

DISTANCE LEARNING



Keine Macht den Enten!

Können Fake News die Wahl entscheiden?

Die Nachricht selbst hat sich zur Nachricht gemacht und zwar im Gewand ihres Gegenteils, der Falschnachricht, die ihrem Wesen nach ja eine Nichtnachricht ist, denn sie ist zwar neu, aber nicht echt. Fake News sind aber nicht einfach nur Enten, allenfalls Zombie- oder Horrorenten. Denn so richtig zum Problem geworden sind sie vor allem durch sogenannte Bots, das sind Computerprogramme, die weitgehend automatisch sich wiederholende Aufgaben abarbeiten. Bots, die Kurzform von Roboter, bilden zum Beispiel den virtuellen Gegner bei Computerspielen. Sogenannte Social Bots produzieren als Fake-User aber auch Falschnachrichten.¹ Zwar wüten die durch eine Software programmierten Fake-User schon etwas länger durch die Sozialen Medien. Aufgefallen sind sie aber erst im vergangenen Wahlkampf in den USA. So haben Unbekannte mit Social Bots beispielsweise rassistische Nachrichten im Netz verbreitet und an selber Stelle zeitgleich Trump-kritische Statements hinterlassen. Möglich, dass Anhänger der Demokraten die Trump-Anhänger mit rassistischen Nachrichten auf schlechte Nachrichten über ihren Wunschkandidaten stupsen wollten.

Was dürfen wir noch glauben?

Der Wahlkampf 2016 in den USA hat die Frage aufgeworfen, was wir noch glauben dürfen und welche Nachrichten eigentlich richtig sind. So sind die Fake News selbst zur Nachricht geworden, die derzeit die Gemüter beschäftigt: Die Grünen wollen die Social Bots juristisch bekämpfen: „Wir wollen den Einsatz von Social Bots rechtlich regeln“, so Katrin Göring-Eckardt im Januar, nachdem sie und Cem Özdemir zum Spitzenduo von Bündnis 90/Die Grünen gewählt wurden.² Aber auch die Alternative für Deutschland (AfD) hat sich diese Entwicklung seit einiger Zeit zu eigen gemacht. Der „Lügenpresse“ sollen wir nicht mehr glauben. Nicht wenige Politiker im aktuellen Bundestagswahlkampf haben Angst, durch Fake News ins falsche Licht gerückt zu werden und potenzielle Wähler an die Konkurrenz zu verlieren. Die Grünen fordern sogar eine Kennzeichnungspflicht von automatisch generierten Nachrichten. Auch die Bundeskanzlerin und der netzpolitische Sprecher der SPD haben das Thema problematisiert und die Hoffnung geäußert, dass die Parteien im Bundestagswahlkampf auf den Einsatz von Social Bots verzichten.

Zumindest sollen Nutzer der Sozialen Medien wissen, dass sich hinter dem Gelesenen kein anderer „echter“ Nutzer mit einer selbstgefassten Meinung verbirgt, sondern nur ein Roboter.

Mit ihrer Forderung treffen die Grünen auf ein mittlerweile weit verbreitetes Gefühl. Wahlkampf im Netz scheint wenig kontrollierbar. Jeder kann jederzeit überall seine Meinung hinterlassen. Und niemand kontrolliert, was sich im Netz verbreitet. Nachrichten werden zu Meinungen und Meinungen werden zu Nachrichten.

Chancen nutzen

Es gibt aber auch eindeutig positive Seiten des Onlinewahlkampfes. Schon 2008 hat Obama hauptsächlich mit Facebook Wahlkampf gemacht. Die Plattform boomte damals vor allem in den USA. Ihm gelang es so, eine gut gebildete, junge Wählerschicht anzusprechen. Obama erreichte die Wähler auf einem Kanal, der ihnen entsprach. Er benutzte eine Sprache, die sie verstehen konnten, und fügte sich in ihre Lebenswirklichkeit ein.

Das Ergebnis ist bekannt. Der amerikanische Jurist gewann die Wahl. Und mehr noch, er wurde vier Jahre später wiedergewählt. Das ermöglichte ihm vor allem seine Onlinespendenkampagne. Obama hat im Internet mobil gemacht und damit Wähler an sich gebunden. Traditionell sind Großspender für den amerikanischen Wahlkampf wichtig. Wer die Milliardäre und Millionäre des Landes hinter sich vereint, kann die Wahl gewinnen. So hieß es. Aber Obama gelang es, über das Netz die breiten Massen zur Wahlkampfspende zu bringen. Über das im Internet organisierte Crowd-Funding spendeten viele Bürger regelmäßig kleinere Beträge und haben Obama so den Wahlkampf mitfinanziert. Ihm gelang es auf diese Weise, mehr Spenden zu sammeln als sein Gegner Mitt Romney. „Big money in little sums“ nannte man das im Obama-Team.



Katharina Zittel

Juristin und
Freie Journalistin

Katharina.zittel@gmail.com

¹ Vgl. Simon Hege-lich: Social-Bots als Meinungsmacher. Interview im Norddeutschen Rundfunk vom 17.10.2016. <http://www.ndr.de/kultur/Social-Bots-als-Meinungsmacher,socialbots102.html>

² Statement von Katrin Göring-Eckardt zu Social Bots via Twitter vom 23.01.2017. <https://twitter.com/GoeringEckardt/status/823558645992583168>



Hillary Clintons „I am with her“-Kampagne acht Jahre später hat vor allem Instagram und Twitter bespielt. Clinton setzte dabei auf persönliche, feministische Statements und Fotos. Die jungen Wähler erreichte sie damit wohl nicht ausreichend. Ob dies an der Spaltung der demokratischen Partei lag oder an der Kampfbereitschaft ihres Gegners?

Trump verletzt Frauenrechte und gewinnt trotzdem

In diesem Wahlkampf ist der Twitter-Account des US-Präsidenten Donald Trump zu einer eigenen Berühmtheit geworden. Trump nutzte seinen Account mit dem Namen @theRealDonaldTrump nicht zur Verbreitung seines politischen Programms, sondern zur Wählergewinnung. Der Milliardär attackierte früh im Wahlkampf vor allem auf persönlicher Ebene. Dabei ging Trump strategisch clever vor. Er kommentierte Kritik an seiner Kampagne schnell, in einfacher Sprache und oft unter der Gürtellinie. Die FOX-Journalistin Megyn Kelly bekam das zu spüren, als sie Trump bei einem Fernsehduell zu seiner Einstellung gegenüber Frauen ins Kreuzverhör nahm. Der Kandidat Trump twittert noch in der Nacht: *„She gets out and she starts asking me all sorts of ridiculous questions. You could see there was blood coming out of her eyes, blood coming out of her wherever. In my opinion, she was off base.“* Trump warf der Journalistin vor, unprofessionell gearbeitet zu haben, lächerliche Fragen zu stellen und mit ihrer Art „daneben zu liegen.“ Anstatt aber inhaltlich auf Kellys Vorwurf einzugehen und sich zu verteidigen, greift er die Journalistin persönlich an. Der Effekt: In den darauffolgenden Wochen wird das Duell der beiden immer persönlicher. Kelly fühlt sich bedroht und sucht das Vier-Augen-Gespräch. Danach ebbt die Fehde etwas ab. Zurück bleibt ein immenses Medieninteresse an der Person Trump. Niemand sprach mehr über sein politisches Programm, sondern über seine Beziehung zu Frauen. Trump war es über Social Media gelungen, den Wahlkampf zu lenken. Zum Zeitpunkt seiner Amts-

einführung Ende Januar folgten über 22 Millionen Menschen seinem Twitter-Profil.

Können Fake News die Wahl entscheiden?

Doch sind diese Zahlen so beeindruckend wie nichtssagend. Denn lässt sich daraus ableiten, dass man mit Social Media Wahlen entscheiden kann? Ist es so, dass durch das Internet „falsche Fakten“ die Macht über die Meinung der Wähler gewonnen haben?

US-amerikanische Politiker nutzen die Sozialen Medien strategisch zur Wähleranwerbung und Wahlkampffinanzierung. Sie bedienen das Informationsinteresse der Wähler an der Privatperson. Deshalb laden sie Familienbilder hoch, informieren über Termine vor Ort und greifen ihre Gegner mit kurzen Statements an.

Politisch interessierte Bürger haben die Möglichkeit, darüber hinaus zu recherchieren. Wenn Hillary Clinton kurz nach der verlorenen Wahl twittert, dass alle Mädchen in den USA nun die realistische Möglichkeit haben, Präsidentin zu werden, dann ist das eine Einladung, ihre feministischen Reden zur Rolle der Frau aus dem Wahlkampf anzuhören. Auf ihrem YouTube-Kanal finden sich zahlreiche Reden der Politikerin vor Frauen und Mädchen, in denen sie über Chancengleichheit von Frauen und Männern spricht. Der Twitter-Account der Politikerin dient sozusagen als Wegweiser durch ihre politische Agenda. Denn die Informationsflut im Internet ist schwer zu bewältigen. Wer aber einer Vielzahl von Journalisten und Wissenschaftlern folgt, die Social Media bedienen, hat eine Bandbreite von qualitativ hochwertiger Meinungsvielfalt. Der Einzelne hat über das Netz die Möglichkeit, sich sehr viel breiter zu informieren, als es die Zeitungslektüre allein zulässt.

„Der beste Garant für den mündigen Bürger ist die Vielfalt der Information, der Meinungen und Wahrheiten unterschiedlicher Verleger, TV- und Radiosender oder Online-Anbieter“, sagte Matthias Döpfner, Springer-Chef und Präsident des Bundes der Deutschen Zeitungsverleger im Februar in einem Interview. Wer sich nicht nur über einen Kanal informiert, kann Fake News als Lüge oder Verschwörungstheorie erkennen. Denn das, was früher das Flugblatt war, ist heute der Blog, der Twitter-Account oder die Facebook-Page. Hier findet man Gehör und kann Meinungen machen. Man kann aber auch vieles in den Raum rufen, was nicht abschließend überprüft ist. Deshalb brauchen wir den mündigen Bürger, der Nachrichten und Meinungen bewertet und für sich und andere einordnet. Eine Wahrheitsgarantie liefert das Netz nicht mit. Dafür brauchen wir die Qualitätsmedien.

Im Vergleich zu den USA läuft der deutsche Bundestagswahlkampf sehr viel analoger. Allerdings gibt es auch hier interessante Blogs. Die Institute der Hochschulen betreiben Forschungsprojekte

³ Vgl. US-Wahlkampfblog von Frau Prof. Christiane Lemke auf der Seite des Instituts für Politische Wissenschaft der Universität Hannover: <https://www.ipw.uni-hannover.de/wahlkampfblog2016.html>

zu Wahlen und haben begonnen, diese auch online zu begleiten. Frau Professor Lemke von der Universität Hannover hat einen Blog zur letzten US-Wahl geschrieben, bei dem man sehr nah an der Stimmung der Bevölkerung dran war.³ Solche Projekte sind auch für die Bundestagswahl wünschenswert.

Um Fake News im aktuellen Wahlkampf zu entlarven, brauchen wir Menschen, die analoge wie digitale Medien konsumieren und die Diskussion nicht scheuen. Denn es ist angezeigt, wach, aber nicht ängstlich zu sein. Fake News machen unter Umständen Eindruck, sind aber wohl weniger bedeutend als gedacht. Forscher gehen davon aus, dass bis zu 95 Prozent der Wähler nicht über das Internet beeinflussbar sind, weil sie die Informationen aus dem Netz viel mehr hinterfragen als das, was in der Tageszeitung steht.

Die Diskurslandschaft ist vielfältiger geworden. Niemand sollte sich deshalb aber resigniert zurücklehnen und das Zeitunglesen aufgeben. Im Gegenteil. Unsere Medienlandschaft ist eine Macht, auf die wir zurückgreifen sollten, denn sie schützt unsere Freiheit. Die Zeitungs- und Fernsehlandschaft in Deutschland bietet im politischen Spektrum hohe Qualität und ist frei von staatlicher Zensur. Diese große Freiheit der Presse ist gewollt. Die Presse- und Meinungsfreiheit genießt einen besonders hohen grundgesetzlichen Schutz. Kein Pressegesetz soll dieses Grundrecht einschränken. Nur der Deutsche Presserat, ein eingetragener Verein, kontrolliert anhand des selbstauferlegten Pressekodex Printmedien und Onlineauftritte der Printmedi-

en. Jeder kann – seit 2009 auch online – eine Rüge beim Presserat auf den Weg bringen. Das Gremium des Rats entscheidet sich dann bei Unwahrheiten oder der Verletzung von Persönlichkeitsrechten für einen Hinweis an die Redaktion (nicht öffentlich), eine Missbilligung (ebenfalls nicht öffentlich, aber viele Redaktionen drucken daraufhin die Entscheidung des Presserats ab) oder es ergeht sogar eine Rüge. Die Rüge verpflichtet die Redaktion zur Richtigstellung oder erneuten Berichterstattung mit einer Entschuldigung oder dergleichen.

Die Forderung nach einer Ausweitung des Zuständigkeitsbereichs des Deutschen Presserats auf Blogs ist naheliegend. Allerdings muss auch gelten: Meinungen dürfen nicht kassiert werden, nur weil sie gegen unseren Sinn vom Korrekten und Guten gehen. Ehrverletzende Blogbeiträge können auch heute schon mit den Mitteln des Strafrechts geahndet werden. Ein Gremium, das Blogbeiträge von Internetnutzern bewertet, müsste wohl unabhängig vom Presserat arbeiten. Die Kontrolle des professionellen Mediengeschäfts unterliegt strengeren Regeln als das ehrenamtliche oder hobbymäßige Schreiben. Und ein aus Steuermitteln finanziertes Gremium darf nicht zur Political-Correctness-Polizei werden. Fake News und provokante Statements, die an den Rand des guten Geschmacks gehen, sind auch Herausforderung für den mündigen Bürger, teilzunehmen am Diskurs: am Diskurs, der uns zusammenbringt, die Demokratie im Gleichgewicht hält und Gewalt verhindert. Damit Nachrichten Nachrichten bleiben und Meinungen Meinungen.