnissen bisher nach nicht der (Normal-)Fall. Die vielzitierten „Echokammern“ sind nicht die alltäglich erlebte Medienrealität der Vielzahl der Internet-Nutzer:innen. Empirische Studien zeigen sogar eher das Gegenteil, dass die meisten Nutzer:innen mit einer ganzen Bandbreite politischer Standpunkte konfrontiert werden – dies wird durch die vielen Diskussionen zu „Filterblasen“ und „Echokammern“, die zur Verabsolution neigen, zuweilen überdeckt<sup>23</sup>.

Nichtsdestotrotz gibt es auch empirische Beweise dafür, dass *manche* Online-User sich in Echokammern bewegen<sup>24</sup> – problematisch ist hierbei vor allem die „Beschaffenheit“ dieser Kammern, wie die Studie von Fabiana Zollo et al. zeigt, in der sich zwei voneinander stark segregierte Gruppen nachweisen lassen, die den beiden oben beschriebenen Publika entsprechen: So gibt es die eine Gruppe von hoch informierten Nutzer:innen der Social-Media-Plattformen, die Fakten gegenüber offen steht und die Gruppe, die nicht für Fakten zugänglich ist, Verschwörungstheorien glaubt und generell ein hohes Misstrauen gegenüber Institutionen hegt. In zweiter Gruppe wird das Debunking nicht nur überwiegend ignoriert, sondern wirkt sogar kontraproduktiv, da es zu einer Art Abwehrreaktion der Nutzer:innen führt, die wiederum den Glauben in die falschen Fakten verstärkt. Dieser sogenann-

---

23 R. Kelly Garrett (2017): *The „Echo Chamber“ Distraction: Disinformation Campaigns are the Problem, Not Audience Fragmentation*. In: *Journal of Applied Research in Memory and Cognition* (06/2017). S. 370-376.

24 Fabiana Zollo, Alessandro Bessi, Michaela Del Vicario, Antonio Scala, Guido Caldarelli, Louis Shekhtman, Shlomo Havlin, Walter Quattrociocchi (2017): *Debunking in a world of Tribes*. URL: <https://arxiv.org/abs/1510.04267>

te „Backfire“-Effekt wurde erstmals durch Brendan Nyhan und Jason Reifler beschrieben<sup>25</sup> und konnte auch in anderen Studien nachgewiesen werden<sup>26</sup>. Erwähnenswert ist in diesem Zusammenhang auch die Studie von Oscar Barrera Rodriguez und Kolleg:innen, die den Erfolg des Fact-Checking während der französischen Präsidentschaftswahl unter Anhänger:innen von Marie Le Pen untersucht haben, die wiederum „alternative Fakten“ regelmäßig nutzte, um ihre Anhänger:innen zu mobilisieren. In ihren Ergebnissen konnten sie nicht nur zeigen, dass das hochgradig persuasive Mobilisieren mit „alternativen Fakten“ funktionierte, sondern auch, dass das Fact-Checking im Grunde so gut wie keine Wirkung entfaltete:

*„Fact checking does nothing to undo these effects despite improving factual knowledge of voters. Being exposed only to official facts also backfires on voting intentions, as it increases political support for Marine Le Pen.“<sup>27</sup>*

Ähnliche Effekte konnten auch Lewandowsky et al. nachweisen, in dem sie US-amerikanischen Wähler:innen von Donald Trump Fakten und Fakes vorlegten und zwar messen konnten, dass die Wähler:innen die debunkten Statements anschließend als weniger glaubhaft einstufen, dies aber keinen Effekt auf ihre Unterstützung des Kandidaten hatten<sup>28</sup>.

Fabiana Zollo und Kolleg:innen kommen zu dem Schluss, dass algorithmisch basierte Lösungen sowie Debunkingkampagnen wenig hilfreich sind, zumal die Persistenz von Weltanschauungen sogar eher dazu führt, dass das Debunking als Bedrohung dieser wahrgenommen wird und somit das Vertrauen in die eigene Echokammer eher bestärkt wird<sup>29</sup>.

Der Weg in die Echokammer ist dabei auch empirisch nachzeichnenbar: Die „unheilige Allianz“ aus geringem Medien- und Institutionsvertrauen, geringer Medienkompetenz und die starke Nutzung von Social Media als alternativer,

---

25 Brendan Nyhan & Jason Reifler (2010): *When Corrections Fail: The Persistence of Political Misperceptions*. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11109-010-9112-2>

26 Stephan Lewandowsky, Ullrich K.H. Ecker, Colleen M. Seifert, Norbert Schwarz und John Cook (2012): *Misinformation and its Correction. Continued Influence and Successful Debiasing*. In: *Psychological Science in the Public Interest* 03/2012, URL: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1529100612451018?journalCode=psia>

27 Oscar Barrera Rodriguez, Sergei M. Guriev, Emeric Henry & Ekaterina Zhuravskaya (2017). *Facts, Alternative Facts, and Fact Checking in Times of Post-Truth Politics*. URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3004631>

28 Stephan Lewandowsky, Ullrich K.H. Ecker, John Cook (2017): *Beyond Misinformation: Understanding and Coping with The „Post-Truth“ Era*. In: *Journal of Applied Research in Memory and Cognition* (06/2017). S. 353-369. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211368117300700>

29 siehe Fußnote 18.



primärer Informationsquelle, steigern stark die Wahrscheinlichkeit, auf Fake News hereinzufallen sowie für Debunking nicht zugänglich zu sein<sup>30</sup>. Das lässt sich auch aus den Daten lesen, die wir kurz nach der Bundestagswahl 2017 erhoben haben<sup>31</sup>.

Auch die Journalistin Ingrid Brodnig konstatiert in ihrem Buch, das Debunking dementsprechend eher dort hilfreich sein kann, wo sich noch keine abschließende Meinung gebildet hat<sup>32</sup>.

### 2.3 Faktor Social-Media-Plattformen: Kognitionsprobleme werden noch unterstützt

Die Art und Weise, wie Menschen Nachrichten und Informationen via beispielsweise Facebook konsumieren, scheint dabei zusätzliche Kognitionsprobleme zu verursachen. In der Liste der Wahrnehmungsfehler ist dabei vor allem der Confirmation Bias (Bestätigungsfehler) hervorzuheben:

*„Wissenschaftler haben beobachtet, dass viele Leute eher zum Zeitvertrieb in sozialen Netzwerken surfen, aber weniger, um gezielt Nachrichten zu lesen. Sie sind entspannter, nehmen Inhalte eher en passant wahr, lesen oft nur Schlagzeilen. Auf den Link zum ausführlichen Artikel klicken sie nicht so oft. In solchen Phasen neigen Menschen dazu, eher Informationen wahrzunehmen, die ihr eigenes Weltbild bestätigen. Die Gefahr: Passt eine Fake News zum Weltbild eines Nutzers, wird sie weniger oft hinterfragt und eher geglaubt.“<sup>33</sup>*

Dazu kommt, dass sich per Design in der Timeline der Nutzer:innen verschiedenste dargebotene „Informationshappchen“ vermischen, die sich optisch kaum unterscheiden: Werbeanzeigen, Gerüchte, private Statusmeldungen, Nachrichten, Memes und Desinformation werden im gleichen Design dargeboten – in der Flüchtigkeit der Konsumtion ist selbst bei hoher Medienkompetenz das Unterfangen schwierig, die Informationsgüte dauernd mit zu beurteilen. Weitere Plattformeffekte ergeben sich durch die Fokussierung

30 Jonas De Keersmaecker & Arne Roets (2017): ‚Fake News‘: Incorrect, but hard to correct. The role of cognitive ability on the impact of false information and social impressions. URL: <https://biblio.ugent.be/publication/8541505>

31 Alexander Sangerlaub (10/2017): Verzernte Realitäten. Die Wahrnehmung von „Fake News“ im Schatten der USA und der Bundestagswahl, URL: [https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/fake\\_news\\_im\\_schatten\\_der\\_usa\\_und\\_der\\_bundestagswahl.pdf](https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/fake_news_im_schatten_der_usa_und_der_bundestagswahl.pdf)

32 Ingrid Brodnig (2018): Lügen im Netz: wie Fake News, Populisten und unkontrollierte Technik uns manipulieren.

33 Faktenfinder auf tagesschau.de (22.06.2017): Hohe Reichweite, begrenzte Wirkung. URL: <http://faktenfinder.tagesschau.de/hintergrund/studien-fake-news-101.html>

auf Emotionen – Like, Lachen, Love, Trauer, Wow und Wut – mit denen bei Facebook auf Artikel reagiert werden kann. Damit forciert die Plattform mehr affektive Reaktionen, als kognitive Auseinandersetzungen mit Kontext und Inhalten. (Journalistische) Inhalte passen sich an diese Logik wiederum an, beispielsweise durch Clickbaits, also emotionalisierte und überspitzte Überschriften und Zusammenfassungen, die wiederum die Interaktion der Nutzer:innen forcieren sollen.

Dieser Informationsraum scheint daher gleichermaen auch ein Desinformationsraum zu sein, in dem auch verschwrungstheoretische Inhalte die passende Community, beispielsweise in geschlossenen Gruppen, finden:

*„Conspiracy related contents become popular because they tend to reduce the complexity of reality and convey general paranoia on specific objects and are more affordable by users. On our perspective the diffusion of bogus content is somehow related to the increasing mistrust of people with respect to institutions, to the increasing level of functional illiteracy – i.e., the inability to understand information correctly – affecting western countries as well as the combined effect of confirmation bias at work on a enormous basin of information where the quality is poor.“<sup>34</sup>*

Die Konsequenz daraus ist, dass vor allem Facebook schlicht zur Informationsaufnahme im Sinne der Rezeption von Nachrichten ungeeignet scheint. Die anhaltende Diskussion in der Öffentlichkeit über die Qualität der Informationen, die einen über Soziale Netzwerke erreichen, schlägt sich nun genauso in den Nutzungszahlen, wie die Anpassung des Algorithmus nieder. Die Zahlen derjenigen, die Facebook beispielsweise als Informationsquelle für Nachrichten nutzen, ist erstmals rückläufig, ermittelte der aktuell erschienene Digital News Report des Reuters Institute und der Universität Oxford. Die Plattformen reagieren wiederum ihrerseits, indem versucht wird, die Vertrauenswürdigkeit gegenüber einer Quelle als Indikator für die Auspielung von Inhalten stärker zu berücksichtigen:

*„We find that the move to distributed content via social media and aggregators has been halted – or is even starting to reverse, while subscriptions are increasing in a number of countries. Meanwhile notions of trust and quality are being incorporated into the algorithms of some tech plat-*

---

<sup>34</sup> Fabiana Zollo, Alessandro Bessi, Michaela Del Vicario, Antonio Scala, Guido Caldarelli, Louis Shekhtman, Shlomo Havlin, Walter Quattrociocchi (2017): *Debunking in a world of Tribes*. URL: <https://arxiv.org/abs/1510.04267>



*forms as they respond to political and consumer demands to fix the reliability of information in their systems.“<sup>35</sup>*

## 2.4 Faktor „Post-Truth-Era“

Stephan Lewandowsky, Kognitionswissenschaftler an der Universität Bristol in Großbritannien und seine Kollegen, gehen sogar so weit zu sagen, dass dem Fact-Checking die langfristigen Kommunikationsmittel fehlen, als Mittel gegen Desinformation geeignet zu sein. Im Kontext der Post-Truth-Era sieht er das Fact-Checking mehr als Bekämpfung eines Symptoms, statt der Ursache<sup>36</sup>. In Rahmen eines größeren Theoriegerusts, dass den politischen, technologischen und sozialen Kontexts berücksichtigt, zeigen sie auf, welche Ursachen die „Post-Truth-Era“ (postfaktisches Zeitalter) hat.

Aus der normativen Ableitung der Notwendigkeit einer gut-informierten Öffentlichkeit in liberalen Demokratien definieren sie eine Vielzahl von Faktoren, die ein postfaktisches Zeitalter begünstigen: vom hohen ökonomischen Druck in den Redaktionen, über wachsenden Rückgang sozialen Kapitals, die wachsenden ökonomischen Ungleichheiten, daraus resultierende zunehmende Polarisierung von Gesellschaften oder der Rückgang des Vertrauens in die Wissenschaft<sup>37</sup> sind einige Punkte, die hier exemplarisch angeführt werden.

Damit wird auch deutlich, dass Fact-Checking allein ohne einen breiteren gesellschaftlichen Ansatz in dem es stattfindet, nicht die alleinige Antwort auf Desinformation sein kann – die Frage ist immer auf welchen Nährboden es trifft – von der Stabilität des politischen Systems und dessen Umgang mit Desinformation bis hin zur Vielfalt und Qualität innerhalb des Medienangebots oder die den Bürger:innen vermittelte Medienkompetenz . Dabei gilt es auch die Desinformationsraume, die sich in den Sozialen Netzwerken ffnen, wieder zu schließen. Dies geschieht: So hat der öffentliche und politische Druck dafür gesorgt, dass bei Facebook nun sichtbar ist, welche Seiten wel-

---

35 Reuters Institute (2018): *Digital News Report 2018*. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf>

36 Stephan Lewandowsky, Ulrich K.H. Ecker, John Cook (2017): *Beyond Misinformation: Understanding and Coping with The „Post-Truth“ Era*. In: *Journal of Applied Research in Memory and Cognition* (06/2017). S. 353-369. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211368117300700>

37 ebd.



che Werbung schalten. Zudem soll politische Werbung im besonderen Maße hervorgehoben werden<sup>38</sup>.

### 3. Handlungsempfehlungen

Auch wenn die Ursache für Desinformation durch das Fact-Checking genauso wenig eingedampft werden kann, wie es vermag grundlegende Überzeugungen von Menschen zu verändern, ist es selbstverständlich auch keine Option, Falschinformationen unkorrigiert stehen zu lassen. Demzufolge ist es – der Limitationen zum Trotz – auch keine Option die Arbeit der Fact-Checking-Institutionen einzustellen, zumal noch ganz andere Funktionen durch den Fokus auf Desinformationskampagnen und ihre Verbreiter:innen gesetzt werden: So ist das Fact-Checking hilfreich, um die Öffentlichkeit über Desinformationskampagnen in Kenntnis zu setzen. Darüber hinaus gibt es auch einen medienbildenden Aspekt: Denn die Angebote der Fact-Checker, wie Faktenfinder (ARD) oder Faktenfuchs (BR), versuchen Grundlagen der Medienkompetenz an die Leser:innen zu vermitteln, wie sich zum Beispiel Nachrichten im Netz auf ihre Faktizität überprüfen lassen.

So bleibt Fact-Checking sicherlich *ein* wichtiges Werkzeug im Kampf gegen Desinformation, ist aber klar nicht *das* Allheilmittel. Es muss im Verbund mit anderen Maßnahmen als Gesamtpaket gedacht werden. Der Gedanke zurück zum Ante-hoc-Fact-Checking zu kommen, wie es im analogen Zeitalter der Fall war, ist angesichts der Informationsflut und der damit verbundenen Schwierigkeit der Voruberprufung nicht realistisch. Auch Lösungen, die zur Voruberprufung dienen, wie Uploadfilter, sind nicht nur aufgrund des hohen Guts der Meinungsfreiheit keine Option, sondern auch technisch gar nicht umsetzbar, ohne Overblocking zu forcieren oder hohe Fehlerquoten zu verursachen.

Derzeit fallen auch Algorithmen und künstliche Intelligenz in absehbarer Zeit als „Müllabfuhr“ gegen Fake News aus<sup>39</sup>, beziehungsweise sind höchstens beim Vorsortieren oder dem Fact-Checking vor der Veröffentlichung in den Redaktionen hilfreich. Es bleibt aber auch fragwürdig, ob Algorithmen überhaupt solche Entscheidungen treffen sollten, auch weil den zuweilen

38 Facebook (06.06.2018): *Making Ads and Pages More Transparent*. <https://newsroom.fb.com/news/2018/04/transparent-ads-and-pages/>

39 Handelsblatt (18.04.2018): *Facebook-Chef Zuckerberg setzt auf künstliche Intelligenz als digitale Müllabfuhr*. URL: <http://www.handelsblatt.com/technik/thespark/fake-news-debatte-facebook-chef-zuckerberg-setzt-auf-kuenstliche-intelligenz-als-digitale-muellabfuhr/21183016.html?ticket=ST-1961197-gQa3fFk2gxObqYYdjtM-ap2>

schmalen Grad zwischen Satire, Parodie, Meinung und Fake News bisher nur Menschen sinnvoll differenzieren können.

Was getan werden kann wird nun in zwei Unterkapiteln mit Vorschlägen skizziert. 3.1 offeriert Vorschläge wie Fact-Checking strukturell verbessert werden kann, in 3.2 werden Maßnahmen skizziert, die darüber hinaus unabdingbar sind.

### 3.1 Fact-Checking: Weder Allheilmittel, noch überflüssig

Einige Implikationen, wie gutes Fact-Checking funktioniert, geben Institutionen wie das International Fact-Checking Network bei Poynter, die einen „Code of Principles“ für das Fact-Checking entwickelt haben<sup>40</sup>. Die journalistische Dimension der konkreten Praxis, wie ein gutes gemachtes Fact-Checking funktioniert, soll aber an dieser Stelle nicht Thema des Papiers sein.

Für die Fact-Checking-Institutionen selbst gilt es, Ressourcen zu bündeln und den Austausch untereinander zu fördern. Die Berichte der Expert:innen aus dem Workshop zeigt, dass oftmals für ein wirklich effizienteres Arbeiten schlicht die nötige Manpower fehlt, da die Redaktionen unterbesetzt sind. So ist beispielsweise beim *Faktenfinder* von tagesschau.de gerade einmal eine Vollzeitkraft fest angestellt. Die folgenden Vorschläge machen daher deutlich, wie Fact-Checking besser organisiert werden kann:

#### Vorschlag 1: Bestehende Ressourcen bündeln

Derzeit betreiben mehrere Fact-Checking-Redaktionen unabhängig voneinander – sogar teilweise auch in einem Medienhaus – die gleiche Arbeit – mit oftmals mit mehr als knapp bemessenen personellen Ressourcen. Nach Vorbild des „Recherchekollektivs aus NDR, WDR und Süddeutscher Zeitung“ kann auch das Fact-Checking bestehende Ressourcen noch wesentlich besser bündeln und somit schlagkräftiger agieren. In einer größerem Verbund wäre es so auch besser möglich, beispielsweise Schulungen und Weiterbildungen anzubieten, in denen erfolgreiches Fact-Checking beziehungsweise der sinnvolle Einsatz digitaler Kommunikationskanäle in der Öffentlichkeitsarbeit für öffentli-

---

<sup>40</sup> Poynter (2018): *International Fact-Checking Network fact-checkers' code of principles*, URL: <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>

chen Institutionen (Ministerien, Behörden, etc.), aber auch für Interessierte aus der Zivilgesellschaft vermittelt wird.

### Vorschlag 2: Nationalen und internationalen Austausch zwischen Fact-Checking fördern

Bisher fehlt eine gemeinsame nationale (bzw. europäische, bzw. internationale) Plattform, in der Fact-Checking-Institutionen und Redaktionen, die Social-Media-Plattformen, sowie diejenigen, die sich wissenschaftlich mit den Phänomenen und Fragen befassen, regelmäßig für einen Wissenstransfer zusammentreffen, neuste Erkenntnisse austauschen und gemeinsam Standards („Was ist gutes Fact-Checking?“) festlegen. Sollte es bisherige Bemühungen geben (FirstDraft, europäische Initiative), sind diese noch viel zu wenig présent. Ganz konkret könnten Formate wie eine Jahrestagung oder eine gemeinsame Online-Plattform inklusive technischer Tools, mit dort festgehaltenen nationalen und internationalen Debunking-Standards, etc. den Austausch verbessern.

### Vorschlag 3: Technische Tools Open-Source entwickeln und in Datenbank listen

Für das Fact-Checking gibt es zahlreiche nützliche technische Tools und Programme, die beispielsweise bei der Rückwärtssuche von Bildern oder manipuliertem Videomaterial hilfreich sind, diese zu erkennen und zu entschlüsseln. Eine gemeinsame Datenbank für die hilfreichsten Tools würde auch anderen Redaktionen bei der Aufdeckung von Falschinformationen helfen. Die Entwicklung von Open-Source-Tools stärkt dabei auch die Zivilgesellschaft und die Öffentlichkeit beziehungsweise gibt auch kleineren Redaktionen die Möglichkeit auf diese zurückzugreifen, zumal die technische Zukunft à la „Deepfakes“ allerlei neue Herausforderungen für die Fact-Checker:innen, aber auch für die Verifikations-Teams innerhalb klassischer Redaktionen, bereitstellt<sup>41</sup>.

### Vorschlag 4: Fehlerkultur verbessern, eigene Arbeit für Öffentlichkeit transparent machen

Viele Vorurteile gegenüber journalistischen Institutionen entstehen auch, weil viele Menschen nicht wissen, wie journalistische Inhalte entstehen und aufbereitet werden. Das Fact-Checking bietet auch die Mög-

<sup>41</sup> Spiegel Plus (01.06.2018): *Perfekte Fälschung: Hier spricht nicht Obama*. URL: <http://www.spiegel.de/plus/gefaelschte-ton-und-video-aufnahmen-die-perfekte-luege-a-00000000-0002-0001-0000-000157647616>

lichkeit, eine Transparenzinitiative anzuführen, um wohlmöglich verloren gegangenes Vertrauen bei den Leser:innen wiedergutzumachen. Dazu gehört auch der eigene transparente Umgang mit journalistischen Fehlern, die gerade im Zeitalter von Clickbaits und hohen ökonomischen Drucks zuzunehmen scheinen.

### 3.2 Brände vermeiden: Resilienz digitaler Öffentlichkeit fördern

Über das Fact-Checking hinaus gibt es eine ganze Reihe von Maßnahmen, die vor allem an der Ursache des Symptoms zunehmender Desinformation ansetzen. Allen voran ist zu überlegen, wie Medienbildung besser institutionalisiert werden können. Dabei sind nicht nur Schulen und weiterführende Bildung zu berücksichtigen, sondern auch und gerade die Erwachsenenbildung, zumal die medialen Umbrüche in sehr kurzen Zeiträumen stattfinden.

#### Vorschlag 5: Medienkompetenz stärker als bisher fördern – auch innerhalb von Behörden und Ministerien

Wenn durch die „Demokratisierung der Öffentlichkeit“ jede:r heute einfach Teil öffentlicher Kommunikation sein kann – bedeutet dies die Menschen dazu aber auch sinnvoll zu befähigen. Heute bedarf es mehr denn je zusätzlicher Kompetenzen für alle Bürger:innen, etwa um zu verstehen welche Rolle Algorithmen bei der Aufbereitung des persönlichen Newsfeeds spielen oder wie die Güte einer Quelle im Netz beurteilt werden kann. Bisherige Studien wie die des Kommunikationswissenschaftlers Lutz Hagen, zeigen, dass der Umgang und das Verständnis von Nachrichten bisher „mangelhaft“ sei<sup>42</sup>.

Rund die Hälfte in der von uns untersuchten Fake News zur Bundestagswahl 2017 ist zudem auf schlecht gemachte Öffentlichkeitsarbeit öffentlicher Stellen – seien es Ministerien, Behörden oder die Polizei – zurückzuführen. Hier muss der Umgang mit „neuen Medien“ besser geschult werden, wenn diese genutzt werden (sollen). Gerade der verantwortungsvolle und schnelle Umgang mit diesen kann Desinformation frühzeitig den Wind aus den Segeln nehmen – wie das erwähnte Beispiel des nordrhein-westfälischen Innenministeriums zeigt.

Die Fact-Checking-Institutionen sind dabei ein möglicher Kanal, in der auch die Zivilgesellschaft Wissen über die Funktionslogik unserer heu-

<sup>42</sup> Lutz Hagen via Ubermedien (07.09.2017): *Nachrichtenkompetenz an Schulen: mangelhaft*. URL: <https://uebermedien.de/19777/nachrichtenkompetenz-in-schulen-mangelhaft/>

te vorrangig digitalen Öffentlichkeit erwerben kann – hier sollten auch neue journalistische Formate und Möglichkeiten genutzt werden– das kann aber bei Weitem nicht genug sein. Die Integration von Medienkompetenz auch in die schulische Ausbildung durch geeignetes Fachpersonal („Schulfach Medienkunde“) ist heute mehr denn je geboten.

### **Vorschlag 6: Die Plattformen zu mehr Transparenz zwingen und stärker in die Verantwortung nehmen**

Die Datenskandale von Cambridge Analytica bis zu geschalteten Werbeanzeigen aus Fremdstaaten bei demokratischen Wahlen (USA) oder Referenden (Irland) zeigt, wie problematisch die bisherige Salami-taktik in der Informationspolitik der Plattformen ist. Aufgrund ihrer zunehmenden Bedeutung für die öffentliche Kommunikation muss mehr Transparenz nicht nur versprochen, sondern auch umgesetzt oder politisch eingefordert werden. Für Wissenschaftler:innen ist die Datenbeschaffung kompliziert oder mit nicht unerheblichen methodischen Abstrichen verbunden. Nur mit mehr Datenmaterial kann der Einfluss von Desinformation und des Fact-Checkings – auch über Twitter hinaus – sinnvoll erforscht werden. Um dabei auch der Privatsphäre der Nutzer:innen Rechnung zu tragen, kann über den Einsatz synthetischer Daten nachgedacht werden<sup>43</sup>.

### **Vorschlag 7: Herausforderungen digitaler Informationsgesellschaften nicht unabhängig von politischen, technischen und sozialen Fragen denken**

Die heutigen „digitalen Informationsgesellschaften“ sind noch unzureichend gerüstet für das, was langt Realität ist. Das schließt die Bedeutung der Plattformen für die Informationshoheit und -qualität (Google, Facebook, Amazon & Co.) ebenso ein, wie die derzeitige problematische Finanzierungsfrage im Journalismus, als auch die Kompetenz der Nutzer:innen bei der Beurteilung und Bewertung von Information und Desinformation. Technische Detailfragen zu Algorithmen oder Uploadfiltern sollten den Blick auf eine mehr denn je notwendige Debatte nicht verstellen:

---

<sup>43</sup> Nicola Jentzsch (2018): *Synthetische Daten: Innovationspotential und gesellschaftliche Herausforderungen*. URL: <https://www.stiftung-nv.de/de/publikation/synthetische-daten-innovationspotential-und-gesellschaftliche-herausforderungen>



*Wie wollen wir uns zukünftig im Digitalen informieren und welchen Wert sollen dabei qualitativ hochwertige Informationen haben – und über welche Wege erreichen uns diese?*

Dabei öffentlich-rechtliche Inhalte gegen die privatwirtschaftlichen Verlage auszuspielen, wie es derzeit mit einer Anpassung des Telemediengesetzes geschieht, scheint viel zu kurzsichtig<sup>44</sup>.

Mit der zunehmenden Bedeutung des digitalen Informationsraumes, den längst breite Teile der Bevölkerung und nicht nur die gut informierten „early adopters“ nutzen, treten auch die Verwerfungen und Brüche unserer analogen Gesellschaften digital zutage. Die politischen und sozialen Verwerfungen, die von Extremist:innen und Propagandist:innen genutzt werden, um Hass und Hetze, Lüge und Propaganda im Netz zu schüren, werden durch Fact-Checking allein ganz sicher nicht beseitigt.

## 4. Feuerwehr ohne Wasser? Die Brandstifter bekämpfen!

*„Effectively responding to disinformation campaigns requires that we find ways to undermine beliefs that persevere despite encounters with counter-evidence.“<sup>45</sup>*

Mit dieser Aufforderung geht der US-amerikanische Kommunikationswissenschaftler Garrett über die technisch implizierten und plattformbedingten Probleme – auch aufgrund der Tatsache, dass die „Echokammer“ nicht die Realität der meisten Internetnutzer:innen ist – hinaus und richtet den Blick auf die eigentliche Frage: Wer sind die Brandstifter:innen? Die Bekämpfung der eigentlichen Ursachen für Desinformationskampagnen sollte mehr ins Zentrum rücken, als zu versuchen, die Symptome zu verringern. Die Vergiftung des öffentlichen Diskurses durch – hierzulande vorrangig Rechtspopu-

44 F.A.Z.net (14.06.2018): *Neue Regeln für Online-Angebote der öffentlich-rechtlichen Sender*. URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/telemediengesetz-neue-regeln-fuer-ard-und-zdf-15639999.html>

45 R. Kelly Garrett (2017): *The „Echo Chamber“ Distraction: Disinformation Campaigns are the Problem, Not Audience Fragmentation*. In: *Journal of Applied Research in Memory and Cognition* (06/2017). S. 370-376.



list:innen – ist der größere Schaden an der Gesellschaft, der durch „Fact-Checking“ allein nicht behoben werden kann.

Demnach ist die Crux des Fact-Checkings, dass es dort wo es ankommt, nicht gebraucht wird und dort wo es gebraucht wird, nicht ankommt. Kommt es doch an, ist seine Wirkung wiederum begrenzt. An der Produktion und Konsumtion von Desinformation kann das Fact-Checking nichts ändern.

„Eine Kultur, die sich vor allem auf die Entlarvung des Falschen konzentriert, bringt deshalb nicht schon etwas Richtiges hervor.“ schreibt der Zeit-Journalist Tobias Haferkorn und fasst damit die nüchterne Erkenntnis der großen amerikanischen Zeitungen *New York Times*<sup>46</sup> und *Washington Post* zusammen, dass das bloße Auflisten aller Falschbehauptungen von US-Präsident Trump sich als Prinzip schnell abgenutzt hat. So hat die New York Times beispielsweise ihre Listen über „Trump’s Lies“ (NYT) bald nach Amtsantritt wieder eingestellt<sup>47</sup>.

Mit diesen Erkenntnissen auf dem Tableau, lässt sich das Fact-Checking als eine Maßnahme gegen Desinformation neu bewerten. Als Institution der Medienbildung und -kompetenz, Gradmesser für Desinformation in der Öffentlichkeit sowie der Möglichkeit auch über diese Formate Transparenz über das Entstehen öffentlicher Diskurse herzustellen, ist eine wichtige gesellschaftliche Funktion. Dafür sollten auch Ressourcen und Mittel in größerem Umfang bereitgestellt werden. Denn der beste Schutz vor Desinformationskampagnen ist und bleibt eine gut informierte und mediengebildete Öffentlichkeit sowie das Vertrauen in die Arbeit der journalistischen Institutionen, die versuchen jeden Tag hochwertigen Qualitätsjournalismus zu liefern, ohne der rein datengetriebenen Verlockung der Aufmerksamkeits- und Plattformökonomie zu erliegen.

Wer allerdings „Desinformations-Feuer“ in der Öffentlichkeit wirklich effizient verhindern will, muss vor allem eines bekämpfen: die Brandstifter.

---

46 New York Times (last updated: 14.12.2017) *Trump’s Lies*. URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2017/06/23/opinion/trumps-lies.html?mtrref=www.google.de&assetType=opinion> (Alle Online-Quellen in diesem Text wurden letztmalig am 15. Juni 2018 auf Abrufbarkeit geprüft)

47 Haferkamp, Tobias auf Zeit-Online (16.01.2018): *Fake News sind immer die Anderen*. URL: <https://www.zeit.de/kultur/2018-01/alternative-fakten-unwort-des-jahres-donald-trump>





**Alexander Sangerlaub**

**Juli 2018**

**Möglichkeiten und Grenzen des Fact-Checkings**

## **Über die Stiftung Neue Verantwortung**

Think Tank für die Gesellschaft im technologischen Wandel

Neue Technologien verändern Gesellschaft. Dafür brauchen wir rechtzeitig politische Antworten. Die Stiftung Neue Verantwortung ist eine unabhängige Denkfabrik, in der konkrete Ideen für die aktuellen Herausforderungen des technologischen Wandels entstehen. Um Politik mit Vorschlägen zu unterstützen, führen unsere Expertinnen und Experten Wissen aus Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und Zivilgesellschaft zusammen und prüfen Ideen radikal.

## **Über den Autor**

Alexander Sangerlaub leitet das Projekt Desinformation in der digitalen Öffentlichkeit. Der Publizist gründete im Jahr 2014 das Print-Politikmagazin Kater Demos, welches sich gesellschaftlichen Megathemen im Sinne des »Constructive Journalism« widmet. Er war als Wissenschaftlicher Mitarbeiter sowohl an der Freien Universität Berlin, als auch der Universität Hamburg tätig und doziert bis heute im Feld politischer Kommunikation. Weiterhin arbeitete er als Berater für Unternehmens- und politische Kommunikation während des Bundestags- sowie des Europawahlkampfes in der Berliner Agentur Blumberry. Alexander studierte Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und Psychologie sowie »Medien und Politische Kommunikation« an der Freien Universität Berlin.

## **So erreichen Sie den Autor**

Alexander Sangerlaub

Projektleiter Desinformation in der digitalen Öffentlichkeit

asaengerlaub@stiftung-nv.de

+49 (0)30 81 45 03 78 86



Alexander Sangerlaub

Juli 2018

Möglichkeiten und Grenzen des Fact-Checkings

## Impressum

Stiftung Neue Verantwortung e. V.

Beisheim Center  
Berliner Freiheit 2  
10785 Berlin

T: +49 (0) 30 81 45 03 78 80

F: +49 (0) 30 81 45 03 78 97

[www.stiftung-nv.de](http://www.stiftung-nv.de)

[info@stiftung-nv.de](mailto:info@stiftung-nv.de)

Design:

Make Studio

[www.make-studio.net](http://www.make-studio.net)

Layout:

Johanna Famulok

Free Download:

[www.stiftung-nv.de](http://www.stiftung-nv.de)



Dieser Beitrag unterliegt einer CreativeCommons-Lizenz (CC BY-SA). Die Vervielfältigung, Verbreitung und Veröffentlichung, Veränderung oder Übersetzung von Inhalten der stiftung neue verantwortung, die mit der Lizenz „CC BY-SA“ gekennzeichnet sind, sowie die Erstellung daraus abgeleiteter Produkte sind unter den Bedingungen „Namensnennung“ und „Weiterverwendung unter gleicher Lizenz“ gestattet. Ausführliche Informationen zu den Lizenzbedingungen finden Sie hier:

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>