



JOURNALISMUS, ~~FAKE NEWS~~ & DESINFORMATION

Handbuch für Journalistenausbildung und -training

UNESCO-Serie zur
Journalistenausbildung

Herausgegeben im Jahr 2022 von United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization 7, Place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, Frankreich und Erich-Brost-Institut für Internationalen Journalismus, Otto-Hahn-Str. 2, 44227 Dortmund, Deutschland

© UNESCO & ERICH-BROST-INSTITUT FÜR INTERNATIONLEN JOURNALISMUS 2022
ISBN 978-92-3-000180-3
EAN 9789230001803



Dieses Werk ist als Open Access verfügbar unter der Lizenz Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>). Mit der Nutzung des Inhalts dieser Publikation akzeptieren Nutzer die Nutzungsbedingungen des Open-Access-Repositoriums der UNESCO (<http://en.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en>).

Original-Titel: *Journalism, “Fake news” & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training*. Zuerst veröffentlicht im Jahr 2018 von United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 7, Place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, Frankreich.

Die in der Publikation verwendeten Bezeichnungen und Informationen geben nicht die Meinung der UNESCO hinsichtlich des rechtlichen Status bestimmter Länder, Territorien, Städte oder Gebiete, ihrer Behörden oder ihrer Grenzen wieder. UNESCO und andere an dieser Publikation beteiligte Organisationen haften nicht für Fehler oder Auslassungen in der Übersetzung dieses Dokuments aus der englischen Originalversion oder für primäre Fehler in den darin ausgelegten Daten.

Die in dieser Publikation geäußerten Ideen und Meinungen sind die der Autoren; sie sind nicht notwendigerweise die der UNESCO und verpflichten die Organisation nicht.

Zugunsten der Lesbarkeit verzichtet die vorliegende Publikation bei Personen- und Berufsbezeichnungen meist auf die ausdrückliche Nennung der männlichen und weiblichen Form. Es sind stets Personen des jeweilig anderen Geschlechts mit einbezogen sofern nicht anders erwähnt.

Herausgeber: Cherilyn Ireton und Julie Posetti

Beitragende Autoren: Julie Posetti, Cherilyn Ireton, Claire Wardle, Hossein Derakhshan, Alice Matthews, Magda Abu-Fadil, Tom Trewinnard, Fergus Bell, Alexios Mantzarlis

Weitere Recherche: Tom Law

Übersetzung deutschsprachige Version: Florian Meißner, Antal Wozniak, Dennis Nguyen, Yvonne Bräutigam und Caroline Lindekamp

Endlektorat deutschsprachige Version: Yvonne Bräutigam und Caroline Lindekamp

Grafikdesign: Mr. Clinton

Titelfoto: Mr. Clinton

Illustrationen: UNESCO, First Draft and Poynter

Schriftsatz: Caroline Lindekamp

Cherilyn Ireton & Julie Posetti

Journalismus, Fake News & Desinformation

Handbuch für Journalistenausbildung und -training

Die Veröffentlichung der deutschen Version dieses Handbuchs wurde durch die Unterstützung des Erich-Brost-Instituts ermöglicht. Die UNESCO möchte insbesondere Caroline Lindekamp für ihre sorgfältige Übersetzungs- und Redaktionsarbeit sowie Susanne Fengler danken, die ihre Zeit und ihr Fachwissen in die Fertigstellung des Handbuchs eingebracht haben.

Online-Handbuch für optimalen Zugriff auf Links:
<http://en.unesco.org/fightfakenews>

INHALT

Vorwort von Guy Berger	8
<u>Einführung von Cherilyn Ireton und Julie Posetti</u>	<u>15</u>
<u>Nutzung des Handbuchs als Lehrplan-Modell von Julie Posetti</u>	<u>27</u>
<hr/>	
<u>MODUL 1: Wahrheit, Vertrauen und Journalismus: Warum es wichtig ist von Cherilyn Ireton</u>	
Zusammenfassung	34
Überblick	36
Ziele des Moduls	42
Lernziele	42
Format des Moduls	42
Empfohlene Übung	43
Literatur	44
<hr/>	
<u>MODUL 2: Die Information Disorder verstehen: Arten von Falschinformationen, Desinformationen und schädlichen Informationen von Claire Wardle und Hossein Derakhshan</u>	
Zusammenfassung	46
Überblick	47
Ziele des Moduls	54
Lernziele	55
Format des Moduls	55
Empfohlene Übung	57
Materialien	57
Literatur	57
<hr/>	
<u>MODUL 3: Transformation der Nachrichtenindustrie: Digitale Technologie, soziale Plattformen und die Verbreitung von Falsch- und Desinformationen von Julie Posetti</u>	
Zusammenfassung	60
Überblick	62
Ziele des Moduls	71
Lernziele	71
Format des Moduls	71
Empfohlene Übung	73
Literatur	73

MODUL 4: Des- und Falschinformationen durch Medien- und Informationskompetenz bekämpfen

von *Magda Abu-Fadil*

Zusammenfassung	76
Überblick	78
Ziele des Moduls	82
Lernziele	82
Format des Moduls	83
Empfohlene Übung	85
Materialien	85
Literatur	86

MODUL 5: Faktencheck: Eine Einführung

von *Alexios Mantzarlis*

Zusammenfassung	88
Überblick	88
Ziele des Moduls	94
Lernziele	95
Format des Moduls	95
Empfohlene Übung	99
Literatur	100

MODUL 6: Überprüfung sozialer Medien: Quellen und visuelle Inhalte bewerten

von *Tom Trewinnard und Fergus Bell*

Zusammenfassung	104
Überblick	105
Ziele des Moduls	110
Lernziele	110
Format des Moduls	111
Empfohlene Übung	112
Materialien	112
Literatur	113

MODUL 7: Online-Missbrauch bekämpfen: Wenn Journalisten und ihre Quellen attackiert werden

von *Julie Posetti*

Zusammenfassung	118
Überblick	119
Ziele des Moduls	126
Lernziele	126
Format des Moduls	127
Empfohlene Übung	128
Literatur	129

Mitwirkende, Bildnachweis und Grafikdesign

130

VORWORT

Die UNESCO engagiert sich für die Stärkung der Journalistenausbildung. Dieses Handbuch ist die neueste Publikation in einer Reihe innovativer Lernmaterialien. Es ist Teil der „Globalen Initiative für Exzellenz in der Journalistenausbildung“, ein Schwerpunkt des Internationalen Programms für Kommunikationsentwicklung der UNESCO (IPDC). Die Initiative betrachtet journalistische Ausbildung und Praxis sowie Journalismusforschung aus einer globalen Perspektive. Der Austausch über internationale Standards ist dafür unabdingbar.

In diesem Sinn bietet sich das vorliegende Handbuch für die Anwendung und Adaption in vielfältigen Zusammenhängen an. Es ist ein Lehrplan-Modell mit internationaler Relevanz – so wie der Kampf gegen Desinformation eine internationale Herausforderung ist. Desinformation ist ein wachsendes Problem, das die Gesellschaft im Allgemeinen und Journalisten im Besonderen betrifft.

Das Handbuch geht nicht davon aus, dass der Begriff Fake News eindeutig und allgemein verständlich ist.¹ News bzw. Nachrichten sind überprüfbare Informationen von gesellschaftlichem Interesse. Informationen, die diesem Standard nicht genügen, verdienen die Bezeichnung Nachrichten nicht. Damit sind Fake News ein Oxymoron, ein Widerspruch in sich: Sie sind weder überprüfbar, noch dienen sie einem gesellschaftlichen Interesse. So schaden sie der Glaubwürdigkeit von echten Nachrichten.

Um die Fälle von ausbeuterischer Manipulation von Sprache und Nachrichten (und deren Konventionen) besser zu verstehen, behandelt dieses Handbuch Fake News als das, was sie sind: eine besondere Kategorie betrügerischer Informationen in immer vielfältigeren Formen der Desinformationen – beispielsweise in Form von Unterhaltungsformaten wie visuelle Memes.

In diesem Handbuch bezeichnet das Wort Desinformation absichtliche, oftmals koordinierte Versuche, Menschen durch unwahre Informationen zu täuschen und zu manipulieren. Dies geht häufig mit parallelen und überschneidenden Kommunikationsstrategien wie Hacking oder der Bloßstellung von Personen einher. Der Begriff der Falschinformation hingegen bezeichnet irreführende Informationen, die ohne Manipulations- oder Täuschungsabsicht produziert und verbreitet werden. Desinformationen wie auch Falschinformationen sind gesellschaftlich problematisch. Jedoch sind Desinformationen besonders gefährlich, da sie häufig organisiert, gut finanziert und durch automatisierte Technologien gestützt sind.

Die Anbieter von Desinformationen nutzen die Anfälligkeit oder mögliche Voreingenommenheit von Rezipienten aus. Sie versuchen, diese als Multiplikatoren und Verstärker ihrer

¹ Siehe Tandoc E; Wei Lim, Z und Ling, R. (2018). Defining ‘Fake News’: A Typology of Scholarly Definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1360143> [Zugriff am 15.07.2018].

Botschaften zu gewinnen, indem sie die Neigung zum Informationsaustausch ausnutzen. Eine besondere Gefahr besteht darin, dass „gefälschte Nachrichten“ in der Regel kostenlos sind. Daher sind Menschen, die sich Qualitätsjournalismus nicht leisten können oder die unabhängigen öffentlich-rechtlichen Nachrichtenmedien nicht nutzen, besonders anfällig für Des- und Falschinformationen.

Desinformationen und Falschinformationen verbreiten sich vor allem über soziale Medien und Messengerdienste. Die Frage nach der Verantwortung der Betreiber liegt damit auf der Hand. Da sie nur die Plattformen zur Verbreitung von Inhalten bereitstellen, selbst aber keine Inhalte verbreiten, unterliegen die Firmen bislang nur geringfügiger Regulierung (außer im Bereich des Urheberrechts). Aber Überregulierung bedeutet eine Bedrohung der freien Meinungsäußerung – anders als Selbstregulierung. So werden zunehmend, wenn auch nicht einheitlich, Schritte hin zu effektiver Selbstregulierung unternommen.²

Im Jahr 2018 rückte das Thema in den Fokus des UN-Sonderberichterstatters zur Meinungs- und Redefreiheit. Er forderte Internetfirmen dazu auf, aus den Selbstregulierungsmaßnahmen der klassischen Nachrichtenmedien zu lernen und sich stärker an den UN-Richtlinien zum Recht, Informationen zu vermitteln, suchen und zu erhalten, zu orientieren.³ In diesem sich schnell entwickelnden Umfeld von Maßnahmen, die sowohl von Staaten als auch von Unternehmen ergriffen werden, kommt den Journalisten und Nachrichtenmedien eine wichtige Rolle zu. Genau an der Stelle setzt diese Publikation an.

Unterschiede erkennen

Desinformationen und Falschinformationen unterscheiden sich beide vom (Qualitäts-) Journalismus, der sich an professionelle Standards und Ethik hält. Sie unterscheiden sich ebenso von schlechtem Journalismus, der seine selbstgesteckten Ziele verfehlt. Problematischer Journalismus schließt beispielsweise laufende (und nicht korrigierte) Fehler ein, die durch mangelhafte Recherche und nachlässige Überprüfung entstehen. Dies beinhaltet auch effektheischende Berichterstattung und eine einseitige, voreingenommene Nachrichtenselektion auf Kosten der Fairness.

Dabei wird nicht ein journalistisches Ideal vorausgesetzt, das alle Erzählweisen und Standpunkte überwindet, wobei schlechter Journalismus immer ideologisch gefärbt ist. Vielmehr soll signalisiert werden, dass Journalismus Narrative enthält und dass das Problem von minderwertigem Journalismus nicht die Existenz von Erzählweisen, sondern der Mangel an Professionalität ist. Aus diesem Grund ist schlechter Journalismus nicht dasselbe

² Manjoo, F. (2018). What Stays on Facebook and What Goes? The Social Network Cannot Answer. *New York Times*, 19. Juli 2018. <https://www.nytimes.com/2018/07/19/technology/facebook-misinformation.html> [Zugriff am 20.07.2018]; <https://www.rt.com/usa/432604-youtube-invests-reputable-news/> [Zugriff am 15.07.2018]; <https://youtube.googleblog.com/> [Zugriff am 15.07.2018]; <https://sputniknews.com/asia/201807111066253096-whatsapp-seeks-help-fake-news/> [Zugriff am 15.07.2018].

³ Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression. UN Human Rights Council 6. April 2018. A/HRC/38/35. <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G18/096/72/PDF/G1809672.pdf?OpenElement> [Zugriff am 20.07.2018].

wie Des- oder Falschinformation.

Starker, ethisch konformer Qualitätsjournalismus ist die offensichtliche Alternative und wichtiges Mittel gegen schlechten Journalismus ebenso wie gegen Des- und Falschinformationen. Er wirkt gegen die Verunreinigung der Informationswelt und den Überlaufeffekt von verfälschten Nachrichten.

Schlechter Journalismus wiederum begünstigt Des- und Falschinformationen. Doch die Ursachen für und Maßnahmen gegen die beiden Phänomene unterscheiden sich. Journalisten sind nicht nur passive Zuschauer der wachsenden Flut von Desinformationen und Falschinformation. Sie sind direkt von ihnen betroffen.⁴ Daraus resultiert Folgendes:

- Journalisten laufen Gefahr, in dieser Kakophonie unterzugehen;
- Journalisten werden zur Zielscheibe von Manipulationsversuchen durch Akteure, die jenseits der Ethik von Public Relations agieren. Um Desinformationen zu verbreiten, werden sie getäuscht und korrumptiert⁵
- Journalisten als Kommunikatoren, die im Dienste der Wahrheit – einschließlich „unbequemer Wahrheiten“ – arbeiten, können zur Zielscheibe von Lügen, Gerüchten und Falschmeldungen werden, die darauf abzielen, sie einzuschüchtern und ihre Berichterstattung zu diskreditieren – insbesondere, wenn ihre Arbeit diejenigen zu entlarven droht, die Desinformationen in Auftrag geben oder direkt verbreiten.⁶

Soziale Medien sind zwar die wichtigsten Plattformen, über die sich Desinformationen und Kampagnen gegen seriöse Nachrichtenmedien verbreiten, aber Journalisten müssen auch erkennen, dass es mächtige Akteure gibt, die die Sorge um Fake News instrumentalisieren, um gegen die eigentlichen Nachrichtenmedien vorzugehen. Um dem entgegenzuwirken, wird die Regulierung unter anderem mit strengerem Gesetzen verschärft, die auch die Nachrichtenmedien zum Sündenbock machen, als wären sie die Verursacher. Die Regulierung ist pauschal, macht nicht den nötigen Unterschied zwischen den verschiedenen Medientypen, und schränkt Kommunikationsplattformen und -aktivitäten ohne zu unterscheiden ein.

Solche Regelungen sind oft auch nicht ausreichend abgestimmt auf die internationalen Richtlinien, nach denen Beschränkungen der Meinungsfreiheit nachweislich notwendig, verhältnismäßig und aus einem legitimen Grund erfolgen müssen. So werden die Nachrichtenmedien – wenn auch nicht immer absichtlich – einer Art „Wahrheitsministerium“ unterstellt, mit der Macht, Informationen aus rein politischen Gründen zu unterbinden.

Im aktuellen Kontext ist willkürliche Regulierung von Journalismus nicht die größte Gefahr; vielmehr steht die Glaubwürdigkeit aller Medien und ihrer Inhalte beim Publikum auf dem

⁴ Trotz der Gefahr zeigt eine Studie am Beispiel Ghana, dass Redaktionen oft kein System, Budget oder ausgebildetes Personal für den Kampf gegen Desinformationen haben. Siehe: Penplusbytes (2018). Media Perspectives on Fake News in Ghana. <http://penplusbytes.org/publications/4535/> [Zugriff am 12.06.2018].

⁵ Butler, P. 2018. How Journalists Can Avoid Being Manipulated by Trolls Seeking to Spread Disinformation. <http://ijnet.org/en/blog/how-journalists-can-avoid-being-manipulated-trolls-seeking-spread-disinformation>. Siehe auch Modul 3 in diesem Handbuch.

⁶ Siehe Modul 7.

Spiel. In diesem Szenario misstrauen Rezipienten allen Inhalten und akzeptieren die Ansichten, die in ihrem sozialen Netzwerk Zuspruch finden und vorgefertigten Meinungen entsprechen. Eine kritische Auseinandersetzung findet nicht mehr statt. Die negativen Auswirkungen zeigen sich schon jetzt: Die öffentliche Meinung zu Gesundheit, Wissenschaft, interkulturellem Verständnis und tatsächlichem Fachwissen hat sich bereits gewandelt.

Besonders besorgniserregend ist der Einfluss von Desinformationen auf Wahlen und die eigentliche Idee von Demokratie als Menschenrecht selbst. Insbesondere während einer Wahl sollen Desinformationen die Öffentlichkeit nicht unbedingt von der Wahrheit ihres Inhalts überzeugen. Stattdessen sollen sie die öffentliche Agenda (und das, was die Menschen als wichtig empfinden) beeinflussen und Verwirrung stiften, indem sie den Informationsgehalt trüben. Das erschwert rationale Entscheidungen im Wählerverhalten.⁷ Zudem steigern Desinformationen die Unsicherheit bei Themen wie Migration oder Klimawandel.

Angesichts dieser Gefahren müssen Journalismus und Journalistenausbildung dem Anstieg von Fake News direkt entgegentreten. Gleichzeitig ist die Bedrohung eine Gelegenheit, um den gesellschaftlichen Wert von Nachrichtenmedien herauszustellen. Belegbare Informationen und sachkundige Kommentare sind im Interesse der Öffentlichkeit.⁸

Was Journalismus machen muss

Nachrichtenmedien sind in diesem Kontext mehr denn je gefordert, sich an professionellen Standards und ethischen Normen zu orientieren und in ihren Publikationen nicht überprüfbarre Informationen zu vermeiden. Sie müssen abwägen, ob ihre Inhalte wirklich von öffentlichem Interesse sind.

Das vorliegende Handbuch dient daher auch als zeitgemäßer Appell an alle Nachrichtenorganisationen und Journalisten ungeachtet ihrer politischen Haltung: Sie dürfen mögliche Des- und Falschinformationen weder unkritisch noch unbeabsichtigt verbreiten. Fortlaufende Stellenstreichungen im Journalismus schwächen die Redaktionen und interne Kontrollmechanismen. Außerhalb der Medienhäuser hat sich unterdessen eine „fünfte Macht“ etabliert: Blogger und andere externe Akteure überprüfen Nachrichten nach deren Verbreitung und prangern Fehler an.

Der Trend zum Faktencheck bestätigt das gesellschaftliche Interesse an belastbaren, zuverlässigen Informationen. Journalisten sollten die Arbeit unabhängiger Faktenprüfer einem größeren Publikum zugänglich machen. Wenn externe Akteure ein systemisches Versagen aufzeigen, ist das jeweilige Nachrichtenmedium in Frage gestellt. Faktenprüfer sind kein Ersatz für interne Prozesse der Qualitätssicherung, stattdessen müssen

⁷ Lipson, D (2018) Indonesia's 'Buzzers' Paid to Spread Propaganda as Political Elite Wage War Ahead of Election, ABC News: <http://mobile.abc.net.au/news/2018-08-13/indonesian-buzzers-paid-to-spread-propaganda-ahead-of-election/9928870?pfmredir=sm> [Zugriff am 17.08.2018].

⁸ Siehe auch: Nordic Council of Ministers (2018). Fighting Fakes – the Nordic Way. Copenhagen: Nordic Council of Ministers. <http://www.nordicom.gu.se/en/latest/news/fighting-fakes-nordic-way> [Zugriff am 12.06.2018].

Journalisten besser werden und Inhalte vor deren Veröffentlichung selbst überprüfen.

Wenn sie den eigenen Qualitätsansprüchen nicht nachkommen, verweigern sie der Gesellschaft die Chance auf glaubwürdige Medien. Nachträgliche Korrekturen durch externe Watchdogs sind ein Spiel, das Journalisten nicht gewinnen werden. Sie dürfen es nicht Faktenprüfern überlassen, fragwürdige Quellenaussagen zu verifizieren – egal, ob diese in anderen Medien oder den sozialen Medien erscheinen. Die Fähigkeiten von Nachrichtenproduzenten müssen verbessert werden, damit sie mehr als eine Berichterstattung voller Behauptungen liefern. Sie müssen Aussagen auf deren Wahrhaftigkeit überprüfen.

Desinformation ist ein brisantes Thema; eine starke Medienberichterstattung darüber stärkt den gesellschaftlichen Mehrwert von Journalismus. Journalismus muss auch proaktiv neue Fälle und Formen von Desinformation erkennen und aufdecken. Das ist entscheidend für Nachrichtenmedien und stellt eine Alternative zu Regulierungsmaßnahmen gegen Fake News dar. Diese unmittelbare Reaktion auf ein drängendes und bedrohliches Problem ergänzt mittelfristige Strategien, um die Medien- und Informationskompetenz zu verstärken. So lernen Rezipienten, Nachrichten von Des- und Falschinformationen zu unterscheiden.

Dieses Handbuch ist daher auch ein Handlungsauftrag. Es soll Journalisten ermutigen, sich auf den gesellschaftlichen Dialog über die Glaubwürdigkeit von Informationen und Medien einzulassen. Sie sollen sich auch der Frage stellen, warum einige von ihnen ungeprüfte Informationen verbreiten. Für Medienhäuser ebenso wie für Journalistenschulen und deren Studierende und Lehrende ist der Austausch mit dem Publikum eine wichtige Gelegenheit für ein starkes gesellschaftliches Engagement. Beispielsweise ist Crowd-Sourcing essenziell, damit Medien Desinformationen, die unter dem Radar in sozialen Messengerdiensten und E-Mails verbreitet werden, entdecken und zum Gegenstand ihrer Berichterstattung machen.

Die Rolle der UNESCO

Finanziert vom International Programme for the Development of Communication (IPDC) der UNESCO bietet das vorliegende Handbuch einen einzigartigen und ganzheitlichen Blick auf die verschiedenen Dynamiken des Phänomens Desinformation. Neben umfassenden Inhalten vermittelt er praktische Fertigkeiten.⁹ Die UNESCO fördert optimales journalistisches Handeln und Selbstregulierung als eine Alternative zu staatlichen Eingriffen, um sich mit den erkannten Problemen im Bereich der freien Meinungsäußerung zu befassen.

Diese Publikation folgt auf zwei vorangegangene UNESCO-Schriften: „Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi“¹⁰(2015) und „Model Curriculum for Journalism Education: A Compendium of New Syllabi“ (2013). Diese Publikationen bauten auf dem

⁹ Das 61. Treffen des IPDC-Büros 2017 fasste den Beschluss, die Global Initiative for Excellence in Journalism Education zu unterstützen, indem man finanzielle Mittel für die Entwicklung neuer Lehrpläne über neue Journalismusthemen bereitstellte. Der Fortschritt wurde dem 62. Treffen des IPDC-Büros 2018 gemeldet, welches weitere Mittel zur Unterstützung des Curriculums bereitstellte.

¹⁰ <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/teaching-journalism-for-sustainable-development/> [Zugriff am 12.06.2018].

UNESCO „Model Curriculum on Journalism Education“¹¹ auf, das 2007 in neun Sprachen erschienen ist.

Weitere UNESCO-Publikationen für Journalistenausbildung und -training:

- Model Course on the Safety of Journalists (2017)¹²
- Terrorism and the Media: A Handbook for Journalists (2017)¹³
- Climate Change in Africa: A Guidebook for Journalists (2013)¹⁴
- Global Casebook of Investigative Journalism (2012)¹⁵
- Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists (2009)¹⁶
- Conflict-sensitive Reporting: State of the Art; A Course for Journalists and Journalism Educators (2009)¹⁷

Diese Publikationen haben sich in vielen Ländern der Welt als wertvoll erwiesen. Mit ihnen konnten Journalistenausbilder und -trainer sowie Studenten und aktive Journalisten ihre praktischen Kompetenzen verbessern. An einigen Orten entstanden auf Basis der Publikationen und der damit verbundenen Ideen mehrjährige Programme; in anderen Ländern wurden Elemente der UNESCO-Lerninhalte in existierende Kurse integriert. Man kann davon ausgehen, dass die Qualität und Kohärenz dieser neuen Publikation den Lesern den gleichen Mehrwert liefern wird.

Da die UNESCO eine zwischenstaatliche Organisation ist, ergreift sie keine Partei in geopolitischen Informationskonflikten. Bekanntermaßen gibt es verschiedene Auffassungen und Gegenmeinungen zum Thema Desinformationen. Dies sollte beim Lesen bedacht werden und Personen dazu inspirieren, bei der Sammlung zusätzlicher und vielfältiger Daten behilflich zu sein.

Gleichzeitig vermeidet dieses Handbuch eine relativistische Position und verankert stattdessen folgende Kompetenzen als unverrückbare Bewertungs- und Handlungsgrundlagen:

- das Wissen, dass transparente und überprüfbare Nachrichten essenziell für Demokratie, Entwicklung, Wissenschaft, Gesundheit und menschlichen Fortschritt sind;
- die Erkenntnis, dass Desinformationen kein Nebenschauplatz sind und dass deren Bekämpfung für Nachrichtenmedien von entscheidender Bedeutung ist;

¹¹ <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/model-curricula-for-journalism-education/> [Zugriff am 12.06.2018].

¹² <https://en.unesco.org/news/unesco-releases-model-course-safety-journalists> [Zugriff am 12.06.2018].

¹³ <https://en.unesco.org/news/terrorism-and-media-handbook-journalists> [Zugriff am 12.06.2018].

¹⁴ <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/climate-change-in-africa-a-guidebook-for-journalists/> [Zugriff am 12.06.2018].

¹⁵ <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/the-global-investigative-journalism-casebook/> [Zugriff am 12.06.2018].

¹⁶ <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001930/193078e.pdf> [Zugriff am 12.06.2018].

¹⁷ <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/conflict-sensitive-reporting-state-of-the-art-a-course-for-journalists-and-journalism-educators/> [Zugriff am 12.06.2018].

- die Verpflichtung, dass professionelle journalistische Fähigkeiten unabdingbar sind, damit Journalismus als glaubwürdige Alternative zu gefälschten Inhalten bestehen kann.

Die Publikation thematisiert weitere Fertigkeiten, die für Journalisten und Nachrichtenmedien unverzichtbar sind:

- die Fähigkeit, Redaktionsabläufe zu erarbeiten, die das systematische Monitoring sowie die Prüfung und Auswertung von Desinformationen sicherstellen;
- die Erkenntnis über den Wert von Partnerschaften zwischen Medienorganisationen, Journalismusschulen, Nichtregierungsorganisationen, Faktenprüfern, Gemeinschaften, Internetfirmen und Regulierungsinstanzen im Kampf gegen die Information Disorder¹⁸;
- die Notwendigkeit, die Öffentlichkeit von der Bedeutung von Journalismus zu überzeugen und ihn zu verteidigen, wenn er zur Zielscheibe von böswilligen Desinformationskampagnen wird.

Dieses Handbuch soll Gesellschaften über die Vielzahl möglicher Reaktionen auf Desinformationsprobleme aufklären – seien es die Aktivitäten von Regierungen, internationalen Organisationen, MenschenrechtlerInnen, Internetfirmen oder Verfechtern von Medien- und Informationskompetenz. Es stellt heraus, was Journalisten selbst tun können, ebenso wie die Leute, die sie ausbilden und trainieren.

Wir hoffen, dass dieses Handbuch in bescheidener Form dazu beitragen kann, Journalismus in seiner gesellschaftlichen Rolle zu stärken und das Entwicklungsziel für „öffentlichen Zugang zu Informationen und grundlegenden Freiheiten“ nachhaltig zu fördern. UNESCO dankt den Herausgebern und Beitragenden, die diese Publikation ermöglicht haben. Damit ist sie Ihnen, den Lesern, empfohlen, und wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen.

Guy Berger

Director for Strategies and Policies in Communication and Information, UNESCO

¹⁸ In diesem Handbuch wird der Begriff „Information Disorder“ durchgängig bewusst als Anglizismus genutzt, um dessen Ursprung zu verdeutlichen und die Einordnung zu erleichtern. Dies geschieht ohne weitere optische Hervorhebung, um den Lesefluss zu vereinfachen.

EINFÜHRUNG

Cherilyn Ireton und Julie Posetti¹⁹

Dieses Handbuch soll als Lehrplanmodell dienen. Es gibt Journalistenausbildern und Trainern sowie Journalismusstudierenden eine Struktur vor und stellt Lektionen bereit, um sich die Themenaspekte rund um Fake News zu erschließen. Wir hoffen auch, dass es für praktizierende Journalisten eine nützliche Orientierung sein wird. International führende Journalismus-Lehrende, -Wissenschaftler und -Denker bringen in ihren Beiträgen journalistische Methoden und Praktiken auf den neuesten Stand, um den Herausforderungen von Des- und Falschinformationen begegnen zu können. Die Lektionen sind kontextuell, theoretisch und im Falle der Online-Verifizierung sehr praktisch angelegt. Zusammen als Kurs oder einzeln genutzt können sie bestehende Lehrmodule aktualisieren oder neue Angebote schaffen. Ein Vorschlag für einen Modell-Lehrplan auf Basis des Handbuchs folgt dieser Einführung.

Wir haben die Nutzung der Formulierung Fake News im Titel und den einzelnen Lektionen ausführlich diskutiert. Fake News ist mittlerweile viel mehr als ein Begriff für falsche oder irreführende Informationen, die als Nachrichten getarnt und verbreitet werden. Er ist vielmehr ein emotionaler Kampfbegriff geworden, um Journalismus zu untergraben und zu diskreditieren. Aus diesem Grund bevorzugen wir die Ausdrücke Falschinformation, Desinformation und Information Disorder, wie sie Wardle und Derakshan vorgeschlagen haben²⁰, ohne ihre Verwendung vorzuschreiben^{21 22}.

Gemeinsame Erklärung zu Meinungsfreiheit und Fake News, Desinformation und Propaganda

Dieses Handbuch entstand im Kontext wachsender internationaler Sorge um einen Desinformationskrieg, in dem Journalismus und Journalisten primäre Ziele sind. Als die UNESCO dieses Projekt Anfang 2017 in Auftrag gegeben hat, veröffentlichten der UN-Sonderberichterstatter zur Meinungs- und Redefreiheit, der OSZE-Beauftragte für Presesefreiheit, der Sonderbeauftragte für Meinungsfreiheit der Vereinigung Amerikanischer Staaten (OAS) sowie der Sonderbeauftragte für Meinungsfreiheit und Informationszugang der Afrikanischen Kommission für Menschenrechte und der Rechte der Völker (ACHPR) eine gemeinsame Erklärung. Darin zeigten sie sich besorgt angesichts der Verbreitung von

¹⁹ Alice Matthews von ABC Australia und Tom Law vom Ethical Journalism Network haben Forschung, Ideen und Ressourcen beigetragen, die in dieser Einführung widergespiegelt werden.

²⁰ Modul 2.

²¹ Das Argument gegen die Verwendung des Begriffs Fake News ist von vielen Schreibern und Journalisten gemacht worden, siehe z. B. Basson, A. (2016) If it's Fake, it's not News. <https://www.news24.com/Columnists/AdriaanBasson/lets-stop-talking-about-fake-news-20170706> [Zugriff am 12.06.2018].

²² Wardle, C et al. (2018). Information Disorder: The Wssential Glossary. Shorenstein Center, Harvard University. https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder_glossary.pdf?x25702 [Zugriff am 21.07.2018].

Desinformation und Propaganda sowie Angriffen auf Nachrichtenmedien. Die (Sonder)beauftragten und Repräsentanten stellten speziell die Folgen für Journalisten und Journalismus heraus:

„Wir sind alarmiert angesichts der Fälle, in denen öffentliche Hoheitsträger Medien verunglimpfen, einschüchtern und bedrohen. Dazu gehören Aussagen, denen zufolge die Medien ‚die Opposition‘ seien oder ‚lügen‘ und eine verborgene politische Agenda verfolgen würden. Das erhöht das Risiko von Drohungen und Gewalt gegen Journalisten, untergräbt das öffentliche Vertrauen und die Zuversicht in Journalismus als öffentlichen Wächter und kann die Öffentlichkeit in die Irre führen, indem die Grenzen verwischt werden zwischen Desinformationen und Medienprodukten, die unabhängige, überprüfbare Fakten enthalten.“²³

Desinformation ist ein alter Hut, angeheizt von neuer Technologie

Die Mobilisierung und Manipulation von Informationen war schon Teil der Menschheitsgeschichte, bevor im modernen Journalismus Standards eingeführt wurden, die Nachrichten als Genre mit spezifischen Integritätsregeln definieren. Eine historische Aufzeichnung stammt aus dem antiken Rom²⁴, als Marcus Antonius Kleopatra traf und sein politischer Rivale Gaius Octavius eine Diffamierungskampagne gegen ihn begann mit „kurzen, spitzen Slogans im Stil archaischer Tweets, die auf Münzen geschrieben waren“²⁵. Der Täter wurde später der erste römische Kaiser und „mit gefälschten Nachrichten schaffte es Octavius, das republikanische System endgültig auszuhebeln“²⁶.

Das 21. Jahrhundert hat jedoch eine Instrumentalisierung von Informationen auf einer nie dagewesenen Ebene erlebt. Mächtige neue Technologien erleichtern die Manipulation und Fabrikation von Inhalten. Soziale Netzwerke führen zu einer dramatischen Vermehrung von Unwahrheiten, die von Staaten, populistischen Politikern und unehrlichen Wirtschaftsunternehmen verbreitet und von der unkritischen Öffentlichkeit geteilt werden. Die Plattformen sind fruchtbare Boden für Computerpropaganda²⁷, Trolling²⁸ und Trollarmeen²⁹,

²³ UN/OSCE/OAS/ACHPR (2017). Joint Declaration on Freedom of Expression and “Fake News”, Disinformation, Propagand. <https://www.osce.org/fom/302796?download=true> [Zugriff am 29.03.2017]. Siehe auch: Kaye, D. (2017) Statement to the UN General Assembly on October 24th, 2017:

<https://www.ohchr.org/en/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=22300&LangID=E> [Zugriff am 20.08.2018].

²⁴ Siehe den Zeitstrahl ausgewählter Fälle von Information Disorder – von der Ära Kleopatras bis zur Gegenwart – in einem Ratgeber des International Center for Journalists (ICFJ) Posetti, J. & Matthews, A. (2018): <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module> [Zugriff am 23.07.2018].

²⁵ Kaminska, I. (2017). A Lesson in Fake News from the Info-wars of Ancient Rome. Financial Times. <https://www.ft.com/content/aaf2bb08-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6> [Zugriff am 28.03.2018].

²⁶ ebd

²⁷ Siehe: Das “Computational Propaganda Project” des Oxford Internet Institute: <http://comprop.ox.ac.uk/> [Zugriff am 20.07.2018].

²⁸ Siehe Modul 7 dieses Handbuchs für eine Fallstudie, die diese Gefahren aufzeigt.

²⁹ Rappler.com (2018) Fake News in the Philippines: Dissecting the Propaganda Machine <https://www.rappler.com/newsbreak/rich-media/199895-fake-news-documentary-philippines-propaganda-machine> [Zugriff am 20.07.2018].

sogenannte Handpuppen-Netzwerke³⁰ und Spoofing³¹. Des Weiteren gibt es mittlerweile profitorientierte Troll-Farmen³². Auch wenn die Zeiten und Technologien andere sind, so gewährt uns die Geschichte dennoch Einsichten in die Ursachen und Folgen der gegenwärtigen Information Disorder, die dieses Handbuch thematisiert. Um eine differenzierte Berichterstattung dieser Krise zu gewährleisten, sind Journalisten, Journalistentrainer und -ausbilder wie auch deren Studierenden dazu ermutigt, Desinformation, Propaganda, Fälschungen und Satire als historische Aspekte der Kommunikationslandschaft zu begreifen.³³

Die Entwicklung journalistischer Strategien zur Desinformationsbekämpfung sollte in dem Wissen erfolgen, dass es Manipulation von Informationen schon seit Jahrtausenden gegeben hat, während die Evolution des professionellen Journalismus im Vergleich noch nicht lange zurückliegt³⁴. Während Journalismus eine normative Rolle in modernen Gesellschaften übernahm, konnten Nachrichtenmedien meist abseits von Fabrikationen und versteckten Attacken agieren. Sie waren abgesichert durch einen Journalismus, der professionelle Standards der Wahrheitsfindung, Methoden der Verifikation sowie eine Ethik öffentlichen Interesses anstrebt. Journalismus hat selbst viele Phasen durchlaufen, um sich von der Masse abzugrenzen. Heutzutage existiert eine Vielzahl von Journalismusformen. Doch trotz ihrer Vielfalt sind die verschiedenen Nachrichtennarrative als Mitglieder ein und derselben Familie moralgetriebener Kommunikationspraktiken identifizierbar. Sie versuchen, redaktionell unabhängig von politischen und kommerziellen Interessen zu bleiben. Vor der Entwicklung solcher Standards gab es jedoch wenige Regeln zur Integrität von massenhaft verbreiteten Informationen.

Die Verbreitung von Gutenbergs Druckpresse ab Mitte des 15. Jahrhunderts war unerlässlich für die Entstehung des professionellen Journalismus. Aber mit der Technologie nahmen auch Propaganda und Fälschungen zu, die mitunter Medienorganisationen als Täter einbezogen³⁵. Der Rundfunk brachte die Möglichkeiten für Propaganda, Fälschungen und Schwindel wiederum auf eine neue Ebene, wie unter anderem das mittlerweile berüchtigte Radio-Drama „War of the Worlds“ von 1938 zeigte.³⁶ Mit der Internationalisierung des Rundfunks ging eine Instrumentalisierung von Informationen jenseits professioneller und

³⁰ Gent, E. (2017). Sock Puppet Accounts Unmasked by the Way they Write and Post. <https://www.newscientist.com/article/2127107-sock-puppet-accounts-unmasked-by-the-way-they-write-and-post/> [Zugriff am 19.07.2018].

³¹ Le Roux, J. (2017). Hidden Hand Drives Social Media Smears. <https://mg.co.za/article/2017-01-27-00-hidden-hand-drives-social-media-smears> [Zugriff am 19.07.2018].

³² Silverman, C. et al. (2018) American Conservatives Played a Role in the Macedonian Fake News Boom of 2016. <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/american-conservatives-fake-news-macedonia-paris-wade-libert> [Zugriff am 20.07.2018].

³³ Posetti, J. and Matthews, A. (2018) A Short Guide to the History of 'Fake News': A Learning Module for Journalists and Journalism Educators. ICFJ <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module> [Zugriff am 23.07.2018].

³⁴ Siehe Modul 3 in diesem Handbuch

³⁵ Siehe beispielsweise was über den ersten großen Zeitungsschwindel – den „Great Moon Hoax“ von 1835 – gesagt wurde. Eine detaillierte Beschreibung findet sich hier: Thornton, B. (2000). The Moon Hoax: Debates About Ethics in 1835 New York Newspapers, *Journal of Mass Media Ethics* 15(2), pp. 89-100.

http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327728JMME1502_3 [Zugriff am 28.03.2018].

³⁶ Schwartz, A. B. (2015). The Infamous 'War of The Worlds' Radio Broadcast Was a Magnificent Fluke, The Smithsonian. <http://www.smithsonianmag.com/history/infamous-war-worlds-radio-broadcast-was-magnificent-fluke-180955180/#h2FAexeJmuCHJfSt.99> [Zugriff am 28.03.2018].

unabhängiger Nachrichtenstandards einher. Jedoch waren frei erfundene Meldungen und direkte Fälschungen generell eher die Ausnahme als die Regel.

Wir können auch viel aus der langen Geschichte von Aprilscherzen lernen, auf die mitunter auch Journalisten hereingefallen sind.³⁷ Sogar heutzutage kommt es oft vor, dass Nachrichtensatire – die eine wichtige Rolle in der Selbstregulierung von Journalismus gespielt hat³⁸ – von Nutzern sozialer Medien missverstanden und wie echte Nachrichten weiterverbreitet wird.^{39 40} In einigen Fällen, die an historische Erscheinungsformen erinnern, gibt es mehrere Schichten vorgeblich satirischer Seiten als Teil eines größeren Netzwerks, die darauf angelegt sind, Profit mithilfe leichtgläubiger, klickender und teilender Konsumenten zu generieren. Das betrifft nicht nur betrügerische Inhalte, sondern auch die Glaubwürdigkeit von Nachrichten.⁴¹ Umso mehr müssen sich Journalisten bemühen, dass ihre Berichterstattung von vornherein akkurat ist. Es ist auch ein starkes Argument dafür, dass Gesellschaften die Medien- und Informationskompetenz der Rezipienten fördern sollten⁴², damit Menschen ein klares und kritisches Bewusstsein für Darstellungsformen und Standards in Nachrichtenmedien, Werbung, Unterhaltung und sozialen Medien bekommen.

Die Geschichte lehrt uns auch, dass die Mächte hinter Desinformationen nicht unbedingt davon ausgehen, Journalisten und eine breite Öffentlichkeit von ihren falschen Behauptungen überzeugen zu können. Vielmehr wollen sie Zweifel gegenüber überprüfbaren Informationen von professionellen Nachrichtenproduzenten streuen. In diesem Verwirrspiel halten sich viele Nachrichtennutzer zunehmend dazu berechtigt, ihre eigenen „Fakten“ zu schaffen und das zum Teil mit der Hilfe von Politikern, die sich legitimer Kritik entziehen wollen.

Springen wir in das Jahr 2018: Leistungsstarke Technologien breiten sich rasant aus. Gleichzeitig haben soziale Medien und Kommunikationsplattformen nur geringe Standards der Qualitätskontrolle, um die Authentizität von Nachrichten zu überprüfen. Diese Kombination macht es relativ einfach, legitime Nachrichtenmarken zu imitieren und Fälschungen wie das Original aussehen zu lassen. Es wird auch zunehmend möglich, Ton- und Bildaufnahmen jenseits legitimer Nachrichtenredaktion zu bearbeiten und den Anschein zu erwecken, dass Personen etwas gesagt oder getan hätten. Die Bearbeitungen erscheinen als authentische Aufnahmen⁴³ und lassen sich im sozialen Kommunikationsumfeld viral verbreiten.

³⁷ Laskowski, A. (2009). How a BU Prof April-Fooled the Country: When the joke was on the Associated Press, BU Today. <https://www.bu.edu/today/2009/how-a-bu-prof-april-fooled-the-country/> [Zugriff am 01.04.2018].

³⁸ Baym, G (2006) The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism. In Political Communication, 22(3), S. 259-276. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600591006492> [Zugriff am 20.07.2018].

³⁹ Woolf, N. (2016) As Fake News Takes Over Facebook Feeds, many Are Taking Satire as Fact, The Guardian. <https://www.theguardian.com/media/2016/nov/17/facebook-fake-news-satire> [Zugriff am 01.04.2018].

⁴⁰ Abad-Santos, A. (2012). The Onion Convinces Actual Chinese Communists that Kim Jong-Un is Actually the Sexiest Man Alive, The Atlantic. <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/11/onion-convinces-actual-chinese-communists-kim-jong-un-actually-sexiest-man-alive/321126/> [Zugriff am 28.03.2018].

⁴¹ Siehe Modul 3 in diesem Handbuch für eine weiterführende Beschäftigung mit diesem Thema.

⁴² Siehe Modul 4.

⁴³ Solon, O (2017). The Future of Fake News: Don't Believe Everything you See, Hear or Read, The Guardian: <https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/26/fake-news-obama-video-trump-face2face-doctored-content> [Zugriff am 20.07.2018].

Heutzutage werden soziale Medien durch vielfältige Inhalte getrieben – private ebenso wie politische. Viele dieser Fälle sind offen oder verdeckt von Regierungen produziert oder das Ergebnis professioneller Öffentlichkeitsarbeit im Dienst politischer oder kommerzieller Akteure. Unzählige Blogger, Instagram-Influencer und YouTube-Stars preisen Produkte oder Politiker an, ohne finanzielle Zuwendungen offenzulegen. Oftmals unter falschem Namen agierende Meinungsmacher erhalten verdeckte Zahlungen, um in Online-Foren Sachverhalte und Personen zu unterstützen, zu diskreditieren oder einzuschüchtern. In diesem Spannungsfeld verliert Journalismus an Boden. Er ist nicht mehr nur das Ziel berechtigter Kritik, sondern zunehmend auch das Ziel existentieller Angriffe.

Nunmehr besteht die Gefahr, dass wir es mit einer Art Rüstungswettlauf nationaler und internationaler Desinformationskampagnen durch parteiische „Nachrichten“-Organisationen und soziale Medienkanäle zu tun bekommen, der das Informationsgefüge für alle Seiten vergiftet und sich letztlich auch an den Initiatoren rächen wird⁴⁴. Wo Desinformationen enthüllt worden sind, haben die involvierten Akteure immensen Schaden davongetragen – sowohl ausführende Firmen wie auch deren politische Kunden. Als Beispiele seien hier die jüngsten Fälle von Bell- Pottinger^{45 46 47 48} und Cambridge Analytica^{49 50} genannt.

Im Kontext von Polarisierung droht digital getriebene Desinformation den Journalismus in den Schatten zu stellen. Diese Gefahr betrifft auch Journalismus, der auf überprüfbaren Informationen basiert und im öffentlichen Interesse agiert. Er ist eine jüngere geschichtliche Errungenschaft, die keineswegs garantiert ist. Wenn sich Journalismus nicht gegen Manipulation wappnet, kann er diskreditiert werden; wenn er Desinformationen verbreitet, verliert er das Vertrauen der Öffentlichkeit. Diese Fehlschritte bestätigen zynische Ansichten, die keinen Unterschied zwischen unterschiedlichen journalistischen Narrativen einerseits und Desinformationen andererseits anerkennen. Aus diesem Grund ist die Geschichte rund um die umkämpfte Nutzung von Inhalten sowie deren verschiedene Ausprägungen so aufschlussreich. Das Verständnis für die facettenreiche Entwicklung der Information Disorder des 21. Jahrhunderts ist hilfreich, um die Ursachen und Folgen einer beispiellosen globalen Gefahr besser zu verstehen. Die Bedrohung reicht von Belästigungen von Journalisten durch

⁴⁴ Winseck, D (2008). Information Operations ‘Blowback’: Communication, Propaganda and Surveillance in the Global War on Terrorism. *International Communication Gazette* 70(6), 419-441.

⁴⁵ The African Network of Centers for Investigative Journalism, (2017). The Guptas, Bell Pottinger and the Fake News Propaganda Machine, TimeLive. <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/> [Zugriff am 29.03.2018].

⁴⁶ Cameron, J. (2017). Dummy’s Guide: Bell Pottinger – Gupta London Agency, Creator of WMC, BizNews <https://www.biznews.com/global-citizen/2017/08/07/dummys-guide-bell-pottinger-gupta-wmc> [Zugriff am 29.03.2018] und Segal, D. (2018). How Bell Pottinger, P.R. Firm for Despots and Rogues, Met Its End in South Africa. *New York Times*, 4. Februar 2018. <https://www.nytimes.com/2018/02/04/business/bell-pottinger-guptas-zuma-south-africa.html> [Zugriff am 29.03.2018].

⁴⁷ Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta Fake News Factory and me. *HuffPost South Africa*. [online] https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [Zugriff am 06.04.2018].

⁴⁸ Siehe Modul 7.

⁴⁹ Lee, G. (2018). Q&A on Cambridge Analytica: The Allegations so far, Explained, FactCheck, Channel 4 News. <https://www.channel4.com/news/factcheck/cambridge-analytica-the-allegations-so-far> [Zugriff am 29.03.2018].

⁵⁰ Cassidy, J. (2018). Cambridge Analytica Whistleblower Claims that Cheating Swung the Brexit Vote, *The New Yorker*. <https://www.newyorker.com/news/our-columnists/a-cambridge-analytica-whistleblower-claims-that-cheating-swung-the-brexit-vote> [Zugriff am 29.03.2018].

staatlich abgesegnete Troll-Armeen über Wahlmanipulation und Schäden für die öffentliche Gesundheit bis hin zur Ignoranz der Risiken des Klimawandels.

Ein Handbuch zur Bekämpfung der Desinformationskrise

Als Curriculum gliedert sich dieses Handbuch in zwei Teile: Die ersten drei Module umreißen das Problem und erklären den Kontext; die folgenden vier Module fokussieren sich auf Reaktionen auf die Information Disorder und deren Folgen.

Modul 1 *Wahrheit, Vertrauen und Journalismus*: Warum es wichtig ist⁵¹ soll zum Nachdenken anregen über die weitreichende Bedeutung und die Folgen von Desinformationen und Falschinformationen sowie deren Einfluss auf die Vertrauenskrise im Journalismus. Das zweite Modul *Die Information Disorder verstehen: Arten von Falsch- und Desinformationen*⁵² entflechtet das Problem und entwirft ein Rahmenkonzept, mit dem sich die Dimensionen des Problems erfassen lassen.

Das Vertrauen in Medien war im 21. Jahrhundert in den meisten Teilen der Welt schon rückläufig, bevor die sozialen Medien die Nachrichtenarena betrat und für jedermann Räume und Werkzeuge zum Teilen von Informationen bereitstellten⁵³. Die Gründe sind vielfältig und komplex. Die rund um die Uhr verfügbare Online-Welt mit ihrem unstillbaren Verlangen nach Nachrichten in einer Zeit von Kürzungen in den Redaktionen hat den Journalismus als solchen verändert, wie Modul 3 *Die Transformation der Nachrichtenindustrie: Digital Technologien, soziale Plattformen und die Verbreitung von Falsch- und Desinformationen*⁵⁴ beschreibt. Mittlerweile ist es das pure Ausmaß, Unternehmertum sowie die Reichweite online geteilter betrügerischer Nachrichten, die dem Journalismus eine neue Krise beschert haben – mit Folgen für Journalisten, Medien und Gesellschaft.⁵⁵

Wie sollen also diejenigen, die den Journalismus fördern – darunter Lehrende, Praktizierende und Medienpolitiker – darauf reagieren? *Des- und Falschinformationen durch Medien- und Informationskompetenz bekämpfen*⁵⁶ ist das Thema von Modul 4. Letztendlich unterscheidet das Prinzip der Verifizierung den professionellen Journalismus vom Rest⁵⁷. Dies ist der Schwerpunkt von Modul 5 *Faktencheck: Eine Einführung*⁵⁸. Modul 6 *Überprüfung sozialer Medien: Quellen und visuelle Inhalte bewerten*⁵⁹ ist äußerst praxisorientiert und beschäftigt sich mit den durch digitale Technologien und soziale Medien aufgeworfenen Herausforderungen für Verifizierung und evidenzbasierten Journalismus.

⁵¹ Siehe Modul 1.

⁵² Siehe Modul 2.

⁵³ Edelman. (2017). 2017 Edelman Trust Barometer – Global Results. <https://www.edelman.com/global-results/> [Zugriff am 03.04.2018].

⁵⁴ Siehe Modul 3

⁵⁵ Viner, K. (2017). A Mission for Journalism in a Time of Crisis. [online] The Guardian.

<https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [Zugriff am 03.04.2018].

⁵⁶ Siehe Modul 4.

⁵⁷ Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. New York: Crown Publishers

⁵⁸ Siehe Modul 5.

⁵⁹ Siehe Modul 6.

Indem es allen Nutzern die Möglichkeit gibt, aktiver Teil des Nachrichtenprozesses zu sein, bedeutete das Social Web das Ende zentralisierter Gatekeeper⁶⁰. Journalismus spürt die Folgen, aber wie mit allen von Technologie getriebenen Umbrüchen braucht es Zeit, um Maßnahmen zu bewerten, einzuschätzen und zu erarbeiten. Unvermeidlich braucht es Zeit, um den Rückstand aufzuholen und wissenschaftliche Befunde sowie konkrete Handlungsoptionen bereitzustellen.

Desinformationen sind ein wahrhaft weltweites Problem, das sich auch jenseits der politischen Sphäre auf alle Aspekte von Informationen auswirkt – seien es Klimawandel, Entertainment oder andere Themen. Bislang stammen die meisten dokumentierten Fallstudien, Reaktionen und anfänglichen Finanzierungen für Forschung und Gegenmaßnahmen aus den USA. Dort sind die globalen Technologie-Giganten beheimatet und die Vorwürfe von US-Präsident Donald Trump, Medien und Journalisten seien Verfechter von Fake News, sorgten für Reaktionen und finanzielle Förderung.

Die weltweite Lage entwickelt sich täglich weiter, insbesondere durch die Reaktionen einzelner Staaten. Viele ziehen Regulierung und Gesetzgebung in Erwägung, um das Problem anzugehen. Die Technologie-Giganten haben ebenfalls ihre Anstrengungen intensiviert, Desinformationen und Falschinformationen von ihren Plattformen zu verbannen.

Während diese Publikation erarbeitet wurde, erstellte die Europäische Kommission einen Bericht⁶¹ auf Basis einer Studie⁶². Er war motiviert durch die Sorge, dass Desinformationen und Falschinformationen der gesamten Gesellschaft schaden.⁶³ Politiker und öffentliche Einrichtungen in Ländern wie Österreich, den Philippinen, Kanada, Frankreich, dem Vereinigten Königreich, Brasilien, Indien und Indonesien haben Maßnahmen überprüft.⁶⁴ Deutschland war Vorreiter mit einem Gesetz, das empfindliche Geldstrafen für digitale Plattformen fordert, wenn diese nicht binnen 24 Stunden nach Meldung illegale Inhalte entfernen; dazu gehören auch Fake News und Volksverhetzung.⁶⁵ Das malaysische Parlament verabschiedete ebenfalls ein Anti-Fake-News-Gesetz im April 2018, hob es jedoch im August des gleichen Jahres wieder auf.⁶⁶ Poynter hat eine aktuelle Liste von staatlichen Maßnahmen zusammengestellt.⁶⁷

⁶⁰ Colón, A. (2017). You Are the New Gatekeeper of the News. [online] The Conversation.

<https://theconversation.com/you-are-the-new-gatekeeper-of-the-news-71862> [Zugriff am 03.04.2018].

⁶¹ European Commission (2018). Final Report of the High-Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation. http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271 [Zugriff am 03.04.2018].

⁶² European Commission (2017). Next Steps Against Fake News: Commission Sets up High-Level Expert Group and Launches Public Consultation. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [Zugriff am 03.04.2018].

⁶³ Ansip, A. (2017). Hate Speech, Populism and Fake News on Social media – Towards an EU Response. https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2012-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism_en [Zugriff am 03.04.2018].

⁶⁴ Malloy, D. (2017). How the World's Governments Are Fighting Fake News. [online] ozy.com. <http://www.ozy.com/politics-and-power/how-the-worlds-governments-are-fighting-fake-news/80671> [Zugriff am 03.04.2018].

⁶⁵ Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. (2017). Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken (Netzwerkdurchsetzungsgesetz – NetzDG). [online].

https://www.bmjjv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/BGBI_NetzDG.html [Zugriff am 03.04.2018].

⁶⁶ Malaysia Scraps 'Fake News' Law Used to Stifle Free Speech. The Guardian.

<https://www.theguardian.com/world/2018/aug/17/malaysia-scraps-fake-news-law-used-to-stifle-free-speech> [Zugriff am 18.08.2018].

49 Funke, D. (2018). A Guide to Anti-Misinformation Actions Around the World. Poynter.

<https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world> [Zugriff am 13.07.2018].

⁶⁷ Funke, D. (2018). A Guide to Anti-Misinformation Actions Around the World. Poynter.

Verfechter des Rechts auf Meinungsfreiheit befürchten, dass die Gesetzgebung genau der Demokratisierung von Informationen und Meinungen schaden wird, welche neue Technologien erst ermöglicht haben. In einigen Ländern könnte die Gesetzgebung dazu genutzt werden, kritische Medien mundtot zu machen.⁶⁸

Für viele Journalisten, die fest an Meinungsfreiheit glauben und sich seit Langem als essenzielle Stützen in demokratischen Gesellschaften verstanden haben⁶⁹ ist der Umgang mit der Information Disorder ein komplexes Thema. Es ist auch ein persönliches Thema: Online-Angriffe auf Journalisten, insbesondere auf Frauen, sind alltäglich. In vielen Fällen stellen sie eine körperliche wie psychologische Gefahr dar und wirken abschreckend, wie Modul 7 *Online-Missbrauch bekämpfen: Wenn Journalisten und ihre Quellen attackiert werden*⁷⁰ erläutert.

Des- und Falschinformationen gefährden nicht nur die Reputation und Sicherheit von Journalisten. Sie stellen auch deren Zweck und Leistungsfähigkeit in Frage und bewirken eine weitere Degradierung des Journalismus zum Nachteil des bürgerlichen Diskurses. Es ist im Interesse aller zukünftigen Journalisten und der gesamten Gesellschaft, Maßstäbe und soziale Relevanz von Journalismus zu verbessern. Dieses Handbuch soll Forschende, Studierende und Praktiker gleichermaßen zum Nachdenken und Debattieren darüber anregen, wie Journalismus in diesem neuen Kontext offenen Gesellschaften und Demokratien besser dienen kann. Denn:

*„Eine funktionierende Presse und Demokratie benötigen Kritik, Transparenz und Konsequenzen für journalistische Fehler. Sie erfordern es auch, dass wir in der Lage sind, sie kollektiv von Lügen und Täuschungen zu unterscheiden. Andernfalls ... werden echte Informationen als Fälschung bezeichnet und fabrizierter (Müll) als Fakten präsentiert.“*

– Craig Silverman⁷¹

Eine Anmerkung zu Ethik und Selbstregulierung

Professionelle Standards für ethischen und verantwortungsbewussten Journalismus sind ein wichtiges Bollwerk gegen Des- und Falschinformationen. Normen und Werte haben sich über Jahre hinweg zu journalistischen Richtlinien entwickelt und geben dem Journalismus seine besondere Mission und Modus Operandi. Diese wiederum garantieren überprüfbare Informationen und informierte Kommentare im öffentlichen Interesse. Es sind diese Faktoren,

<https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world> [Zugriff am 13.07.2018].

⁶⁸ Nossel, S. (2017). FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth. [ebook] PEN America. https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [Zugriff am 03.04.2018].

⁶⁹ McNair, B. (2009). Journalism and Democracy. In: K. Wahl-Jorgensen and T. Hanitzsch, Hrsg., *Handbook of Journalism Studies*, 6. Edition. [online] New York: Routledge

⁷⁰ Siehe Modul 7.

⁷¹ Silverman, C. (2018). *I Helped Popularize the Term ‘Fake News’ And Now I Cringe Every Time I Hear It*. BuzzFeed. <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/i-helped-popularize-the-term-fake-news-and-now-i-cringe> [Zugriff am 03.04.2018].

die die Glaubwürdigkeit des Journalismus untermauern. Daher sind sie auch in dieses Handbuch integriert.

In diesem Kontext lohnt es sich, Professor Charlie Beckett von der London School of Economics bezüglich seiner Schlussfolgerung zum potenziellen Mehrwert der Fake-News-Krise für den Journalismus zu zitieren:

„Fake News sind das Beste, was seit Jahrzehnten passiert ist. So hat Qualitätsjournalismus die Gelegenheit zu zeigen, dass er basierend auf Fachwissen, Ethik, Engagement und Erfahrung wertvoll ist. Es ist ein Weckruf, transparenter und relevanter zu werden und den Menschen Mehrwert für ihr Leben zu bieten. Neue Geschäftsmodelle können sich entwickeln, die Fakten prüfen, Mythen sprengen und sich ganz grundsätzlich als bessere Alternative zu Täuschungen positionieren.“⁷²

Obwohl sie danach streben, die Wahrheit zu vermitteln, können Journalisten diese nicht immer garantieren. Nichtsdestotrotz sind es die Kardinalsprinzipien des Journalismus, sich um Wahrhaftigkeit zu bemühen und Fakten akkurat wiederzugeben. Aber wie sieht ethischer Journalismus im digitalen Zeitalter aus?

Ethischer Journalismus, der Transparenz und Rechtschaffenheit wertschätzt, ist zentral im Kampf für Fakten und Wahrheit im Zeitalter der Information Disorder. Nachrichten produzierende Journalisten müssen unabhängige Stimmen sein und dürfen ihr Handeln weder formell noch informell subjektiven Interessen unterstellen. Im Sinne von Transparenz müssen sie mögliche Interessenkonflikte offenlegen. Professor Emily Bell vom Tow Center für Digital Journalism an der Columbia University erklärt zentrale professionelle Normen im Journalismus:

„Sicherzustellen, dass Nachrichten akkurat sind, Verantwortung zu übernehmen, wenn sie nicht akkurat sind, Quellen von Storys und Informationen transparent machen, sich gegenüber Regierungen, Interessengruppen, kommerziellen Interessen und der Polizei zu behaupten, wenn diese dich einschüchtern, bedrohen oder zensieren. Deine Quellen vor Verhaftung und Offenlegung schützen. Zu wissen, wenn das öffentliche Interesse wichtig genug ist, um das Gesetz zu brechen und bereit zu sein, ins Gefängnis zu kommen, um deine Recherche und deine Quellen zu schützen. Zu wissen, wann es unethisch ist, eine Story zu publizieren. Das persönliche Recht auf Privatsphäre mit dem breiteren Recht des öffentlichen Interesses abzuwägen.“⁷³

⁷² Beckett, C. (2017). 'Fake News': The Best Thing that's Happened to Journalism.

<http://blogs.lse.ac.uk/polis/2017/03/11/fake-news-the-best-thing-thats-happened-to-journalism/> [Zugriff am 04.03.2018].

⁷³ Bell, E. (2015). Hugh Cudlipp Lecture (Full text), The Guardian.

<https://www.theguardian.com/media/2015/jan/28/emily-bells-2015-hugh-cudlipp-lecture-full-text> [Zugriff am 01.04.2018].

Angesichts skrupelloser Politik, der Information Disorder, Hass im Netz, der Ausuferung von Content Marketing, Werbung und dem selbstdienlichen Spin von Öffentlichkeitsarbeit sollten Nachrichtenorganisationen und Journalisten nach wie vor ethischen Journalismus als zentrale Säule eines nachhaltigen Praxismodells würdigen – auch wenn sie Finanz- und Vertrauenskrisen durchstehen müssen. Demokratien sollten Journalismus ebenfalls verteidigen und Journalisten sowie dessen Quellen schützen, wenn es im öffentlichen Interesse ist. Ethikkodizes⁷⁴ unterstützen die Informationsbeschaffung und -verifizierung im öffentlichen Interesse. Sie grenzen Journalismus und im Besonderen Nachrichtenjournalismus von anderen Kommunikationsformen ab. Im digitalen Zeitalter ist das umso entscheidender, denn dieses bedingt neben einer Demokratisierung von Kommunikation einen konstanten Strom an Desinformationen, Falschinformationen, Fälschungen und Beschimpfungen. In diesem Kontext ist ethischer Journalismus umso wichtiger. Er schafft den Rahmen für Journalismusmodelle, die mit Vertrauen und Verantwortungsbewusstsein enge Beziehungen mit dem Publikum aufbauen.

Vertrauen in akkurate, verantwortungsvolle und unabhängige Berichterstattung ist unerlässlich, um das Publikum für eine gemeinsame faktenbasierte öffentliche Debatte zu gewinnen. Informierte Rezipienten, die sich mit glaubwürdigen Inhalten beschäftigen und diese teilen, sind unentbehrlich als Gegenmittel zu Des- und Falschinformationen. Um diese grundlegenden Werte in einer sich verändernden Medienwelt zu etablieren, übernehmen Nachrichtenredaktionen und Medienorganisationen Verhaltenskodizes und Mechanismen, mit denen die Öffentlichkeit sie in die Verantwortung nehmen kann.

Presseräte, Leserredakteure, Redaktionsrichtlinien und interne Ombudspersonen sind solche Selbstregulierungsmechanismen. Mit ihnen können Fehler professionell durch gegenseitige Begutachtung aufgedeckt, öffentlich anerkannt und richtiggestellt werden. Sie stärken berufliche Normen und Publikationsstandards im Sinne des öffentlichen Interesses. Obwohl Kritiker, die externe Regulierung von Nachrichtenmedien bevorzugen, sie oft als „zahnlose Tiger“ verhöhnen, erfüllen diese Strukturen einen wichtigen Zweck im Zusammenhang mit der Desinformationskrise: Sie stärken professionelle Verantwortung sowie Transparenz und können so das gesellschaftliche Vertrauen in Journalismus festigen. Sie zeigen auch die Alleinstellungsmerkmale von Journalismus auf, der sich um Verifikation bemüht um Richtigkeit und Zuverlässigkeit zu erreichen – der wesentliche Unterschied zu Desinformation, Propaganda, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit.

Vom „Journalisten“ zu Journalismus

Die Zeiten, in denen sich journalistische Ethik nur auf das Kerngeschäft des journalistischen Berufs bezogen hat (wenn auch nicht immer vollauf respektiert), sind Geschichte. Das ist weithin anerkannt, auch von den Vereinten Nationen, wie in einem Bericht des Generalsekretärs im Jahr 2017 zur Sicherheit von Journalisten A/72/290⁷⁵ zu lesen:

⁷⁴ Siehe beispielsweise den „Journalist Code of Ethics“ der Australian Media, Entertainment and Arts Alliance. <https://www.meaa.org/meaa-media/code-of-ethics/> [Zugriff am 04.03.2018].

⁷⁵ <https://digitallibrary.un.org/record/1304392?ln=en> [Zugriff am 16.06.2018].

„Der Begriff ‚Journalist‘ bezeichnet Journalisten und andere Medienschaffende. Journalismus ist im Dokument CCPR/C/GC/34, Absatz 44, definiert als eine Funktion, die von einer Vielzahl von Akteuren geteilt wird. Dazu gehören professionelle hauptberufliche Reporter und Analysten ebenso wie Blogger und Andere, die Eigenveröffentlichung in gedruckter Form, im Internet oder in anderen Formen praktizieren.“⁷⁶

Im gleichen Sinne bezieht sich die UNESCO-Generalkonferenz auf „Journalisten, Medienschaffende und Social-Media-Produzenten, die online wie offline ein signifikantes Maß an Journalismus kreieren“ (Resolution 39, November 2017)⁷⁷. Der Aktionsplan der Vereinten Nationen zur Sicherheit von Journalisten und zur Frage der Straflosigkeit, den der Koordinierungsrat der Leiter der UN-Organisationen 2012 bestätigte, stellt fest: „Der Schutz von Journalisten sollte nicht begrenzt werden auf jene, die formell als Journalisten eingestuft werden, sondern auch Medienschaffende auf Gemeinschaftsebene und Bürgerjournalisten sowie andere, die ihr Publikum über neue Medien erreichen, miteinschließen.“⁷⁸

Journalismus kann damit verstanden werden als eine Tätigkeit, geleitet von moralischen Standards, um überprüfbare Informationen im öffentlichen Interesse zu verbreiten. Wer von sich behauptet, journalistisch tätig zu sein, ist nicht notwendigerweise Journalist im beruflichen Sinne. In einigen Fällen produzieren beruflich tätige Journalisten Inhalte, die dem Anspruch eines akkurate, fairen, professionellen und unabhängigen Journalismus im Interesse der Öffentlichkeit nicht gerecht werden. Was zählt, ist nicht der formale oder beanspruchte Status, sondern vielmehr die Natur des produzierten Inhalts.

Journalismus beruht auf der Ausübung freier Meinungsäußerung, die das Recht jedes Einzelnen ist. Dennoch handelt es sich um eine spezialisierte Tätigkeit, die sich an bestimmte Standards hält; dies unterscheidet sie von anderen Kommunikationsformen wie beispielsweise Poesie, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung oder Desinformationen. Diese Standards sind die Ethik professioneller journalistischer Arbeit.

Ist Transparenz die neue Objektivität?

Objektivität kann viele Dinge bedeuten. Als Gegensatz zu Subjektivität ist sie ein umstrittenes Thema im professionellen Journalismus. Sie kann angestrebt, aber nur selten erreicht werden. Angesichts von Brutalität und Unmenschlichkeit mag sie nicht mal erstrebenswert sein. Beispielsweise würde faire und unabhängige Berichterstattung den Aussagen von verurteilten Kriegsverbrechern nicht die gleiche Glaubwürdigkeit zuschreiben, wie den

⁷⁶ Siehe auch die UN-Dokumente: A/HRC/20/17, Absätze 3-5, A/HRC/20/22 und entspr. 1, Absatz 26, A/HRC/24/23, Absatz 9, A/HRC/27/35, Absatz 9, A/69/268, Absatz 4, und A/HRC/16/44 und entspr. 1, Absatz 47.

⁷⁷ Aufzeichnungen der Generalkonferenz. 39. Session. Paris, 30. Oktober – 14. November 2017.
<http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [Zugriff am 02.07.2018].

⁷⁸ UN Plan of Action on the Safety of Journalists and the Issue of Impunity. 1CI-12/CONF.202/6
https://en.unesco.org/sites/default/files/un-plan-on-safety-journalists_en.pdf [Zugriff am 03.11.2017].

Aussagen von Leuten, die diese Verbrechen überlebt haben. Wobei Letztere ebenfalls auf ihre Wahrhaftigkeit hin untersucht werden müssen. Aber **Fairness, Unabhängigkeit, Genauigkeit, Kontextualität, Transparenz, Schutz vertraulicher Quellen und Scharfsinnigkeit**⁷⁹ in der Berichterstattung schaffen Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Zuversicht.

Im Jahr 2009 verkündete der Harvard-Wissenschaftler Dr. David Weinberger: „Transparenz ist die neue Objektivität.“⁸⁰ In demselben Jahr erklärte der ehemalige Direktor der BBC Global News Division, Richard Sambrook, dass nicht Objektivität, sondern Transparenz Vertrauen im „Zeitalter der neuen Medien“ schafft:

I „Nachrichten müssen heutzutage immer noch akkurat und fair sein. Aber es ist wichtig für Leser, Hörer und Zuschauer, zu sehen, wie Nachrichten produziert werden, woher die Informationen kommen und wie das funktioniert. Das Entstehen der Nachrichten ist genauso wichtig, wie die Verbreitung der Nachrichten selbst.“⁸¹

Abweichungen

Die oben genannten zentralen Komponenten professioneller journalistischer Praxis bedeuten nicht, dass es nur eine Form von Journalismus gibt. Diese Ziele können in verschiedenartigen journalistischen Stilen und Erzählweisen erreicht werden, die jeweils unterschiedliche Narrative verkörpern, basierend auf unterschiedlichen Werten und verschiedenen Ansichten zu Fairness, Kontextualität, Relevanz etc. Beispielsweise haben Medien unterschiedliche Herangehensweisen an eine Nachricht (einige ignorieren sie vielleicht komplett), ohne aber das „Informationsgeschäft“ zu verlassen und sich in den Bereich von Des- und Falschinformation zu begeben (siehe das nächste Kapitel Das Handbuch als Modell-Lehrplan verwenden sowie die Module 1, 2 und 3).

Wenn Inhalte jedoch von den journalistischen Prinzipien an sich abweichen und insbesondere, wenn sie sich dann dennoch als Nachrichten ausgeben, haben wir es nicht länger mit Journalismus zu tun, sondern mit einer bestimmten Form der Desinformation. Dieses Einführungskapitel hat eine Reihe an Fragen hervorgehoben, die durch die Fake-News-Debatte aufgekommen sind, und die für die folgenden Erklärungen, Analysen und Lehrmodule den Kontext geben.

⁷⁹ Siehe die „Grundprinzipien“ im folgenden Kapitel.

⁸⁰ Weinberger, D. (2009). Transparency Is the New Objectivity.

<http://www.hyper.org/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity/> [Zugriff am 28.03.2018].

⁸¹ Bunz, M. (2009). How Social Networking Is Changing Journalism.

<https://www.theguardian.com/media/pda/2009/sep/18/oxford-social-media-convention-2009-journalism-blogs> [Zugriff am 28.03.2018].

NUTZUNG DES HANDBUCHS ALS LEHRPLAN-MODELL

Julie Posetti

Dieser Kurs nutzt ein heuristisches pädagogisches Modell⁸², was bedeutet, dass die Nutzer dazu angehalten sind, ihre eigenen Erfahrungen in den Prozess einzubringen. Die Lektionen sind nicht dazu gedacht, zwingend zu sein; stattdessen können und sollten sie so angepasst werden, dass sie für den jeweiligen nationalen, kulturellen, institutionellen und industriellen Kontext der Lehre und des Studiums geeignet sind. Trotz der Bemühung, die Lektionen angemessen global zu gestalten, gibt es unvermeidbare Einschränkungen. Die Autoren ermutigen Lehrer, Ausbilder und Teilnehmer nachdrücklich, die gebotenen Fallstudien, Beispiele und Quellen mit ihren eigenen Erfahrungen aus ihren jeweiligen Regionen und Sprachen zu ergänzen.

Es gibt folgende Möglichkeiten für die Nutzung dieses Handbuchs:

- Als umfassender Kurs oder Studienfach innerhalb eines bestehenden Programms in Journalismus, Kommunikation, digitale Medien oder Medienwissenschaften in der Hochschulbildung. Er kann auch als optionaler Kurs in Politik- oder Soziologiestudiengängen angeboten werden, die sich mit Medien- und Kommunikationsthemen beschäftigen.
- Als Ressource zur Ergänzung eines existierenden Kurses/Fachs (z. B. Mediengeschichte, Medienethik, Nachrichtenbeschaffung & -Verifikation, digitale Medienpraxis, Sozialjournalismus). Viele der präsentierten Fallstudien, Vorlesungsmaterialien und empfohlenen Texte können in bestehende Kurse und Fächer eingebunden werden, um deren Inhalt angesichts der sich schnell weiterentwickelnden Desinformationskrise zu aktualisieren.
- Als eigenständige Themen oder umfassender Kurs für Journalisten, Menschenrechtsvertreter und andere Journalisten von Nachrichtenorganisation, gewerblichen Verbänden oder Agenturen für Medienentwicklung.
- Als Übungshandbuch: Journalismuslehrende können die Module für ihre eigenen Zwecke anpassen, indem sie empfohlene Literatur und Fallstudien in ihre spezifischen Materialien einarbeiten, die auf bestimmte Gruppen von Journalisten zugeschnitten sind.
- Als Inspirationsquelle für eine Reihe von Blogposts von gewerblichen Organisationen, Medien oder Agenturen für Medienentwicklung als Teil des Wissensaustauschs.
- Als intellektuelle Bereicherung und berufliche Weiterbildung für erfahrene Journalisten. Beispielsweise können viele der besprochenen Techniken mittels

⁸² Banda, F. (Hrsg.) (2015). Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi (UNESCO, Paris <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf>) [Zugriff am 28.03.2018].

selbstbes stimmten Lernens Anwendung in der Berichterstattung finden. Einige Fallstudien können auch als Inspiration für anspruchsvolle Berichterstattung dienen, so dass lokale Themenideen mit komplexeren kontextuellen Grundlagen verfolgt werden (so könnte eine Geschichte zu Lokaljournalisten, die einer Täuschung aufgesessen waren im Kontext der internationalen Geschichte von Täuschungen aufbereitet werden und dabei der Schwerpunkt auf jüngste Entwicklungen bei der viralen Verbreitung von Des- und Falschinformationen über soziale Medien gelegt werden).

- Als Grundlage für eine fortlaufende Sammlung von Texten, Ressourcen und Werkzeugen, die parallel zu Forschung und Praxis in diesem sich entwickelnden Bereich wächst.

Grundprinzipien

Die entscheidende Rolle von Journalismus besteht heutzutage in seiner Fähigkeit, zur Klarheit beizutragen und Vertrauen in überprüfbare Inhalte aufzubauen. Diese Rolle wird gestützt durch Prozesstransparenz und die explizite Anwendung ethischer Standards. Die folgenden sieben Prinzipien, die sich in verschiedenem Maße auf Ethik beziehen, sollten die Umsetzung dieses Kurses prägen und Übungen, Diskussionen und Einschätzungen leiten:⁸³

- **Genauigkeit:** Journalisten können nicht immer „Wahrheit“ garantieren, aber Sorgfalt und der korrekte Umgang mit Fakten bleiben die Kardinalsprinzipien von Journalismus.
- **Unabhängigkeit:** Journalisten müssen unabhängige Stimmen sein. Das bedeutet, weder formell noch informell im Sinne spezieller Interessen zu handeln und im Sinne der Transparenz mögliche Interessenkonflikte offenzulegen.
- **Fairness:** Faire Berichterstattung von Informationen, Ereignissen, Quellen und ihren Geschichten beinhaltet, dass Informationen unvoreingenommen und scharfsinnig gesichtet, abgewogen und bewertet werden. Die Einbeziehung von Kontext und Darstellung von konkurrierenden Prinzipien schafft Vertrauen und Zuversicht in die Berichterstattung.
- **Vertraulichkeit:** Grundlegendes Prinzip des investigativen Journalismus ist der Schutz vertraulicher Quellen (mit sehr begrenzten Ausnahmen). Das ist unerlässlich, um das Vertrauen von Informationsquellen zu erhalten (inklusive Whistleblowern) sowie in einigen Fällen die Sicherheit dieser Quellen zu gewährleisten.⁸⁴

⁸³ Hinweis: Fünf dieser sieben Prinzipien stammen von den „Five Core Principles of Journalism“ des Ethical Journalism Network. <http://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism> [Zugriff am 22.04.2018]. Jedoch wird hier der Begriff „Fairness“ dem der „Unparteilichkeit“ vorgezogen, da Unparteilichkeit oftmals mit Objektivität vermischt und so missverstanden wird, als sei es erforderlich, alle Quellen und Fakten gleichrangig zu behandeln. Dies ist aus den gleichen Gründen ein problematisches Konzept, weswegen „Objektivität“ heutzutage im Journalismus eine umstrittene Idee ist.

⁸⁴ Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age (UNESCO). <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [Zugriff am 28.03.2018].

- **Menschlichkeit:** Was Journalisten publizieren oder verbreiten, kann notwendigerweise verletzend sein (beispielsweise die Demütigung, die ein korrupter Politiker erfährt, wenn er durch guten investigativen Journalismus entlarvt worden ist). Jedoch muss die Auswirkung von Journalismus auf das Leben anderer berücksichtigt werden. Das Interesse der Öffentlichkeit ist hier das leitende Prinzip.⁸⁵ Menschlichkeit bedeutet auch, die Probleme benachteiligter Gruppen in Betracht zu ziehen, selbst wenn man nicht unbedingt so weit gehen sollte, beharrlich auf soziale Gerechtigkeit ausgerichteten Journalismus zu betreiben.
- **Verantwortlichkeit** ist ein sicheres Anzeichen für Professionalität und ethischen Journalismus⁸⁶. Fehler schnell, deutlich und aufrichtig zu korrigieren, auf Sorgen des Publikums zu hören⁸⁷ und einzugehen: Derartige Praktiken formulieren Medienhäuser und Selbstregulierungsinstanzen in ihren Handlungsempfehlungen und ziehen Journalismus auf Basis freiwilliger professioneller Verhaltensgrundsätze zur Rechenschaft.
- **Praktizierte Transparenz** unterstützt Verantwortungsbewusstsein und hilft bei Aufbau und Erhalt von Vertrauen in Journalismus.⁸⁸

Geht es um die Unabhängigkeit von Journalismus, sind Fragen nach Pressefreiheit und Medienpluralismus von Bedeutung. Vielfalt von Institutionen sowie die Diversität von Mitarbeitern, Quellen und Recherchematerialien sind unentbehrlich, damit Journalismus einen Beitrag für Demokratie und die Zukunftsfähigkeit offener Gesellschaften leistet. Partizipative Medien wie Bürgerradios und soziale Medien spielen ebenfalls eine wichtige Rolle, damit unterrepräsentierte und benachteiligte Gruppen nicht an den Rand der Berichterstattung gedrängt werden. Vielfalt bedeutet auch, die Gültigkeit verschiedener Narrative innerhalb der ethischen journalistischen Standards anzuerkennen und gleichzeitig Desinformationen, Propaganda und andere Inhalte, die diese Standards missachten, als solche zu identifizieren.

Zu bedenkende Fragen

Es ist hilfreich, Diskussionen über ethische journalistische Arbeit in einer Welt voller Desinformationen, Falschinformationen und Propaganda mit folgenden Fragen zu beginnen:

- Was genau ist Journalismus im digitalen Zeitalter? (Die Frage lenkt die Diskussion von der Frage „Wer ist ein Journalist?“ in Richtung eines differenzierteren Verständnisses von zeitgenössischem Journalismus.)

⁸⁵ Für ein neues moralisches Modell, das Empathie im digitalen Zeitalter betont, siehe: Shelton, A. G., Pearson, M. & Sugath, S. (2017) *Mindful Journalism and News Ethics in the Digital Era: A Buddhist Approach*. Routledge, London. <https://www.crcpress.com/Mindful-Journalism-and-News-Ethics-in-the-Digital-Era-A-Buddhist-Approach/Gunaratne-Pearson-Senarath/p/book/9781138306066> [Zugriff am 01.04.2018].

⁸⁶ Siehe: <http://ethicaljournalismnetwork.org/what-we-do/accountable-journalism> [Zugriff am 22.04.2018].

⁸⁷ Locker, K. & Kang, A. (2018). Focused Listening Can Help Address Journalism's Trust Problem, American Press Institute. <https://www.americanpressinstitute.org/publications/focused-listening-trust/> [Zugriff am 28.03.2018].

⁸⁸ Aronson-Rath, R. (2017). Transparency Is the Antidote to Fake News. NiemanLab, Dezember 2017. <http://www.niemanlab.org/2017/12/transparency-is-the-antidote-to-fake-news/> [Zugriff am 15.06.2018].

- Was unterscheidet Journalismus von allgemeiner Schaffung und Verbreitung von Inhalten (einschließlich Werbung, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Desinformationen und Falschinformationen), online wie offline?
- Wessen Interessen sollten journalistisch tätige Personen dienen?
- Sollten praktizierende Journalisten für die von ihnen produzierten und publizierten Inhalte zur Rechenschaft gezogen werden können? Falls ja, warum und durch wen? Falls nicht, warum nicht?
- Welche ethischen Verpflichtungen haben Journalisten gegenüber ihren Quellen, Themen und Rezipienten?
- Welche neuen moralischen Dilemmata müssen Journalisten im Zusammenhang mit der Information Disorder in Betracht ziehen?

Bewertungskriterien

Das übergreifende Ziel dieser Publikation ist es, unter Journalismus-Studenten, professionellen Journalisten und allen anderen, die journalistische Handlungen vornehmen, die Fähigkeit zum kritischen Denken zu vertiefen und Abwehrkräfte zu stärken. Standards für Genauigkeit und Verifizierung sowie das Einhalten grundlegender ethischer Werte, wissenschaftlicher Tiefe und kritischer Analyse sind dabei die zentralen Bewertungskriterien.

Empfohlene Bewertungskriterien für theoretische Aufgaben:

- Genauigkeit und Verifizierung (z. B. sind zitierte Quellen korrekt wiedergegeben; wurden angemessene Verifizierungsmethoden benutzt?)
- Intensität der Recherche (z. B. in welchem Maß wurden solide, relevante Daten und Quellen herangezogen, um Argumente und Befunde zu stützen?)
- Qualität der Argumente und der Analyse (wie einzigartig und durchdacht sind die Argumente und die Analysen?)
- Schriftliche Ausdrucksweise (Rechtschreibung, Grammatik, Interpunktions, Aufbau)
- Wie effektiv zeigt der Essay oder Report die Lernergebnisse des Moduls?

Empfohlene Bewertungskriterien für praktische/journalistische Aufgaben:

- Genauigkeit und Verifizierung (z. B. sind die zitierten Quellen korrekt wiedergegeben und angemessen identifiziert worden? Wurden angemessene Verifizierungsmethoden angewendet?)
- Intensität der Recherche (z. B. in welchem Maß wurden solide, relevante Daten und Quellen herangezogen, um Argumente und Befunde zu stützen?)
- Kritische Analyse (z. B. wie sorgfältig wurden die zentralen Fragen des Publikums untersucht?)

- Originalität
- Erzählerische Stärke (z. B. welchen Effekt hat die Story/das Produkt auf die Leser/Zuschauer/Hörer?)
- Produktionsqualität (z. B. Qualität des Bild- und Tonschnitts und der Multimedia-Elemente)
- Schriftliche Ausdrucksweise (Rechtschreibung, Grammatik, Interpunktions, Struktur)
- Einhaltung zentraler ethischer Werte, die in professionellen Kodizes zusammengefasst sind

Vermittlungsmethode

Die Module sind für Präsenz- und Onlinelehre entwickelt worden. Bei den Lektionen profitieren Teilnehmende von einer kollaborativen Lernumgebung, sei dies online (beispielsweise durch Lernplattformen wie Moodle oder Facebook-Gruppen) oder face-to-face.

Die meisten Lektionen folgen einem zweigeteilten Modell: Zunächst werden theoretische Aspekte vermittelt (z. B. durch Seminare, Literatur oder Vorlesungen), die dann durch praktische Übungen ergänzt werden (z. B. Übungen in Arbeitsgruppen). Typischerweise umfasst dies ein 60- bis 90-minütiges theoretisches Segment sowie einen 90-minütigen bis zweistündigen Workshop. Die Seminare können je nach Lehr- und Lernumfeld der jeweiligen Institution verlängert, verkürzt oder auf mehrere Tage verteilt werden. In jedem Modul wird eine Aufgabe für die Teilnehmenden empfohlen.

Wann immer es möglich ist, sind Lehrende dazu angehalten, Praktiker und Experten an interaktiven Vorlesungen und Foren zu beteiligen und sicherzustellen, dass aktuelle Fallstudien, Fragen und Debatten in den Lehrplan eingebunden werden.

Zusätzlich ermutigen die Kursentwickler Lehrende dazu, lokale und regionale sowie kulturell und linguistisch relevante Materialien und Beispiele in ihren Unterricht einzubeziehen.

Materialien and Ressourcen

Die Lehrenden benötigen eine Internetverbindung und haben idealerweise Zugang zu akademischen Datenbanken und/oder Google Scholar.

First Draft News⁸⁹ ist eine Webseite mit zusätzlichen Lernressourcen, die sich auf die praktischen Anwendungen der Lernergebnisse beziehen.

Hinweis: Die Inhalte und Ressourcen, die in diesem Handbuch zu Verfügung gestellt werden, sollten den Lehrplanredakteuren und beitragenden Autoren zugeschrieben werden.

⁸⁹ <https://firstdraftnews.com/> [Zugriff am 28.03.2018].

Pädagogischer Ansatz

Dieses spezialisierte Modellprogramm folgt der Veröffentlichung verschiedener Modell-Lehrpläne für die Journalistenausbildung⁹⁰ der UNESCO seit 2007. Der pädagogische Ansatz knüpft an das Medien- und Informationskompetenz-Curriculum für Lehrer⁹¹ sowie den Modellkurs für Sicherheit von Journalisten⁹² der UNESCO an. Damit fördern und vermitteln die Lehrenden folgende Aspekte:

- fragenbasierter Ansatz (issue-inquiry approach)
- problembasiertes Lernen (problem-based learning)
- wissenschaftliche Untersuchung
- Fallstudie
- kooperatives Lernen
- Textanalyse
- Kontextanalyse
- Übersetzungen
- Simulationen
- Produktion

Zusätzlich wird den Lehrenden das Konzept des journalistischen „projektbasierten Lernens“⁹³ empfohlen. Bei dem Ansatz werden Lernergebnisse entwickelt, indem Fähigkeiten bei der Produktion journalistischer Inhalte angewandt und überprüft werden. Die Lernenden sollten auch für das Potential schneller, schlagfertiger und viraler Konter auf Desinformationen sensibilisiert werden und die Möglichkeit bekommen, diese Methode praktisch umzusetzen.

⁹⁰ UNESCO's Model Curricula for Journalism Education (2007).

<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209E.pdf> [Zugriff am 28.03.2018]. Siehe auch: UNESCO's Model Curricula for Journalism Education: A Compendium of New Syllabi (2013).

<http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002211/221199E.pdf> [Zugriff am 28.03.2018]; siehe auch Teaching Journalism for Sustainable Development: New syllabi (2015). <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf> [Zugriff am 28.03.2018].

⁹¹ Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K. and Cheung, C. (2011). Media and Information Literacy Curriculum for Teachers. [ebook] Paris: UNESCO. <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf> [Zugriff am 28.03.2018].

⁹² Posetti, J. & McHugh, S. (2017). Transforming Legacy Print Journalism Into a Successful Podcast Format: An Ethnographic Study of The Age's Phoebe's Fall. Begutachteter Beitrag auf der Konferenz der International Association of Media and Communications Researchers in Cartagena, Kolumbien, 18. Juli 2017.

⁹³ Ein interessantes Beispiel ist dieser Clip von Hashtag our Stories:

<https://www.facebook.com/hashtagourstories/videos/679504652440492/> [Zugriff am 15.06.2018].

Wahrheit, Vertrauen und Journalismus: Warum es wichtig ist

Cherilyn Ireton



MODUL 1



Zusammenfassung

In vielen Teilen der Welt war das Vertrauen in Medien und Journalismus schon lange vor dem Aufkommen von sozialen Medien schwach und rückläufig.⁹⁴ Dieser Trend kann nicht getrennt von dem ebenfalls sinkenden Vertrauen in Institutionen betrachtet werden, das typisch für viele Gesellschaften ist. Jedoch hat das reine Ausmaß und die Verbreitung von Desinformationen und Falschinformationen, die als Nachrichten verkleidet sind und über soziale Medien verbreitet werden, eine Seuche ausgelöst, die dem Ansehen von Journalismus weiter schaden wird. Das hat Folgen für Journalisten, Nachrichtenmedien, Bürger und offene Gesellschaften.⁹⁵

Informationen sind im Internet und in den sozialen Medien in Hochgeschwindigkeit und kostenlos verfügbar; hier kann jeder Publizist sein. Viele Bürger haben Schwierigkeiten zu unterscheiden, was wahr und falsch ist. Extreme Ansichten, Verschwörungstheorien und Populismus gedeihen und einst akzeptierte Wahrheiten und Institutionen werden in Frage gestellt. Daneben bemühen sich Redaktionen, ihre historische Rolle als Gatekeeper⁹⁶ zu behaupten und auszuüben. Gleichzeitig haben sich die Märkte für „strategische Kommunikation“ und „Informationsoperationen“, zu denen auch aktive Desinformationen und Falschinformationen gehören, als wichtiger Faktor im Informations-Ökosystem etabliert.⁹⁷



Während sich das Ausmaß und die Folgen der Information Disorder für die Gesellschaft allmählich abzeichnen, sind auch die Architekten sozialer Medien besorgt. Der Product Manager Civic Engagement von Facebook, Samidh Chakrabarti, meint: „Wenn es eine grundlegende Wahrheit zum Einfluss sozialer Medien auf Demokratie gibt, dann die, dass es persönliche Ansichten verstärkt – gute wie schlechte. Im besten Fall ermöglicht es uns, uns auszudrücken und aktiv zu werden. Im schlimmsten Fall ermöglicht es, Falschinformationen zu verbreiten und Demokratie zu zersetzen.“⁹⁸

Ohne Frage sind sowohl große als auch kleine Initiativen gegen Desinformationen notwendig. Eine Versuchung besteht darin, das Problem durch Regulierung zu lösen, und viele

⁹⁴ Edelman. (2017). Edelman Trust Barometer - Global Results. [online]. <https://www.edelman.com/global-results/> [Zugriff am 03.04.2018].

⁹⁵ Viner, K. (2017). A Mission for Journalism in a Time of Crisis. [online] The Guardian.

<https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [Zugriff am 03.04.2018].

⁹⁶ Singer, J. (2013). User-generated Visibility: Secondary Gatekeeping in a Shared Media Space. *New Media & Society*, 16(1), pp.55-73. <https://pdfs.semanticscholar.org/0d59/6a002c26a74cd45e15fbc20e64173cf2f912.pdf> [Zugriff am 03.04.2018].

⁹⁷ Siehe beispielsweise die beschriebenen Fälle in: Gu, L; Kropotov, V and Yarochkin, F. (k. D.). *The Fake News Machine: How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public*.

https://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandists-abuse-the-internet.pdf [Zugriff am 16.06.2018]. Eine weitere Studie wurde veröffentlicht vom Data & Society Research Institute, New York (2017) *Media Manipulation and Disinformation Online*. <https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online/> [Zugriff am 15.06.2018].

⁹⁸ Chakrabarti, S. (2018). Hard Questions: What Effect Does Social Media Have on Democracy? Facebook Newsroom. [online] Newsroom. fb.com. Available at: <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy/> [Zugriff am 03.04.2018].

Länder entscheiden sich für diesen Weg.⁹⁹ Verfechter von Meinungsfreiheit warnen jedoch, dass dies der Offenheit und Teilhabe schaden kann, welche neue Technologien erst ermöglicht haben.¹⁰⁰ Insbesondere für autoritär eingestellte Politiker wären Regulierungsmechanismen mächtige gesetzliche Instrumente, mit denen sie entscheiden, was Fake ist und was nicht, um gegen kritische Berichterstattung vorzugehen.

Eine andere Option verfolgen Initiativen von zivilgesellschaftlichen Akteuren und Unternehmen. Sie legen den Fokus auf Medienkompetenz und geben Rezipienten Mittel an die Hand, mit denen sie Informationen interpretieren und bewerten können. Es gibt dafür viele Beispiele von Südafrika¹⁰¹ bis Mexiko.¹⁰² Faktencheck-Organisationen breiten sich stark aus (wie in diesem Handbuch erklärt wird). In diesem Kontext sollten Journalisten und Journalismusstudierende über solche Initiativen sowie über die ergänzende Rolle, die sie spielen können, Bescheid wissen. Daher dieses Handbuch.

Für Journalisten, die sich seit Langem als entscheidende Stützen in demokratischen und offenen Gesellschaften gesehen haben, stellen Desinformationen und Falschinformationen mehr als nur eine Gefahr für ihre Reputation dar. Die Information Disorder stellt ihre Bestimmung und ihren Einfluss in Frage. Gleichzeitig offenbart sie die fundamentale Bedeutung von unabhängigem Journalismus und hohen professionellen Standards. Das heißt nicht, Journalismus sei frei von vorherrschenden Weltanschauungen oder Verzerrungen aufgrund von Geschlecht, ethnischer Abstammung, Sprache, sozialer Herkunft oder dem persönlichen Hintergrund der Produzenten. Es ignoriert auch nicht systemische Fragen nach dem Einfluss von Eigentümerstrukturen, Geschäftsmodellen, Publikumsinteressen, dem „Nachrichtennetz“ verlässlicher bürokratischer Quellen und Öffentlichkeitsarbeit. Es geht jedoch darum, redaktionelle Ethik als Leuchtturm für Berichterstattung und für die Selbstreflektion von Journalisten über ihre Weltanschauungen zu erhalten. Journalismus ist keine „Betrachtung aus dem Nirgendwo“, sondern braucht Transparenz, damit die Öffentlichkeit darauf vertrauen kann, dass allgemeine Standards eingehalten werden – unabhängig von der Vielfalt von Themen und Ansichten.¹⁰³

In dieser Lektion sollten die Lehrenden die Teilnehmenden dazu ermutigen, kritisch darüber nachzudenken, wie Journalismus der Gesellschaft und der Demokratie dienen kann; wie die Information Disorder Demokratie und offene Gesellschaften beeinträchtigt und auch in der Zukunft bedroht; wie sich Journalismus verbessern und dabei Vertrauen wieder aufbauen kann. Dabei geht es nicht um blindes Vertrauen in Journalismus, sondern um ein Verständnis für dessen Eigenschaften und Besonderheiten sowie dessen Anspruch, sich an Standards im öffentlichen Interesse zu halten und Informationen entsprechend zu beurteilen. Dazu

⁹⁹ Funke, D. (2018) A Guide to Anti-Misinformation Actions Around the World. Poynter.

<https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world> [Zugriff am 22.05.2018].

¹⁰⁰ Nossel, S. (2017). Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth. [ebook] PEN America. https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [Zugriff am 03.04.2018].

¹⁰¹ #KnowNews ist einer Browser-Erweiterung, die von der südafrikanischen NGO Media Monitoring Africa entwickelt worden ist, und den Nutzern dabei helfen soll zu erkennen, ob die Seite, die sie besuchen, glaubwürdige Nachrichten enthält. <https://chrome.google.com/webstore/search/KnowNews> [Zugriff am 15.06.2018].

¹⁰² Siehe <https://verificado.mx/>, die Website einer Koalition aus 60 Medienhäusern, zivilgesellschaftlichen Gruppen und Universitäten, die sich während der Wahlen in Mexiko 2018 um die Verifizierung umstrittener Inhalte gekümmert haben. [Zugriff am 15.06.2018]; <https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-19906-media-collaboration-and-citizen-input-fueled-verificado-2018-fact-checking-mexican-ele> [Zugriff am 04.07.2018].

¹⁰³ Siehe Rosen, J. (2010). The View from Nowhere: Questions and Answers. PressThink.

<http://pressthink.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/> [Zugriff am 15.06.2018].

gehört auch, den Wert von Skepsis im Gegensatz zu Zynismus zu erkennen. Ebenso muss die Öffentlichkeit unterscheiden zwischen jenen, die vorgeben, Journalisten zu sein, und denen, die aufrichtigen Journalismus betreiben (und die, die notwendige Transparenz, selbstregulierende Verantwortung und ein Qualitätsverständnis aufweisen). So verstehen Journalisten und Journalismusstudierende die sich ändernde Informationsumwelt und lernen, auf ihre Herausforderungen zu reagieren.



Überblick

Um die Konsequenzen der Information Disorder für Journalisten und Gesellschaften zu verstehen, sollen die Teilnehmer die tiefgreifenden Veränderungen für Journalismus und traditionelle Medien auf struktureller, kultureller und normativer Ebene betrachten, die eine Folge des schnellen Fortschritts digitaler Technologien und webfähiger Geräte sind. Am wichtigsten ist der Zusammenhang zwischen der zunehmenden Vertrauenskrise und der Nutzung sozialer Medien.¹⁰⁴

Es wäre nicht korrekt, den sozialen Medien die Schuld an allen Problemen des Journalismus zu geben. Vertrauen ist direkt mit journalistischer Leistungsfähigkeit verknüpft – und auch mit dem nachlassenden Vertrauen in Regierungen, Wirtschaft und Institutionen in vielen Teilen der Welt besteht ein Zusammenhang.¹⁰⁵

Die strukturellen Veränderungen, wie Nachrichten gesammelt und verbreitet werden, sowie der Zusammenbruch des zentralen Geschäftsmodells traditioneller Medienorganisationen haben der Nachrichtenindustrie journalistische Kapazitäten genommen und die Tiefe, Breite sowie Qualität von Berichterstattung beeinträchtigt.¹⁰⁶ In vielen Ländern haben zudem reduzierte Geldmittel für öffentlich-rechtliche Medienorganisationen und zunehmende staatliche Medienkontrolle das Nachrichtenangebot geschwächt.

Die digitale Zeitenwende brachte willkommene neue Möglichkeiten des Story-Tellings und eine größere Beteiligung des Publikums am Nachrichtenprozess mit sich. Gleichzeitig stellte sie bereits geschwächte traditionelle Medien vor neue größere Herausforderungen. Die sogenannten Online-Pure-Player haben generell noch nicht das journalistische Gewicht erreicht, um den Abstieg des Journalismus aufzuhalten.¹⁰⁷

In dem demokratisierten und zunehmend diversifizierterem Informations-Ökosystem stellt sich die Herausforderung, die schädlichen Folgen von Desinformation und Falschinformation zu verhindern – nicht nur für den Journalismus, sondern für die gesamte Gesellschaft.¹⁰⁸ Im prä-digitalen Journalismus ergänzten zentralisierte Prüfungen und Kontrollen die professionellen

¹⁰⁴ Siehe Modul 3.

¹⁰⁵ Edelman. (2017) op. cit.

¹⁰⁶ Siehe Modul 3

¹⁰⁷ Greenspon, E. (2017). The Shattered Mirror: News, Democracy and Trust in the Digital Age. [ebook] Ottawa: Public Policy Forum, Canada. <https://shatteredmirror.ca/download-report/> [Zugriff am 03.04.2018].

¹⁰⁸ Ansip, A. (2017). Hate Speech, Populism and Fake News on Social Media – Towards an EU Response. <https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism> [Zugriff am 03.04.2018].

Standards, um die Genauigkeit, Qualität und Ausgewogenheit von Nachrichten zu gewährleisten. Die Redaktion unterstützte die Korrespondenten vor Ort, indem sie die Inhalte vor deren Veröffentlichung verifizierte. Dieses „Gatekeeper“- Modell hat Journalisten einen Sinn von Professionalität verschafft.¹⁰⁹

Die Berichterstattung über öffentliche Angelegenheiten und gesellschaftliche Fragen sowie investigative Recherchen, Kommentare und Analysen waren effektive Mittel von Journalisten, um Politiker und Beamte zur Rechenschaft zu ziehen. Mit ihrer Hilfe entschieden Bürger, wie sie regiert und reguliert werden möchten. Sicherlich haben einige Nachrichtenmedien diese journalistischen Ideale und Standards nicht erfüllt. Aber im Allgemeinen konzentrierte sich ihr Geschäft auf echte Nachrichten, die zwar selektiert und in einem bestimmten Narrativ präsentiert wurden, die aber keine politischen, kommerziellen oder Entertainment-Ziele mit ausgedachten Fakten verfolgten.

Die Rolle der sozialen Medien

Die sozialen Medien haben andere Akteure befähigt, Nachrichten zu verfolgen, aufzuzeichnen, zu kommentieren und zu publizieren. Das zwang das zentralisierte Nachrichtenmodell zu Veränderungen und wandelte auch die Debatten im öffentlichen Raum.¹¹⁰ Social-Media-Plattformen stellen mittlerweile die zentrale Infrastruktur für öffentliche und politische Diskurse. Einige Stimmen behaupten, dass dies in Demokratien und offenen Gesellschaften zu einem „demokratischen Defizit“ geführt hat.¹¹¹

Die Technologiefirmen und sozialen Plattformen beharren darauf, dass sie keine Publizisten sind. Mit diesem Argument umgehen sie die normativen Verpflichtungen, die für Journalisten und Herausgeber gelten.¹¹² Doch obwohl sie keine Journalisten beschäftigen, um Nachrichten zu produzieren, sind sie weitaus mehr als bloße Verbindungsstellen oder einfache Vermittler. Mit der Kuration und Bearbeitung von Inhalten nehmen sie eine zunehmend bedeutende Rolle ein.

Über die Social-Media-Plattformen und Algorithmen von Suchmaschinen verbreiten sich die meisten Desinformationen und Falschinformationen – oder „Junk“ (deutsch: Schrott), wie es das Oxford Institute for Computational Science nennt. Die Verbreitung über Netzwerke der Nutzer an deren Familien und Freunde verschafft Desinformationen und Falschinformationen eine Infrastruktur und Legitimität.¹¹³

Folglich beeinträchtigt die Verbreitung von absichtlich irreführenden Inhalten auf diesen Plattformen das Realitätsverständnis von Bürgern.¹¹⁴ Es untergräbt Vertrauen, informierten Dialog, den allgemeinen Realitätssinn, gegenseitiges Einvernehmen und Teilnahme.¹¹⁵

¹⁰⁹ Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2010). *Blur: How To Know What's True In The Age of Information Overload*. 1. Ausgabe New York: Bloomsbury, pp. 171-184.

¹¹⁰ Nossel, S. (2017). *Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [ebook] PEN America. Verfügbar unter: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [Zugriff am 03.04.2018].

¹¹¹ Howard, P. (2017). Ebd.

¹¹² Howard, P. (2017). Ebd. Siehe auch Modul 3.

¹¹³ Pariser, E. (2011). *The filter Bubble: What the Internet is Hiding from you*. London, Viking/Penguin Press.

¹¹⁴ European Commission (2017). *Next Steps Against Fake News: Commission Sets up High-Level Expert Group and Launches Public Consultation*. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [Zugriff am 13.06.2018].

¹¹⁵ Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). *Is Social Media A Threat to Democracy?* [ebook] Omidyar Group.

Soziale Medien untergraben Demokratie zudem in anderer Weise:

- Sie schaffen sogenannte Echokammern, Polarisierung und überzogene Parteilichkeit;
- Sie wandeln Popularität in Legitimität;
- Sie lassen Manipulation durch populistische Führer, Regierungen und Randakteure zu;
- Sie ermutigen zur Sammlung persönlicher Daten für gezieltes sogenanntes Micro-Messaging und Micro-Advertising¹¹⁶;
- Sie stören den öffentlichen Raum.¹¹⁷

So muss es nicht sein. Soziale Medien können eine wichtige Plattform für den Umgang der Gesellschaft mit Journalismus sein. Sie können Debatten, bürgerliche Werte und demokratische Teilhabe fördern sowie Menschenrechte, kulturelle Vielfalt, Wissenschaft und rationale Entscheidungsfindung stärken. Zu diesen Zwecken sollte Journalismus – auf allen Plattformen – mit wissenschaftlicher Genauigkeit und ohne zu vereinfachen über komplexe Themen berichten, damit das Publikum nicht irregeleitet werden kann. Insbesondere wenn Journalisten über fortschrittliche medizinische Behandlungsmethoden (z. B. Klonen) und wissenschaftliche Fortschritte (z. B. künstliche Intelligenz) berichten, sind sie gefordert, Fakten zu verifizieren, Sensationsmache zu vermeiden, zukünftige Auswirkungen sorgfältig zu berichten und verschiedene Sichtweisen glaubwürdiger Experten abzuwägen.

Auf verschiedene Weisen kann Journalismus auf Desinformationen und Falschinformationen reagieren. Er kann etwa Manipulationen widerstehen sowie Desinformationskampagnen nachgehen und sie aufdecken. Parallel zu diesen Bemühungen muss Journalismus im Allgemeinen verbessert werden (siehe weiter unten).

Gesellschaftliche Reaktionen auf die Information Disorder und die Herausforderungen, die Social-Media-Plattformen aufwerfen, sind vielfältig und finden auf verschiedenen Ebenen statt. Einige Lösungen entstehen sehr schnell und viele kommen aus den Vereinigten Staaten, wo die Plattformbetreiber und Google ihre Hauptsitze haben. Folgende technologische Initiativen gehen gegen Falschinformationen vor:

- Die Zusage, aus Suchresultaten und Nachrichtenfeeds automatisch solche Inhalte herauszufiltern, die eine Firma (nicht unbestritten) als betrügerische Nachrichten

<https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5- 2017.pdf> [Zugriff am 03.04.2018].

¹¹⁶ Cadwalladr, C. & Graham-Harrison, E. (2018). How Cambridge Analytica Turned Facebook 'Likes' into a Lucrative Political Tool. The Guardian. <https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/2017/facebook-cambridge-analytica-kogan-data-algorithm> [Zugriff am 03.04.2018].

¹¹⁷ Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). Ebd.

ansieht;¹¹⁸ ¹¹⁹ ¹²⁰

- Anbietern von Desinformationen Klick-getriebene Werbeeinnahmen vorenthalten;¹²¹
- Technische Lösungen für die Verifizierung von digitalen Inhalten und Bildern anbieten;¹²²
- Finanzierung von Initiativen, die sich an der Schnittstelle von Journalismus, Technologie und akademischer Forschung befinden;¹²³
- Die Entwicklung und Nutzung technischer Standards oder Vertrauenssiegel, um Konsumenten (und Algorithmen) dabei zu helfen, Nachrichten von glaubwürdigen Anbietern zu erkennen.¹²⁴

Anfang des Jahres 2018, als dieses Kapitel entstand, war das Trust Project eine der bedeutendsten Initiativen in dem Bereich. Das Konsortium arbeitete Hand in Hand mit großen Suchmaschinen, Social-Media-Plattformen und weltweit rund 70 Medienfirmen an seiner Mission: Es der Öffentlichkeit zu erleichtern, „akkurate, verantwortliche und ethisch konforme“ Nachrichten anhand eines Vertrauenssiegels zu identifizieren. Das Projekt hat acht vorläufige technische Standards entworfen¹²⁵, die ein Nachrichtenanbieter erfüllen und in seinem Webauftritt leicht erkennbar kennzeichnen muss, um als ein vertrauenswürdiger Anbieter zu gelten. Die Indikatoren des Trust Projects¹²⁶ sind:

- **Beste Verfahren:**
 - Was sind ihre Standards?
 - Wer finanziert das Nachrichtenmedium?
 - Was ist die Mission des Mediums?
 - Verpflichtung zu Moral, Ausgewogenheit, Genauigkeit, Richtigstellungen und anderen Standards
- **Expertise der Autoren und Reporter:** Wer hat Inhalte erstellt? Details über den Journalisten/die Journalistin, inklusive seiner/ihrer Expertise und anderer Artikel, an denen er/sie gearbeitet hat.
- **Beitragstyp:** Welcher ist es? Eindeutige Bezeichnungen von Meinungs-, Analyse-

¹¹⁸ Ling, J. (2017). Eric Schmidt Says Google News Will ‘Engineer’ Russian Propaganda Out of the Feed. Motherboard Vice.com. https://motherboard.vice.com/en_us/article/pa39vv/eric-schmidt-says-google-news-will-delist-rt-sputnik-russia-fake-news?utm_campaign=buffer&utm_content=buffer41cba&utm_medium=social&utm_source=facebook.com+Motherboard [Zugriff am 03.04.2018]; <https://www.rt.com/news/411081-google-russia-answer-rt/>

¹¹⁹ Mosseri, A. (2018). Helping Ensure News on Facebook Is from Trusted Sources. Facebook. <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/trusted-sources/> [Zugriff am 03.04.2018].

¹²⁰ Stamos, A. (2018) Authenticity Matters: Why IRA Has no Place on Facebook. Facebook. <https://newsroom.fb.com/news/2018/04/authenticity-matters/> [Zugriff am 03.04.2018].

¹²¹ Love, J. & Cooke, C. (2017). Google, Facebook Move to Restrict ads on Fake News Sites. Reuters. <https://www.reuters.com/article/us-alphabet-advertising/google-facebook-move-to-restrict-ads-on-fake-news-sites-idUSKBN1392MM> [Zugriff am 15.06.2018].

¹²² Siehe Modul 6. Ein Beispiel ist <http://www.truly.media/> [Zugriff am 15.06.2018].

¹²³ Siehe Modul 5.

¹²⁴ The Trust Project (2017). The Trust Project – News with Integrity. <https://thetrustproject.org/?nr=0> [Zugriff am 03.04.2018].

¹²⁵ The Trust Project (2017). Ebd.

¹²⁶ The Trust Project (2017). Ebd.

und Werbeinhalten („Werbung“ oder „Anzeige“), die diese von Nachrichten unterscheiden.

- **Zitate und Referenzen:** Zugang zu den Quellen hinter den Fakten und Behauptungen in investigativen und detaillierten Berichten.
- **Methoden:** Informationen, warum Berichterstatter eine Geschichte verfolgt haben und wie sie dabei vorgegangen sind (das trägt zu Transparenz bei).
- **Nutzung lokaler Quellen?** Auskunft, ob eine Story einen lokalen Ursprung hat oder auf lokaler Expertise beruht. Wurde die Berichterstattung vor Ort durchgeführt und basiert auf fundiertem Wissen über die lokale Situation oder Gemeinde?
- **Diverse Stimmen:** Die Pflicht einer Redaktion, unterschiedliche Perspektiven einzubringen (Lesern/Zuschauern/Zuhörern fällt auf, wenn bestimmte Ansichten, Ethnien oder politische Überzeugungen unterrepräsentiert sind).
- **Feedback umsetzen:** Das Bemühen einer Redaktion, die Öffentlichkeit bei Themenselektion, Recherche und in anderen Bereichen einzubinden. Leser/Zuschauer/Zuhörer möchten beteiligt und gehört werden, um journalistischen Output zu verändern oder zu erweitern

Mit dem Vertrauen in journalistische Arbeit steigen Anzahl, Vielfalt und Qualität der für Journalisten zugänglichen Quellen – mit weiterführenden Effekten für das Publikum. Regierungen, zivilgesellschaftliche Akteure und Pädagogen legen bei ihren Maßnahmen gegen Desinformationen einen stärkeren Fokus auf Medien- und Informationskompetenz. Darauf wird eine spätere Lektion detailliert eingehen.¹²⁷

Diese Punkte wurden 2017 auch beim World Editors Forum aufgegriffen. Dessen Präsident Marcelo Rech schlug vor, dass Redakteure weltweit die folgenden fünf Prinzipien¹²⁸ akzeptieren sollten:

- In einer Welt voller Überfluss an Informationen sind Glaubwürdigkeit, Unabhängigkeit, Genauigkeit, professionelle Ethik, Transparenz und Pluralismus die **Werte**, die eine **vertrauensvolle Beziehung** zur Öffentlichkeit untermauern.
- „Next Level“-Journalismus **grenzt sich von anderen Inhalten ab**, indem er **Inhalte in den sozialen Medien** aufmerksam und gewissenhaft **hinterfragt und verifiziert**. Er erkennt soziale Medien als Informationsquelle, deren Fakten überprüft werden müssen, und als verstärkende Plattform auch für professionelle Inhalte an.
- Journalismus hat die **Mission**, der **Gesellschaft** hochqualitative, verifizierte Informationen bereitzustellen und Medien zu schaffen, die eine zuverlässige Marke für die Herkunft von Inhalten sein können.
- „Next Level“-Journalismus geht über die reine Bereitstellung von Fakten hinaus und bietet zusätzlich Analyse, kontextuelle und **investigative Berichterstattung** sowie informierte Meinungsäußerung. So fordert er die Entwicklung von Wissen, das

¹²⁷ Siehe Modul 4.

¹²⁸ Ireton, C. (2016). World Editors Forum Asks Editors to Embrace 5 Principles to Build Trust. <https://blog.wan-ifra.org/2016/06/14/world-editors-forum-asks-editors-to-embrace-5-principles-to-build-trust> [Zugriff am 15.06.2018].

Rezipienten befähigt.

- „Next Level“-Journalismus sollte von Vertrauen und den leitenden **Prinzipien der sozialen Relevanz, legitimer Interessen und Wahrhaftigkeit** getrieben sein.

Journalisten und Redaktionen legen mehr Aufmerksamkeit auf Qualität, indem sie die folgenden Aspekte verbessern:

- Verantwortungsvolles, moralisches Verhalten und evidenzbasierte Berichterstattung;¹²⁹
- Fakten-Check sowie das Anprangern von Desinformationen und Falschinformationen;¹³⁰
- Verifizierung von Daten, Quellen und digitalem Bildmaterial;¹³¹
- Interaktion mit den Gemeinden, mit denen sich Journalisten beschäftigen, und eine Nachrichtenagenda, die mit gesellschaftlichen Bedürfnissen in Einklang steht.¹³²

Bezüglich des letzten Punkts offenbarten sich während der UK-Abstimmung über den Ausstieg aus der Europäischen Union, kurz Brexit, und während der US-Wahlen 2016 Anzeichen für eine Kluft zwischen den meisten Mainstream-Medien und ihren Rezipienten. Wie Medien diese Kluft schließen und den Bedürfnissen ihrer Rezipienten besser begegnen und Vertrauen aufbauen können, sollten Lehrende ergründen. Die Stärke der Social-Media-Kommunikation liegt in der unmittelbaren Beteiligung, die sie ermöglicht.

Schudsons „Six or Seven Things News Can Do for Democracy“¹³³ bietet einen guten Rahmen für entsprechende Diskussionen:

1. **Information:** stelle faire und vollständige Informationen zur Verfügung, so dass Bürger vernünftige politische Entscheidungen treffen können;
2. **Recherche:** untersuche konzentrierte Quellen von Macht, insbesondere von Regierungsmacht;
3. **Analyse:** biete schlüssige Bezugssysteme für Interpretationen, um Bürgern dabei zu helfen, eine komplexe Welt zu verstehen;
4. **Soziale Empathie:** erzähle Leuten von anderen in ihrer Gesellschaft, sodass sie deren Sicht- und Lebensweisen zu würdigen wissen – insbesondere die derer, die benachteiligt sind;

¹²⁹ Wales, J. (2017). What Do we Mean by Evidence-based Journalism? Wikitribune. <https://medium.com/wikitribune/what-do-we-mean-by-evidence-based-journalism-3fd7113102d3> [Zugriff am 03.04.2018].

¹³⁰ Siehe Modul 5.

¹³¹ Bell, F. (2018). Im Zeitalter des Datenjournalismus ist Verifizierung umso komplexer geworden. So ist es beispielsweise wahrscheinlich, dass bei großen Datenfunden nicht nur ungenaue Informationen vorkommen, sondern dass auch absichtlich Desinformationen eingefügt werden. Siehe auch Modul 6 in diesem Handbuch.

¹³² Batsell, J. (2015). Engaged journalism: Connecting with Digitally Empowered News Audiences. New York. Columbia University Press.

¹³³ Schudson, M. (2008). Why Democracies Need an Unlovable Press. Polity. Chapter Two: Six or Seven Things News Can Do for Democracy.

https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMe9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+micahel+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHc0vBIUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false [Zugriff am 03.04.2018].

5. **Öffentliches Forum:** stelle durch pluralistische und interdisziplinäre Themenansätze ein Forum für Dialog zwischen Bürgern zur Verfügung und beachte die Perspektiven verschiedener gesellschaftlicher Gruppen;
6. **Mobilisierung:** diene (so das gewünscht ist) als Fürsprecher politischer Programme und Perspektiven und mobilisiere Leute, im Sinne dieser Programme aktiv zu werden, ohne dabei aber Verifizierung-Standards oder das öffentliche Interesse zu gefährden.



Ziele des Moduls

- Die Teilnehmer ermutigen, kritisch über Journalismus und soziale Medien nachzudenken;
- die Teilnehmer anregen, ihren Platz innerhalb des Ökosystems der Information Disorder einzuschätzen
- den Teilnehmern helfen, sich kritisch mit dem Einfluss der Information Disorder auf die Gesellschaft auseinander zu setzen.



Lernergebnisse

Am Ende des Moduls sollten die Teilnehmer:

1. ihr kritisches Verständnis darüber vertieft haben, wie Journalismus in einer enorm gewachsenen Medienlandschaft der Demokratie und offenen Gesellschaften dienen kann und was die Risiken der Information Disorder für die Demokratie sind;
2. die Faktoren kennen, die das Vertrauen in Journalismus fördern, und verstehen, wie dieses Vertrauen erhalten oder wiederaufgebaut werden kann; dazu in der Lage sein, jemandem zu erklären, warum Journalismus wichtig ist.



Format des Moduls

Mit den Informationen aus diesem Modul können eine halbstündige Vorlesung in Kombination mit einem halbstündigen Tutorial oder einer Diskussionsrunde gestaltet werden, warum Journalismus wichtig ist und wie er der Öffentlichkeit dient. In einer 90-minütigen praktischen Übung in Form einer strukturierten Unterhaltung könnte versucht werden, Journalismus-Skeptiker zu überzeugen, dass nicht alle Informationen gleichermaßen unglaublich sind. Wie könnte ein Nachrichtenmedium im Social-Media-Umfeld, in dem alle Informationen gleich aussehen, für seine eigene Glaubwürdigkeit werben?

Den Lehrplan mit den Lernergebnissen verbinden

A. Theoretisch

Modulplan	Zeit	Lernergebnisse
Vorlesung und interaktive Diskussion	30 Minuten	1, 2
Diskussion, warum Journalismus wichtig ist und wie er der Öffentlichkeit dient	30 Minuten	1, 2, 3

B. Praktisch

Modulplan	Zeit	Lernergebnisse
Praktische Übung	90 Minuten	3



Empfohlene Übung

Die Aufgabe besteht aus drei Elementen. Die Teilnehmer arbeiten im Tandem oder in kleinen Gruppen:

- Die Teilnehmer interviewen einen Nachrichtenkonsumenten, um dessen vertrauenswürdigste Quelle für lokale oder nationale Nachrichten und politische Informationen zu identifizieren. Mit Schudsons „Six or Seven Things News Can Do for Democracy“ untersuchen die Teilnehmer eine Einzelausgabe einer Publikation oder Artikel in den genannten Medien und analysieren, wie effektiv diese ihre Zielgruppe erreichen. Eine brauchbare Methode für diesen Ansatz wäre die Inhaltsanalyse.
- Zum Zweiten überprüfen die Teilnehmer, welche der acht Vertrauensindikatoren des Trust Projects zu finden sind. Drittens könnten die Befunde als Basis für einen Nachrichtenbeitrag oder Kommentar dienen. Schriftlich, im Video- oder Audioformat liefert der Beitrag Argumente, warum Journalismus wichtig ist.

Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). Is Social Media A Threat To Democracy? [ebook] Omidyar Group. Verfügbar unter <https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf>

Edelman. (2017). 2017 Edelman TRUST BAROMETER – Global Results. [online] Verfügbar unter <https://www.edelman.com/global-results/>

Howard, P. (2017) Is Social Media Killing Democracy? Oxford. Verfügbar unter: <https://www.oi.ox.ac.uk/videos/is-social-media-killing-democracy-computational-propaganda-algorithms-automation-and-public-life/>

Nossel, S. (2017). Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth. [ebook] PEN America. Verfügbar unter https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America-Faking-News-Report_10-17.pdf

Schudson, M. (2008). Why Democracies Need an Unlovable Press. Polity. Chapter 5: Six or Seven Things News Can Do for Democracies, Verfügbar unter https://books.google.co.uk/books?id=hmYGM9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+Michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHc0vBIUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false

Viner, K. (2017). A Mission for Journalism in a Time of Crisis. [online] the Guardian. Verfügbar unter <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis>

Die Information Disorder verstehen: Arten von Falschinformationen, Desinformationen und schädlichen Informationen

Claire Wardle und Hossein Derakhshan

Fake News; L
die Fake Ne
(Pluraletan)

MODUL 2



Zusammenfassung



*Der Begriff **Fake News** und teils sogar **Fake-Medien** wird zur Beschreibung von Berichterstattung verwendet, mit der ein Beschwerdeführer nicht einverstanden ist. Ein Blick auf Daten von Google Trends zeigt, dass Menschen ab der zweiten Jahreshälfte 2016¹³⁴ ausgiebig nach dem Begriff gesucht haben. In diesem Modul lernen Teilnehmer, warum der Begriff a) nicht ausreicht, um das volle Ausmaß der Informationsverschmutzung zu beschreiben, und b) warum der Begriff so problematisch ist, dass er vermieden werden sollte.*

Leider ist der Begriff **Fake News** von seiner Natur aus anfällig dafür, politisch ausgenutzt und quasi als Waffe gegen die Nachrichtenindustrie eingesetzt zu werden, um Berichterstattung zu untergraben, die Mächtigen nicht gefällt. Daher empfiehlt es sich, stattdessen die Begriffe **Falschinformationen** und **Desinformationen** zu nutzen. Dieses Modul untersucht die unterschiedlichen Formen der Falsch- und Desinformationen und wo diese sich auf dem Spektrum der Information Disorder bewegen.

Diese Übersicht umfasst Satire und Parodie, Clickbait-Schlagzeilen und die irreführende Verwendung von Bildunterschriften, Grafiken oder Statistiken ebenso wie echte Inhalte, die außerhalb ihres eigentlichen Zusammenhangs geteilt werden, betrügerische Inhalte (wenn der Name eines Journalisten oder das Logo einer Nachrichtenredaktion von Personen ohne Verbindung zu diesen verwendet werden) sowie manipulierte und erfundene Inhalte. Ein Blick auf diese Vielfalt zeigt, dass diese Informationskrise weitaus komplexer ist, als der Begriff **Fake News** nahelegt.

Um Lösungsansätze gegen die Verschmutzung der sozialen Medien mit dieser Art von Falsch- und Desinformationen zu finden und sie von den traditionellen Medien fernzuhalten, müssen wir viel sorgfältiger über das Problem nachdenken. Das bedeutet, sich stärker mit den Menschen zu befassen, die solche Inhalte erstellen. Welche Inhalte produzieren sie und wie werden diese von dem Publikum wahrgenommen? Und was bewegt Rezipienten dazu, solche Inhalte in den sozialen Medien zu teilen?

Das Thema ist äußerst vielschichtig und viele Debatten erfassen seine volle Komplexität nicht. Am Ende dieses Moduls sollen die Lernenden daher die korrekte Terminologie und passenden Definitionen verwenden können, um Diskussionen über die Probleme der Information Disorder führen zu können.

¹³⁴ Google Trend Map des Begriffs **Fake News** <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=fake%20news> [Zugriff am 06.04.2018].



Überblick

Dieses Handbuch benutzt generell die Begriffe Desinformationen und Falschinformationen im Gegensatz zu verifizierbaren Informationen im öffentlichen Interesse, die durch authentischen Journalismus hervorgebracht werden. Der Schwerpunkt des Moduls liegt auf der Besonderheit von Desinformationen. Größtenteils vermischen sich im Diskurs zu Fake News zwei Begriffe: Falschinformationen und Desinformationen. Es ist allerdings hilfreich, wie folgt zu unterscheiden: Falschinformationen sind Informationen, die unwahr sind, aber von der die Person, die sie verbreitet, glaubt, dass sie wahr seien. Desinformationen sind hingegen Informationen, die falsch sind und von denen die verbreitende Person weiß, dass sie falsch sind. Es handelt sich also um eine vorsätzliche, gezielte Lüge und lässt darauf schließen, dass Personen durch böswillige Akteure aktiv¹³⁵ getäuscht werden.

Eine dritte Kategorie kann als schädliche Informationen bezeichnet werden: Informationen, die auf der Realität basieren, aber benutzt werden, um einer Person, Organisation oder einem Land Schaden zuzufügen. Ein Beispiel ist ein Bericht, der die sexuelle Orientierung einer Person offenbart, ohne dafür eine Rechtfertigung aufgrund von öffentlichem Interesse zu haben. Es ist wichtig, wahre von falschen Meldungen zu unterscheiden; allerdings ist es ebenso erforderlich, sie von jenen Meldungen zu unterscheiden, die wahr sind (oder einen gewissen Grad an Wahrheit enthalten), aber von Akteuren erstellt, produziert und geteilt wurden, um dem öffentlichen Interesse eher zu schaden als zu dienen. Ebenso wie die Verbreitung von wahren, aber die Privatsphäre der betreffenden Person verletzenden Informationen ohne Rechtfertigung durch ein öffentliches Interesse, stehen solche schädlichen Informationen im völligen Widerspruch zu den Qualitätsstandards und der Ethik des Journalismus.

Ungeachtet der bisherigen Unterscheidungen können die Auswirkungen solcher Informationen auf die Umgebung und die Gesellschaft ähnlich sein (z. B. die Beschädigung der Integrität des demokratischen Prozesses, zurückgehende Impfungsquoten). Zusätzlich können in bestimmten Fällen Kombinationen der drei oben genannten Konzeptualisierungen auftreten. So gibt es Hinweise darauf, dass einzelne Beispiele der einen Kategorie oft von den anderen begleitet werden (z. B. auf verschiedenen Plattformen oder in Abfolge). Dies geschieht im Kontext einer breiteren Informationsstrategie bestimmter Akteure. Dennoch ist es hilfreich, sich der Unterschiede zwischen Falsch-, Des- und schädlichen Informationen bewusst zu sein, da die Ursachen, Techniken und Gegenmaßnahmen entsprechend variieren können.

Die französische Präsidentschaftswahl im Jahr 2017 lieferte Beispiele, die diese drei Typen der Information Disorder mit konkreten Beispielen illustrieren:

¹³⁵ Weitere Einsichten in die Definitionen in der Studie von Karlova und Fisher (2012).

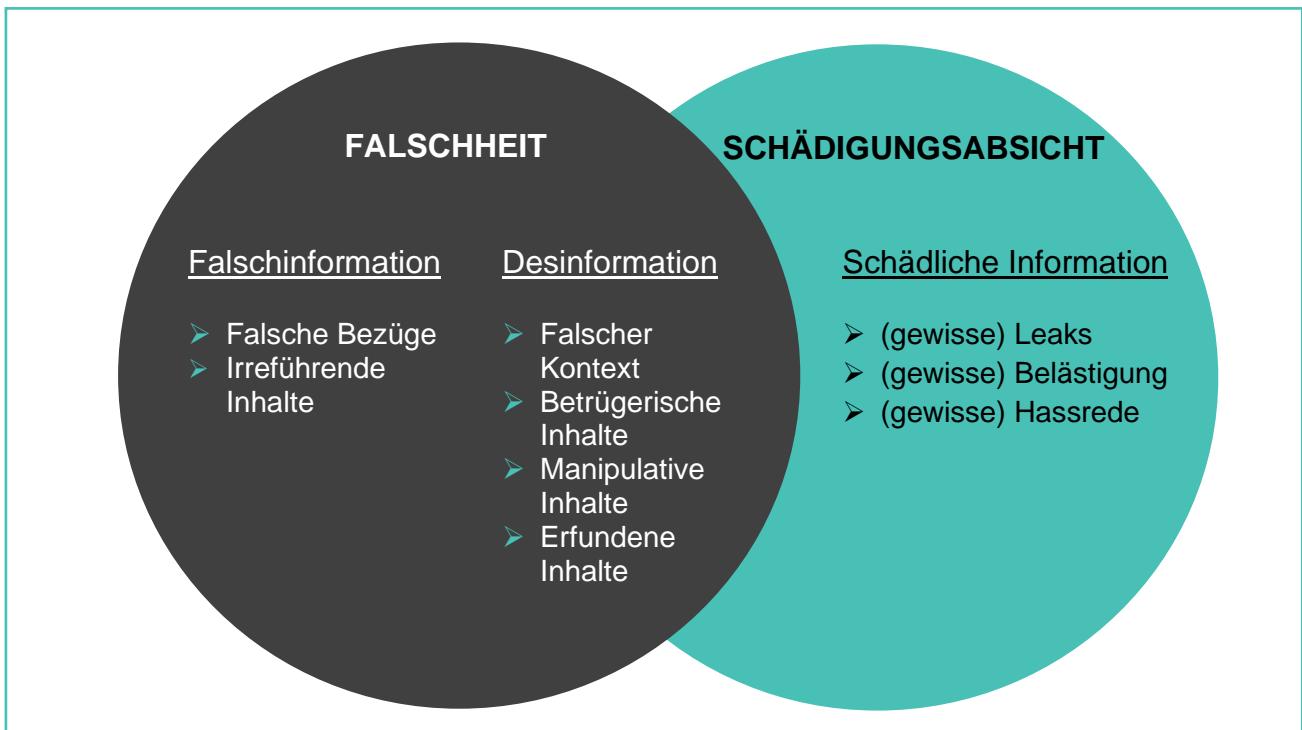


Abbildung 1: Information Disorder

1. Beispiele für Desinformationen

Einer der versuchten Betrugsversuche (Hoax) im französischen Wahlkampf war die Erstellung eines sehr raffinierten Duplikats der belgischen Zeitung *Le Soir* mit einem unwahren Artikel, in dem behauptet wurde, dass Präsidentschaftskandidat Emmanuel Macron finanzielle Unterstützung aus Saudi Arabien erhalten habe.¹³⁶ Des Weiteren wurden Dokumenten online verbreitet, die Macron fälschlicherweise unterstellten, er habe ein Offshore-Bankkonto auf den Bahamas eröffnet.¹³⁷ Und schließlich machten Desinformationen über das Privatleben des Kandidaten die Runde im digitalen Raum durch sogenannte Twitter-Razzien, in denen lose Netzwerke von Personen zeitgleich identische Hashtags und Meldungen auf Twitter teilten, um Gerüchte zu verbreiten.

2. Beispiele für Falschinformationen

Ein terroristischer Anschlag auf der Champs Elysées in Paris am 20. April 2017 inspirierte umfangreiche Formen von Falschinformationen, wie es in nahezu allen Eilmeldungssituationen der Fall ist.¹³⁸ In sozialen Medien teilten individuelle Nutzer unwissentlich zahlreiche Gerüchte wie beispielsweise die Nachricht, dass ein zweiter Polizist erschossen worden sei. Personen, die solche Inhalte teilen, tun dies selten, um Schaden anzurichten.

¹³⁶ CrossCheck, 2017. Was Macron's Campaign for French Presidency Financed by Saudi Arabia? Verfügbar unter <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/macrons-campaign-french-presidency-financed-saudi-arabia/> [Zugriff am 03.04.2018].

¹³⁷ CrossCheck, 2017. Did Emmanuel Macron Open an Offshore Account? Verfügbar unter <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/emmanuel-macron-open-offshore-account/> [Zugriff am 03.04.2018].

¹³⁸ Ein Beispiel war das Gerücht, dass Muslime im Vereinigten Königreich den Angriff gefeiert hätten. Dies wurde vom CrossCheck-Projekt aufgedeckt: CrossCheck, (April 22, 2017) Did London Muslims 'Celebrate' a Terrorist Attack on the Champs-Elysées? CrossCheck, Verfügbar unter <https://crosscheck.firstdraftnews.com/checked-french/london-muslims-celebrate-terrorist-attack-champs-elysees/> [Zugriff am 03.04.2018].

Sie sind meist eher im Augenblick gefangen, versuchen zu helfen, aber versäumen dabei, die von ihnen geteilten Informationen angemessen zu kontrollieren und zu überprüfen.

3. Beispiele für schädliche Information

Ein anschauliches Beispiel für schädliche Informationen war die Veröffentlichung von Emanuel Macrons E-Mails kurz vor der Stichwahl am 7. Mai. Die E-Mails wurden als authentisch bewertet. Allerdings wurden sie nur wenige Minuten vor dem Inkrafttreten des üblichen Wahlberichterstattungs-Verbots unmittelbar vor dem Urnengang verbreitet, um der Wahlkampagne Macrons maximalen Schaden zuzufügen. Der Begriff Propaganda ist kein Synonym für Falschinformationen, jedoch können diese den Zielen von Propaganda dienen. Generell ist Propaganda offensichtlicher manipulativ als etwa Desinformationen, weil sie typischerweise eher mit emotionalen statt informativen Botschaften arbeitet.¹³⁹ Dieses Modul fokussiert sich auf Falschinformationen und insbesondere Desinformationen.

Die zuvor skizzierten Kategorien Desinformationen, Falschinformationen und schädliche Informationen sollten nicht mit verschiedenen Ausrichtungen in authentischen Nachrichtennarrativen vermischt werden. Beispielsweise könnte ein Journalist schreiben: „Obwohl nicht von dem gleichen Kaliber wie Bernie Madoff, ist der vermeintliche Betrug in diesem neuen Fall ein schwerer Schlag für Kleinanleger.“ Ein anderer Verfasser hingegen könnte es legitimerweise andersherum formulieren: „Der vermeintliche Betrug in diesem neuen Fall hat Kleinanleger schwer getroffen, ist aber nicht von dem gleichen Kaliber wie Bernie Madoff.“ Die zweite Formulierung bemüht sich mehr darum, die verhältnismäßige Bedeutung des neuen Falles zu minimieren. Die unterschiedliche Betonung dieser Beispiele führt nicht per se zu einer Verbreitung von Falschinformationen oder Desinformationen im Sinne der oben vorgelegten Definitionen. Beide Aussagen könnten berechtigte Interpretationsmöglichkeiten derselben Situation sein.

Es geht darum, dass sowohl in journalistischer Berichterstattung als auch im Falle von Desinformationen, Falschinformationen sowie schädlichen Informationen das Erzählerische präsent ist. Die Erzählung ist also in die Fakten eingebettet, welche für die Nachrichten als wichtige ausgewählt werden (oder bei schädlicher Kommunikation in die Fakten, welche erfunden oder aus dem Kontext gerissen werden). In einem Nachrichtenbericht über ein Verbrechen, bei dem es sich nicht um Desinformation oder verwandte Arten handelt, könnte die Erwähnung der mutmaßlichen ethnischen Zugehörigkeit oder Nationalität von Tatperson und Opfer womöglich als relevant angesehen werden. Die mutmaßliche Tatperson könnte tatsächlich einen Migrationshintergrund haben und männlich sein, während das scheinbare Opfer einheimisch und weiblich sein könnte.

Ob diese Informationen in der Berichterstattung allerdings von zentraler Bedeutung sind, ist jedoch Aufgabe der investigativen Macht des Medienschaffenden. Sie hängt ab von der Weltanschauung, Perspektive und Erzählweise von Bedeutung und Kausalität, die die berichtende Person bewusst oder unbewusst an den Tag legt.

Dies ist einer der Gründe dafür, warum Fakten-Checks gewinnbringend einhergehen können mit der kritischen Analyse von Narrativen in der journalistischen Berichterstattung. Eine

¹³⁹ Neale, S. (1977). Propaganda. Screen 18-3, S. 9-40

solche Kombination erlaubt die Untersuchung von Sinnzusammenhängen, innerhalb derer Fakten und Nicht-Fakten für besondere Zwecke mobilisiert werden. Die Narrative innerhalb des legitimen Journalismus können variieren und ihre Existenz bedeutet nicht den Verlust der Besonderheit von Journalismus im Vergleich mit Narrativen anderer Formen der Kommunikation.

Im Folgenden werden sieben Formen von Information aufgelistet:

1. Satire und Parodie

Es kann möglicherweise überraschend wirken, Satire in eine Typologie von Formen der Des- und Falschinformationen einzubeziehen. Satire und Parodie können als Kunstform betrachtet werden. In einer Welt, in der Menschen immer mehr Informationen über ihre soziale Netzwerk-Feeds erhalten, ist es nicht immer ersichtlich, ob eine Webseite Satire darstellt. Ein Beispiel dafür ist die Khabaristan Times, eine satirische Kolumne und Webseite, die Teil der Nachrichtenseite Pakistan Times war.¹⁴⁰ Im Januar 2017 wurde die Satire-Seite in Pakistan gesperrt und stellte deshalb die Veröffentlichung ein.¹⁴¹

2. Falsche Referenzen

Wenn Schlagzeilen, Grafiken oder Beschriftungen den Inhalt nicht unterstützen, ist das ein Beispiel für falsche Referenzen. Das meistverbreitete Beispiel für diese Art von Inhalt sind Clickbait-Schlagzeilen. Im zunehmenden Wettbewerb um die Aufmerksamkeit des Publikums müssen Redakteure immer häufiger Schlagzeilen verfassen, die ein großes Klick-Potenzial aufweisen, auch wenn Leser sich nach dem Lesen des Inhalts getäuscht fühlen können. Ein besonders erschreckendes Beispiel dafür ist die Webseite von The Political Insider.¹⁴² Dies kann auch bei der Verwendung von Bildern und Beschriftungen passieren, wenn diese einen bestimmten Eindruck vermitteln sollen, der nicht durch den Text untermauert wird. Solche Muster finden sich insbesondere auf Facebook. Gerade wenn Nutzer durch ihre Nachrichten-Feeds scrollen, ohne die eigentlichen Texte hinter den Posts zu lesen (was häufig vorkommt), können irreführende Grafiken und Beschriftungen besonders trügerisch sein.

3. Irreführende Inhalte

Bei dieser Art von Inhalten werden Informationen irreführend genutzt, um Sachverhalte oder Personen auf eine bestimmte Weise darzustellen, indem Fotos beschnitten oder Zitate sowie Statistiken selektiv ausgewählt werden. Dies wird Framing-Theorie genannt.¹⁴³ Die Webseite Rappler.com hat einige solcher Beispiele entlarvt.¹⁴⁴ Grafiken sind ein besonders effektives

¹⁴⁰ Pakistan Today (2018). Anthropologists Make Contact with Remote cut-off Tribe still Thanking Raheel Sharif. [online] p.Khabaristan Today. Verfügbar unter: <https://www.pakistantoday.com.pk/2017/01/11/anthropologists-make-contact-with-remote-cut-off-tribe-still-thanking-raheel-sharif/> [Zugriff am 06.04.2018].

¹⁴¹ Weiterführende Informationen dazu finden sich in einer Publikation von der Mitherausgeberin dieses Buches, Julie Posetti, in Zusammenarbeit mit Alice Mathews.

¹⁴² The Political Insider (2015). First time Voter Waited 92 years to Meet Trump... What Happened next is AMAZING! [online] verfügbar unter: <https://thepoliticalinsider.com/first-time-voter-waited-92-years-to-meet-trump-what-happened-next-is-amazing/> [Zugriff am 06.04.2018].

¹⁴³ Entman, R., Matthes, J. und Pellicano, L. (2009). Nature, Sources, and Effects of News Framing. In: K. Wahl-Jorgensen und T. Hanitzsch (Contributor), ed., Handbook of Journalism Studies. [online] New York: Routledge, pp.196-211. Verfügbar unter: <https://centreforjournalism.co.uk/sites/default/files/richardpendry/Handbook%20of%20Journalism%20Studies.pdf> [Zugriff am 03.04.2018].

¹⁴⁴ Punongbayan, J. (2017). Has Change Really Come? Misleading Graphs and how to Spot them. Rappler.com. [online] verfügbar unter:

Mittel zur Verbreitung irreführender Information, da das Gehirn Visualisierungen gegenüber weniger kritisch eingestellt ist.¹⁴⁵ Native oder bezahlte Werbung, die redaktionelle Inhalte nachahmt, fällt auch in diese Kategorie, wenn sie nicht ausreichend als gesponsert gekennzeichnet ist.¹⁴⁶

4. Falscher Kontext

Einer der Gründe, warum der Begriff Fake News nicht hilfreich ist, ist die Tatsache, dass echte Inhalte oft außerhalb ihres eigentlichen Zusammenhangs weiterverbreitet werden. So wurde beispielsweise ein in Vietnam im Jahr 2007 aufgenommenes Foto sieben Jahre später unter dem Deckmantel verbreitet, es handle sich um eine Fotografie der Auswirkungen des Erdbebens in Nepal im Jahr 2015 zeigt.¹⁴⁷

5. Betrügerische Inhalte

Es ist ein ernstzunehmendes Problem, dass Journalisten als Verfasser von Texten ausgewiesen werden, die sie nicht geschrieben haben. Ebenso werden Logos von Organisationen in Videos oder auf Bildern platziert, die nicht von ihnen produziert wurden. Vor den Wahlen in Kenia im Jahr 2017 entdeckte beispielsweise BBC Africa, dass ein von jemand anderem produziertes Video mit einem mit Photoshop bearbeitetem BBC-Logo und -Slogan auf WhatsApp im Umlauf war.¹⁴⁸ Sie mussten daher ein Video produzieren und in den sozialen Netzwerken verbreiten, um die Menschen vor dem gefälschten Video zu warnen.

6. Manipulierte Inhalte

Manipulierte Inhalte liegen vor, wenn echte Inhalte so verfälscht werden, dass die Betrachter getäuscht werden. In einem Beispiel aus Südafrika zeigen manipulierte Bilder die Chefredakteurin der HuffingtonPost, Ferial Haffajee, unter anderem auf dem Schoß von Geschäftsmann Johan Rupert sitzend – und so wird ihr eine persönliche Beziehung mit ihm unterstellt.¹⁴⁹

7. Erfundene Inhalte

Diese Inhalte können Textformate sein, beispielsweise komplett gefälschte Nachrichtenseiten wie die selbsterklärte Fantasie-Nachrichtenseite WTOE5 News. Diese veröffentlichte einen Artikel, der suggerierte, dass der Papst Donald Trump als Präsident unterstützt habe. Es kann sich aber auch um visuelle Inhalte handeln. Ein Beispiel hierfür war eine Grafik, die fälschlicherweise vorgab, Menschen könnten per SMS für Hillary Clinton stimmen.¹⁵⁰ Diese Grafiken zielten im Vorfeld der Präsidentschaftswahlen in den USA auf demographische Minderheiten in sozialen Netzwerken ab.

<https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot> [Zugriff am 06.04.2018].

¹⁴⁵ Siehe Artikel von Hannah Guy im Pflichtlektüre-Teil dieses Moduls

¹⁴⁶ Siehe Modul 3

¹⁴⁷ Pham, N. (2018). Haunting 'Nepal Quake Victims' Photo from Vietnam. BBC. [online] verfügbar unter: <http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-32579598> <https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot> [Zugriff am 06.04.2018].

¹⁴⁸ BBC (2017). Kenya Election: Fake CNN and BBC News Reports Circulate. [Online] verfügbar unter: <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-40762796> [Zugriff am 06.04.2018].

¹⁴⁹ Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta Fake News Factory and me. HuffPost South Africa. [online] verfügbar unter: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [Zugriff am 06.04.2018].

¹⁵⁰ Haltwanger, J. (2016). Trump Trolls Tell Hillary Clinton Supporters They Can Vote Via Text. Elite Daily. verfügbar unter: <https://www.elitedaily.com/news/politics/trump-trolls-hillary-clinton-voting-text-message/1680338> [Zugriff am 23.03.2018].

Die Elemente und Phasen der Information Disorder

Die Öffentlichkeit im Allgemeinen, aber Journalisten im Besonderen müssen die Elemente der Information Disorder einzeln untersuchen: die Akteure, die Botschaften und die Vermittler. In dieser Matrix gibt es Fragen, die zu jedem einzelnen Element gestellt werden müssen. Der Akteur, der eine gefälschte Meldungen verfasst, kann sich sowohl von demjenigen unterscheiden, der die Nachricht produziert, als auch von demjenigen, der sie verbreitet.

Es ist ebenso ein gründliches Verständnis dafür erforderlich, wer diese Akteure sind und was sie motiviert. Auch die verschiedenen Botschaften, die die Akteure verbreiten, müssen begriffen werden. Nur so können wir beginnen, das Ausmaß von diesen Botschaften abzuschätzen und sie zu adressieren. Die bisherige Diskussion konzentrierte sich überwiegend auf gefälschte Nachrichtenseiten mit Text, dabei sind visuelle Inhalte genauso weit verbreitet und wesentlich schwerer zu identifizieren und zu entlarven.

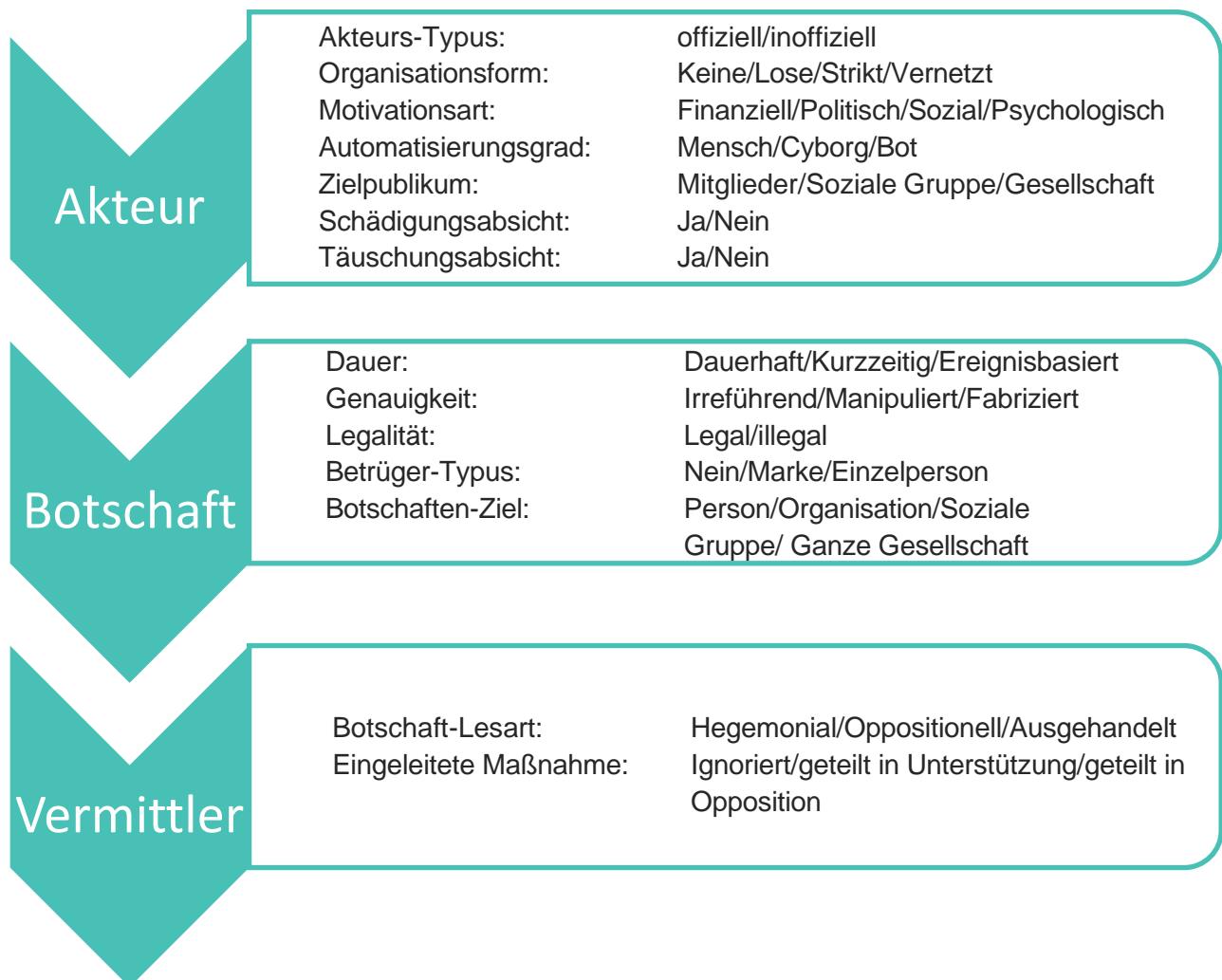


Abbildung 2: Die drei Elemente der Information Disorder

Abschließend müssen die drei verschiedenen Phasen der Information Disorder berücksichtigt werden: Erstellung, Produktion und Verbreitung (siehe Abbildung 2). Diese verschiedenen Phasen der Information Disorder neben ihren Elementen zu betrachten, ist so wichtig, weil der inhaltssteuernde Akteur oft jemand anderes ist, als jene, die sie anschließend produzieren und verbreiten.

Zum Beispiel unterscheiden sich die Beweggründe eines Drahtziehers, der eine staatlich geförderten Desinformationskampagne erstellt, stark von den Motiven der schlecht bezahlten Trolle mit dem Auftrag, die Themen der Kampagne in konkrete Beiträge/Posts umzusetzen. Sobald eine Botschaft einmal im Umlauf ist, kann sie von unterschiedlichen Akteuren mit jeweils unterschiedlichsten Motivationen endlos reproduziert und verbreitet werden.

Beispielsweise lässt sich ein Beitrag in Social Media durch verschiedene Gruppen teilen, was dazu führen kann, dass etablierte Massenmedien die Botschaft (ohne angemessene Überprüfung) aufgreifen, wiedergeben und an wieder andere Gruppen verbreiten. Nur wenn wir die Information Disorder in dieser Weise analysieren, können wir beginnen, diese Nuancen zu verstehen.¹⁵¹

	Akteure: Regierungen, PSYOPs, politische Parteien, Unternehmen, PR-Agenturen, Einzelpersonen, Medien	Software- Unterstützung
Inhalte kreieren – z. B. Storys, Kommentare, Likes, Videos, Memes.	Oftmals mit verdeckter, gestohlener oder falscher Identität	Interaktive Benutzeroberflächen
Inhalte verbreiten beispielsweise durch Teilen oder Verlinkungen	Bots zur Unterstützung einsetzen	Bots
Inhalte bearbeiten: Ändern/ Ergänzen, Moderieren und Kuratieren	Hacking und Gaming	Algorithmen

Tabelle: Regelwerk für Toxizität – wie die Integrität von Informationen beeinträchtigt wird.¹⁵²

Die Webseite, die eine virale Story verbreitete, dass der Papst angeblich den Präsidentschaftskandidaten Donald Trump unterstützt habe, ist eines der bekanntesten Beispiele.¹⁵³ Es handelt sich um eine nützliche Fallstudie, um über die verschiedenen Phasen der Information Disorder nachzudenken (siehe Abbildung 3).

¹⁵¹ Anmerkung der Redaktion: Eine weitere Grafik zur Erwägung wird nachstehend wiedergegeben.

¹⁵² Siehe Berger, G. 2017. https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf

¹⁵³ WTOE 5News (2016). Pope Francis Shocks World, Endorses Donald Trump for President, Releases Statement. [online] Verfügbar unter: <https://web.archive.org/web/20161115024211/http://wtoe5news.com/us-election/pope-francis-shocks-world- endorses-donald-trump-for-president-releases-statement/> [Zugriff am 06.04.2018].

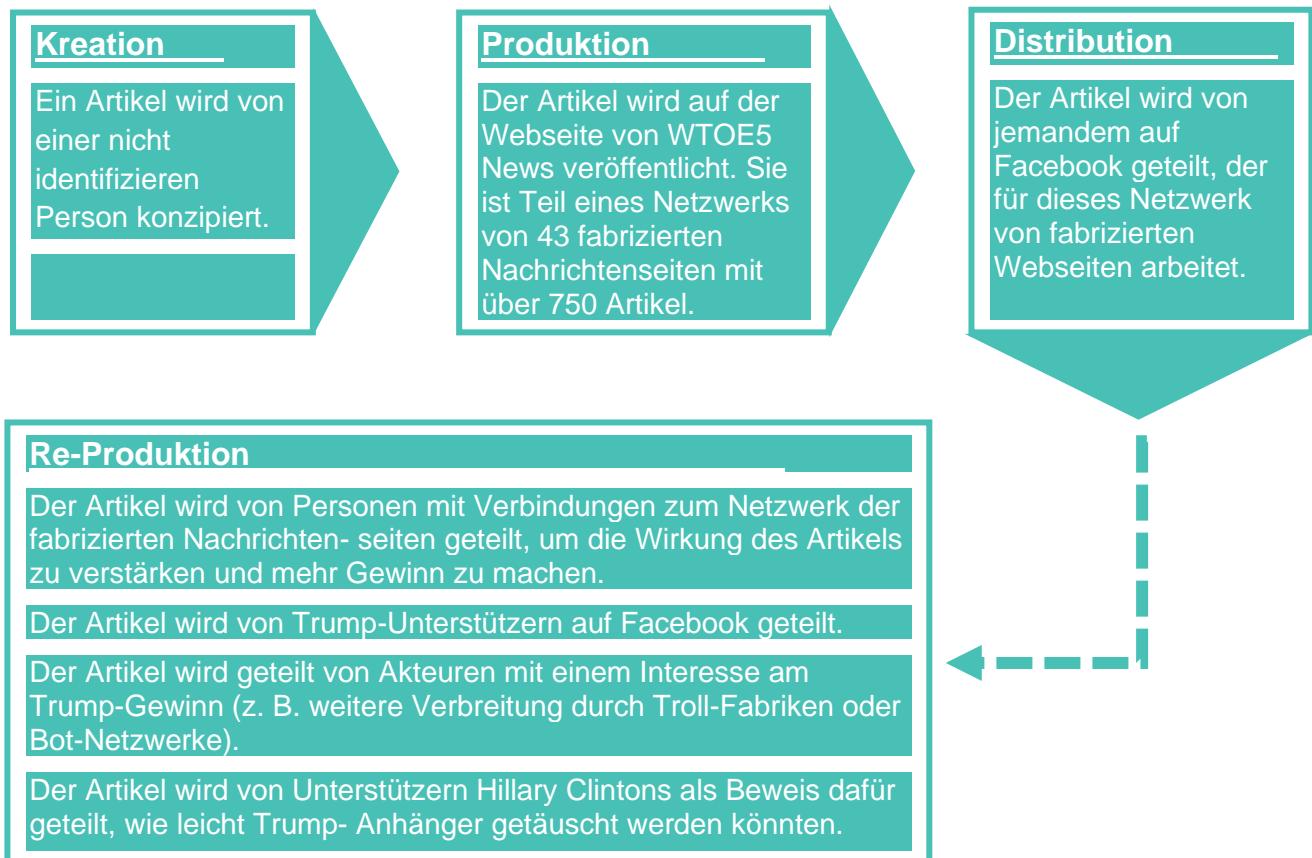


Abbildung 3: Phasen der Information Disorder



Ziele des Moduls

- Ein kritischerer Konsument von Online-Informationen zu sein, indem man über das breite Spektrum von Des- und Falschinformationen nachdenkt.
- Kritisch darüber nachzudenken, welche (oft anonymen oder betrügerischen) Personen solche Informationen hervorbringen, welche Formate existieren, wie sie interpretiert werden können und wie sie sich verbreiten.
- Die Komplexität der Information Disorder verstehen, insbesondere die Notwendigkeit zu differenzieren, wer solche Informationen hervorbringt, welche Formate sie benutzen und auf welche Weise die Zielgruppen solche Botschaften teilen können.
- Die Schwierigkeiten berücksichtigen können, die wir bei der Bewältigung der Herausforderungen durch Des- und Falschinformationen haben.
- Die Bedeutung der Information Disorder für Demokratien und offene Gesellschaften unterstreichen (Gegenstand des vorherigen Moduls)



Lernergebnisse

Am Ende dieses Kurses werden Teilnehmer dazu in der Lage sein:

1. die Art und Weise zu würdigen, wie das Thema von Politikern, Medien und Wissenschaftlern diskutiert und geprägt wurde.
2. zu verstehen, wie Schaden und Fälschung dabei helfen über Information Disorder nachzudenken.
3. die Arten von Des- und Falschinformationen zu verstehen und auf verschiedene Beispiele anzuwenden.
4. kritisch über ein Beispiel von Desinformationen nachzudenken und aufzuschlüsseln, wer es initiiert oder geschaffen hat, was die Botschaft war und wie das Publikum sie interpretiert haben könnte.
5. einer anderen Person zu erklären, warum es wichtig ist, über dieses Problem sorgfältig nachzudenken.



Format des Moduls

Theoretischer Vortrag und praxisnaher Workshop

Die Folien für dieses Modul¹⁵⁴ sind so ausgestaltet, dass sie einen längeren interaktiven Workshop ermöglichen.

Allerdings wird für den Zweck dieses Lehrplans, der obigen Text als Grundlage für einen theoretischen Vortrag vorgeschlagen. Für ein 90-minütige Seminar wurden die in den Folien enthaltenen praktischen Übungen entnommen. Lehrkräfte sollten mithilfe der Diskussionsfragen und Übungen die Folien durcharbeiten.

Übung 1: Betrachtung der Abbildung 4 unten, welche die „Sieben Typen der Des- und Falschinformationen“ erklärt. Die Teilnehmer können aufgefordert werden, zu zweit oder in kleineren Gruppen Beispiele für die aufgelisteten Kategorien zu nennen.

¹⁵⁴ Folien zum Download verfügbar unter: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf

Satire oder Parodie Keine Absicht, Schaden zuzufügen, aber das Potenzial zu täuschen.	Irreführende Inhalte Verwendung von Informationen, um ein Thema oder eine Person irreführend zu umschreiben (framing).	Betrügerische Inhalte Wenn authentische Quellen imitiert werden.	Fabrizierte Inhalte Neue, zu absolut erfundene Inhalte, die geschaffen wurden, um zu täuschen und Schaden anzurichten.
Falsche Referenzen Wenn Überschriften, Visualisierungen und Untertitel, den Inhalt nicht untermauern.	Falscher Kontext Wenn echte Inhalte mit falschen Kontext-Informationen geteilt werden.	Manipulierte Inhalte Wenn echte Inhalte oder Bilder manipuliert werden, um zu täuschen.	

Abbildung 4: Sieben Kategorien der *Information Disorder* (**Quelle:** firstdraftnews.org)

Übung 2: Schauen Sie sich das Venn-Diagramm in Abbildung 1 an, das die Unterschiede zwischen Falschinformationen, Desinformationen und schädlichen Informationen zeigt. Was ist daran annehmbar? Was fehlt? Was kann in Frage gestellt werden?

Von Lehrplan zu Lernergebnissen

A. Theorie

Vortrag	Zeit	Lernergebnisse
Präsentation und Diskussion. Einsicht in bestehendes Wissen zu aktuellen Fällen der Des- und Falschinformation.	90 Minuten	1

B. Praxis

Workshop	Zeit	Lernergebnisse
Übung 1: Schauen Sie sich Abbildung 4 an, in der die Typen der Des- und Falschinformation erklärt werden. Finden Sie Beispiele für die aufgelisteten Kategorien. Sie können in Paaren oder kleinen Gruppen arbeiten.	45 Minuten	2
Übung 2: Prüfen Sie Abbildung 1, in der die Unterschiede zwischen Falschinformationen, Desinformationen und schädlichen Informationen erklärt werden. Stimmen Sie ihr zu? Was fehlt? Gibt es etwas, dem Sie widersprechen würden?	45 Minuten	3



Empfohlene Übung

Erstellen Sie ein Storyboard¹⁵⁵ für ein Erklärvideo, das ein Social-Media-Unternehmen ganz oben im Newsfeeds nutzen könnte, um seine Nutzer darüber zu informieren, worauf sie beim Konsum von Informationen auf der Seite achten sollten. Die Teilnehmenden könnten Beispiele für Des- und Falschinformationen einbeziehen, auf die sie im Verlauf dieses Moduls gestoßen sind, um die Gefahren vom bloßen Liken, Teilen und Kommentieren von Beiträgen hervorzuheben, bei denen der Leser sich nicht vergewissert hat, ob sie wahrheitsgemäß sind oder nicht.

Ein einfaches Storyboarding-Tool gibt es hier: <http://www.storyboardthat.com/>



Materialien

Folien: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus - model course 1 - slide_deck.pdf



Literatur

Berger, G. 2017. Fake news and the future of professional and ethical journalism.

Präsentation bei einer von Joint Extremism/Digital Europe organisierten Konferenz

Arbeitsgruppen-Konferenz des Europäischen Parlaments am 6. September 2017 Verfügbar unter https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf

Busby, M. I. Khan & E. Watling (2017) Types of Misinformation During the UK Election, First Draft News, Verfügbar unter <https://firstdraftnews.com/misinfo-types-uk-election/>

Guy, H. (2017) Why we need to understand misinformation through visuals, First Draft News Verfügbar unter <https://firstdraftnews.com/understanding-visual-misinfo/>

Karlova, N.A. und Fisher, K.E. (2012) "Plz RT": A Social Diffusion Model of Misinformation and Disinformation for Understanding Human Information Behaviour. Proceedings of the ISIC2012 (Tokyo). Verfügbar unter https://www.hastac.org/sites/default/files/documents/karlova_12_isic_misdismodel.pdf

Silverman, C. (2017) This Is How your Hyperpartisan Political News Get Made, BuzzFeed News, Verfügbar unter <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/ how-the-hyperpartisan->

¹⁵⁵ Hinweis: Storyboarding ist ein kreativer Planungsprozess, der in Werbung, Film, Dokumentarfilmproduktion und Journalismus eingesetzt wird, der eine bildliche Darstellung des Ablaufs von Text-, Video- oder Audioinhalten Frame für Frame abbildet.

sausage-is-made?

Wardle, C. & H. Derakhshan (2017) Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making. Council of Europe. Verfügbar unter <https://firstdraftnews.com/resource/coe-report/>

Wardle, C. & H. Derakhshan (2017) One year on, we're still not Recognizing the Complexity of Information Disorder Online, First Draft News, Verfügbar unter https://firstdraftnews.org/coe_infodisorder/

Zuckerman, E. (2017) Stop Saying Fake News, It's Not Helping, My Heart's in Accra, Verfügbar unter <http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>

Transformation der Nachrichtenindustrie: Digitale Technologie, soziale Plattformen und die Verbreitung von Falsch- und Desinformationen

von Julie Posetti

MODUL 3



Zusammenfassung

Das digitale Zeitalter wurde als „goldene Ära des Journalismus“ beschrieben.¹⁵⁶ In der Tat ermöglichte es den Zugriff auf wichtige Datenquellen und führte damit zu bahnbrechendem investigativem Journalismus,¹⁵⁷ neuen Modellen grenzübergreifender, kooperativer Zusammenarbeit und öffnete den Zugang zu einem Reichtum an Wissen und vielfältigen Quellen per Mausklick.

Allerdings hat dies auch zu anhaltenden, bisher beispiellosen Herausforderungen und strukturelle Veränderungen in der Nachrichtenindustrie geführt. Journalismus steht „unter Beschuss“¹⁵⁸ und sieht sich nahezu einem „perfekten Sturm“ aus konvergierenden Zwängen der Information Disorder ausgesetzt.^{159 160} Dazu gehören:

- Der Aufstieg computergestützter Propaganda und der Verwendung von Misstrauen als „Waffe“. ¹⁶¹
- Die digitale Disruption von Werbung, die den Zusammenbruch traditioneller Geschäftsmodelle und Massenarbeitslosigkeit im Nachrichtensektor verursacht.
- Das Scheitern von digitaler Werbung als Ersatz der gedruckten Werbung zur Unterstützung des Journalismus (Google und Facebook sind inzwischen Hauptprofiteure der digitalen Werbevermarktung).¹⁶²
- Die Veränderungen durch digitale Konvergenz in Bezug auf Auftragsvergabe, Produktion, Publikation und Verteilung von Inhalten, die insgesamt den Termindruck deutlich erhöhen und zu weiteren Arbeitsplatz-Verlusten führen.
- Die gezielte Online-Schikane von Journalisten (insbesondere Frauen), ihrer Quellen und Zielgruppen.¹⁶³

¹⁵⁶ Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age UNESCO Paris. P 104

<http://unesdoc.unesco.org/images/0024/00248054E.pdf> [Zugriff am 01.04.2018]. (Citing ICIJ Director, Gerard Ryle)

¹⁵⁷ Obermayer, B. & Obermaier, F. (2016). The Panama Papers: Breaking the story of how the rich and powerful hide their money, One World, London

¹⁵⁸ UNESCO (2018). World Trends in Freedom of Expression and Media Development 2017/2018. UNESCO, Paris.

<http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002597/259756e.pdf> [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁵⁹ Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Council of Europe, Ebd. Hinweis: Die Videoaufzeichnung dieser Podiumsdiskussion auf dem Internationalen Journalismus-Festival 2018, von der Kapitelautorin organisiert, ist für Lehrende möglicherweise eine Ressource für die Operationalisierung dieses Moduls.

<https://www.journalismfestival.com/programme/2018/journalisms-perfect-storm-confronting-rising-global-threats-from-fake-news-to-censorship-surveillance-and-the-killing-of-journalists-with-impunity>

¹⁶⁰ Clarke, R. & Gyemisi, B. (2017). Digging up Facts About Fake News: The Computational Propaganda Project. OECD. <http://www.oecd.org/governance/digging-up-facts-about-fake-news-the-computational-propaganda-project.htm> [Zugriff am 01.04.2018].

¹⁶¹ UNESCO (2017). States and Journalists Can Take Steps to Counter ‘Fake News’. UNESCO, Paris.

<https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁶² Kollewe, J. (2017). Google and Facebook Bring in one-fifth of Global ad Revenue The Guardian, May 2nd 2017. <https://www.theguardian.com/media/2017/may/02/google-and-facebook-bring-in-one-fifth-of-global-ad-revenue> [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁶³ Siehe Modul 7

- Die sozialen Netzwerke, die ihre Zielgruppen in den Mittelpunkt von Inhaltsfindung und -verbreitung stellen und so zu Mitwirkenden der Nachrichtenproduktion machen (dies kann viele Vorteile haben, untergräbt aber die Gatekeeper-Rolle etablierter Nachrichtenmedien und beeinflusst Überprüfungs-Standards).¹⁶⁴
- Die Erwartungen der Zielgruppen im Hinblick auf „auf Abruf“ verfügbare Nachrichten, mobile Verbreitung und Echtzeit-Einbindung in den sozialen Medien, erhöhen den Druck auf Journalisten und Redakteure weiter, die mit immer weniger Ressourcen einem endlosen Nachrichtenzyklus gegenüberstehen.
- Die aufgrund der fallenden Hürden für Veröffentlichungen um ihre Zielgruppen kämpfenden Nachrichtenverleger, da jede Person oder Organisation befähigt wird, Inhalte zu produzieren, die traditionellen Gatekeeper zu umgehen und um Aufmerksamkeit zu ringen – inklusive mächtiger Politiker mit dem Ziel, die Glaubwürdigkeit kritischer Berichterstattung zu untergraben.¹⁶⁵
- Die eingeschränkte Wirkung und Rentabilität vieler neuer, ausschließlich digitaler Mediengründungen, welche die durch das Scheitern der Zeitungen entstandenen Lücken füllen.
- Die Aushöhlung des Vertrauens in den Journalismus und die etablierten Medien, wodurch das Publikum und übrigbleibende Gewinne weiter schwinden sowie die Ausbreitung der Information Disorder weiter angeheizt wird.

Als Folge verschwimmen die Grenzen zwischen Fakten, Unterhaltung, Werbung, Fälschung und Fiktion. Wenn Des- und Falschinformationen veröffentlicht werden, sendet das auf Peer-to-Peer-Sharing angewiesene soziale Nachrichten-Verteilungssystem diese Inhalte häufig viral. Das macht es beinah unmöglich, solche Inhalte aus dem Verkehr zu ziehen, selbst wenn Journalisten und Faktenprüfer diese erfolgreich entlarven.

Das vorliegende Modul informiert Teilnehmende darüber, wie der Zusammenbruch vieler Geschäftsmodelle kommerzieller Medien im digitalen Zeitalter – in Verbindung mit den Prozessen der digitalen Transformation und dem Aufkommen sozialer Medien – die Legitimation und virale Verbreitung von Des- und Falschinformation ermöglicht hat.¹⁶⁶ Darüber hinaus soll es den Teilnehmenden helfen, die Reaktionen der Medien auf die Information Disorder kritisch zu analysieren. Zudem informiert es über sich abzeichnende bewährte Vorgehensweisen der Nachrichtenindustrie bei der Handhabung des Problems.

¹⁶⁴ Nielsen, R.K. & Schroeder, C. K. (2014). The Relative Importance of Social Media for Accessing, Finding and Engaging With News in Digital Journalism, 2(4) <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2013.872420> [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁶⁵ Posetti, J. & Silverman, C. (2014). When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification in Posetti (Ed) Trends in Newsrooms 2014 (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁶⁶ Cadwalladr, C. (2017). Trump, Assange, Bannon, Farage... Bound Together in an Unholy Alliance, The Guardian, 28. Oktober 2017. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/oct/28/trump-assange-bannon-farage-bound-together-in-unholy-alliance> [Zugriff am 29/03/2018].



Überblick

Die Probleme herausarbeiten

Strukturelle Ursachen der Information Disorder in der Nachrichtenindustrie

I) Der Zusammenbruch traditioneller Geschäftsmodelle

Der rasante Rückgang traditioneller Werbeeinnahmen – jenem Finanzierungsmodell, das den kommerziellen Journalismus fast zwei Jahrhunderte unterstützte – und das Ausbleiben ausreichender Einkünfte aus digitaler Werbung, haben zu einer Phase der immer drängenderen Versuche geführt, um das Geschäftsmodell des Journalismus tragfähig zu machen. Allerdings hat sich der Niedergang der Nachrichtenindustrie nur noch weiter verschärft.

Der starke Rückgang von Zeitungen, einschneidende Umstrukturierungen und massenhafte Entlassungen sind häufig wiederkehrende Erfahrungen in den Redaktionen des Digitalzeitalters. Veränderungen im Verhalten der Medienkonsumenten und die Verbreitung sozialer Medien, gemeinsam mit der Einführung erschwinglicher Smartphones, haben auch zu einem rapiden Verlust von Zielgruppen für die traditionellen Nachrichtenprodukte geführt, hin zu „Peer-zu-Peer“-Modellen des Informationsaustauschs, wodurch die Einnahmen weiter schwinden.

Hinsichtlich der Information Disorder sind folgende Auswirkungen von Relevanz:

- Schwindende Ressourcen in Nachrichtenredaktionen (Personal und Budgets), dies führt zu eingeschränkter Überprüfung von Quellen und Informationen sowie geringerer Berichterstattung vor Ort.
- Erhöhter Termindruck, verbunden mit zurückgehenden Qualitätskontroll-Prozessen und dem Verlust von Arbeitsplätzen, während die Nachfrage nach Inhaltsproduktion am laufenden Band für Webseiten und soziale Netzwerke weiter besteht.
- Weniger Zeit und Ressourcen für gegenseitige Kontrolle (einschließlich Faktenprüfung durch Reporter und redaktionelle Nachbearbeitung).
- Übermäßige Abhängigkeit von schlecht identifiziertem, aber lukrativem „Native Advertising¹⁶⁷“ und ‘Click-Bait’-Schlagzeilen, wodurch das Risiko besteht, das Vertrauen des Publikums weiter zu verlieren.

¹⁶⁷ „Native Advertising“ ist ein in der Medienindustrie benutzter Begriff für bezahlte Inhalte, die redaktionelle Inhalte nachahmen. Es entspricht ethischer Praxis, diesen Inhalt ganz klar als „bezahlt“ zu kennzeichnen, aber die Furcht, Leser abzuschrecken, hat in gewissen Fällen zu mangelnder Transparenz geführt.

ii) Digitale Transformation von Nachrichtenredaktionen und Storytelling

Das Jahrzehnt ab dem Jahr 2000 erschütterte einen großen Teil der Medienwelt.¹⁶⁸ Die Strukturen und Prozesse in der Erzeugung, Verbreitung und des Konsums von Nachrichten wurden zerstört, als das Digitalzeitalter Einzug hielt. Es bot gleichzeitig noch nie dagewesene Möglichkeiten und Herausforderungen. Die digitale Transformation der Nachrichtenindustrie und des journalistischen Handwerks wird inzwischen als fortwährender Veränderungsprozess aufgefasst, der gleichzeitig vorangetrieben wird durch die Veränderung des Publikumsverhaltens (z. B. „Peer-zu-Peer“-Verbreitung von Inhalten, Zugang zu Inhalten auf Abruf) und durch Technologie (etwa das Aufkommen von sozialen Netzwerken, virtueller Realität, künstlicher Intelligenz und der zunehmenden Verfügbarkeit von Smartphones).¹⁶⁹ Daher besteht ein andauerndes Bedürfnis nach dem Erwerb digitaler Fähigkeiten.

Hinsichtlich der Information Disorder sind folgende Auswirkungen von Relevanz:

- Medienkonvergenz: Viele Journalisten haben nun die Aufgabe, Inhalte für unterschiedliche Plattformen gleichzeitig zu produzieren (von Mobil-Formaten bis zu Printmedien). Dadurch wird die Zeit weiter verkürzt, die für proaktive Berichterstattung zur Verfügung steht, im Gegensatz zu reaktiven Formen wie der Wiedergabe von PR-Inhalten ohne angemessene Prüfung.
- Journalisten müssen zunehmend ihre eigenen Inhalte selbst redigieren und ohne ausreichende Überprüfung veröffentlichen.¹⁷⁰
- „Digital first“-Deadlines sind immer „sofort“, dadurch erhöht sich das Risiko für Fehler.
- „Social-First“-Publishing ist mittlerweile alltäglich: Journalisten veröffentlichen ihre Beiträge über persönliche Social-Media-Accounts und/oder denen ihrer Verleger, um die Nachfrage des Publikums nach Nachrichten in Echtzeit zu bedienen. Gängige Praktiken sind beispielsweise live zu twittern, „Facebook Live“-Videos und andere journalistische Aktivitäten, die nicht unbedingt redaktionelle Kontrollen durchlaufen (ähnlich einer Live-Übertragung). Potenziell führt dies zu einer „Zuerst veröffentlichen, später kontrollieren“-Mentalität.
- Abhängigkeit von einer rudimentären Daten-Analyse, die sich auf Artikel-Klickzahlen und die Zahl der eindeutigen Webseiten-Besuchern beschränkt, um höhere Preise für zunehmend knapper und billiger werdende Digital-Werbung zu rechtfertigen, statt qualitative höherwertige Metriken für Qualitätsjournalismus mit langen Formaten zu berücksichtigen, wie Aufmerksamkeit in Minuten oder Verweildauer.

¹⁶⁸ Nielsen, R. K. (2012). The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments

(Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁶⁹ Für eine detaillierte globale Analyse der Trends in Digitalen Medien: Reuters Institute for the Study of Journalism's (RISJ) Digital News Report. Die Ausgabe von 2018 ist verfügbar unter:

<http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/overview-key-findings-2018/>

¹⁷⁰ Nielsen, R. K. (2012). The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford).

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [Zugriff am 29.03.2018].

- „Click Bait“-Praktiken (also die Verwendung irreführender Überschriften, um Leser unter Vorspiegelung falscher Tatsachen zum Link-Klick zu verleiten), um mehr ‘Traffic’ zu fördern, die jedoch mit einem Vertrauensverlust in den professionellen Journalismus verbunden sind.
- Das Streben nach Viralität auf Kosten von Qualität und Genauigkeit. Dieses Problem wird durch „maschinelles Lernen“ wahrscheinlich noch verschärft.
- Ein Anstieg von Einheiten zur Faktenprüfung in den Nachrichtenredaktionen und als Ergebnis von Projekten zur Medienförderung.

iii.) **Viralität: Wie sich Desinformationen im neuen Nachrichten-Ökosystem rapide verbreiten**

1. Der Aufstieg des Publikums

Das digitale Zeitalter beseitigte Barrieren für Veröffentlichungen und markierte „die Verlagerung der Produktionsmittel hin zu den Menschen, die bisher als Publikum bekannt waren“.¹⁷¹ Es markierte „die Verlagerung der Produktionsmittel hin zu den Menschen, die bisher als Publikum bekannt waren“¹⁷², die dann zu Co-Produzenten von Inhalten werden, einschließlich von Nachrichten – eine Funktion und Praktik, die als „Produsage“ bezeichnet wird.¹⁷³ Anfangs erschlossen Sie ihr Publikum mittels E-Mail und Chat-Räumen, bevor soziale Netzwerke die Reichweite dramatisch vergrößert haben.

2. Das Zeitalter der sozialen Medien

Bis Ende der 2000er Jahre hatten sich Twitter und Facebook in vielen Ländern als Hauptstützen von Sozialen Medien YouTube angeschlossen und üben seither Einfluss auf die Praktiken sowie das professionelle Selbstverständnis von Journalisten aus (insbesondere hinsichtlich der Verifizierung, Interaktion mit dem Publikum und dem Zusammenprall von privater und öffentlicher Sphäre in sozialen Netzwerken¹⁷⁴ und der Verbreitung von Inhalten. Während Einzelpersonen auf Vertrauen basierende Netzwerke aufbauen, begann die „Peer-zu-Peer“-Verteilung von Inhalten (insbesondere auf Facebook), die traditionelle Verfahren zur Inhaltsverbreitung infrage stellt.

Nutzer stellen ihre eigenen Inhalt-Streams ohne Vermittlung zusammen, darunter Inhalte von Nachrichtenagenturen, Journalisten und anderen zuverlässigen Informationsanbietern. So fanden ungenaue, falsche, schädliche und Propaganda-Inhalte, die sich als Nachrichten tarnen, über „vertrauensbasierte Netzwerke“ (Nutzer und Gleichgesinnte) zunehmend Anklang. Forscher fanden heraus, dass sowohl emotionale Inhalte als auch solche, die

¹⁷¹ Gillmor, D. (2004). *We, the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People* (O'Reilly). <http://www.authorama.com/we-the-media-8.html> [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁷² Rosen, J. (2006). The People Formerly Known as the Audience, PressThinkblog (27. Juni 2006). http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁷³ Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. Peter Lang, New York. Siehe auch: Bruns A (2006) *Collaborative Online News Production*. Peter Lang, New York.

¹⁷⁴ Possetti, J. (2009). Transforming Journalism...140 Characters at a Time Rhodes Journalism Review 29. September 2009. http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [Zugriff am 29.03.2018].

Freunde oder Familienmitglieder teilen, mit größerer Wahrscheinlichkeit in sozialen Medien weiterverbreitet werden.¹⁷⁵

Während sich Journalisten und Nachrichtenorganisationen notwendigerweise zwecks Nachrichtengewinnung, Publikumsansprache und Inhaltsverbreitung (sie mussten dort präsent sein, wo sich ihr Publikum aufhält,) in diese Plattformen einfügten, entwickelten sich „Filterblasen“¹⁷⁶ und „Echokammern“¹⁷⁷ (auch wenn diese nicht ganz so hermetisch oder isoliert sind, wie manchmal suggeriert wird). Diese reduzieren die Konfrontation vieler Einzelpersonen mit abweichenden Sichtweisen und verifizierten Informationen. Durch diese Entwicklung verstärken sich die Risiken, die mit der Information Disorder einhergehen.

Zu den Vorteilen eines publikumsnahen Journalismus gehört die Möglichkeit des Crowdsourcings verschiedener Quellen, die gemeinsame Verifizierung¹⁷⁸ (nützlich, um Falschinformationen zu korrigieren, Desinformationen aufzudecken und böswillige Akteure zu entlarven) und der Aufbau eines loyalen Publikums (unterstützt durch direkte Zusammenarbeit zwischen Journalisten und Nachrichtenkonsumenten).¹⁷⁹ Darüber hinaus befähigen sie das Publikum zur direkten Rückmeldung, um Berichte zu korrigieren oder zur Recherche beizutragen. Die vernetzte Öffentlichkeit hilft Journalisten und Publikum auch dabei, willkürliche Einschränkungen und Zensur zu umgehen (z. B. „Spin Doctors“).

Die Einbindung des Publikums und von Informationsquellen über Social-Media-Kanäle durch die Journalisten kann auch als bemerkenswertes neues Merkmal von Rahmenbedingungen für die Rechenschaftspflicht angesehen werden, die zur Selbstregulierung beitragen. Journalisten können durch diese Interaktionen schnell und öffentlich auf begründete Kritik an ihrer Arbeit reagieren, Fehler sofort korrigieren und die Transparenz ihrer Arbeit erhöhen, indem sie Inhalt aus dem Prozess heraus machen.¹⁸⁰

Die Nachteile beinhalten:

- Erhöhte Wahrscheinlichkeit, dass Des- und Falschinformationen „viral“ werden, wenn die Verbreitung erhöht wird durch „vertrauensbasierte Netzwerke“¹⁸¹ und emotionale Reaktionen (z.B. durch Bestätigungsverzerrung, auch unter dem Begriff „Confirmation

¹⁷⁵ Bakir, V. & McStay, A. (2017) *Fake News and the Economy of Emotions* Digital Journalism (Taylor and Francis) Juli 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁷⁶ Hinweis: Unter Filterblasen versteht man den aufgeblähten Raum, bevölkert von Gleichgesinnten aufgrund von Algorithmen, die den Benutzern individualisierte Inhalte zur Verfügung stellen vgl. Pariser, E. (2012). *The Filter Bubble*. Penguin and Random House, New York

¹⁷⁷ Der Begriff „Echokammern“ bezieht sich auf die Auswirkungen der Bestätigungsverzerrungen (confirmation bias) von Gleichgesinnten in sozialen Netzwerken. Mehr zu Bestätigungsverzerrungen im Modul 5.

¹⁷⁸ Garcia de Torres, E. (2017). *The Social Reporter in Action: An Analysis of the Practice and Discourse of Andy Carvin in Journalism Practice*, 11(2-3). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/2017512786.2016.1245110> [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁷⁹ Posetti, J. (2010). *Aussie #Spill Breaks Down Barriers Between Journalists, Audience* PBS Mediashift, 24. Mai 2010. <http://mediashift.org/2010/05/aussie-spill-breaks-down-wall-between-journalists-audience144/> [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁸⁰ Posetti, J. (2013). *The ‘Twitterisation’ of Investigative Journalism* in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), *Journalism Research and Investigation in a Digital World* (pp. 88-100): Oxford University Press. Verfügbar unter <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=ihapapers>

¹⁸¹ „Vertrauensnetzwerke“ sind Netzwerke von Menschen, die online Informationen über vertrauensbasierte Beziehungen (wie Familie und Freundesgruppen) in unvermittelter Weise austauschen, peer-to-peer. Die Forschung hat wiederholt gezeigt, dass Nutzer der Sozialen Medien Informationen aus solchen Vertrauensnetzwerken mit größerer Wahrscheinlichkeit weitergeben, unabhängig davon, ob sie korrekt oder verifiziert sind.

Bias“ diskutiert, ausgelöst)¹⁸²

- Möglichkeiten für Regierungen und andere Organisationen, die Befragung und Verifizierung durch Nachrichtenmedien zu umgehen, indem sie „direkt zum Publikum gehen“, um so eine Überprüfung zu vermeiden. Es gibt Beweise auf verstärkte Manipulation der Wirkung von sozialen Medien durch diejenigen, die Wahlergebnisse und öffentliche Politik beeinflussen wollen.¹⁸³
- Sensationsinformationen werden mit größerer Wahrscheinlichkeit geteilt.¹⁸⁴
- Die Schwierigkeit, Des- und Falschinformationen leicht aus dem Verkehr zu ziehen oder zu korrigieren, wenn sie erst einmal „viral“ geworden sind: Keine Entlarvung oder Aufdeckung der Irreführung wird die Auswirkung einer erfundenen Meldung, eines böswilligen Memes, eines als Nachrichten getarnten Propaganda-Videos, die sich als legitime Nachrichten ausgeben, oder fehlerhafte Berichterstattung verursacht durch mangelnde Überprüfung völlig beseitigen.
- Die Nachfrage nach sofortiger Veröffentlichung in den sozialen Netzwerken kann dazu führen, dass Des- und Falschinformationen oder Material zweifelhafter Herkunft versehentlich geteilt werden.¹⁸⁵
- Das allgemein niedrige Niveau der Medien- und Informationskompetenz sowie der Überprüfungsfähigkeit in der Gesellschaft. Daher verfügen die meisten Nutzer von sozialen Medien nicht über das nötige Wissen, um festzustellen, ob Inhalte authentisch sind, bevor sie diese teilen.
- Das Risiko, dass Staaten als Reaktion auf die oben genannten dringenden Probleme die Meinungsfreiheit durch ungerechtfertigte Zensur und Abschaltungen untergraben.
- Die Entwicklung von Filternblasen, die theoretisch Vorurteile bestätigen und qualitativ hochwertige, verifizierte Informationen reduzieren.
- Das Risiko, dass qualitativ schlechte journalistische Arbeit zu einem weiteren Respektverlust des Publikums für den Beruf führen kann, wodurch Angriffe auf die Medien durch diejenigen legitim erscheinen, die Kritiker zum Schweigen bringen wollen.
- Die Gefahr, dass das Publikum darüber in Verwirrung gerät, was Nachrichten sind –

¹⁸² Siehe Modul 5.

¹⁸³ Freedom House (2017). Freedom of the Net 2017: Manipulating Social Media to Undermine Democracy Freedom House. <https://free-domhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2017> [Zugriff am 29.03.2018]. Siehe auch Cadwalladr, C. (2018). I made Steve Bannon’s Psychological Warfare Tool: Meet the data war whistleblower, The Guardian/Observer <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/20/2017/data-war-whistleblower-christopher-wylie-facebook-nix-bannon-trump> [Zugriff am 31.03.2018].

¹⁸⁴ Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing Distribution on Facebook and Twitter in Journalism Studies (Taylor and Francis) März 2017.

<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁸⁵ Posetti, J. (2009). Rules of Engagement For Journalists on Twitter PBS Mediashift, 19. Juni 2009. <http://mediashift.org/2009/06/rules-of-engagement-for-journalists-on-twitter170/> [Zugriff am 29.03.2018].

im Unterschied zu Desinformationen, die sich als Nachrichten tarnen.¹⁸⁶

- Redaktionen, die nicht ausreichend darauf vorbereitet sind, auf Desinformationen zu reagieren, und die Notwendigkeit von redaktionellen Social-Media-Teams, die neue Strategien zur Bekämpfung dieser Probleme entwickeln.¹⁸⁷

Der Aufstieg der Plattformen

Katherine Viner, Chefredakteurin beim Guardian, bemerkt, dass „Facebook zum reichsten und mächtigsten Verleger in der Geschichte geworden ist, indem es Redakteure durch Algorithmen ersetzt“.¹⁸⁸ Die sozialen Netzwerke wurden als die „neuen Torwächter“¹⁸⁹ gefeiert, obwohl sie nach wie vor unwillig, die Verantwortung für die verlegerische Kontrolle zu übernehmen, einschließlich Verifizierung und Kuratierung, obwohl sie Entscheidungen zur Zensierung einiger Inhalte treffen, die die Medienfreiheit untergraben.¹⁹⁰ Die Anstrengungen der Plattformen gegen Des- und Falschinformationen entwickeln sich. Aber Widerstand gegen a) adäquate, globale Reaktion und b) die Übernahme der publizistischen Verantwortung für soziale und demokratische Auswirkungen, birgt die Gefahr, dass soziale Netzwerke zu Fabriken der Information Disorder verkommen.¹⁹¹

Die Rolle des Facebook-Algorithmus' bei der Verbreitung von Nachrichten und Desinformationen, insbesondere in Entwicklungsländern, steht seit 2016¹⁹² auf dem Prüfstand, vor allem im Kontext rechnergestützter Propaganda, die eine ganze Reihe offener sozialer Netzwerke betrifft¹⁹³. Nach anfänglichen Versprechungen und Aktionen in Zusammenarbeit mit Nachrichtenorganisationen und Journalismusforschern zur Bewältigung der Krise, darunter Maßnahmen zur Hervorhebung zuverlässiger Inhalte und Kennzeichnung falscher oder irreführender Posts, zog Facebook sich im Januar 2018¹⁹⁴ allerdings drastisch von

¹⁸⁶ Nielsen, R. K. & Graves, L. (2017). 'News you don't believe' : Audience Perspectives on Fake News Reuters Institute for the Study of Journalism Factsheet (RISJ, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FI-NAL_download.pdf [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁸⁷ Elizabeth, J. (2017) After a Decade, It's Time to Reinvent Social Media in Newsrooms, American Press Institute <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/reinventing-social-media/single-page/> [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁸⁸ Viner, K. (2017). A Mission for Journalism in a Time of Crisis The Guardian, 17. November 2017.

<https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁸⁹ Bell, E. & Owen, T. (2017). The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism Tow Center for Digital Journalism. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁹⁰ Hindustan Times (2016). Facebook Says Will Learn From Mistake Over Vietnam Photo.

<http://www.hindustantimes.com/world-news/facebook-says-will-learn-from-mistake-over-vietnam-photo/story-kwmb3iX6lKgmwAGZeKlyN.html> [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁹¹ Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment, The Conversation, 29. Juni 2017.

<https://theconversation.com/fighting-back-against-prolific-online-harassment-in-the-philippines-80271> [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁹² Finkel, Casey & Mazur (2018). Ebd.

¹⁹³ Grimme, C., Preuss, M., Adam, L., & Trautmann, H. (2017). Social Bots: Human-Like by Means of Human Control?. Big Data 5(4) <http://comprop.ox.ac.uk/publishing/academic-articles/social-bots-human-like-by-means-of-human-control/> [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁹⁴ Wang, S., Schmidt, C. & Hazard, O. L. (2018). Publishers Claim they're Taking Facebook's Newsfeed Changes in their Stride – Is the Blood-letting still to Come? NiemanLab. <http://www.niemanlab.org/2018/01/publishers-claim-theyre-taking-facesbooks-news-feed-changes-in-stride-is-the-bloodletting-still-to-come/> [Zugriff am 29.03.2018].

dieser Funktion zurück.

Eine Verschiebung vom offenem zu einem geschlossenen System der Publikumsbeteiligung in den sozialen Medien ist wahrscheinlich der nächste Schritt, mit ganz eigenen, neuen Implikationen und Herausforderungen für die Verbreitung von Nachrichten sowie die Nachhaltigkeit von Qualitätsjournalismus. Außerdem bestehen zusätzliche Risiken für die Bildung von Filterblasen und die virale Verbreitung von Desinformationen.¹⁹⁵ Dazu gehören Probleme mit Suchmaschinen- Algorithmen wie etwa von Google. Das Unternehmen hat Anfang 2018 bestätigt, dass der Suchalgorithmus die Tendenz hat, die Bestätigungsverzerrung zu verstärken. Zum Zeitpunkt dieser Niederschrift hat Google angegeben, an dem Problem zu arbeiten: „Oft existieren verschiedene legitime Perspektiven der Verlage und wir wollen den Nutzern eine Sichtbarkeit dieser Perspektiven ermöglichen und auch den Zugang auf verschiedene Quellen.“¹⁹⁶

Konsequenzen der Information Disorder für Journalismus und Nachrichtenindustrie

- Weitere Aushöhlung von Vertrauen in Nachrichtenmarken, Journalismus und einzelne Journalisten, die ungenaue, erfundene oder irreführende Information teilen.
- Vermischung von Qualitätsjournalismus, Desinformationen und ungenügend gekennzeichneten (bezahlten) Werbeinhalten, die Nachrichten nachahmen sollen, wodurch das allgemeine Misstrauen zunimmt.
- Zusätzlicher Druck auf das journalistische Geschäftsmodell – das Publikum kann sich in Krisen- und Katastrophenzeiten nicht mehr darauf erlassen, dass Nachrichtenmedien ihm zuverlässige, verifizierte Information im öffentlichen Interesse zur Verfügung stellen. Solches Vertrauen untermauert jedoch Markenloyalität, was essenziell für tragfähige Geschäftsmodelle im Nachrichtensektor ist.
- Schwächung von Journalisten in ihrer Rolle als Wächter über Verantwortlichkeit (z. B. durch Investigativjournalismus), was Auswirkungen für die Gesellschaft hat.
- Razzien (manchmal damit gerechtfertigt, sogenannte Fake News auszumerzen), die Presse- und Meinungsfreiheit untergraben. Dazu gehören Internet-Abschaltungen, Blockierung von Plattformen und Zensur.
- Böswillige Angriffe auf Journalisten (insbesondere weibliche) durch Desinformations-Lieferanten, die Online-Belästigung wirksam nutzen, um kritische Berichterstattung zu diskreditieren. sowie bewusste Versuche, Journalisten zur Verbreitung von Des- und Falschinformation zu verleiten.¹⁹⁷

¹⁹⁵ Alaphillippe, A. (2018). Facebook's Newsfeed Changes Are Probably Going to be Great for Fake News, The Next Web. <https://thenextweb.com/contributors/2018/01/2018/facebook-s-news-feed-changes-probably-going-great-fake-news/> [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁹⁶ Hao, K. (2018). Google Is Finally Admitting it Has a Filter Bubble Problem, Quartz. <https://qz.com/1194566/google-is-finally-admitting-it-has-a-filter-bubble-problem/> [Zugriff am 29.03.2018].

¹⁹⁷ Eine detaillierte Analyse in Modul 7

Aufkommende Branchenpraxis: Wie Nachrichtenorganisationen über Fake News berichten und der Information Disorder entgegentreten

Die oben beschriebenen Probleme und Risiken erfordern professionelle Wachsamkeit, Verpflichtung zur Ethik, hohe Standards bei der Berichterstattung sowie Verifizierung (einschließlich kollaborativer Methoden) sowohl von Informationen als auch von Quellen zusammen mit aktiver Entlarvung und kreativer Berichterstattung über das Problem.

Im Folgendem einige Beispiele für Anstrengungen von Nachrichtenorganisationen und einzelnen Reportern, um über das Thema zu berichten, das Publikum für Medienkompetenz zu gewinnen sowie Desinformationen zu bekämpfen:

- Der Guardian nutzt Instagram-Storys mit kurzen Videos für jüngere Zielgruppen, um der Verbreitung von Desinformationen entgegenzutreten:
<https://www.instagram.com/p/BRd25kQBb5N/> (Siehe auch: Das interaktive „Fake News“-Quiz des Guardian:
<https://www.theguardian.com/theguardian/2016/dec/28/can-you-spot-the-real-fake-news-story-quiz>)
- Rappler setzt investigativen Journalismus in Kombination mit Big-Data-Analysen zur Enthüllung von propagandistischen „Handpuppen“-Netzwerken ein, die Auswirkungen auf die Demokratie auf den Philippinen haben:
<https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet>
- Die New York Times setzt auf stark erklärende Berichterstattung über das Problem mithilfe eines Fallstudien-Ansatzes: <https://www.nytimes.com/2016/11/20/business/media/how-fake-news-spreads.html>
- Columbia Journalism Review engagiert sich für eine reflektierte Analyse von Praktiken hinsichtlich des Problems:
https://www.cjr.org/analysis/how_fake_news_sites_frequently_trick_big-time_journalists.php
- Guardian Australia bietet einen Leitfaden für Reporter an zu den Herausforderungen der Verleugnung des Klimawandels:
<https://www.theguardian.com/environment/planet-oz/2016/nov/08/tough-choices-for-the-media-when-climate-science-deniers-are-elected>
- Eine japanische Kollaboration zwischen Journalisten und Akademikern widmete sich der Widerlegung von Des- und Falschinformationen während der nationalen Wahlen im Jahr 2017. Der Ansatz der Gruppe basierte auf Prinzipien des äußerst erfolgreichen CrossCheck-Wahlbeobachter-Projekts in Frankreich im selben Jahr:
<http://www.niemanlab.org/2017/10/a-snap-election-and-global-worries-over-fake-news-spur-fact-checking-collaborations-in-japan/>
- In den USA ist Electionland ein interessantes Beispiel für ein Kollaborationsprojekt zwischen Journalismus-Dozenten und Studenten:

<https://projects.propublica.org/electionland/>¹⁹⁸

- Die weltweite investigative Berichterstattung zum Cambridge-Analytica-Skandal (durch The Observer & The Guardian, Channel 4 News und The New York Times) sowie die wissensfördernde Art und Weise, in der Vox Media die komplexe Story dem Publikum erklärte: <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/21/2017141428/cambridge-analytica-trump-russia-mueller> b. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/2017151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram>
- The Quinns Nutzung der Macht des Publikums, um der Verbreitung von Desinformationen über WhatsApp in Indien entgegenzuwirken, sowie deren kreative Präsentation verifizierter Inhalte in der App: <https://www.thequint.com/neon/satire/whatsapp-indian-elections-and-fake-propaganda-satire>¹⁹⁹

Lehrenden wird empfohlen, weitere Beispiele aus den eigenen Regionen und Sprachen der Lernenden zu ergänzen.

Zudem sind die Strategien von Professor Charlie Beckett im Zeitalter von Fake News wertvoll für die Stärkung ethischer Journalismuspraktiken. Er rät Journalisten:

- Vernetzt Euch – seid auf allen Plattformen erreichbar und präsent²⁰⁰
- Kuriert Inhalte – helft den Nutzern, gute Inhalte zu finden, wo auch immer sie sind
- Seid relevant – sprecht die Sprache der Nutzer und hört „kreativ“ zu
- Seid Experten – bietet Mehrwert, Einblick, Erfahrung und Kontext
- Seid wahrheitsgetreu – Faktenprüfung, Ausgewogenheit und Genauigkeit
- Seid menschlich – zeigt Empathie, Diversität, und seid konstruktiv
- Transparenz – teilt Quellen, übernehmt Verantwortung, erlaubt Kritik²⁰¹

¹⁹⁸ Hinweis: CrossCheck und Electionland sind Teil eines aufkommenden Phänomens von temporären Initiativen in Form von Partnerschaften, mit dem Ziel, Desinformationen während Wahlen entgegen zu wirken. Solche „Pop-up“-Partnerschaften können ein wertvolles Phänomen sein, das die Abwesenheit, relative Schwäche oder Abschottung von etablierten Institutionen zur Faktenprüfung ausgleicht.

¹⁹⁹ Hinweis: Für Forschungsarbeiten zur Untersuchung von Chat-Apps bei der Verbreitung von Desinformationen siehe: Bradshaw, S & Howard, P. (2018). Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. Working Paper 2018.1. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda: <http://comprop.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf> [Zugriff am 20.08.18].

²⁰⁰ Hinweis: Die Herausgeber sind sich bewusst, dass es nicht für jeden Journalisten möglich ist, in allen Netzwerken zu sein. Es könnte jedoch für die Nachrichtenredaktionen hilfreich sein, einzelne Journalisten auf neu entstehende und weniger einflussreiche Netzwerke anzusetzen, zusätzlich zu den aktuell hochkarätigen Twitter, Facebook und Instagram.

²⁰¹ Beckett, C. (2017). Ebd.



Ziele des Moduls

- Verständnis der Teilnehmenden von strukturellen Ursachen für die Abschwächung der Nachrichtenmedien einerseits und vom Vortrieb von Des- und Falschinformation andererseits.
- Befähigung der Teilnehmenden, die Reaktion der Nachrichtenindustrie auf das Phänomen der Information Disorder kritisch zu analysieren.
- Verständnis und Kritikfähigkeit der Teilnehmenden für die Rolle der Plattformen beim Entstehen und der Weiterführung der Desinformationskrise.
- Lehren ziehen aus der sich abzeichnenden guten Praxis von Journalisten und Nachrichtenorganisationen, die effektiv auf die Krise reagieren.



Lernergebnisse

Nach Abschluss dieses Moduls sollten Teilnehmende in der Lage sein:

- strukturelle Ursachen und weitreichende Folgen des Handelns von Nachrichtenmedien bei der Berichterstattung und der Verbreitung falscher Informationen kritisch zu beurteilen;
- die Rolle von Technologie und der „neuen Gatekeeper“ (d. h. der Plattformen) zu verstehen und Kritik an diesen formulieren zu können, gerade in Hinsicht darauf, wie diese eine virale Verbreitung von Des- und Falschinformationen ermöglichen, die als legitime Nachrichten präsentiert werden;
- sich abzeichnende bewährte Verfahren in der Nachrichtenindustrie zur Erfassung und Bekämpfung von Desinformationen zu identifizieren.



Format des Moduls

Dieses Modul ist entweder für den Unterricht im direkten Kontakt mit den Teilnehmenden oder für Online-Unterricht konzipiert. Es besteht aus zwei Teilen: Theorie und Praxis.

Verbindung zwischen Lehrplan und Lernergebnissen

A. Theorie

Modul-Plan	Zeit	Lernergebnis
Interaktiver Vortrag mit Fragerunde im traditionellen Format oder als Webinar, um eine Remote-Teilnahme zu ermöglichen.	60 bis 90 Minuten	1, 2 und 3

<p>Lehrinhalt können sich aus Theorie und Beispielen in diesem Modul stützen.</p> <p>Den Lehrenden wird jedoch empfohlen, kulturell und regional relevante Fallbeispiele in die Vermittlung des Moduls mit einzubeziehen.</p> <p>Die Lernergebnisse lassen sich besonders effektiv in Form einer Experten-Paneldiskussion vermitteln, bei der Journalisten, Verleger und Repräsentanten der Plattformen mitwirken. Die Lehrenden moderieren und binden die Teilnehmenden aktiv über die Fragerunde in die Diskussion ein.</p>		
---	--	--

B. Praxis

Modul-Plan	Zeit	Lernergebnis
<p>Ein Workshop/Tutorial im traditionellen Klassenraum oder auf einer eLearning-Plattform wie z. B. Moodle, Facebook-Gruppen oder andere Dienste, die eine Remote-Teilnahme ermöglichen. Das folgende Format könnte dem Workshop/Tutorial als Grundlage dienen.</p> <p>Aufteilung der Lerngruppen in Arbeitsgruppen von 3-5 Personen. Jede Gruppe sollte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Eine Fallstudie erhalten, in der eine Nachrichtenorganisation an einer Berichterstattung oder der unwissentlichen Verbreitung von Falsch- und Desinformationen beteiligt war. ➤ Das Ausgangsmaterial gemeinsam analysieren, die Ursprünge der Informationen sowie den Kontext der fehlerhaften Berichterstattung recherchieren (z. B. war dies eine Eilmeldung?). Mögliche Ursachen diskutieren (mit besonderer Beachtung von strukturellen Faktoren wie die jüngsten Verkleinerungen von Nachrichtenredaktionen und der Rolle sozialer Netzwerke). Ihre eigenen Erfahrungen mit der Täuschung durch Desinformationen diskutieren. ➤ Eine Zusammenfassung (250 Wörter) zur Analyse der wahrscheinlichen Ursachen gemeinsam verfassen und dabei drei Aspekte benennen, wie Journalisten oder Nachrichtenorganisation anders hätten handeln können, um die Verbreitung falscher 	90 bis 120 Minuten	1, 2, 3, 4

Informationen zu verhindern. Dazu kann Google Docs oder ein anderes kollaboratives Bearbeitungsprogramm verwendet werden, es sollte dem Lehrenden zur Durchsicht vorgelegt werden		
---	--	--



Empfohlene Übung

Ein Fallstudien-Bericht (2.000 Wörter):

- Identifikation von drei Fallstudien (wenigstens eine davon regional/aus dem eigenen Land), die sich mit der Verbreitung oder Erforschung von Desinformationen durch eine Nachrichtenorganisation befassen.
- Dekonstruktion von jedem der drei Beispiel. Dazu gehören die Diskussion der Ursachen und Auswirkungen der Veröffentlichung und Verbreitung von Des-/Falschinformationen.
- Die zentralen Lehren aus jeder Fallstudie herausarbeiten.
- Hinweis: Die Teilnehmenden sollten eigene neue Beispiele wählen, anstatt sich mit den Diskussionsbeispielen aus diesem Handbuch und diesem Modul zu beschäftigen.



Literatur

Bakir, V. & McStay, A. (2017). Fake News and the Economy of Emotions in Digital Journalism (Taylor and Francis). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [Zugriff am 29.03.2018].

Bell, E. & Owen, T. (2017). The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism Tow Center for Digital Journalism, 29. März 2017. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [Zugriff am 29.03.2018].

Ireton, C. (Hrsg.) (2016). Trends in Newsrooms 2016 (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2016.pdf [Zugriff am 29.03.2018].

Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing Distribution on Facebook and Twitter in Journalism Studies (Taylor and Francis). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [Zugriff am 29.03.2018].

- Nielsen, R. K. (2012). The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [Zugriff am 29.03.2018].
- McChesney, W. & Picard, V. (Hrsg.) (2011). Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights: The Collapse of Journalism and What Can Be Done to Fix it. The New Press, New York.
- Mitchell, A., Holcomb, J. & Weisel, R. (2016). State of the News Media Pew Research Centre. <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2016/06/30143308/state-of-the-news-media-report-2016-final.pdf> [Zugriff am 29.03.2018].
- Posetti, J. (2009). Transforming Journalism...140 Characters at a Time, Rhodes Journalism Review 29. http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [Zugriff am 29.03.2018].
- Posetti, J. (2013). The 'Twitterisation' of Investigative Journalism in S. Tanner & N. Richardson (Hrsg.), Journalism Research and Investigation in a Digital World (S. 88-100): Oxford University Press, Melbourne.
<http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers> [Zugriff am 29.03.2018].
- Posetti, J. & Silverman, C. (2014). When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification in Posetti (Hrsg.) Trends in Newsrooms 2014 (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [Zugriff am 29.03.2018].
- Posetti, J. (Hrsg.) (2015). Trends in Newsrooms 2015 (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2015.pdf, (siehe auch Trends in Newsrooms 2014) [Zugriff am 29.03.2018].
- RISJ (2018). Digital News Report 2018 (University of Oxford). <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475> [Zugriff am 29.06.2018].
- Silverman, C. (2015). Lies, Damn Lies and Viral Content. Tow Center for Digital Journalism. http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf [Zugriff am 29.03.2018].
- Society of Climate Change Reporters (2016). Climate Change: A Guide to Information and Disinformation <http://www.sej.org/initiatives/climate-change/overview> [Zugriff am 29.03.2018].
- UNESCO (2017). States and Journalists Can Take Steps to Counter 'Fake News'. <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [Zugriff am 29.03.2018].

Falsch- und Desinformation mit Medien- und Informationskompetenz (MIK) bekämpfen

Magda Abu-Fadil

MODUL 4



Zusammenfassung

Dieses Modul stellt Lernenden das Konzept der Medien- und Informationskompetenz²⁰² (MIK) vor. Das Ziel ist es, dies Information Disorder von offenen und verdeckten Botschaften in Nachrichten zu erkennen. MIK ist ein Sammelbegriff, der von der UNESCO mit dem Ziel verwendet wird, die Verknüpfung von Kompetenzen hinsichtlich Information im Allgemeinen und Medien im Speziellen hervorzuheben. Diese Kompetenzen umfassen Menschenrechtskompetenz (insbesondere das Recht auf freie Meinungsäußerung als das Recht jeder Person, Informationen und Meinungen zu erfragen, zu erhalten und weiterzugeben), Nachrichtenkompetenz (einschließlich Grundkenntnissen zu journalistischen Standards und journalistischer Ethik), die Kompetenz, werbliche Inhalte zu erkennen und einzuordnen, Computerkenntnisse, Verständnis der „Aufmerksamkeitsökonomie“, interkulturelle Kompetenz, Datenschutzkompetenz usw. Dazu gehört das Verständnis, wie Kommunikation mit individueller Identität und sozialen Entwicklungen zusammenhängt.

MIK wird zunehmend zu einer grundlegenden Fähigkeit für die Lebensführung. Sie wird benötigt, um zu verstehen, wie das eigene Denken beeinflusst wird, wie man durch den Nebel an Informationen navigieren und dort verborgene Minen umgehen kann. MIK liefert uns wichtige Informationen für Konsum, Produktion, Entdeckung, Bewertung und Weitergabe von Informationen und für unser Verständnis von uns selbst und anderen in der Informationsgesellschaft.

Nachrichtenkompetenz zielt darauf ab, die Sprache und die Konventionen von Nachrichten als Genre zu verstehen und zu erkennen, ebenso wie deren Eigenschaften mit böswilliger Absicht ausgenutzt werden können. So wichtig dies auch ist, erscheint es jedoch unwahrscheinlich, eine vollständige Resilienz gegenüber Desinformationen im Gewand von Nachrichten herzustellen. Dies liegt daran, dass Menschen nicht nur mit ihrem Kopf, sondern auch mit ihrem Herzen kommunizieren. Daher muss MIK auch das Bewusstsein der Menschen dafür schärfen, wie sie auf Nachrichteninhalte reagieren, ebenso wie für ihre eigenen Voreinstellungen, die unabhängig vom jeweiligen Genre die Wahrnehmung der Glaubwürdigkeit von Informationen beeinflussen.

MIK sollte daher im Grunde genommen Menschen eine Reflexion ihrer Denkweise erlauben – wer sie sind, wie sie sich verändern und wie sich dies auswirkt auf ihre Auseinandersetzung mit Nachrichten und anderen Formen von Kommunikation. Dieses Modul soll den Teilnehmenden helfen, einerseits Journalismus und andererseits Informationen, die nur als Journalismus getarnt sind, zu erkennen und zu unterscheiden. Eine solche Fähigkeit erlaubt es, Herr der eigenen Gedanken zu sein und Manipulation durch Desinformationen zu erkennen und ihr zu widerstehen.

Die Teilnehmenden lernen, wie man einen kritischen Denkansatz im Sinne eines „Pur-

²⁰² <https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy> [Zugriff am 16.06.2018].

poseful Reflective Judgment“²⁰³, also einem gezielten, reflektiertem Urteil, entwickelt und anwendet, einschließlich Analyse, Interpretation, Bewertung, Selbstregulierung, Schlussfolgerung und Erklärung.

Die Lernenden werden durch die Analyse von Nachrichten in Print, Rundfunk (Radio und Fernsehen), Online und Social Media, die Dekonstruktion von Nachrichten in ihre Bestandteile sowie durch das Kennenlernen von Quellen und deren (vorhandene oder nicht vorhandene) Glaubwürdigkeit begleitet. Sie werden lernen, dass authentische Nachrichten keine Wissenschaft sind, sondern in Narrative eingebettet sind, die sich trotz ihrer Vielfalt im Allgemeinen an professionellen Methoden und an ethischen Grundsätzen orientieren, um Fehler zu reduzieren und Fälschungen auszuschließen. Journalisten sollten über Lügen verschiedener Akteure berichten und diese auch als solche ausweisen. Umgekehrt sollten sie niemals Behauptungen als Tatsachen akzeptieren oder präsentieren, ohne die dazugehörigen Einordnungen vorzunehmen, die das Publikum über die tatsächliche Situation informieren.

In diesem Modul lernen die Teilnehmenden auch, wie schnell und einfach es ist, journalistischen Jargon zu nutzen, um aus unvollständigen, irreführenden oder erfundenen Details eine scheinbar glaubwürdige und überzeugende Geschichte zu produzieren.²⁰⁴

Die Lehrmaterialien für dieses Modul konzentrieren sich auf die Sensibilisierung für die Bedeutung von MIK bei der Bekämpfung von Falsch- und Desinformationen. Dies schließt den Einsatz kritischer Denkfähigkeit ein, um erfundene „Nachrichten“ zu erkennen. Es betont auch, wie wichtig es ist, dass die Teilnehmenden MIK in ihrem täglichen Leben selbst praktizieren. Die Materialien helfen ihnen zu sehen, wie MIK Menschenrechte stärken kann und wie wichtig es ist, dass man Unwahrheiten nicht fördert und verbreitet.²⁰⁵

Der Unterricht findet in einem mit Computern und Internetzugang ausgestatteten Lern- raum statt. Die Teilnehmenden können die Online-Chat-Anwendungen ihrer persönlichen Mobilgeräte während der praktischen Einheiten des Unterrichts verwenden. Das Internet wird für den Zugriff auf Online-Quellen außerhalb des Campus benötigt, während Zugriff auf ein Campus-Intranet (wenn dieses Modul im Hochschulbereich angeboten wird) für Bibliothekszugang und andere benötigte Informationsressourcen auf dem Campus genutzt wird.

²⁰³ Facione, P. (2010, aktualisiert). Critical Thinking: What It Is and Why It Counts. [online] Insight Assessment. Verfügbar unter: <https://www.insightassessment.com/> [Zugriff am 01.02.2018].

²⁰⁴ Beispiele für „Journalistensprech“ sind zu finden unter: Fluent in Journalese von Philip B. Corbett. 17. März 2015 <https://afterdeadline.blogs.nytimes.com/2015/03/2017/fluent-in-journalese/> ; My ‘Shameful Secret’: I’ve Learnt to Love Clichéd Journalese by Rob Hutton. 05 Sep 2013. <https://www.telegraph.co.uk/culture/10288967/My-shameful-secret-Ive-learnt-to-love-cliched-journalese.html> [beide Zugriff am 22.04.2018].

²⁰⁵ Die Integration von MIK in der Journalismus-Ausbildung wird beispielsweise untersucht von Van der Linde, F. 2010. The necessity of a Media Literacy Module Within Journalism or Media Studies Curricula. Global Media Journal, African Edition. Vol 4, Nr. 2 <http://globalmedia.journals.ac.za/pub/article/view/7>



Überblick

Desinformationen, die getarnt als Nachrichten zu den Wahlen in den USA, Frankreich, Kenia und Deutschland in den Jahren 2016 und 2017 erschienen, sind nur die Spitze des Eisbergs der vielfältigen informationellen Herausforderungen für Gesellschaften – wenn auch vielleicht die mit der größten potenziellen Konsequenz.

Bedenken Sie jedoch, dass Fernsehsender und Social-Media-Nutzer auf der ganzen Welt 2017 in Mexiko ein Wunder in Echtzeit verfolgten, als Retter ein Schulmädchen, #FridaSofía, nach einem Erdbeben aus Trümmern zu befreien versuchten – nur um herauszufinden, dass sie nicht existierte.²⁰⁶ Die Geschichte war falsch, obwohl es sich vielleicht nicht um eine absichtliche Fälschung handelte. Journalismus jedoch muss sowohl Irrtümer als auch Fälschungen vermeiden. Nicht jede falsche Angabe in Nachrichten ist Fake News im Sinne von Desinformation, aber beide Erscheinungsformen sind problematisch für die Fähigkeit der Gesellschaft, die Welt zu verstehen.

Nutzerinnen und Nutzer von Nachrichten benötigen eine ausgeprägte Medien- und Informationskompetenz im Allgemeinen, aber auch ein gewisses Maß an philosophischem Verständnis. Zum Beispiel sollten sie verstehen, dass authentische Nachrichten nicht die vollständige „Wahrheit“ abbilden (dieser kann man sich nur annähern auf Basis von Interaktionen mit anderen Menschen und der Realität im Laufe der Zeit). Teilnehmende und insbesondere Studierende der Journalistik sollten dennoch verstehen: Es kommt darauf an, dass Journalismus keine Unwahrheiten verbreitet.

Sichtung von Walen und Haien in den Pools oder Hinterhöfen von Menschen nach Hurrikans und andere unwahrscheinliche Nebenwirkungen von Naturkatastrophen in der Berichterstattung von Medien müssen die Frage zur Konsequenz haben: War das wirklich so? Nachrichten, die den Anspruch an eine gesicherte Faktenbasis nicht erfüllen, können auf schlampige Berichterstattung und unzureichende redaktionelle Kontrolle zurückzuführen sein, sie können jedoch auch absichtlich irreführend und daher betrügerisch sein. Es braucht MIK, um den Unterschied zu entschlüsseln und wie sich solche Fälle zu Nachrichten verhalten, die professionellen und ethischen Kriterien folgen.

Der Weg dahin ist lang. Zur toxischen Mischung, der MIK begegnen muss, zählen die Zunahme von Hassrede, Xenophobie und Angriffe auf Flüchtlinge oder Menschen „anderer“ Religionen, Ethnien und Hautfarbe, basierend auf Stereotypen, die durch erfundene Statistiken, populistische Rhetorik und irreführende, den Standards des Journalismus nicht entsprechende, Medienberichte hervorgerufen werden. Die Herausforderung wächst schnell, da Computerprogramme mit künstlicher Intelligenz (KI) benutzt werden, um Simulationen von Personen in gefälschten Video- und/oder Audioberichten ohne Wahrheitsbezug zu erstellen.²⁰⁷

²⁰⁶ Campoy, A. (2017). A Schoolgirl Trapped in Mexico's Earthquake Rubble Won the World's Hearts – Except she Did not Exist. Quartz. Verfügbar unter: <https://qz.com/1084105/a-schoolgirl-trapped-in-mexicos-earthquake-rubble-won-the-worlds-hearts-except-she-didnt-exist/> [Zugriff am 03.04.2018].

²⁰⁷ Edmund, C. (2017). This AI Can Create a Video of Barack Obama Saying Anything. [online] World Economic Forum.

Hier kommt die Notwendigkeit ins Spiel, Studierende und Praktiker des Journalismus dabei zu unterstützen, kritisch über das nachzudenken, was sie hören und sehen – vom einfachsten Gespräch bis hin zu breit publizierten Nachrichten in traditionellen und digitalen Medien.

Zusätzlich zu den von Wardle und Derakhshan (2017)²⁰⁸ identifizierten Arten von Des- und Falschinformation hat die in Brüssel ansässige gemeinnützige Organisation „European Association for Viewers' Interests“ (EAVI) im Rahmen ihres Programms zu Medienkompetenz für die Bürgerschaft eine praktische Infografik zum Thema „Beyond Fake News: Zehn Arten irreführender Nachrichten“ erstellt. Diese fasst zusammen, mit welchen Nachrichten Verbraucherinnen und Verbraucher heute konfrontiert sind.²⁰⁹ Sie ist eine wertvolle Ressource für Journalistik-Studierende ebenso wie Praktikerinnen und Praktiker.

Das aktualisierte Forschungspapier von Peter A. Facione mit dem Titel „Critical Thinking: What It Is and Why It Counts“¹²⁹ ist eine Ausgangsbasis für Studierende, um sie mit „logischem Denken, Entscheidungsfindung und effektiven Individual- und Gruppen-Denkprozessen“ vertraut zu machen. Dies ist umso relevanter im Zeitalter von Post-Truth, Fake News und alternativen Fakten. Kritisches Denken umfasst in diesem Ansatz:

- Wissbegierde bezüglich einer Vielzahl an Themen
- Bestreben, gut informiert zu sein und zu bleiben
- Wachsamkeit im Hinblick auf Möglichkeiten, kritisches Denken anzuwenden
- Vertrauen in Prozesse vernunftgeleiteter Recherche
- Vertrauen in die eigene logische Denkfähigkeit
- Aufgeschlossenheit für unterschiedliche Weltanschauungen
- Flexibilität bei der Berücksichtigung von Alternativen und Meinungen
- Verständnis für die Meinungen anderer Menschen
- Fairness bei der Beurteilung von Argumentation
- Erkennen von und ehrliche Auseinandersetzung mit eigener Voreingenommenheit, Vorurteilen, Stereotypen oder egozentrischen Tendenzen
- Vorsicht beim Aufschieben, Verkünden oder Ändern von Urteilen
- Bereitschaft, Ansichten zu überdenken und zu ändern, wenn eine ehrliche Reflexion nahelegt, dass eine Veränderung angebracht ist

Verschiedenen Studien zufolge bedeutet die hohe Nutzung mobiler Geräte durch junge Menschen in vielen Teilen der Welt²¹⁰, dass sie die meisten Nachrichten über diese Geräte

Verfügbar unter: <https://www.weforum.org/agenda/2017/07/obama-speech-simulation-washington-university/>

²⁰⁸ Siehe Modul 2

²⁰⁹ EAVI. (2018). EAVI.eu. [online] Verfügbar unter: <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info>

Facione, P. (2010, aktualisiert). Ebd. Critical Thinking.

²¹⁰ Children's Use of Mobile Phones. (2015). [ebook] Tokyo: Mobile Society Research Institute, NTT Dotcom. Verfügbar unter: https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/03/GSMA_Childrens_use_of_mobile_phones_2014.pdf

mittels Chatprogrammen (Apps), sozialen Medien und gelegentlich auch über Webseiten traditioneller Medien und Blogs erhalten.²¹¹ ²¹² ²¹³ Hier ist in vielen Fällen kaum zu unterscheiden, was seriöser Journalismus oder Amateur-Berichterstattung ist, geschweige denn, was davon Desinformationen sind.

Ein weiteres Problem ist der Umgang der Plattformen mit Nachrichten. Für Facebook, die mit Abstand größte soziale Plattform, „war Journalismus vom ersten Tag an eine Nervensäge. Angesichts der unlösbaren Probleme mit gefälschten Nachrichten und schlechter PR ist klar, dass Facebook Nachrichten allmählich den Stecker ziehen wird“, argumentiert Frederic Filloux.²¹⁴ Wie sich das auswirkt, bleibt abzuwarten. Einige Nachrichtenorganisationen wären enttäuscht, wenn der Stecker gezogen würde und argumentieren, dass dies ihrem Publikum schaden würde: Da Facebook ein Kanal für Nutzer ist, die auf die Social-Media-Plattform angewiesen sind, um über Ereignisse auf dem Laufenden zu bleiben.²¹⁵

Aber einige Befürworter von MIK hoffen, dass ein solcher Schritt junge Nachrichtenkonsumenten dazu veranlassen könnte, ihren Horizont hinsichtlich des Geschehens in der Welt zu erweitern und sich nicht allein auf soziale Medien einschließlich ihres Informationsmülls zu verlassen und über ihre ständig eingeschalteten Geräte mühelos füttern zu lassen. Gleichzeitig gibt es einige Einschätzungen, dass Facebook sogar selbst in die Nachrichtenproduktion einsteigen und mit bestehenden Medienakteuren konkurrieren könnte.²¹⁶

Mit MIK können die Teilnehmenden erkennen, dass selbst authentische Nachrichten immer innerhalb eines narrativen Rahmens konstruiert und konsumiert werden, der den Fakten Bedeutung verleiht und breitere Annahmen, Ideologien und Identitäten einbezieht. Es handelt sich also um die Fähigkeit, den Unterschied zu erkennen zwischen einerseits den diversen journalistischen Bestrebungen, die vordergründige Realität zu erfassen und zu interpretieren, und andererseits den Fällen von Täuschung, die das Format von Nachrichten ausnutzen und die professionellen Standards der Überprüfbarkeit verletzen.

MIK kann auch ein Mittel sein, um Stereotypen-Bildung zu bekämpfen und interkulturelle Kommunikation zu befördern. Um dieses Ziel zu erreichen, ist Vielsprachigkeit ein wesentlicher Faktor. Verschiedene Akteure haben dazu beigetragen, MIK zu fördern. Hilfreiche Materialien zu diesem Thema sind auf der Webseite der UNESCO zu finden.²¹⁷ Aber es gibt noch viel zu tun, sowohl in Lehrplänen als auch der Praxis, um den Angriff durch

²¹¹ Digital News Report (2017). Reuters Institute for the Study of Journalism's (RISJ, Oxford). Verfügbar unter: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

²¹² Shearer, E. & Gottfried, J. (2017). News Use Across Social Media Platforms. [ebook] Washington DC: Pew Research Centre. Verfügbar unter: <http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/>

²¹³ Youth, Internet, and Technology in Lebanon: A Snapshot (2017) Social Media Exchange. Verfügbar unter: <https://smex.org/youth-internet-and-technology-in-lebanon-a-snapshot/>

²¹⁴ Filloux, F. (2018). The Monday Note, 14. Januar 2018. Verfügbar unter: <https://mondaynote.com/facebook-is-done-with-quality-journalism-deal- with-it-afc2475f1f84>

²¹⁵ Siehe Modul 3

²¹⁶ Is Facebook's Campbell Brown a Force to Be Reckoned With? Or Is She Fake News?

Verfügbar unter <https://www.nytimes.com/2018/04/21/technology/facebook-campbell-brown-news.html>

²¹⁷ Siehe <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/> [Zugriff am 22.04.2018].

Des- und Falschinformationen abzuwehren.²¹⁸

Um mit diesem Modul Wirkung zu erzielen, kann die hohe Verfügbarkeit von Videos genutzt werden und Teilnehmende können durch kurze, untertitelte Videos²¹⁹ aktiviert werden. Diese Form von MIK als unterhaltsamer Bildung (Edutainment) kann Falschnachrichten beinhalten und die Lernenden dazu anhalten, Beispiele für irreführende Inhalte zu entdecken und sie daran zu gewöhnen, jegliches Material mit einer großen Portion Vorsicht zu betrachten – auch solches mit nachrichtlicher Anmutung.

Die Lehrenden sollten den Teilnehmenden helfen, ihre Neigung zum oberflächlichen Googlen der meisten Informationen zu überdenken. Stattdessen sollte ihnen nahegebracht werden, tiefergehende Online-Recherchen mithilfe erweiterter Suchfunktionen und unter Einbeziehung verschiedener Informationsquellen durchzuführen. Sie sollten ein Verständnis bekommen für den Wert von Bibliotheken und Bibliothekaren beim Aufbau von Kompetenzen in den Bereichen Recherche und Informationsbewertung.²²⁰

Online-Bibliotheken haben den Zugang zu Forschungsartikeln und anderen Referenzen deutlich erleichtert und erlauben es daher Journalismus-Studierenden ebenso wie Praktikern, ihre Fähigkeit weiterzuentwickeln, Informationen kritisch zu bewerten und zu überprüfen. Andere Ressourcen ergänzen den Lernprozess und helfen den Teilnehmenden dabei, betrügerische Nachrichten zu durchschauen, sich gegen ihren negativen Einfluss zu wappnen und sie im Zuge ihrer journalistischen Tätigkeit zu entlarven.²²¹

Gemeinsames zivilgesellschaftliches Engagement mit Social-Media-Nutzern, die Des- und Falschinformationen erhalten und teilen, ist ebenfalls eine vielversprechende Lernmethode für Journalisten sowie Journalismus-Studierende, um Unwahrheiten zu finden, aufzuspüren und sie wirksam zu widerlegen. Lehrenden wird empfohlen, entsprechende Übungen in dieses Modul einzubauen.

Die Worte der Medienwissenschaftlerin und leitenden Mediendozentin Rouba El Helou von der Notre-Dame-Universität im Libanon sind hilfreich, um der Relevanz dieses Moduls gewahr zu werden: „Menschen mit den Fähigkeiten auszustatten, die zum Entschlüsseln verschiedener Botschaften erforderlich sind, ist ein ständiger Kampf, dem sich alle Medienpädagogen und Journalisten anschließen müssen. Medienkompetenz hilft den Menschen, ein Gleichgewicht zwischen Vertrauen in Nachrichtenquellen und dem notwendigen Misstrauen zu finden.“

²¹⁸ Abu-Fadil, M. (2007). Media Literacy: A Tool to Combat Stereotypes and Promote Intercultural Understanding. Verfügbar unter <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001611/161157e.pdf> [Zugriff am 01.04.2018].

²¹⁹ Hier ist ein Beispiel für ein Video, das den Wert von Medienkompetenz im Kontext von Amokläufen in US-Schulen eindrücklich aufzeigt: Vice Medi- a: Hoaxers Say Victims of Mass Shootings Are 'Crisis Actors', Vice Select auf Facebook. Verfügbar unter: <https://www.facebook.com/vicenews/videos/842904982564160/> [Zugriff am 01.04.2018].

²²⁰ 15 Resources for Teaching Media Literacy. ASCD. Verfügbar unter: <http://inservice.ascd.org/15-resources-for-teaching-media-literacy/>. [Zugriff am 03.04.2018].

²²¹ Ein Beispiel ist das Projekt Look Sharp, eine Medienkompetenz-Initiative des Ithaca College, die Medienkompetenz-Leitfäden, Muster-Lehrpläne und downloadbare Handouts anbietet. www.projectlooksharp.org. [Zugriff am 23.03.2018].



Ziele des Moduls

Unterstreichung der Bedeutung von erforderlichen Kompetenzen²²² und Fähigkeiten²²³, um Journalismus (und unterschiedliche journalistische Varianten) zu verstehen und gleichzeitig mangelhaften Journalismus und betrügerische Nachrichten in unterschiedlichen Medien zu erkennen.

Vermittlung der Fähigkeit an die Teilnehmenden, den eigenen Nachrichtenkonsum über das gesamte Medienspektrum zu reflektieren und zu verstehen, wie leicht Desinformationen produziert werden können.

Entwicklung einer gesunden Skepsis bei den Teilnehmenden gegenüber sämtlichen konsumierten Informationen sowie der Fähigkeit, die Korrektheit von Berichten, Beiträgen, Feeds, Fotos, Videos, Audio-Inhalten, Infografiken und Statistiken im Rahmen ihrer jeweiligen Kontexte abzuwägen.



Lernerfolge

Beim Anschluss dieses Moduls sind Teilnehmende in der Lage:

- Fakten und Fiktion voneinander zu unterscheiden sowie die Legitimität unterschiedlicher Narrative und Geschichten im authentischen Journalismus einzuschätzen.
- zu verstehen, wie Beiträge ausgewählt werden, wer Inhalte produziert und welche Methoden genutzt werden, um den Anschein einer authentischen Darstellung zu erwecken, wie Sprache eingesetzt wird, was hervorgehoben und was ausgelassen wird, wer was sagt, wie wichtig und/oder verlässlich diese Person ist, was deren Agenda ist, welche Wirkung die jeweilige Nachricht hatte, hat und haben wird und wie andere dieselbe Nachricht wahrnehmen und konsumieren.
- sich des eigenen MIK-Niveaus bewusst zu werden und wie dies Identität und den Umgang mit Information sowie Kommunikation beeinflusst.

²²² Weitere Informationen zu Medien- und Informationskompetenzen in den „Notions of MIK“ der UNESCO: <http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/foreword/unifying-notions-of-media-and-information-literacy/> [Zugriff am 22.04.2018].

²²³ Zusätzlich zu Fähigkeiten des kritischen Denkens, wie von Facione (2010) beschrieben, sollten Teilnehmende ermutigt werden, skeptisch zu sein, alles zu hinterfragen, nichts anzunehmen und Quellen zu überprüfen.



Format des Moduls

Das Modul ist in zwei Einheiten von je 90 Minuten unterteilt. Die erste Einheit ist theoretisch, die zweite praktisch. Die Methodik beruht auf einer Diskussion der Bedeutung von MIK und ihrer Wichtigkeit im Zeitalter von Des- und Falschinformation sowie anderen Verzerrungen der Wirklichkeit, die in traditionellen und sozialen Medien viral verbreitet werden. Materialien für den Unterricht sind im Internet zugänglich. Dort gibt es viele hilfreiche Materialien für die Forschung und die Praxis.

Einige nützliche Seiten:

- UNESCO <http://en.unesco.org/> und ihre Medienkompetenz-Seite <https://en.unesco.org/themes/media-literacy>
- United Nations Alliance of Civilisations <https://www.unaoc.org/>
- MIK-Lehrpläne in englischer Sprache <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-curriculum-for-teachers/>
- 5 Laws of MIK <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/>
- Common Sense Education <https://www.commonsense.org/education/top-picks/media-news-and-information-literacy-resources-for-students>
- EAVI Media and Literacy for Citizenship <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>
- The News Literacy Project <http://www.thenewsliteracyproject.org/>, the Center for News Literacy at Stony Brook University <http://www.centerfornewsliteracy.org/>
- Mind Over Media <http://propaganda.mediaeducationlab.com/>
- The Digital Resources Center (Center for News Literacy) <http://drc.centerfornewsliteracy.org/>
- The Center for Media and Information Literacy at the University of Rhode Island <https://centermil.org/resources/> als ein Beispiel von zahlreichen

Lehrenden wird empfohlen, weitere Quellen aus ihren jeweiligen Ländern und Regionen in entsprechenden Sprachen hinzuzufügen.

Der Seminarraum sollte mit Computern und Internetzugang ausgestattet sein, um es den Lehrenden sowie den Studierenden zu erlauben, Webseiten von Organisationen im Themenfeld MIK und Fälle von Medienberichterstattung zu untersuchen.

Verbindung zwischen Lehrplan und Lernergebnissen

A. Theorie

Lehrende präsentieren Fallstudien zu MIK und als Nachrichten getarnte Desinformationen.

Modulplan	Zeit	Lernziele
MIK und Ansätze wie den kritischen Denkrahmen erklären und diskutieren	45 Minuten	1 und 3
Ausgewählte Beispiele von Medienberichterstattung, die lokal relevant sind, reflektieren und diskutieren	45 Minuten	1 und 2

B. Praxis

Modulplan	Zeit	Lernziele
Praktische Übungen rund um Lernmaterial und Tools	90 Minuten	1 und 3
Aufgabe 1: (Formen von) Journalismus erkennen ➤ Identifiziere eine Titelgeschichte einer lokalen Zeitung. Jeder Studierende sollte die gleiche Geschichte und die jeweilige Darstellung in drei verschiedenen Medien untersuchen ➤ Leite eine Diskussion an, bei der die Studierenden aufgefordert werden, die Technik des kritischen Denkens anzuwenden. Sie sollten auch impliziten Narrative, Framing, Auswahl und Aufmachung analysieren. Die Analyse sollte insbesondere das Vorhandensein von Nachrichten-Konventionen beachten (W-Fragen: wer, was, wo, wann, wie, warum; Verwendung direkter Zitate; Vertrauen auf Experten und belastbaren Quellen, unterstützende Bebilderung, stereotype Terminologie („Journalistensprech“), ebenso wie weitere Anzeichen einer nachrichtlichen Anmutung.	45 Minuten	
Aufgabe 2: Desinformation als Nachrichten präsentieren ➤ Sie den Teilnehmern ein Beispiel für betrügerische Nachrichten und diskutieren Sie, welche ‚funktionieren‘ und welche sich verraten. Lassen Sie die Studierenden dann die in der vorherigen Übung gelesenen Geschichten selbst manipulieren, indem Sie Falschnachrichten erstellen, die von einem Ereignis in naher Zukunft handeln und die Anmutung einer echten Nachricht haben.	45 Minuten	

<p>(Alternativ können Studierende ein eigenes Thema für die Erstellung einer Falschnachricht aussuchen.)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sobald die Aufgabe beendet ist, bilden die Studierenden Gruppen, um zu bewerten, wodurch eine Geschichte authentisch erschien. Dies kann die Nutzung eines Evaluationstests beinhalten, sollte jedoch in jedem Fall auf die Signale eingehen, die eine Nachrichtlichkeit der erfundenen Artikel vortäuschen. ➤ Ordnen Sie die Gruppen neu an und bitten Sie die Teilnehmenden um eine kurze Präsentation ihrer Erkenntnisse im Plenum. 		
--	--	--



Empfohlene Übung

Jede/r Einzelne sollten die eigenen Social-Media-Feeds nach einer wissenschaftlichen oder medizinischen Nachricht durchsuchen (z. B. eine Diät, die gerade in Mode ist, der Ausbruch einer Krankheit, die Auswirkungen der globalen Erwärmung auf die eigene Gemeinde, die Effizienz von Elektroautos im Vergleich zu kraftstoffbetriebenen Fahrzeugen). Die Teilnehmenden bewerten ihre Recherche, ggf. ihre eigene Bestätigungsverzerrung und ihre emotionalen Reaktionen auf die Geschichte/Blickwinkel auf das jeweilige Thema. Sie nehmen wahr, wie dies sich zu MIK-Themen verhält – beispielsweise zu Informationsbeschaffung, digitaler Sicherheit, Rechten und Identität sowie zu ethischen Grundprinzipien.

Sie sollten dann Informationen liefern, die sie aus ihren Recherchen gewonnen haben: Wer die Geschichte produziert hat, wie dieser Reporter oder diese Person an die veröffentlichte Information gekommen ist und ob er/sie von der Verbreitung profitieren kann, ob die Daten, Statistiken und Infografiken korrekt sind. Wenn möglich, nutzen die Studierenden auch die (Online-)Bibliothek ihrer Universität, um die Daten zu überprüfen. Die Ergebnisse schreiben sie in einer 1.500 Wörter umfassenden Medienkritik auf und analysieren Stärken, Schwächen, Auslassungen und Mängel der identifizierten Inhalte.



Materialien

Artikel, Folien, Bilder und Videos, sind im Folgenden aufgelistet. Lehrenden wird empfohlen, eigene Präsentationen mit Fotos und Videos zu erstellen, die für ihr jeweiliges Land oder ihre Region relevant sind.

Abu-Fadil, M. & Grizzle, A. (2016). Opportunities for Media and Information Literacy in the Middle East and North Africa. Verfügbar unter: <https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/MIK-Mena-2016-english.pdf> [Zugriff am 05.01.2018].

A lexicon for the digital age. (2017). The Unesco Courier, [online] (Juli – September 2017). Verfügbar unter: <https://en.unesco.org/courier/2017-july-september/lexicon-digital-age> [Zugriff am 06.04.2018].

Facione, P. (2010). Critical Thinking: What It Is and Why It Counts. [online] Insight Assessment. Verfügbar unter: <https://www.insightassessment.com/> [Zugriff am 05.01.2018].

Gray, J., Bounegru, L. & Venturini, T. (2017). What Does Fake News Tell us About Life in the Digital Age? Not what you Might Expect. NiemanLab. [online] Verfügbar unter: <http://www.niemanlab.org/2017/04/what-does-fake-news-tell-us-about-life-in-the-digital-age-not-what-you-might-expect/> [Zugriff am 06.04.2018].

Stephens, B. (2017). The Dying Art of Disagreement. The New York Times. [online] Verfügbar unter: <https://www.nytimes.com/2017/09/24/opinion/dying-art-of-disagreement.html> [Zugriff am 06.04.2018].

Zusätzliche Literatur

Lytvynenko, J. (2018). Here's How A Canadian Imam Got Caught Up In Fake News About Houston. BuzzFeed. [online] Verfügbar unter: https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/toronto-imam-caught-up-in-fake-news?bftw&utm_term=.ha3w9B5rr#.acEgmYE66 [Zugriff am 06.04.2018].

Mulrooney Eldred, S. (2017). In an era of fake news, Students Must Act like Journalists: Schools Rarely Require news Literacy, but it's more Important than ever. Science News. [online] Verfügbar unter: <https://www.sciencenewsforstudents.org/article/era-fake-news-students-must-act-journalists> [Zugriff am 06.04.2018].

Rusbridger, A., Neilsen, R. and Skjeseth, H. (2017). We Asked people from all over the World how Journalists Should Cover Powerful People who Lie. Here is what they Said. Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University. Verfügbar unter: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/we-asked-people-all-over-world-how-journalists-should-cover-powerful-people-who-lie> [Zugriff am 12.06.2018]

Vesey-Byrne, J. (2017). Bikini Designer Exposes why you Shouldn't Trust Everything you See on Instagram. The Independent. [online] Verfügbar unter: <https://www.indy100.com/article/bikini-designer-instagram-before-after-karina-irby-7934006?amp> [Zugriff am 06.04.2018].

Grundlagen des Faktenchecks

Alexios Mantzarlis

MODUL 5



THE TAKING OF
PELHAM
123

 VICTORINOX
MADE IN THE SWISS ALPS SINCE 1858



Zusammenfassung



Von Politikern bis zu Marketingvertretern, Interessengruppen bis hin zu Marken – alle, die andere überzeugen wollen, haben einen Anreiz, die Tatsachen zu verdrehen, zu übertreiben oder zu verschleiern. Mit diesem Modul sollen die Teilnehmenden mit einer Methodik ausgestattet werden, um faktenüberprüfbare Behauptungen aufzudecken und Belege in Übereinstimmung mit ethischen Normen und Standards kritisch bewerten zu können.



Überblick

Geschichte und Semantik des Faktenchecks als eine Form verantwortungsvollen Journalismus

Daniel Patrick Moynihan, US-Senator des Staats New York und Botschafter in Indien sowie der Vereinten Nationen (1927–2003) sagte einmal den berühmten Satz: „Jeder hat das Recht auf eine eigene Meinung, aber nicht auf eigene Fakten.“²²⁴

Der Begriff „Faktencheck“ kann im Journalismus zwei verschiedene Bedeutungen haben. Traditionell wurden Faktenchecker von Nachrichtenredaktionen eingesetzt, um sachliche Behauptungen von Reportern in ihren Artikeln zu korrigieren und zu überprüfen. Dieses Genre des Faktenchecks bewertet, wie solide die Recherche ist, überprüft Fakten und Zahlen erneut und dient als allgemeine Qualitätskontrolle für den Inhalt eines Nachrichtenmediums vor der Veröffentlichung. Der Beginn dieser Praxis im modernen Journalismus – zumindest in der westlichen Welt – wird großen US-Wochenmagazinen wie TIME in den 1920er Jahren zugeschrieben.²²⁵

Die ökonomische Krise, die die meisten Nachrichtenorganisationen weltweit seit Beginn des 21. Jahrhunderts durchlebt haben,²²⁶ hatte zur Folge, dass Abteilungen für interne Faktenprüfung kleiner geworden sind, mit dem Korrektorat verschmolzen oder gleich ganz geschlossen wurden. Heute beschäftigen vor allem hochkarätige Wochenmagazine wie The New Yorker in den USA oder Der Spiegel in Deutschland redaktionelle Faktenprüfer.²²⁷ Die Art des in diesem Modul behandelten Faktenchecks geschieht nicht, bevor etwas

²²⁴ Moynihan, D. & Weisman, S. (2010). Daniel Patrick Moynihan. New York: PublicAffairs.

²²⁵ Scriber, B. (2016). Who Decides what's true in Politics? A History of the Rise of Political Fact-Checking. [online] Poynter.

Verfügbar unter: <https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking> [Zugriff am 28.03.2018].

²²⁶ Siehe Modul 3

²²⁷ Bloyd-Peshkin, S. & Sivek, S. (2017). Magazines Find There's Little Time to Fact-Check Online. [online] Columbia Journalism Review. Verfügbar unter: <https://www.cjr.org/b-roll/magazine-fact-checking-online.php> [Zugriff am 28.03.2018].

veröffentlicht wird, sondern wenn eine getätigte Behauptung öffentliche Relevanz gewinnt.

Diese Form des nachträglichen (Ex-Post-)Faktenchecks zielt darauf ab, Politiker sowie weitere in der Öffentlichkeit stehende Personen für die Richtigkeit ihrer Aussagen zur Verantwortung zu ziehen. Derartige Faktenchecker nutzen primäre und seriöse Quellen, die öffentliche Behauptungen bestätigen oder widerlegen können.

Die Ex-Post-Überprüfung von Fakten konzentriert sich hauptsächlich (aber nicht ausschließlich) auf politische Anzeigen, Kampagnenreden und Partei-Manifeste. Zu den ersten Projekten, die sich dieser Form der politischen Faktenprüfung widmeten, gehören Factcheck.org, ein 2003 gestartetes Projekt des Annenberg Public Policy Center an der University of Pennsylvania, und Channel 4 Fact Check, das 2005 an den Start ging.

Faktenchecks haben im vergangenen Jahrzehnt weltweit an Relevanz gewonnen. Zwei Ereignisse waren für den Bedeutungszuwachs dieser journalistischen Praxis besonders wichtig:

1. Eine erste Welle wurde durch den Pulitzer-Preis im Jahr 2009 für nationale Berichterstattung ausgelöst. Diesen erhielt der PolitiFact, ein Projekt zur Überprüfung von Fakten, dass etwas mehr als ein Jahr zuvor von der St. Petersburg Times (jetzt Tampa Bay Times) in Florida gestartet wurde. Die Innovation von PolitiFact bestand darin, Ansprüche auf einem „Truth-O-Meter“ zu bewerten und den Faktenprüfungen Struktur und Klarheit zu verleihen. (Aus der Sicht von Kritikern bringen Bewertungen Subjektivität in den Prozess.) Dieser strukturierte Ansatz machte dem Publikum sehr deutlich, worum es bei der Überprüfung politischer Fakten ging, und erklärt die Rolle dieses journalistischen Instruments, um Politiker für ihre Worte zur Verantwortung zu ziehen. Dies inspirierte Dutzende weiterer Projekte weltweit.²²⁸
2. Die zweite Welle von Faktencheck-Projekten entstand nach dem weltweiten Anstieg der sogenannten Fake News. Der Begriff, inzwischen übernommen und missbraucht, beschreibt vollständig erfundene Sensationsgeschichten, die ein enormes Publikum erreichen, indem sie Social-Media-Algorithmen zu ihrem Vorteil nutzen. Als im Laufe des Jahres 2016 klar wurde, dass die Online-Informationsumgebung besonders für Des- und Falschinformation durchlässig ist, beschlossen immer mehr Initiativen, ihre Aufmerksamkeit auf die Überprüfung von Fakten zu richten.

Diese zweite Welle konzentrierte sich oft genauso intensiv auf die Überprüfung öffentlicher Behauptungen wie auf die Entlarvung dieser viralen Hoaxes (Falschmeldungen). Dieses sogenannte Debunking ist ein Teil der Arbeit von Faktenüberprüfungs-Teams und erfordert eine Reihe spezifischer Fähigkeiten, die auch für die Verifizierung von Informationen benötigt werden (insbesondere von benutzergenerierten Inhalten, User Generated Content (UGC), siehe folgendes Mengendiagramm). Dieses Modul konzentriert sich auf Faktenchecks gemäß der nachfolgenden Definition, während sich das nächste Modul mit der Überprüfung digitaler Inhalte und Quellen befasst.²²⁹

²²⁸ Mantzaris, A. (2017). In its first Decade, PolitiFact Helped Define Political Fact-Checking far Beyond Washington, D.C. [online] Poynter. Verfügbar unter: <https://www.poynter.org/news/its-first-decade-politifact-helped-define-political-fact-checking-far-beyond-washington-dc> [Zugriff am 28.03.2018].

²²⁹ Siehe Modul 6

Debunking (Fake News und virale Hoaxes)

Faktenchecks	Verifizierung
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Post-Überprüfung gesellschaftlich relevanter Behauptungen ➤ beruht auf Informationen von Experten, Wissenschaft sowie Regierungsbehörden und ➤ endet mit einer begründeten Schlussfolgerung zur Korrektheit der Behauptung. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ex-Ante-Verifizierung, meist von nutzergenerierten Inhalten ➤ stützt sich auf Primärquellen von Augenzeugen oder via Geolocation, Rückwärts-Bildersuche etc. ➤ endet mit einer Geschichte, die veröffentlicht oder gestoppt wird

Abbildung 5: Der Unterschied zwischen Faktenchecks und Verifizierung



Beispiele für Faktenprüfungsorganisationen weltweit

Dem Duke Reporters' Lab zufolge gab es im Dezember 2017 in 51 Ländern 137 aktive Faktenprüfungsprojekte.²³⁰ Während die Vereinigten Staaten der größte Markt für Faktenchecks sind, finden in anderen Teilen der Welt einige der am besten durchdachten und innovativsten Arbeiten auf diesem Gebiet statt. Für Lehrende könnten etwa Projekte wie Africa Check (Südafrika, Senegal, Nigeria und Kenia), Chequeado (Argentinien), Les Décodeurs (Frankreich), Faktisk (Norwegen), Correctiv.Faktencheck (Deutschland) und Full Fact (Vereinigtes Königreich) interessant sein.

Für Lehrende, die sich auf bestimmte Länder oder Regionen fokussieren wollen, sind die folgenden Literaturhinweise möglicherweise hilfreich:

- **Brasilien:** „Fact-Checking Booms in Brazil“, ein Artikel von Kate Steiker-Ginzberg für Poynter, abrufbar unter: <https://www.poynter.org/news/fact-checking-booms-brazil>
- **Europa:** „The Rise of Fact-Checking Sites in Europe“, ein Bericht von Lucas Graves and Federica Cherubini für das Reuters Institute der University of Oxford, verfügbar unter: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe#overlay-context=>
- **Japan:** „A new Fact-Checking Coalition Is Launching in Japan“, ein Artikel von Masato Kajimoto für Poynter. Verfügbar unter https://www.poynter.org/news/_new-fact-checking-coalition-launching-japan
- **Südkorea:** „What's Behind South Korea's Fact-Checking Boom? Tense Politics and the Decline of Investigative Journalism“, ein Artikel von Boyoung Lim für Poynter. Verfügbar unter <http://www.poynter.org/2017/whats-behind-south-koreas-fact->

²³⁰ Stencel, M. (2017). Fact-Checking Booms as Numbers Grow by 20 Percent. [online] Duke Reporters Lab. Verfügbar unter: <https://reporterslab.org/big-year-fact-checking-not-new-u-s-fact-checkers/> [Zugriff am 28.03.2018].

<https://www.poynter.org/news/boom-tense-politics-and-the-decline-of-investigative-journalism/463655/>

- **Lateinamerika:** „Lack of Access to Information Is Driving Latin America’s Fact-checking Boom“, ein Artikel von Ivan Echt für Poynter. Verfügbar unter <https://www.poynter.org/news/lack-access-information-driving-latin-americas-fact-checking-boom>
- **Vereinigte Staaten:** „Deciding What’s True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism“, ein Buch von Lucas Graves, oder die Rezension von Brad Scriber bei Poynter. Verfügbar unter <https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking>

Methodik und Ethik des Faktenchecks

Faktenchecks sind keine Raketenwissenschaft. Vielmehr handelt es sich um eine sorgfältige Analyse, die auf einer grundlegenden Frage beruht: „Woher wissen wir das?“ Gleichzeitig ist ein Faktencheck keine Rechtschreibprüfung. Es gibt weder einen Leitfaden im Wörterbuchstil mit allen Fakten noch eine einfache Software, die Dokumente überprüft und markiert, wenn Tatsachen falsch angegeben wurden. Im Allgemeinen gliedern sich Faktenchecks in drei Phasen:

1. Suche nach faktenüberprüfbaren Behauptungen mittels Durchforstens von Gesetzestexten, Medien und sozialen Netzwerken. In diesem Prozess wird bestimmt, welche wichtigen öffentlichen Behauptungen (a) auf Fakten überprüft werden können und (b) auf Fakten überprüft werden sollten.
2. Recherche der Fakten, indem die besten verfügbaren Belege und Quellen für die vorliegende Behauptung konsultiert werden.
3. Korrektur der Aufzeichnung durch die Bewertung der Behauptung im Hinblick auf die Beweislage, üblicherweise auf einer Wahrheitsskala.

Vertrauenswürdige Faktencheck-Organisationen erklären ihren Prüfprozess, indem sie ihre Methodik offenlegen. Lehrende können Studierende bei einem oder mehreren der folgenden Schritte begleiten:

- Die Seite „How We Work“ von Africa Check (verfügbar unter <https://africacheck.org/about-us/how-we-work/>) sowie die Infografik im Abschnitt „Materialien“
- „Metodo“ von Chequeado. Verfügbar in spanischer Sprache unter <http://chequeado.com/metodo/>
- „Metodologia“ und „Come funzioniamo“ von Pagella Politica. Verfügbar in italienischer Sprache unter <https://pagellapolitica.it/progetto/index>
- „The Principles of PolitiFact“ von PolitiFact. Verfügbar unter <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2013/nov/01/principles-politifact-punditfact- and-truth-o-meter/>

Das International Fact-Checking Network (IFCN)²³¹ hat darüber hinaus einen Kodex entwickelt, der gewissenhaften Faktencheck-Teams Orientierung in ihrer täglichen Arbeit bieten kann.²³² Faktencheck-Organisationen beantragen, geprüfte Unterzeichner des IFCN-Kodex zu werden. Dies erfordert eine externe Bewertung, die die wirksame Umsetzung dieser Standards bewertet. Lehrende können sich mit dem Kodex vertraut machen und Bewertungen von Faktencheck-Organisationen aus ihrem Land finden²³³ und diskutieren, ob diese bei den Studierenden ein erhöhtes Vertrauen in die Faktencheck-Teams bewirken oder nicht.

Diese Prinzipien wurden entwickelt, um Lesern zu helfen, gute Faktenchecks von schlechten zu unterscheiden. Als Beispiel für Falschinformationen, die sich als Faktenchecks tarnen, können Lehrende die Beispiele in diesen beiden Artikeln vorstellen:

- These Fake Fact-Checkers Are Peddling lies About Genocide and Censorship in Turkey (Poynter) <https://www.poynter.org/news/these-fake-fact-checkers- are-peddling-lies-about-genocide-and-censorship-turkey>
- In the post-truth era Sweden's far-right Fake Fact Checker Was Inevitable. (The Guardian) <https://www.theguardian.com/media/2017/jan/19/in-the-post-truth-era-swedens-far-right-fake-fact-checker-was-inevitable>

Was den Fakten in die Quere kommt

Bevor wir uns genauer mit den praktischen Aspekten von Faktenchecks befassen, müssen Studierende sich auch den Grenzen dieses Verfahrens bewusstwerden – ebenso wie ihren eigenen Grenzen.

Gelegentlich waren Kommentare zu vernehmen, wir wären in einer Zeit nach der Wahrheit (Post-Truth) oder post-faktischen Ära angekommen. Dieser Begriffe wurden 2016 in Schlagzeilen weltweit aufgegriffen und wurden ausgewählt als „Word of the Year“ bzw. „Unwort des Jahres“ des Oxford English Dictionary und der Gesellschaft für deutsche Sprache. Das Argument der „Post-Truthers“ ist, dass Politik und Medien so polarisiert und in Lagerdenken verfallen sind, dass Bürgerinnen und Bürger alle Fakten rundheraus einfach ablehnen, mit denen sie nicht einverstanden sind.

Dies entspricht nicht ganz einer wachsenden Zahl von Untersuchungen, in denen festgestellt wurde, dass Menschen durchschnittlich besser informiert werden, wenn sie Korrekturen lesen, die sich auf vom Publikum als glaubwürdig eingestufte Behörden beziehen. Für Lehrende könnten die folgenden Studien hilfreich und Grundlage für eine Diskussion mit Studierenden sein:

²³¹ Der Autor, Alexios Mantzarlis, ist Leiter des International Fact Checking Network

²³² Im Februar 2022 haben sich Faktencheck-Organisationen auf dem europäischen Kontinent zusammengeschlossen, um einen europäischen Kodex als Ergänzung zum IFCN-Kodex zu entwickeln. Dessen Veröffentlichung ist für August 2022 geplant. Quelle: <https://eufactcheckingproject.com/qa/> [Zugriff am 28.06.2022].

²³³ Verfügbar unter: <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>. [Zugriff am 28.03.2018].

- Swire, B., Berinsky, A. J., Lewandowsky, S. & Ecker, U. K. H. (2017). Processing Political Misinformation: Comprehending the Trump Phenomenon (1. März 2017). Verfügbar unter <http://rsos.royalsocietypublishing.org/content/4/3/160802> [Zugriff am 28.03.2018].
- Nyhan, B. & Zeitzoff, T. (2018). Fighting the Past: Perceptions of Control, Historical Misperceptions, and Corrective Information in the Israeli- Palestinian Conflict. Verfügbar unter: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/pops.12449/abstract> [Zugriff am 28.03.2018].
- Wood, T. & Porter, E. (2016). The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes' Steadfast Factual Adherence (5. August 5 2016). Verfügbar unter: <https://ssrn.com/abstract=2819073> [Zugriff am 28.03.2018].

Gleichzeitig wäre es viel zu simpel zu behaupten, dass Tatsachen perfekte Charakteristika der Welt sind und dass Menschen völlig rationale Wesen sind, die neue Tatsachen ungeachtet vorheriger Überzeugungen und persönlicher Vorlieben ohne Weiteres übernehmen. Jeder von uns ist mit kognitiven und anderen Verzerrungen konfrontiert, im Grunde mentalen Hindernissen, die der Aufnahme neuer Fakteninformationen im Wege stehen können. Es ist wichtig zu betonen, dass dies nicht nur anderen Menschen passiert, sondern uns allen.

Lehrende sollten mit ihren Studierenden über einige dieser Verzerrungen sprechen.

- **Bestätigungsverzerrung oder „Confirmation Bias“²³⁴**

Die Tendenz, Informationen zu verarbeiten, indem gezielt solche Informationen gesucht oder diese so interpretiert werden, dass sie mit bestehenden Überzeugungen übereinstimmen. Diese Voreingenommenheit bei der Entscheidungsfindung ist weitgehend unbeabsichtigt und führt häufig dazu, dass inkonsistente Informationen ignoriert werden. Bestehende Überzeugungen können Erwartungen in einer bestimmten Situation und Vorhersagen über ein bestimmtes Ergebnis beeinflussen. Menschen verarbeiten Informationen besonders häufig in einer Art und Weise, die ihre eigenen Überzeugungen untermauert, insbesondere wenn das Problem sehr wichtig oder für die eigene Person relevant ist.

- **Motiviertes Denken („Motivated Reasoning“)²³⁵**

Der Begriff der motivierten Kognition bezieht sich auf die unbewusste Neigung von Menschen, Informationen in einer Weise zu verarbeiten, die einem Zweck oder Ziel dient. Man betrachte ein klassisches Beispiel: In den 1950er Jahren baten Psychologen Versuchspersonen, Studierende zweier Ivy-League-Colleges, einen Film anzusehen. Dieser zeigt eine Reihe kontroverser Schiedsrichterentscheidungen, die während eines Football-Spiels zwischen Teams ihrer jeweiligen Hochschulen getroffen wurden. Die Studierende eines jeden Colleges bewerteten die Entscheidungen der Schiedsrichter eher als richtig, wenn diese ihre eigene

²³⁴ Aus Encyclopaedia Britannica <https://www.britannica.com/topic/confirmation-bias> [Zugriff am 28.03.2018]

²³⁵ Aus Discover Magazine. <http://blogs.discovermagazine.com/intersection/2011/05/05/what-is-motivated-reasoning-how-does-it-work-dan-kahan-answers/#.WfHrl4ZrzBI> [Zugriff am 28.03.2018].

Hochschule statt ihrer Rivalen bevorzugten. Die Forscher kamen zu dem Schluss, dass die emotionale Verbundenheit und Loyalität der Studierenden zu ihrer jeweiligen Einrichtung die Wahrnehmung dessen prägte, was sie auf dem Band sahen.

➤ **Verfügbarkeits-Heuristik („Availability Heuristic“)²³⁶**

Eine kognitive Heuristik, anhand derer die Häufigkeit oder Wahrscheinlichkeit eines Ereignisses anhand der Anzahl der Vorkommnis- se beurteilt wird, an die man sich leicht erinnern kann. Dies kann dazu führen, dass Personen eine falsche Behauptung nur deshalb als wahr ansehen, weil sie sich leicht daran erinnern können. In einem von Lisa Fazio an der Vanderbilt University durchgeföhrten Experiment wurde festgestellt, dass Personen, die sechsmal aufgefordert wurden, die Behauptung „Ein Sari ist ein Kilt“ zu wiederholen, dieser offensichtlichen Lüge mehr glaubten als diejenigen, die sie nur einmal wiederholten. Der Journalismus kann sich in einen Treiber von Unwahrheiten verwandeln, indem er unkritisch über diese berichtet. Medienberichterstattung über Verschwörungstheorien zum Geburtsort Barack Obamas zum Beispiel könnte eine Rolle bei der Verbreitung der Überzeugung gespielt haben, dass der ehemalige US-Präsident nicht auf Hawaii geboren wurde.

Anmerkung: Die Überprüfung von Fakten allein ist ein unvollkommenes Instrument. Etwas kann zu 100 Prozent korrekt sein und dennoch wichtige Zusammenhänge auslassen.²³⁷ Fakten werden immer wieder innerhalb größerer narrativer Strukturen konstruiert, eingeordnet und wieder anders eingeordnet. Auf diese Weise kann grundlegenden Fakten jeweils eine andere Bedeutung zukommen. Die Wahrheit ist im Übrigen mehr als eine Ansammlung von Fakten. Faktenchecks sind kein Instrument, mit dem alternative Interpretationen ausgeschaltet werden können, sondern mit dem eine Abfolge von Fakten gezeichnet werden kann, die sich auf narrative und individuelle Veranlagung auswirken können, um eine rationale Debatte zu begründen.



Ziele des Moduls

- Verbesserung der Vertrautheit mit sich abzeichnenden bewährten Faktencheck-Verfahren auf internationaler Ebene
- Bewusstsein schärfen für die kognitiven Verzerrungen, die dem Verständnis von Fakten entgegenstehen können
- Verbesserung der Fähigkeit zur kritischen Analyse

²³⁶ Aus Oxford University Press A Dictionary of Psychology – <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199534067.001.0001/acref- 9780199534067-e-830> [Zugriff am 28.03.2018]

²³⁷ Siehe zum Beispiel Yanofsky, D.(2013). The Chart Tim Cook Doesn't Want you to See. Verfügbar unter: <https://qz.com/122921/the-chart-tim-cook-doesnt-want-you-to-see/>. [Zugriff am 28.03.2018].



Lernziele

1. Verständnis für die Entstehung von Faktenchecks als eine besondere Form von Journalismus sowie der Ethik und der Methodik dieser Praxis
2. Verständnis der Fragen, die bei der Beurteilung der Qualität der Belege zu stellen sind
3. Verbesserte Fähigkeit, faktenüberprüfbare Behauptungen von Meinungen und Übertreibungen zu unterscheiden
4. Grundlegendes Begriffsverständnis der kognitiven Verzerrungen, die einem Verständnis der Fakten entgegenstehen können



Format des Moduls

Der theoretische Teil dieser Einheit befasst sich mit:

1. Geschichte und Semantik
2. Methodik und Ethik
3. Was den Fakten in die Quere kommt

Der praktische Teil gliedert sich in zwei Aufgaben:

4. Faktenüberprüfbare Behauptungen finden
5. Fakten finden. Die Aufgabe konzentriert sich auf die Korrektur der Darstellung.

Verbindung zwischen Lehrplan und Lernerzielen

A. Theorie

Modulplan	Zeit	Lernziele
Geschichte und Semantik	20 Minuten	1
Methodik und Ethik	20 Minuten	1
Was den Fakten in die Quere kommt	20 Minuten	4

B. Praxis

Modulplan	Zeit	Lernziele
Aufgabe 1: Faktenüberprüfbare Behauptungen finden	30 Minuten	3
Aufgabe 2: Fakten finden	20 Minuten	2

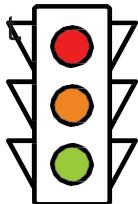
Aufgabe 1

Faktenüberprüfbare Behauptungen finden

Die Faktenprüfung konzentriert sich auf Behauptungen, die mindestens eine Tatsache oder Zahl enthalten, deren Richtigkeit objektiv überprüft werden kann. Die Überprüfung von Fakten bewertet nicht die Wahrhaftigkeit von Meinungen und Vorhersagen, Übertreibungen, Satire und Witzen.

Lassen Sie die Studierenden die folgenden Auszüge von Reden lesen, die vier Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens gehalten haben. In den Redeauszügen sollen sie die sachlichen Aussagen, die überprüft werden können, **GRÜN** hervorheben, nicht überprüfbare Meinungen **ROT** und in **GELB** die Teile, die irgendwo dazwischen liegen. Nachdem die Studierenden ihre Markierungen abgegeben haben, gehen Sie sie gemeinsam durch und besprechen Sie, was eine „faktenprüfbare“ Behauptung ausmacht.

Erklärung der Ampelkennzeichnung:



Rot	nicht überprüfbare Aussagen
Gelb	Aussagen dazwischen
Grün	überprüfbare Aussagen

Michelle Bachelet, ehemalige Präsidentin von Chile

Zwar haben wir große Schritte in die richtige Richtung gemacht, aber wir müssen eine weitere Bedrohung für den Lebensraum Meer bekämpfen: Plastik. Jahr für Jahr gelangen 8 Millionen Tonnen Plastik in den Ozean, verbleiben dort Jahrhunderte und haben eine äußerst schädliche Wirkung. Um dem Problem zu begegnen, nehmen wir an der Aktion Clean Seas des Umweltprogramms der Vereinten Nationen teil. Zusätzlich werden wir auf lokaler Ebene innerhalb von 12 Monaten einen Gesetzesentwurf vorlegen, der ein Verbot von Plastiktüten in Küstenstädten vorsieht. Das Gesetz wird es Bürgern erlauben, zum Schutz der Ozeane beizutragen. Wir werden daher das erste Land in Amerika sein, das sein solches Gesetz verabschiedet, und wir rufen andere Länder dazu auf, ebenfalls ihrer Verantwortung nachzukommen. Es sind 30 Jahre vergangen, seit das Montreal-Protokoll zu Substanzen, die schädlich für die Ozonschicht sind, verabschiedet wurde. Dieses hat dazu geführt, dass sich die Ozonschicht regenerieren konnte. An diesem 30. Jahrestag verkünde ich, dass mein Land soeben den im Jahr 2016 in Kigali beschlossenen Zusatz zum Montreal-Protokoll ratifiziert hat. Dieser sieht vor, die Erderwärmung auf 0,5°C zu begrenzen. Chile ist eines der ersten Länder, die dieses Abkommen ratifiziert haben.

Aber das ist nicht alles. Mit der Erschaffung eines Netzwerks von Parks in Patagonien haben wir außerdem 4,5 Millionen Hektar an Grünflächen, reich an Biodiversität, dem Schutz des Staates und der öffentlichen Nutzung zugeführt.

Jacob Zuma, ehemaliger Präsident Südafrikas

Die derzeitige Struktur der Weltwirtschaft vertieft weiterhin den Graben zwischen Nord- und Südhälbkugel. Während einige wenige die Vorteile der Globalisierung genießen, lebt die Mehrheit der Völker auf der Erde weiterhin in schlimmer Armut und Hunger, ohne Hoffnung darauf, die eigenen Lebensumstände jemals verbessern zu können. Sogar in den entwickelten Ländern ist die Kluft zwischen Arm und Reich besorgniserregend groß. Um die Ziele und Ambitionen der Agenda 2030 erreichen wollen, brauchen wir den politischen Willen und das Commitment von Spaltenpolitikern weltweit, die Herausforderungen und Hindernisse anzugehen, die die unveränderte Struktur der Weltwirtschaft mit sich bringt. Diese ungleichen und ungerechten ökonomischen Machtbeziehungen manifestieren sich in Afrika sehr deutlich. Zum Beispiel ist unser Kontinent mit mineralischen Ressourcen reich ausgestattet, aber er hat immer noch die höchste Zahl an gering entwickelten Ländern.

Sigmar Gabriel, ehemaliger Außenminister Deutschlands

„Wir müssen den Vereinten Nationen die Mittel zur Verfügung stellen, die sie zur Erfüllung ihres Mandats benötigen. Gegenwärtig erzählen die Zahlen jedoch eine andere Geschichte: Das Welternährungsprogramm erhält weniger als 50 Prozent des Budgets, das es heutzutage für die Bekämpfung der Hungerkrisen auf der Welt benötigt. Das World Development Programme erhält nur 15 Prozent seiner Finanzierung als freiwillige, bedingungslose Zahlungen. 2011 waren es noch 50 Prozent. Und die Dinge sehen bei anderen UN-Hilfsprogrammen nicht besser aus.“

Es kann nicht sein, dass diejenigen in verantwortlichen Positionen bei den Vereinten Nationen ihre Zeit damit verbringen, Bettelbriefe zu verteilen, um die nötige Finanzierung zu sichern, als dass sie ihre Zeit in die Organisation effektiver Hilfen investieren. Wir müssen hier den Kurs ändern. Wir müssen den Vereinten Nationen das richtige Finanzierungsniveau und mehr Freiheit geben. Im Gegenzug brauchen wir mehr Effizienz und Transparenz hinsichtlich der Art und Weise, wie das Geld eingesetzt wird. Deutschland beabsichtigt jedenfalls, seine finanzielle Unterstützung der Vereinten Nationen aufrecht zu erhalten. Als der viertgrößte Beitragszahler und weit darüber hinaus als einer der größten Sponsoren humanitärer Hilfe weltweit möchten wir weiterhin einen substantiellen Beitrag leisten.

Mark Zuckerberg, Facebook-CEO

Facebook ist ein idealistisches und optimistisches Unternehmen. Die meiste Zeit unserer Existenz konzentrierten wir uns auf all das Gute, das das Verbinden von Menschen bringen kann. Mit dem Wachstum von Facebook haben die Menschen überall ein mächtiges Werkzeug bekommen, mit dem man mit geliebten Menschen in Kontakt bleiben kann, sich Gehör verschaffen, und sich mit anderen zusammenschließen kann, sei es für private oder Geschäftszwecke. Erst kürzlich haben wir gesehen, wie die #metoo-Bewegung und der March for Our Lives zumindest teilweise auf

Facebook organisiert wurde. Nach Hurricane Harvey haben Menschen mehr als 20 Millionen Dollar Spenden für die Rettungsarbeiten gesammelt. Und mehr als 70 Millionen kleiner Unternehmen nutzen mittlerweile Facebook, um zu wachsen und Jobs zu schaffen.

Aufgabe 2

Fakten finden

Teilen Sie die Teilnehmenden in Gruppen ein. Lassen Sie jede Gruppe einen Faktencheck für eine der grün markierten Behauptungen machen, die oben aufgeführt sind (oder wählen sie aus einer eigenen Liste aus).

Bitten Sie die Gruppen, nach Belegen zu suchen, die die gemachten Behauptungen stützen oder sie entkräften. Bevor sie dies tun, ermutigen Sie sie, die dazu gefundenen Quellen nach den folgenden Parametern zu bewerten.

- **Nähe:** Wie nah ist der Beleg einem Phänomen? Beispielsweise ist eine Nachrichtenorganisation, die die neuesten Arbeitslosenzahlen berichtet, normalerweise nicht nah an den Daten und ist daher weniger wertvoll als die nationale Statistikbehörde, die die Arbeitslosenzahlen tatsächlich selbst erhebt?
- **Expertise:** Welche Merkmale signalisieren die Qualität des Belegs? Beispielsweise trägt der/die Autor/in des Buches einen Doktortitel in diesem Fachgebiet und wird dort häufig zitiert?
- **Genauigkeit:** Wie wurden die Belege zusammengestellt? So werden Daten zu Gewalt gegen Frauen häufig in Umfragen erhoben.²³⁸ Dies kann dazu führen, dass Verallgemeinerungen unzulässig und internationale Vergleiche schwierig sind, weil die Antwortbereitschaft von Frauen und das Begriffsverständnis von sexuellen Übergriffen von Land zu Land unterschiedlich sein können. Damit soll Gewalt gegen Frauen nicht relativiert werden, sondern für die Bedeutung einer rigorosen Methodik plädiert werden, wenn es darum geht, spezifische Aussagen zu untermauern.
- **Transparenz:** Was wissen wir über die Belege? Beispielsweise wurde die Datengrundlage online im Zuge einer wissenschaftlichen Studie veröffentlicht, damit andere Forscherinnen und Forscher dies unabhängig überprüfen können.
- **Verlässlichkeit:** Können früher erhobene Daten eingesehen werden? Beispielsweise dokumentiert Transparency International den Corruption Perceptions Index seit mehr als 20 Jahren. Dadurch hatten Experten genug Zeit, um die Limitationen der Methodik auszumachen.²³⁹
- **Interessenkonflikt:** Werden die persönlichen oder privaten Interessen einer Quelle durch den Beleg unterstützt? Beispielsweise wurde eine Studie zu angeblichen

²³⁸ Siehe Indikator (48) der UN Gender Statistics <https://genderstats.un.org/#/downloads>

²³⁹ Hough, D. (2016) Here's this Year's (Flawed) Corruption Perception Index. Those Faws Are Useful. The Washington Post. Verfügbar unter https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/01/27/how-do-you-measure-corruption-transparency-international-does-its-best-and-thats-useful/?utm_term=.7ff90ea2890f [Zugriff am 23.03.2018].

gesundheitsfördernden Wirkungen von Nudeln von einem großen Pasta-Hersteller durchgeführt und finanziert.²⁴⁰

Lehrende können die nachfolgende Tabelle ausdrucken und die Studierenden zur Bewertung jeder Quelle verwenden lassen.

	schwach	mittel	stark
Nähe			
Expertise			
Genauigkeit			
Transparenz			
Verlässlichkeit			
Interessenkonflikt			



Empfohlene Übung

Eine Behauptung korrigieren

Teilnehmende sollen einen Faktencheck verfassen (ungefähr 1.200 Wörter), für den sie die oben bewerteten Belege verwenden. So gelangen sie zu einer Schlussfolgerung hinsichtlich des Wahrheitsgehalts der Aussage, für die sie sich entschieden haben.

Sie sollten ihre eigene Bewertungsskala entwickeln und die überprüfte Behauptung darauf einordnen. PolitiFact verwendet beispielsweise folgende Bewertungsstufen:

Zutreffend Die Aussage ist zutreffend und es wurde nichts Wesentliches ausgelassen. Weitestgehend zutreffend – Die Aussage ist zutreffend, bedarf aber Erläuterung oder weiterer Informationen.

Teils zutreffend Die Aussage ist teilweise zutreffend, aber es werden wesentliche Details ausgelassen oder Dinge aus dem Kontext gerissen.

Überwiegend falsch Die Aussage hat einen wahren Kern, wichtige Fakten, die einen anderen Eindruck vermitteln würden, werden jedoch ignoriert.

Falsch Die Aussage ist nicht zutreffend.

Voll daneben Die Aussage ist unzutreffend und enthält eine abwegige Behauptung.

Bewertungsskalen müssen nicht linear sein wie die von PolitiFact verwendeten, bei denen die Bewertungen auf einer Skala von Zutreffend bis voll daneben immer schlechter werden. Zum Beispiel enthält El Sabueso in Mexiko²⁴¹ Bewertungen wie „Es kann nicht bewiesen werden“ für Behauptungen, die nicht belegbar sind, oder „Debattierbar“ für Behauptungen,

²⁴⁰ Dieser Fall hat es tatsächlich gegeben. Mehr dazu hier: <http://www.healthnewsreview.org/2016/07/study-really-find-pasta-opposite-fattening/> [Zugriff am 23.03.2018].

²⁴¹ AnimalPolitico (2015). Verfügbar unter <http://www.animalpolitico.com/blogueros-blog-invitado/2015/01/28/el-sabueso-un-proyecto-para-vigilar-el-discurso-publico/> [Zugriff am 06.04.2018].

deren Richtigkeit von der gewählten Methodik abhängt. Ermutigen Sie die Studierenden, mit ihren Skalen kreativ zu werden, um das Spektrum der Bewertungen für eine Tatsachenbehauptung abzubilden.

In Abhängigkeit von Zeit und verfügbaren Ressourcen können Lehrende die Studierenden anhalten, den Faktencheck in einem Format zu erstellen, das über reinen Text hinausgeht.

Memes, kurze Videos, GIFs, Snapchat – dies alles sind potenziell hilfreiche Instrumente, um Unwahrheiten zu bekämpfen. Tatsächlich hat eine Studie gezeigt, dass ein Faktencheck effektiver ist, wenn er nicht als Artikel, sondern als humorvolles Video präsentiert wird.²⁴²

Für einige Beispiele für kreative Formate können Lehrende sich die folgenden Poynter-Artikel anschauen:

- Mantzarlis, A. (2016). Fact-Checkers Experiment with Snapchat, GIFs and other stuff Millennials. Verfügbar unter <https://www.poynter.org/news/fact-checkers-experiment-snapchat-gifs-and-other-stuff-millennials> [Zugriff am 28.03.2018].
- Mantzarlis, A. (2016). How (and why) to Turn a Fact Check into a GIF. [accessed 28/03/2018. Verfügbar unter <https://www.poynter.org/news/how-and-why-turn-fact-check-gif> [Zugriff am 28.03.2018].



Literatur

Zusätzlich zu den bereits aufgeführten Literaturhinweisen hat Poynter eine gesonderte Faktencheck-Rubrik. Verfügbar unter <https://www.poynter.org/channels/fact-checking>. Diese wird mehrfach wöchentlich aktualisiert. Hier einige aktuelle, hilfreiche Artikel, die hauptsächlich von dort stammen.

Poynter (2018). How to Fact-Check a Politician's Claim in 10 steps. Verfügbar unter <https://factcheckday.com/articles/5/how-to-fact-check-a-politicians-claim-in-10-steps> [Zugriff am 06.04.2018].

Van Ess, H. (2017). The Ultimate Guide to Bust Fake Tweeters: A Video Toolkit in 10 Steps Verfügbar unter: <https://www.poynter.org/news/ultimate-guide-bust-fake-tweeters-video-toolkit-10-steps> [Zugriff am 06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2015). 5 Things to Keep in Mind when Fact-Checking Claims About Science. Verfügbar unter <https://www.poynter.org/news/5-things-keep-mind-when-fact-checking-claims-about-science> [Zugriff am 06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2016). 5 Tips for Fact-Checking Claims About Health. Verfügbar unter <https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-claims-about-health> [Zugriff am

²⁴² Young, D., Jamieson, K., Poulsen, S. and Goldring, A. (2017). Fact-Checking Effectiveness as a Function of Format and Tone: Evaluating FactCheck.org and FlackCheck.org. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(1), S.49-75

06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2015). 5 Tips for Fact-Checking Datasets. Verfügbar unter <https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-datasets> [Zugriff am 06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2015). 5 Studies About Fact-Checking you May Have Missed last Month (Poynter). Verfügbar unter <https://www.poynter.org/news/5-studies-about-fact-checking-you-may-have-missed-last-month> [Zugriff am 06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2017). Repetition Boosts Lies — but it Could Help Fact-Checkers too Verfügbar unter <https://www.poynter.org/news/repetition-boosts-lies-could-help-fact-checkers-too> [Zugriff am 06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2017). French and American Voters Seem to Respond to Fact-Checking in a Similar way. Verfügbar unter <https://www.poynter.org/news/french-and-american-voters-seem-respond-similar-way-fact-checking> [Zugriff am 06.04.2018].

Funke, D. (2017). Where There's a Rumour, There's an Audience. This Study Sheds Light on why some Take off. Verfügbar unter <https://www.poynter.org/news/where-theres-rumor-theres-audience-study-sheds-light-why-some-take> [Zugriff am 06.04.2018].

Funke, D. (2017). Want to Be a Better Online Sleuth? Learn to Read Webpages like a Fact-Checker. Verfügbar unter <https://www.poynter.org/news/want-be-better-online-sleuth-learn-read-webpages-fact-checker> [Zugriff am 06.04.2018].

Funke, D. (2017). These two Studies found that Correcting Misperceptions Works. But it's not Magic. Verfügbar unter <https://www.poynter.org/news/these-two-studies-found-correcting-misperceptions-works-its-not-magic> [Zugriff am 06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2017). What Does the "Death of Expertise" Mean for Fact-Checkers? Verfügbar unter <https://www.poynter.org/news/what-does-death-expertise-mean-fact-checkers> [Zugriff am 06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2017). Journalism Can't Afford for Corrections to Be the next Victim of the Fake News Frenzy. Verfügbar unter <https://www.poynter.org/news/journalism-cant-afford-corrections-be-next-victim-fake-news-frenzy> [Zugriff am 06.04.2018].

Mantzarlis, A. (2016). Should Journalists Outsource Fact-Checking to Academics? Verfügbar unter <https://www.poynter.org/news/should-journalists-outsource-fact-checking-academics> [Zugriff am 06.04.2018].

Bücher

Ball, J. (2017). Post-Truth: How Bullshit Conquered the World. London: Biteback Publishing.

Gladstone, B. (2017). The Trouble with Reality: A Rumination on Moral Panic in Our Time. New York: Workman Pu.

Graves, L. (2016). Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking Movement in American Journalism. New York: Columbia University Press.

Online-Quellen

Der Internationale Faktencheck Tages-Rollenkartenspiel-Lehrplan (für Schülerinnen und Schüler zwischen 14 und 16 Jahren). Verfügbar unter: <http://factcheckingday.com/lesson-plan>. Die Webseite enthält auch Tipps, einen Link zu einem Online-Kurs für Studierende und eine Leseliste zu Fakten und Faktenchecks.

Verifizierung von Social Media: Quellen und Bildinhalte bewerten

Tom Trewinnard und Fergus Bell

MODUL 6

Zusammenfassung

Dieses Modul soll Teilnehmenden dabei helfen, die Originalquellen von online verfügbaren Informationen zu identifizieren und zu verifizieren. Es werden verschiedene Strategien vorgestellt, anhand derer die Authentizität von Quellen, Fotos und Videos und insbesondere von nutzergenerierten Inhalten in sozialen Netzwerken bestimmt werden können.

Am Ende dieses Moduls sollten Teilnehmende verstanden haben, welche unterschiedlichen Arten falscher und irreführender Inhalte es gibt, die vor allem als Breaking News oder Eilmeldungen auf Plattformen wie Facebook, Twitter, Instagram und YouTube geteilt werden.²⁴³ Immer wieder greifen ansonsten zuverlässige Nachrichtenorganisationen solche Beiträge auf und verlieren mit der Verbreitung an Glaubwürdigkeit. Auch Journalisten teilen unbeabsichtigt falsche und irreführende Inhalte in sozialen Netzwerken. Genau darauf zielen manchmal böswillige Akteure ab, um öffentliche Debatten²⁴⁴ zu beeinflussen. Dies gefährdet die Reputation und Vertrauenswürdigkeit von Journalisten.²⁴⁵

Teilnehmende werden gebeten, ihre Instinkte anhand authentischer Szenarien und Beispiele zu testen, bevor sie selbst grundlegende investigative Techniken und Strategien anwenden, um Inhalte zu verifizieren.

Dazu zählen:

- Identifizieren und Kenntlichmachen von Originalquellen gemäß den ethischen Prinzipien, die mit dem journalistischen Gebrauch von nutzergenerierten Inhalten (User Generated Content, UGC) verbunden sind²⁴⁶
- Identifizieren und Ausschließen von Fake-Accounts oder Bots^{247 248}
- Überprüfen der korrekten Zuordnung von Bildinhalten zu ihren Originalquellen
- Verifizieren der Aufnahme und des Upload-Zeitpunkts des Contents
- Überprüfen der Orte, an denen Fotos und Videos aufgenommen wurden.

In der Lage zu sein, Original-Content zu identifizieren und verifizieren, ermöglicht den Journalisten, nutzergenerierte Inhalte gemäß ethischen und rechtlichen Anforderungen zu veröffentlichen.

²⁴³ Alejandro, J. (2010). Journalism in The Age Of Social Media. Reuters Institute Fellowship. Verfügbar unter <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Journalism%2520in%2520the%2520Age%2520of%2520Social%2520Media.pdf> [Zugriff am 22.04.2018].

²⁴⁴ Paulussen, S. & Harder, R. (2014). Social Media References in Newspapers. *Journalism Practice*, 8(5), S. 542-551.

²⁴⁵ Modul 7 beinhaltet eine detaillierte Diskussion und Handlungsempfehlungen zu diesem Problem.

²⁴⁶ Siehe Online News Association's UGC Ethics Guide, Verfügbar unter: <https://ethics.journalists.org /topics/user-generated-content/> [Zugriff am 18.4.2018].

²⁴⁷ Woolley, S.C. & Howard, P.N. (2017). Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary. Samuel Woolley, and Philip N. Howard, Eds. Working Paper 2017.11. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda. comprop.ox.ac.uk. Verfügbar unter <http://comprop.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf> [Zugriff am 22.04.2018].

²⁴⁸ Joseph, R. (2018). Guide. How to Verify a Twitter Account. Africa Check. Verfügbar unter <https://africacheck.org/factsheets/guide-verify-twitter-account/> [Zugriff am 6.04.2018].



Überblick

Die Autoren Bill Kovach und Tom Rosenstiel betonen in *The Elements of Journalism*²⁴⁹: „Letztlich ist es die Disziplin der Verifizierung, die den Journalismus von Unterhaltung, Propaganda, Fiktion oder Kunst unterscheidet. Einzig der Journalismus interessiert sich in erster Linie dafür, das Geschehene richtig darzustellen.“ In diesem Geiste beleuchtet dieses Modul die „Disziplin der Verifizierung“ in der heutigen Zeit.

Soziale Medien haben die journalistische Praxis verändert. Der Echtzeitkontakt mit Nutzern hat zu einer Zunahme an nutzergenerierten Inhalten geführt. Und auch Rechercheaufgaben wie die Verifizierung kann mittlerweile an das Publikum ausgelagert werden.²⁵⁰ Während Journalismus im Grunde eine „Disziplin der Verifizierung“ bleibt²⁵¹, erfordern deren Methoden eine laufende Aktualisierung, um den schnellen Wandel der digitalen Technologien, des Online-Nutzungsverhaltens und des Nachrichtenkonsums nachzuvollziehen. Beispielsweise ist im Zuge des Arabischen Frühlings das Konzept der „Open Verification“ aufgekommen: der Prozess öffentlicher, kollaborativer Verifizierung in Echtzeit. Aber das Konzept bleibt umstritten: Es besteht das Risiko, Falschinformationen viral zu verbreiten, die man Schritt für Schritt in einem öffentlichen Forum verifizieren wollte (d. h., ein Reporter teilt noch nicht verifizierte Informationen, um den Verifikationsprozess zu crowdsourcen).²⁵²

Heute gehören Augenzeugenberichte und visuelle Inhalte zu den wichtigsten und eindrücklichsten Mitteln von Journalisten und Verlagen, um eine Geschichte mit hoher Wirkung zu erzählen. In einem Breaking-News-Szenario ist Geschwindigkeit ein zentraler Faktor, wenn es darum geht, Informationen in sozialen Netzwerken zu verifizieren.²⁵³

Journalisten müssen in der Lage sein, durch ein großes Volumen an Informationen zu navigieren und an aussagekräftige Quellen, Informationen und Bilder zu gelangen. Im Wesentlichen steigern drei Faktoren das schnelle Wachstum der Menge von Bildinhalten (Fotos, Videos und GIFs), die auf Plattformen hochgeladen werden²⁵⁴:

- die Verbreitung von Smartphones mit Kameras überall auf der Welt
- zunehmender Zugang zu günstigen (teils kostenlosen) mobilen Daten
- der Aufstieg globaler sozialer Netzwerke und Messenger-Dienste, über die jeder Inhalte veröffentlichen und sich eine Community aufbauen kann

²⁴⁹ Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York: Crown Publishers.

²⁵⁰ Carvin, A. (2012). *Distant Witness: Social Media's Journalism Revolution*. New York, NY: CUNY Journalism Press.

²⁵¹ Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). Ebd.

²⁵² Posetti, J. & Silverman, S. (2014). When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification bei Mediashift 24. Juli 2014. Verfügbar unter: <http://mediashift.org/2014/07/goodwhen-good-people-share-bad-things-the-basics-of-social-media-verification/> [Zugriff am 22.04.2018].

²⁵³ Brandtzaeg, P., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L. & Følstad, A. (2015). Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media. *Journalism Practice*, 10(3), S. 323-342.

²⁵⁴ Siehe Folie 5 des Mary Meeker's Internet Trends Report, Verfügbar unter: <https://www.slideshare.net/kleinerperkins/internet-trends-v1> [Zugriff am 22.04.2018].

Bei Breaking News veröffentlichen Augenzeugen, Teilnehmer oder Zuschauer per Smartphone die ersten Berichte, Fotos und Videoaufnahmen des jeweiligen Vorfalls – sei es ein Protest, ein Zugunglück, ein Hurrikan oder ein Terroranschlag. Die Techniken zur Überprüfung dieser Inhalte variieren je nach den Ressourcen, Normen und Standards der Nachrichtenredaktionen und den Praktiken des jeweiligen Journalisten. In diesem Modul werden die Studierenden mit einigen Best-Practice-Methoden, Online-Tools und Online-Materialien vertraut gemacht. Aber ebenso wie die Technologie entwickeln sich auch die Tools rasch weiter.²⁵⁵

Bei jeder Art der Verifizierung sind einige Regeln zu beachten, die etwa Kovach and Rosenstiel (2014)²⁵⁶ vorgeschlagen haben:

- redigiere mit Skepsis;
- nutze eine Checkliste für Korrektheit;
- triff keine Annahmen – lass Dich nicht von Anzeichen in die Irre führen, die eine „Truthiness“²⁵⁷ suggerieren;
- sei vorsichtig bei anonymen Quellen.

Ob eine Quelle authentisch ist oder nicht, lässt sich mit einer systematischen Überprüfung bewerten. Dafür wird der Urheber einer Information oder eines Bildes identifiziert und die geteilte Quelle sowie der Inhalt verifiziert. Vorausgesetzt die Überprüfung führt zu den benötigten Ergebnissen, ist die Bewertung des Inhalts möglich.²⁵⁸

Diese Checks replizieren die Recherche, die ein Journalist leisten würde, wenn er ein Nachrichtenereignis vor Ort verfolgt und Augenzeugen interviewt. Hat ein Journalist die Möglichkeit, ein persönliches Interview zu führen, überprüft er im Anschluss den Augenzeugenbericht und wichtige Details. Auf dieser Grundlage entscheidet er über die Zuverlässigkeit der gesammelten Informationen. Der Instinkt kann auch eine Hilfe sein – gemeinsam mit der Beobachtung von Verhaltenshinweisen. Der Prozess der digitalen Verifizierung einer Quelle lässt Schlussfolgerungen zu, auch wenn es nicht möglich ist, direkt mit einer Person zu sprechen.²⁵⁹

Viele Redaktionen verfügen über große Teams und teure Technik oder über die Dienstleistungen von Agenturen. Diese arbeiten daran, entsprechende Inhalte so schnell wie möglich zu finden²⁶⁰, Publikationsrechte einzuholen und Inhalte vor der Veröffentlichung zu verifizieren. Die meisten kleineren Redaktionen und viele einzelne Journalisten haben nicht

²⁵⁵ Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Göker, A. & Martin, C. (2014). Identifying and Verifying News Through Social Media. *Digital Journalism*, 2(3), S. 406-418.

²⁵⁶ Kovach & Rosenstiel (2014). Ebd.

²⁵⁷ Zimmer, B (2010). Truthiness, The New York Times. <https://www.nytimes.com/2010/10/2017/magazine/2017FOB-onlanguage-t.html> [Zugriff am 15.04.2018].

²⁵⁸ Bell, F. (2015). Verification: Source vs Content [online] Medium. Verfügbar unter: <https://medium.com/1st-draft/verification-source-vs-content-b67d6eed3ad0> [Zugriff am 22.04.2018].

²⁵⁹ Kovach & Rosenstiel (2014). Ebd.

²⁶⁰ Diakopoulos N., De Choudhury M. & Naaman M. (2012). Finding and Assessing Social Media Information Sources in the Context of Journalism. Verfügbar unter: <http://www.nickdiakopoulos.com/wp-content/uploads/2011/07/SRSR-diakopoulos.pdf> [Zugriff am 22.04.2018]. Conference on Human Factors in Computing Systems – Proceedings, S. 2451-2460.

die gleichen Ressourcen²⁶¹ und müssen selbst eine Systematik entwickeln, um die Vertrauenswürdigkeit von Inhalten zu bestimmen.²⁶²

Warum ist die Überprüfung der Quelle und des visuellen Inhalts so wichtig? Einfach ausgedrückt: So funktioniert Journalismus. In der heutigen digitalen Welt ist es für böswillige Akteure einfach, überzeugende und schwer zu entlarvende Fälschungen zu kreieren und zu verbreiten. Es gibt viele Fälle, in denen Journalisten und Nachrichtenredaktionen ihren Ruf beschädigt haben, indem sie irreführende Informationen, Fotos, Videos oder Informationen von unechten Personen weiterverbreitet haben. Bisweilen haben sie auch satirische Inhalte falsch interpretiert und diese als Fakten geteilt oder veröffentlicht.²⁶³ Verschärft wird das Problem durch die Menge an visuellen Inhalten im Netz, die alle aus dem Zusammenhang gerissen und bei zukünftigen Nachrichtenereignissen wiederverwertet werden können. Dies beobachten wir täglich weltweit, wenn Politiker und professionelle Journalisten gleichermaßen von Betrügern ausgetrickst werden.

Jedoch sind zahlreiche Schritte möglich, um die Glaubwürdigkeit einer Quelle zu beurteilen, die eine Geschichte erzählt oder Inhalte weitergibt. Zentrale Fragen sollten beantwortet werden – einige direkt, andere gehören durch die Recherche zugänglicher Beweise beantwortet. Mit automatisierten Verifizierungstools lässt sich feststellen, von wo eine Quelle gepostet wurde. Die manuelle Prüfung einer Quelle gelingt, indem man ihre Social-Media-Historie analysiert. Ziel ist eine Plausibilitätsprüfung anhand von Hinweisen, ob die Person an einen bestimmten Ort zu einer bestimmten Zeit gewesen sein kann. Die Untersuchung des Verlaufs ihrer Interaktionen mit anderen Benutzern und die Überprüfung verlinkter Inhalte innerhalb von Beiträgen hilft ebenfalls bei dem manuellen Vorgehen und kann dazu beitragen, von Bots geteilte Informationen zu eliminieren.

Eine skeptische Redaktion ist unerlässlich, aber die überwiegende Mehrheit der Personen, die online über ihre Erlebnisse berichten, wollen nicht täuschen – sie teilen nur ihre Erfahrungen. Falschlinformationen haben nicht unbedingt einen böswilligen Hintergrund. Stattdessen erinnert sich eine Person vielleicht nicht mehr richtig an die Ereignisse oder will eine Geschichte verschönern. Dieses Risiko kann auch bei einem persönlichen Gespräch nicht ausgeschlossen werden. Belege dafür sind die Zeugen- und Opferberichte über Verbrechen oder Unfällen, die sehr unterschiedlich ausfallen können.

Wenn die Herkunft visueller Inhalte nicht einwandfrei bestimbar ist, hilft eine Reihe von „red flags“, roten Flaggen, die bei einem einfachen Verifizierungsprozesses greifen:

- Ist der Inhalt neu oder wurde er älteren Berichten entnommen und in einen irreführenden Kontext gesetzt?

²⁶¹ Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Goker, A.S. & Martin, C. (2014). Identifying and Verifying News Through Social Media: Developing a User-Centred Tool for Professional Journalists. *Digital Journalism*, 2(3), S. 406-418. Verfügbar unter <http://openaccess.city.ac.uk/3071/1/IDENTIFYING AND VERIFYING NEWS THROUGH SOCIAL MEDIA.pdf> [Zugriff am 22.04.2018].

²⁶² Brandzaeg, P. B., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L., & Følstad, A. (2016). Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media. *Journalism Practice*, 10(3), S. 323-342.

²⁶³ Deutsche Welle (2018) Germany's Bild Falls for hoax and Unleashes Fake News Sebate (22.02.2018). Verfügbar unter <http://www.dw.com/en/germanys-bild-falls-for-hoax-unleashes-debate-on-fake-news/a-42704014> [Zugriff am 22.04.2018].

- Wurde der Inhalt in irgendeiner Weise digital verändert?²⁶⁴
- Ist es möglich, Zeit und Ort der Aufnahme anhand von Metadaten zu bestimmen?
- Ist es möglich, Zeit und Ort der Aufnahme anhand von visuellen Anzeichen zu bestimmen?

Um solche roten Flaggen effizient aufzuspüren, sind die typischen Erscheinungsformen von falschem oder irreführendem Foto- oder Video-Material zu unterscheiden:

- **Falsche Zeit /falscher Ort:** Die häufigste Art irreführender Bilder sind alte Aufnahmen, die für neue Behauptungen wiederverwendet werden. In solchen Fällen wird die virale Verbreitung oft durch zufälliges Teilen von Inhalten verursacht, die leicht zu entlarven, aber nicht leicht zurückzuholen sind.²⁶⁵
- **Manipulierter Content:** Inhalte, die mittels Bild- oder Videobearbeitung digital verändert wurden.
- **Inszenierter Content:** ursprüngliche Inhalte wurden zum Zweck der Irreführung erstellt oder geteilt.²⁶⁶

In diesem Modul werden Studierende grundlegende Tools und Techniken kennenlernen, mit denen sie die Verifizierung von Inhalten erlernen und üben können. (Folien einschließlich Vortragsnotizen und weiterführender Literatur werden zur Verfügung gestellt):²⁶⁷

- **Analyse von Facebook-Accounts:** Nutzen eines Online-Tools von Intel Techniques,²⁶⁸ um durch eine Analyse eines Facebook-Accounts mehr über eine Quelle zu erfahren.
- **Analyse von Twitter-Accounts:** Mit Hilfe dieses Guides von Africa Check lässt sich mehr über eine Quelle herausfinden, indem ihre Social-Media-Historie untersucht wird und festgestellt wird, ob es sich um einen Bot handelt.²⁶⁹
- **Bilder-Rückwärtssuche:** Mit Google Reverse Image Search²⁷⁰, TinEye²⁷¹ oder RevEye²⁷² kann überprüft werden, ob ein altes Bild wiederverwertet wird, um eine

²⁶⁴ Schüler, die den Amoklauf an einer Schule in Parkland, Florida, USA, überlebt hatten, organisierten erfolgreich einen landesweiten Protest für Waffenkontrolle. Darüber haben einschlägige Accounts in sozialen Netzwerken manipulierte Bilder verbreitet, verfügbar unter https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/here-are-the-hoaxes-and-conspiracies-still-going-around?utm_term=.euy6NPayy#.jhe2YvV44. [Zugriff am 22.04.2018].

²⁶⁵ Dieses Video, das vorgeblich eine Überschwemmung auf dem internationalen Flughafen von Bengaluru in Indien zeigte, war in Wirklichkeit ein aufbereitetes Video von einer Überschwemmung auf einem mexikanischen Flughafen, verfügbar unter <https://www.thequint.com/news/webqoof/false-video-claiming-bengaluru-airport-was-flooded-is-from-mexico> [Zugriff am 22.04.2018].

²⁶⁶ Künstliche Intelligenz und hochentwickelte Videoschnitt-Tools machen es schwierig, gefälschte Videos zu erkennen, wie dieses Filmmaterial von Barack Obama zeigt. Verfügbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=AmUC4m6w1wo> [Zugriff am 03.04.2018].

²⁶⁷ Beachten Sie, dass sich die Nachrichtentools ständig weiterentwickeln und Lehrende zusammen mit den Lernenden diese Technologien und Techniken entdecken und testen können.

²⁶⁸ Verfügbar unter <https://inteltechniques.com/osint/facebook.html> [Zugriff am 03.04.2018].

²⁶⁹ Joseph (2018). Ebd.

²⁷⁰ How to Do a Google Reverse Image Search: <https://support.google.com/websearch/answer/1325808?hl=en> [Zugriff am 22.04.2018].

²⁷¹ Go to <https://www.tineye.com/> [Zugriff am 22.04.2018].

²⁷² Verfügbar unter <http://squobble.blogspot.co.uk/2009/12/chromeeye-tineye-extension-for-google.html> [Zugriff am 22.04.2018].

neue Behauptung oder ein Ereignis zu belegen. Die Rückwärtssuche ermittelt, ob eine oder mehrere Bilddatenbanken (mit Milliarden von Bildern) eine frühere Version des Bildes enthalten. Besonders wenn ein Bild vor einem behaupteten Ereignis existierte, ist das eine große rote Flagge: Wahrscheinlich wurde Bildmaterial von einem früheren Ereignis in dem neuen Kontext wiederverwendet. Wenn die Bilder-Rückwärtssuche keine Ergebnisse liefert, handelt es sich aber nicht per se um ein Originalbild. Um sicher zu gehen, müssen weitere Prüfungen durchgeführt werden.

- **YouTube Data Viewer:** Es gibt keine frei verfügbare Video-Rückwärtssuche. Aber Tools wie Amnestys YouTube Data Viewer²⁷³, InVID²⁷⁴ und NewsCheck²⁷⁵ sind in der Lage, Video- Thumbnails von YouTube-Videos zu erkennen. Eine Bilder-Rückwärtssuche dieser Miniaturbilder kann zeigen, ob frühere Versionen des Videos hochgeladen wurden. (Die Tools zeigen auch den genauen Zeitpunkt des Hochladens an).
- **EXIF Viewer:** EXIF sind Metadaten, die in visuellen Inhalten enthalten sind und eine Vielzahl von Datenpunkten umfassen, die von Digitalkameras und Telefonkameras am Aufnahmeort eingefügt werden. Diese können genaue Zeit und Datum, Metadaten zum Standort, Geräte- daten und Informationen zur Belichtungseinstellung enthalten. EXIF-Metadaten sind daher im Verifizierungsprozess äußerst hilfreich. Allerdings entfernen die Social-Media-Plattformen die Metadaten von visuellen Inhalten. Das bedeutet, dass auf Twitter oder Facebook veröffentlichte Bilder keine EXIF-Daten beinhalten. Um die EXIF-Daten einzusehen, ist die Originalbilddatei nötig und die Person, die diese hochgeladen hat, muss kontaktiert werden. Es ist außerdem wichtig zu beachten, dass EXIF-Daten geändert werden können, so dass in jedem Fall eine weitere Überprüfung erforderlich ist.

Die Teilnehmenden erhalten eine grundlegende Einführung in fortgeschrittene Techniken, wobei zusätzliche Ressourcen für weitere Lektüre und Fallstudien zur Verfügung gestellt werden. Diese Techniken umfassen:

- **Geolocation:** Geolocation beschreibt den Prozess, festzustellen, wo ein Video oder Bild aufgenommen wurde. Dies kann unkompliziert sein, wenn entsprechende Metadaten verfügbar sind: EXIF-Daten von Mobiltelefonen verraten oft Koordinaten und Beiträge in den sozialen Medien (z. B. auf Instagram, Facebook und Twitter) werden gelegentlich mit Geotags versehen. (Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass solche Metadaten editierbar sind und irreführen können). Häufig erfordert die Geolocation den Abgleich mit visuellen Merkmalen und Orientierungspunkten aus Satellitenbildern, Straßenbildern und Bildinhalten anderer Quellen (z. B. Bildinhalte auf Twitter, Instagram, Facebook und YouTube).

²⁷³ How to Use Amnesty's YouTube Data Viewer: https://firstdraftnews.org/curriculum_resource/youtube-data-viewer/ [Zugriff am 22.04.2018].

²⁷⁴ InVid Video Verification Tool verfügbar unter: <http://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/> [Zugriff am 22.04.2018].

²⁷⁵ Über NewsCheck: <https://firstdraftnews.org/launching-new-chrome-extension-newscheck/> [Zugriff am 22.04.2018].

- **Bestätigung des Wetters:** Quellen wie WolframAlpha²⁷⁶ liefern historische Wetterdaten, die mit dem im visuellen Inhalt beobachtbaren Wetter abgeglichen werden (d. h. zeigt das Video Regen an einem Tag, an dem meteorologische Quellen keinen Regen beobachtet haben?)
- **Schattenanalyse:** Eine Möglichkeit der Bildanalyse besteht darin, die Konsistenz aller sichtbaren Schatten zu untersuchen (d.h. sind Schatten dort, wo wir sie erwarten würden, und sind alle sichtbaren Schatten konsistent mit den relevanten Lichtquellen?)
- **Bild-Forensik:** Einige Werkzeuge sind in der Lage, Inkonsistenzen in Bild-Metadaten zu erkennen, die auf eine Manipulation hindeuten. Die Verlässlichkeit dieser Techniken hängt in hohem Maße vom Kontext und der Anwendung ab, aber Tools wie Forensically²⁷⁷, Photo Forensics²⁷⁸ und IziTru²⁷⁹ können Klone erkennen, Fehler analysieren und so nützliche Erkenntnisse liefern.



Ziele des Moduls

- Das Bewusstsein für die Rolle nutzergenerierter Inhalte (User Generated Content, UGC) zu stärken, die über soziale Netzwerke auch in den gegenwärtigen Journalismus hinein verbreitet werden und für Risiken und Fallstricke sensibilisieren, die mit dem Vertrauen in diese Inhalte einhergehen
- Ein ausgeprägtes Verständnis dazu zu erzielen, wie wichtig der Zugang zu Primärquellen ist und wie im Prozess vorzugehen ist
- Das Verständnis für die Notwendigkeit erweitern, UGC zu überprüfen sowie verschiedene Arten von gefälschten und irreführenden Inhalten auszuschließen
- Das Bewusstsein schärfen für grundlegende Verfahren zur Überprüfung von Bildern und Videos und zur Entlarvung gefälschter visueller Inhalte



Lernziele

- Ein tieferes Verständnis der Rolle von UGC im heutigen Journalismus
- Verständnis für die Notwendigkeit der Überprüfung digitaler Inhalte
- Bewusstsein und technisches Verständnis für die Verwendung von Tools zur Überprüfung einer Originalquelle
- Die Fähigkeit, grundlegende Schritte der Überprüfung von Foto- und Videoinhalten

²⁷⁶ WolframAlpha Tools sind verfügbar unter <https://www.wolframalpha.com/examples/science-and-technology/weather-and-meteorology/> [Zugriff am 22.04.2018].

²⁷⁷ Wagner, J. (2015). Forensically, Photo Forensics for the Web. [Blog] 29a.ch. Verfügbar unter <https://29a.ch/2015/08/16/forensically-photo-forensics-for-the-web> [Zugriff am 22.04.2018].

²⁷⁸ Fotoforensics Tools sind verfügbar unter <http://fotoforensics.com/> [Zugriff am 22.04.2018].

²⁷⁹ Izipro Tools sind verfügbar unter: <https://www.izipro.com/> [Z am 22.04.2018].

durchzuführen

- Kenntnisse über fortgeschrittene Techniken und Metadaten, die in Verifizierungsprozessen verwendet werden können
- Bewusstsein für die Notwendigkeit, die Erlaubnis zur Nutzung von UGC und anderen Online-Inhalten einzuholen, und das Wissen, wie dies zu tun ist



Format des Moduls

Dieses Modul besteht aus einem 60-minütigen Vortrag und einem 120-minütigen, dreiteiligen Workshop. Aufgrund des praktischen Charakters des Themas bietet sich ein längerer interaktiver Workshop mit praktischen Übungen als Ergänzung an.

Theorie: Die obigen Notizen eignen sich als Grundlage für einen Vortrag. Er befasst sich mit Verifizierung als einer integralen, aber sich stets weiterentwickelnden Methode journalistischer Praxis im digitalen Zeitalter.

Praxis: Die 120-minütige praktische Sitzung eignet sich für eine interaktive Demonstration und einen Workshop. Sie kann in drei verschiedene Teile gegliedert werden.

Lehrende sollten die obigen Anmerkungen beachten und die Folien nutzen, die unter den folgenden Links zur Verfügung stehen. Den Folien sind zusätzliche Anmerkungen beigefügt:

- Identifizierung und Verifizierung von Quellen. Die Social-Media-Historie von Quellen überprüfen:
https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf
- Grundlegende Bild-Verifizierung. Übliche Arten von falscher Bebilderung und grundlegende Schritte zur Verifizierung:
https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf
- Fortgeschrittene Verifizierung. Ansätze für Inhaltsanalysen einschließlich Metadaten-Analyse und Geolocation:
https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf

Verbindung zwischen Lehrplan und Lernzielen

A. Theorie

Modulplan	Zeit	Lernziele
Vortrag: Hintergrund und Theorie zu Verifizierung, Entwicklung der Methoden	60 Minuten	1, 2 und 6

B. Praxis

Modulplan	Zeit	Lernziele
i) Quellen-Verifizierung – Social Media (Übung)	30 Minuten	2, 3
ii) Bilder-Rückwärtssuche (Demonstration und Übung)	15 Minuten	2, 3, 4
ii) Videoanalyse (Demonstration)	30 Minuten	2, 3, 4
iii) Einführung in verschiedene Arten von Metadaten (Demonstration)	15 Minuten	2, 5
iii) Geolocation (Demonstration und Übung)	20 Minuten	2, 4, 5
iii) Wetter, Schatten und Bild-Forensik (Demonstration)	10 Minuten	2, 4, 5



Empfohlene Übung

- Die Teilnehmenden entwerfen einen Arbeitsablauf für die Quellenverifizierung, indem sie die allgemeine Vorlage in Folie 8 der ersten Präsentation verwenden. Sie sollten dafür eine reale Rolle, einen realen Arbeitsort oder eine konkrete Nachrichtenorganisation verwenden, mit der sie vertraut sind.
- Den Teilnehmern wird ein Social-Media-Konto einer bekannten Person zugewiesen. Sie sollen die gezeigten Hilfsmittel verwenden, um die Authentizität des Kontos zu untersuchen.
- Die Teilnehmer analysieren eine Bilddatei mit einem Online-EXIF-Viewer und einem Tool zur Bilder-Rückwärtssuche, um die Originalquelle zu ermitteln.



Materialien

Folien

- https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf
- https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf
- https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf

Verifizierung von Quellen

- Ayala Iacucci, A. (2014). Case Study 3.1: Monitoring and Verifying During the Ukrainian Parliamentary Election, Verification Handbook. European Journalism Centre. Verfügbar unter: <http://verificationhandbook.com/book/chapter3.1.php>. [Zugriff am 04.04.2018].
- Deutsche Übersetzung des Handbuchs der Landesmedienanstalten NRW (LfM) verfügbar unter https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/materials_and_ordering_system/download/L212_Handbuch_Desinformation.pdf [Zugriff am 04.06.2022]
- Bell, F. (2015). Verification: Source vs. Content, First Draft News. Verfügbar unter: <https://medium.com/1st-draft/verification-source-vs-content-b67d6eed3ad0> [Zugriff am 04.04.2018].
- Carvin, A. (2013), Distant Witness, CUNY Journalism Press. Verfügbar unter: <http://press.journalism.cuny.edu/book/distant-witness-social-media-the-arab-spring-and-a-journalism-revolution/> [Zugriff am 04.04.2018].
- Toler, A. (2017). Advanced Guide on Verifying Video Content. Verfügbar unter: <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/> [Zugriff am 04.04.2018].
- Trewinnard, T. (2016). Source Verification: Beware the Bots, First Draft News. Verfügbar unter: <https://firstdraftnews.com/source-verification-beware-the-bots/> [Zugriff am 04.04.2018].

Video

- Real or Fake: How to Verify what you See on the Internet. (2015). France24. Verfügbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=Q8su4chuU3M&feature=yout> [Zugriff am 04.04.2018].
- Knight, W. (2018). The Defense Department Has Produced the First Tools for Catching Deepfakes, MIT Technology Review. <https://www.technologyreview.com/s/611726/the-defense-department-has-produced-the-first-tools-for-catching-deepfakes/> [Zugriff am 23.08.2018].

Medieninhalte von Augenzeugen

- Brown, P. (2015). A Global Study of Eyewitness Media in Online Newspaper Sites. Eyewitness Media Hub. Verfügbar unter <http://eyewitnessmediahub.com/uploads/browser/files/Final%20Press%20Study%20-%20eyewitness%20media%20hub.pdf> [Zugriff am 04.04.2018].
- Hermida, A. (2013). #JOURNALISM. Digital Journalism, 1(3), S. 295-313.
- Koettl, C. (27. Januar 2016). Citizen Media Research and Verification: An Analytical

- Framework for Human Rights Practitioners. Centre of Governance and Human Rights, University of Cambridge. Verfügbar unter <https://www.repository.cam.ac.uk/handle/201810/253508> [Zugriff am 04.04.2018].
- Kuczerawy, A. (2016, December 16). Pants on Fire: Content Verification Tools and Other ways to Deal with the Fake News Problem. Verfügbar unter <https://revealproject.eu/pants-on-fire-content-verification-tools-and-other-ways-to-deal-with-the-fake-news-problem/> [Zugriff am 22.01.2018].
- Novak, M. (2016). 69 Viral Images From 2016 That Were Totally Fake. Verfügbar unter <https://gizmodo.com/69-viral-images-from-2016-that-were-totally-fake-1789400518> [Zugriff am 12.11.2017].
- Online News Association: UGC Ethics Guide. Verfügbar unter <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [Zugriff am 18.4.2018].
- Pierre-Louis, K. (2017). You're Probably Terrible at Spotting Faked Photos. Verfügbar unter <https://www.popsci.com/fake-news-manipulated-photo> [Zugriff am 12.11.2017].
- Rohde, D. (2013). Pictures That Change History: Why the World Needs Photojournalists. The Atlantic. Verfügbar unter <https://www.theatlantic.com/international/archive/2013/12/pictures-that-change-history-why-the-world-needs-photojournalists/282498/> [Zugriff am 03.04.2018].
- Shapiro, I., Brin, C., Bédard-Brûlé, I. & Mychajlowcz, K. (2013) Verification as a Strategic Ritual: How Journalists Retrospectively Describe Processes for Ensuring Accuracy, published in Journalism Practice, 7(6).
- Smidt, J. L., Lewis, C. & Schmidt, R. (2017). Here's A Running List Of Misinformation About Hurricane Irma. Verfügbar unter <https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/irma-misinfo/> [Zugriff am 23.10.2017].
- Wardle, C. (2015). 7/7: Comparing the Use of Eyewitness Media 10 Years on. Verfügbar unter <https://firstdraftnews.com:443/77-comparing-the-use-of-eyewitness-media-10-years-on/> [Zugriff am 12.11.2017].
- Wardle, C., Dubberley, S., & Brown, P. (2017). Amateur Footage: A Global Study of User-Generated Content in TV and Online News Output. Verfügbar unter <http://usergeneratednews.towcenter.org/how-when-and-why-ugc-is-integrated-into-news-output/> [Zugriff am 23.10.2017].
- Zdanowicz, G. (2014). Miracle on the Hudson Twitpic Changed his Life. Verfügbar unter <http://www.cnn.com/2014/01/15/tech/hudson-landing-twitpic-krums/index.html> [Zugriff am 12.11.2017].

Bilder-Rückwärtssuche

First Draft News. Visual Verification Guide – Photos. Verfügbar unter https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_photos.pdf?x47084 [Zugriff am

06.11.2017].

First Draft News. Visual Verification Guide – Video –. Verfügbar unter

https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_videos.pdf?x47084 [Zugriff am 06.11.2017].

Suibhne, E. (2015). Baltimore ‘Looting’ Tweets Show Importance of Quick and Easy Image Checks. Verfügbar unter: <https://medium.com/1st-draft/baltimore-looting-tweets-show-importance-of-quick-and-easy-image-checks-a713bbcc275e> [Zugriff am 06.11.2017].

Seitz, J. (2015). Manual Reverse Image Search With Google and TinEye. Verfügbar unter <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2015/05/08/manual-reverse-image-search-with-google-and-tineye/> [Zugriff am 06.11.2017].

YouTube Data Viewer

First Draft News. (n.d.). Using YouTube Data Viewer to Check the Upload Time of a Video. Verfügbar unter <https://firstdraftnews.com:443/resource/using-youtube-data-viewer-to-check-the-upload-time-of-a-video/> [Zugriff am 13.11.2017].

Toler, A. (2017). Advanced Guide on Verifying Video Content. Verfügbar unter <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/> [Zugriff am 13.11.2017].

Metadata Analysis

Honan, M. (2012). How Trusting in Vice Led to John McAfee’s Downfall. Verfügbar unter <https://www.wired.com/2012/12/how-vice-got-john-mcafee-caught/> [Zugriff am 03.04.2017].

Storyful. (2014). Verifying Images: Why Seeing Is not Always Believing. Verfügbar unter <https://storyful.com/blog/2014/01/23/verifying-images-why-seeing-is-not-always-believing/> [Zugriff am 13.11.2017].

Wen, T. (2017). The Hidden Signs that Can Reveal a Fake Photo. Verfügbar unter <http://www.bbc.com/future/story/20170629-the-hidden-signs-that-can-reveal-if-a-photo-is-fake> [Zugriff am 12.11.2017].

Inhaltsanalyse

Ess, H. van. (2017). Inside the Trenches of an Information War. Medium. Verfügbar unter <https://medium.com/@henkvaness/how-to-date-a-mysterious-missile-launcher-78352ca8c3c3> [Zugriff am 03.04.2018].

Farid, H. (2012a). Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies - Blog

A Pointless Shadow Analysis. Verfügbar unter <http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/4/a-pointless-shadow-analysis.html> [Zugriff am 03.04.2018].

Farid, H. (2012b). Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies – Blog

The JFK Zapruder Film. Verfügbar unter <http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/11/the-jfk-zapruder-film.html> [Zugriff am 03.04.2018].

Farid, H. (n.d.-c). Photo Forensics: In the Shadows – Still Searching – Fotomuse- um Winterthur. Verfügbar unter: http://www.fotomuseum.ch/en/explore/still-searching/articles/26425_photo_forensics_in_the_shadows [Zugriff am 03.04.2018].

First Draft News. (2016). Watch Eliot Higgins Demonstrate Advanced Verification Techniques at #FDLive. Verfügbar unter: <https://firstdraftnews.com:443/watch-eliot-higgins-discuss-advanced-verification-and-geolocation-techniques-at-fdlive/> [Zugriff am 03.04.2018].

Higgins, E. (2015, July 24). Searching the Earth: Essential Geolocation Tools for Verification. Verfügbar unter: <https://medium.com/1st-draft/searching-the-earth-essential-geolocation-tools-for-verification-89d960bb8fba>. Zugriff am 03.04.2018].

Online resources

First Draft Interactive: Geolocation Challenge. Verfügbar unter <https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-geolocation-challenge/> [Zugriff am 03.04.2018].

First Draft Interactive: Observation Challenge. Verfügbar unter <https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-observation-challenge/> [Zugriff am 03.04.2018].

First Draft Online Verification Course. Verfügbar unter <https://firstdraftnews.org/learn/> [Zugriff am 03.04.2018].



Bekämpfung von Online-Attacken: wenn Journalisten und ihre Quellen angegriffen werden

von Julie Posetti

MODUL 7



Zusammenfassung

Das Problem der Falsch- und Desinformationen²⁸⁰, die glaubwürdigen Journalismus und zuverlässige Informationen untergraben, ist im Zeitalter der sozialen Medien dramatisch eskaliert. Zu den Folgen gehören gezielte Angriffe auf Journalisten sowie andere Personen, die online publizieren, Informationen prüfen oder Kommentare weitergeben, und deren Quellen. Die damit verbundenen Risiken können das Vertrauen in den Journalismus sowie die Sicherheit von Journalisten und ihren Quellen zusätzlich gefährden.

In einigen Fällen wurde mit „Astroturfing“²⁸¹ und „Trolling“²⁸² absichtlich versucht, „Journalisten in die Irre zu führen, falsch zu informieren, zu verwirren oder zu gefährden“²⁸³. So sollen Journalisten oder ihre potenziellen Quellen abgelenkt und fehlgeleitet werden. Alternativ werden Journalisten gezielt dazu verleitet, unzutreffende Informationen weiterzugeben und eine Fehlinterpretation der Fakten zu nähren. Wenn sich ihre Berichterstattung als falsch entpuppt, verlieren sie ebenso wie ihre Nachrichtenorganisation an Glaubwürdigkeit. In anderen Fällen sind Journalisten mit digitalen Angriffen konfrontiert, die darauf abzielen, ihre Quellen aufzudecken, ihre Privatsphäre zu verletzen oder auf ihre unveröffentlichten Daten zuzugreifen.

Bei einem anderen Phänomen mobilisieren Regierungen „digitale Hass-Trupps“, um kritischen Kommentaren entgegenzuwirken und die Meinungsfreiheit zu unterdrücken.²⁸⁴ Ernstzunehmende Probleme sind auch Online-Belästigung und -Gewalt (manchmal problematischerweise als „Trolling“²⁸⁵ bezeichnet), die unverhältnismäßig häufig Frauen betreffen und die oft frauenfeindlich sind. Schlimmstenfalls sind Journalisten, ihre Quellen und Meinungsträger einer Flut von Online-Angriffen, falschen Behauptungen über ihr Verhalten, falschen Darstellungen ihrer Identität oder Androhungen von Gewalt ausgesetzt. Diese Angriffe sollen sie demütigen, ihre Vertrauenswürdigkeit mindern, sie diskreditieren, ihre Aufmerksamkeit ablenken und letztlich ihre Berichterstattung verhindern.²⁸⁶

²⁸⁰ Eine Definition findet sich bei: Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking (Council of Europe). Verfügbar unter <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> [Zugriff am 30.03.2018].

²⁸¹ „Astroturfing“ ist ein Begriff, der von einer Marke von Kunstgras abgeleitet ist, mit der Außenflächen mit Teppich ausgelegt werden, um den Eindruck zu erwecken, dass es sich um eine natürliche Grasbedeckung handelt. Im Zusammenhang mit Desinformation geht es darum, gefälschte Informationen zu verbreiten und Zielgruppen und Journalisten anzusprechen, um sie abzulenken oder in die Irre zu führen, insbesondere in Form von „Beweisen“ für die falsche Unterstützung einer Person, Idee oder Politik durch die Bevölkerung. Siehe auch die Definition von Technopedia. Verfügbar unter <https://www.techopedia.com/definition/13920/astroturfing> [Zugriff am 20.03.2018].

²⁸² Coco, G. (2012). Why Does Nobody Know What Trolling Means? A quick Reference Guide for the Media at Vice.com. Verfügbar unter: https://www.vice.com/en_au/article/ppqk78/what-trolling-means-definition-UK-newspapers [Zugriff am 30.03.2018].

²⁸³ Posetti, J. (2013). The ‘Twitterisation’ of Investigative Journalism in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), Journalism Research and Investigation in a Digital World (S. 88–100): Oxford University Press, Melbourne. Verfügbar unter: <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=ihapapers> [Zugriff am 30.03.2018].

²⁸⁴ Riley M, Etter, L and Pradhan, B (2018) A Global Guide To State-Sponsored Trolling, Bloomberg. Verfügbar unter <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [Zugriff am 21.07.2018].

²⁸⁵ Hinweis: „Trolling“ in seiner internetbezogenen Anwendung bezieht sich auf Handlungen, die von harmlosen Sprüchen über Betrügereien und Stacheleien bis hin zu vorsätzlicher Täuschung reichen.

²⁸⁶ Siehe z. B.: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/twitter-maggie-haberman-new-york-times-quits-social-media-jack-dorsey-a8459121.html>

Vielerorts zielen zudem physische Angriffe auf eine Unterdrückung kritischer Berichterstattung ab. Es besteht die Gefahr, dass zu solchen Taten online aufgerufen wird oder dass Einschüchterungsversuche im Internet erscheinen.

Journalisten können direkte Opfer von Desinformationskampagnen sein, aber sie wehren sich auch. Zusätzlich zur Stärkung des eigenen digitalen Schutzes decken viele Journalisten diese Angriffe – und die Angreifer – proaktiv auf. Nachrichtenmedien, die sich zusammen mit NGOs an Initiativen zur Medien- und Informationskompetenz beteiligen, erklären der Öffentlichkeit, warum Journalismus es wert ist, geschätzt und geschützt zu werden.



Überblick

Die Probleme herausarbeiten

i) Trolling und Astroturfing²⁸⁷ erkennen und erwidern

Bei diesen beiden Phänomenen werden Personen und Ereignisse gefälscht, um Journalisten und deren Publikum auszutricksen. Organisierte Social-Media-Kampagnen ahmen öffentliche Reaktionen nach. Es ist oft schwierig, aktuelle Nachrichten und satirische Artikel von Inhalten zu unterscheiden, die erfunden oder mit Ungenauigkeiten gespickt wurden. Auf diese Weise sollen Journalisten irregeführt und verleitet werden, falsche Informationen weiterzugeben. Darunter leidet ihre eigene Glaubwürdigkeit und die von anderen Online-Akteuren.

Beispiele für diese Art von Verhalten sind:

- Der Einsatz von Personen, die sich fälschlicherweise als Katastrophenopfer und Opfer von Terroranschlägen ausgeben (siehe Bombenanschläge in Manchester²⁸⁸), um Menschen zum Teilen von Inhalten zu verleiten, die möglicherweise den Ruf von Personen schädigen. Dazu gehören auch Journalisten, die möglicherweise in Beiträgen auf den sozialen Netzwerken markiert werden.
- Die Veröffentlichung scheinbarer Nachrichten, die von fiktiven Personen stammen wie das „lesbische Mädchen von Damaskus“²⁸⁹. Im Jahr 2011 hatten Medien weltweit über die vermeintliche Verhaftung einer Bloggerin, angeblich einer syrischen Lesbe, berichtet. Der Autor stellte sich später als US-Student her aus, der sich außerhalb des Landes befand. Der Journalistin Jess Hill wurde die Geschichte für das Programm PM der Australian Broadcasting Corporation zugewiesen. Sie sagt, dass traditionelle Berufsnormen und Kontrollmethoden ihre Sendung daran gehindert hätten, eine Lüge weiter zu verbreiten. „Wir haben die Verhaftung aus einem einfachen Grund nicht

²⁸⁷ Für eine Erklärung von „Astroturfing“, die für Lehrzwecke hilfreich ist, siehe: <https://youtu.be/Fmh4RdlwswE>

²⁸⁸ Das Beispiel von der Manchester-Bombe, <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/26/the-story-behind-the-fake-manchester-attack-victims> [Zugriff am 30.03.2018].

²⁸⁹ Young, K. (2017). How to Hoax Yourself: The Case of the Gay Girl in Damascus, 9. November 2017 im The New Yorker. <https://www.newyorker.com/books/page-turner/how-to-hoax-yourself-gay-girl-in-damascus> [Zugriff am 30.03.2018].

gemeldet: Wir konnten niemanden finden, der das Mädchen tatsächlich persönlich getroffen hatte. Keine Verwandten, keine persönlichen Freunde. Wir haben zwei Tage lang nach Menschen gesucht und unsere syrischen Kontakte gebeten, uns an Menschen zu verweisen, die vielleicht Kontakt zu ihr hatten. Aber jede Spur führte in eine Sackgasse. Die Tatsache, dass wir niemanden finden konnten, löste Alarmglocken aus. Also meldeten wir die Geschichte nicht. Nachrichtenagenturen, die die Geschichte übereilt meldeten, wurden ihrer grundlegenden Aufgabe nicht gerecht, die Originalquelle zu prüfen. Sie berichteten basierend auf einem Eintrag in einem Blog.“²⁹⁰

Eine andere Absicht hinter Trolling und Astroturfing ist es, Journalisten von einer investigativen Recherche abzulenken. Wenn sie auf Abwege geführt und in ihren eigentlichen Bemühungen behindert werden, hat es letztendlich einen abschreckenden Effekt auf die Wahrheitssuche.

Beispiele für diese Art der Fehlleitung sind:

- der Versuch, Aussagen über die Größe der Zuschauerschar bei Donald Trumps Amtseinführung im Januar 2017 als „alternative Fakten“²⁹¹ zu framen.
- moderne Kriegspropaganda, z. B. das Versenden von Tweets an Journalisten mit falschen oder irreführenden Angaben zu kämpfen.²⁹²
- an Journalisten ausgehändigte Datensätze, die einige überprüfbare Informationen von öffentlichem Interesse enthalten, aber mit Desinformation vermischt wurden.

Zuletzt hat digitale Propaganda²⁹³ das Risiko für Journalisten erhöht, mit Astroturfing und Trolling konfrontiert zu werden. Bots verbreiten falsche Informationen und Propagandabotschaften in einem Ausmaß, dass sie zu einem echten sozialen Phänomen werden.²⁹⁴ Gleichzeitig wird KI-Technologie angewandt, um „Deepfake“²⁹⁵-Videos und andere Inhalte zu erstellen, die Zielpersonen wie Journalisten und insbesondere Journalistinnen diskreditieren soll.

²⁹⁰ Posetti, J. (2013). Ebd.

²⁹¹ NBC News (2017) Video, verfügbar unter <https://www.nbcnews.com/meet-the-press/video/conway-press-secretary-gave-alternative-facts-860142147643> [Zugriff am 30.03.2018].

²⁹² Cunningham, E (2011). In Shift, Taliban Embrace New Media, GlobalPost. Verfügbar unter www.pri.org/stories/2011-05-21/shift-taliban-embrace-new-media [Zugriff am 30.03.2018].

²⁹³ Woolley, S. & Howard, P. (2017). Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary, Working Paper No. 2017.11 (Oxford University). Verfügbar unter <http://comprop.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf> [Zugriff am 30.03.2018].

²⁹⁴ Hinweis: Oberflächliche Berichte über Bot-Kampagnen während der Wahlen in Großbritannien 2017 illustrieren die Schwierigkeit bei der Berichterstattung über diese Themen. Vgl. Dias, N. (2017). Reporting on a New Age of Digital Astroturfing, First Draft News. Verfügbar unter <https://firstdraftnews.com/digital-astroturfing> [Zugriff am 29.03.2018].

²⁹⁵ Der Begriff „Deepfake“ ist eine Wortschöpfung aus „Deep Learning“ und „Fake“. Er umfasst betrügerische und schwer zu entdeckende Inhalte, die mit Hilfe von KI erstellt werden und teils pornographischer Natur sind. Deepfakes werden im Zuge von Cyber-Attacken angewandt und zielen auf die Diskreditierung von Personen ab, einschließlich Journalisten. Siehe Cuthbertson, A (2018) What Is ‘Deepfake’ Porn? AI Brings Face-Swapping to Disturbing New Level in Newsweek. Verfügbar unter <http://www.newsweek.com/what-deepfake-porn-ai-brings-face-swapping-disturbing-new-level-801328> [Zugriff am 17.06.2018].

Beispiele für diese Praktiken:

- Die unabhängige philippinische Nachrichten-Webseite Rappler.com und ihre überwiegend weiblichen Mitarbeiter wurden Ziel einer Kampagne von Online-Attacken. „Auf den Philippinen, bezahlte Trolle, betrügerisches Denken, logische Sprünge, Vergiftungen des Brunnens – dies sind nur einige der Propagandatechniken, die dazu beigetragen haben, die öffentliche Meinung zu wichtigen Themen zu verändern.“²⁹⁶ (Siehe erweiterte Diskussion unten)
- Eine wohlhabende Familie wurde beschuldigt, wichtige staatliche Unternehmen und Politiker in Südafrika auf ihre Seite gezogen zu haben. Als Reaktion auf die Vorwürfe beauftragte sie die britische PR-Firma Bell Pottinger mit der Ausarbeitung einer ausgeklügelten Propaganda. Sie verbreitete ihre Botschaften über eine umfassende Desinformationskampagne, die sich über Websites, Medien und eine bezahlte Twitter-Armee erstreckte. Sie nahm Journalisten, Geschäftsleute und Politiker mit beleidigenden, feindseligen Botschaften und bearbeiteten Bildern ins Visier, um deren Recherchen über die Korrumperung des Staates zu bekämpfen.²⁹⁷ Die prominente Journalistin Ferial Haffajee wurde dabei über eine Online-Schmutzkampagne attackiert. Um falsche Eindrücke von ihrem Charakter zu erwecken, wurde ihr Bild manipuliert und verbunden mit dem Hashtag #presstitute gestreut.²⁹⁸
- Im Fall der Journalistin Rana Ayyub riefen fünf Sonderberichterstatter der Vereinten Nationen die indische Regierung auf, Schutz zu gewähren, nachdem massenhaft falsche Informationen in Umlauf gebracht worden waren, um ihrer kritischen Berichterstattung entgegenzuwirken. Die unabhängige Journalistin war mit einer Kombination unterschiedlicher Formen von Desinformation über sie in den sozialen Medien konfrontiert. Darunter waren gefälschte Videos, denen zufolge sie Pornofilme gedreht habe, sowie direkte Vergewaltigungs- und Todesdrohungen.²⁹⁹
- Der Fall der finnischen Journalistin Jessikka Aro (unter „Digitale Sicherheitsbedrohungen und Verteidigungsstrategien“ in Abschnitt ii dieses Moduls).

Andere Module in diesem Handbuch befassen sich speziell mit technischen Überprüfungsmethoden. Aber es ist ebenso wichtig, die Teilnehmenden in die Lage zu versetzen, die böswillige Motivation mancher Online-Akteure zu erkennen, die Des- und Falschinformationen als Teil eines Angriffsmusters erstellen, verbreiten und gezielt gegen Journalisten richten.

²⁹⁶ Ressa, M. (2016). Propaganda War: Weaponising the Internet, Rappler. Verfügbar unter <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet> [Zugriff am 30.03.2018].

²⁹⁷ Umfassendes Dossier über das „Fake-News-Imperium“ der Familie Gupta. Verfügbar unter <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/>. [Zugriff am 30.03.2018].

²⁹⁸ Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta Fake News Factory and me. HuffPost South Africa. [online] Verfügbar unter https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [Zugriff am 06.04.2018].

²⁹⁹ UN Experts Call on India to Protect Journalist Rana Ayyub from Online Hate Campaign <http://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/Dis-playNews.aspx?NewsID=23126&LangID=E>; [Zugriff am 17.08.2018] Siehe auch Ayyub, R. (2018). In India, Journalists Face Slut-Shaming and Rape Threats. Verfügbar unter <https://www.nytimes.com/2018/05/22/opinion/india-journalists-slut-shaming-rape.html> [Zugriff am 17.06.2018].

Kritische Fragen, die zusätzlich zu technischen Methoden der Verifizierung gestellt werden sollten:

1. Könnte hinter diesem geteilten Beitrag oder Tag eine böswillige Absicht stecken?
2. Welche Vorteile erwartet die Person, die den Inhalt veröffentlicht hat, durch das Teilen?
3. Welche Folgen könnte es für mich/meine berufliche Glaubwürdigkeit/eine Nachrichtenorganisation oder meinen Arbeitgeber haben, wenn ich den Inhalt teile?
4. Habe ich hart genug gearbeitet, um die Identität, Zugehörigkeit, Zuverlässigkeit oder Motivationen dieser Person zu ermitteln? (z. B. versucht sie, Desinformation zu verbreiten oder aus dem Verkauf von Inhalten, die ohne öffentliches Interesse illegal erworben wurden, Profit zu ziehen?)
5. Handelt es sich um einen Menschen oder einen Bot?³⁰⁰
6. Wenn Sie einen „Daten-Dump“ von einem angeblichen Informanten erhalten, sollten Sie den Inhalt unabhängig überprüfen, bevor Sie den Datensatz vollständig veröffentlichen? Ist es möglich, dass er mit Falsch- und Desinformationen gespickt ist, die absichtlich irreführend oder diskreditierend wirken sollen?

ii) Digitale Sicherheitsbedrohungen und Verteidigungsstrategien

Journalisten, Menschenrechtsaktivisten und Blogger/Social-Media-Aktivisten sind zunehmend anfällig für Cyber-Angriffe. Ihre Daten oder Quellen können durch böswillige Akteure kompromittiert werden, unter anderem durch Phishing, Malware-Angriffe und Identitätsfälschung.³⁰¹

Ein Beispiel für diese Praktik:

- Die preisgekrönte Enthüllungsjournalistin Jessikka Aro, die für Finlands öffentlich-rechtlichen Fernsehsender YLE arbeitet, ist seit 2014 das Ziel organisierter Troll-Kampagnen. Sie hat digitale Sicherheitsbedrohungen wie Spoofing und Doxing³⁰² erlebt, bei denen Trolle ihre persönlichen Kontaktdaten preisgeben und

³⁰⁰ Siehe zum Beispiel <https://botcheck.me>

³⁰¹ Aus Technopedia: Spoofing ist eine betrügerische oder böswillige Praxis, bei der Kommunikation von einer unbekannten Quelle gesendet wird, die als eine dem Empfänger bekannte Quelle getarnt ist. E-Mail-Spoofing ist die häufigste Form dieser Praxis. Eine gefälschte E-Mail kann auch zusätzliche Bedrohungen wie Trojaner oder andere Viren enthalten. Diese Programme können erhebliche Computerschäden verursachen, indem sie unerwartete Aktivitäten, Fernzugriff, Löschen von Dateien und mehr auslösen. Verfügbar unter: <https://www.techopedia.com/definition/5398/spoofing> [Zugriff am 29.03.2018].

³⁰² Aus Technopedia: Doxing ist der Prozess des Abrufens, Hackens und Veröffentlichens von Informationen anderer Personen, wie Namen, Adressen, Telefonnummern und Kreditkartendetails. Doxing kann auf eine bestimmte Person oder eine Organisation ausgerichtet sein. Es gibt viele Gründe für Doxing, einer der beliebtesten ist jedoch Nötigung. Doxing ist ein Slang-Begriff, der sich vom Wort „.doc“ ableitet, weil Dokumente oft abgerufen und ausgetauscht werden. Hacker haben verschiedene Methoden zum Doxing entwickelt, aber eine der gängigsten Methoden besteht darin, sich die E-Mail des Opfers zu besorgen und dann das Passwort für die Eröffnung ihres Kontos herauszufinden, um an weitere persönliche Informationen zu gelangen. Verfügbar unter: <https://www.techopedia.com/definition/29025/doxing> [Zugriff am 29.03.2018].

Desinformationen über sie verbreiten, so dass ihre Messaging-Anwendungen und Posteingänge mit wütenden Nachrichten geflutet wurden.

„Ich erhielt einen Anruf, bei dem jemand eine Waffe abgefeuert hat. Später schrieb mir jemand, behauptete, mein toter Vater zu sein, und sagte mir, dass er mich ‚beobachtet‘“, berichtet Aro.³⁰³ Sie hat ihre Wertschätzung für Redakteure ausgedrückt, die Journalisten vor Bedrohungen schützen, und andere Journalisten ermutigt, Propaganda zu untersuchen und zu entlarven.

Es ist daher für Journalisten wichtig, die folgenden Bedrohungen zu kennen. Im Folgenden 12 zentrale Bedrohungen für die digitale Sicherheit³⁰⁴:

- gezielte Überwachung und Massenüberwachung
- Software- und Hardware-Exploits ohne das Wissen der Zielperson
- Phishing-Attacken³⁰⁵
- Fake-Domain-Attacken
- „Man in the Middle“-Attacken (MitM)³⁰⁶
- „Denial of Service“- und „Distributed Denial of Service“-Attacken (DoS und DDoS)³⁰⁷
- Verunstaltung einer Webseite
- Kompromittierung von User-Accounts
- Einschüchterung, verbale Angriffe und Veröffentlichung persönlicher Online-Netzwerke
- Desinformation und Schmutzkampagnen
- Konfiszierung journalistischer Arbeitsergebnisse und
- Abgreifen und Speichern von Daten

Für Verteidigungsstrategien siehe „Building Digital Safety for Journalism“.³⁰⁸

³⁰³ Aro, J. 2016. The Cyberspace War: Propaganda and Trolling as Warfare Tools. European View. Sage Journals, Juni 2016, Volume 15, Issue 1. Verfügbar unter: <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [Zugriff am 20.07.2018].

³⁰⁴ Possetti, J. (2015). Neue Studie: Combatting the Rising Threats to Journalists' Digital Safety (WAN-IFRA). Verfügbar unter <https://blog.wan-ifra.org/2015/03/27/new-study-combatting-the-rising-threats-to-journalists-digital-safety> [Zugriff am 30.03.2018].

³⁰⁵ King, G (2014) Spear Phishing Attacks Underscore Necessity of Digital Vigilance, CPJ. Verfügbar unter <https://cpj.org/blog/2014/11/spear-phishing-attacks-underscore-necessity-of-dig.php> [Zugriff am 29.03.2018].

³⁰⁶ Technopedia-Definition von Man in the Middle Attack (MITM): „Eine Form des Abhörens, bei der die Kommunikation zwischen zwei Benutzern von einer nicht autorisierten Partei überwacht und verändert wird. Im Allgemeinen lauscht der Angreifer aktiv, indem er den Austausch einer öffentlichen Schlüsselnachricht abfängt und die Nachricht erneut überträgt, wobei er den angeforderten Schlüssel durch seinen eigenen ersetzt.“ Verfügbar unter <https://www.techopedia.com/definition/4018/man-in-the-middle-attack-mitm> [Zugriff am 29.03.2018].

³⁰⁷ Siehe die Definitionen bei Technopedia. Verfügbar unter <https://www.techopedia.com/definition/24841/denial-of-service-attack-dosb> <https://www.techopedia.com/definition/10261/distributed-denial-of-service-ddos> [Zugriff am 29.03.2018].

³⁰⁸ Henrichsen, J. et al. (2015). Building Digital Safety for Journalism (UNESCO) Paris. Verfügbar unter

Hinsichtlich der Implikationen für vertrauliche Quellen und Whistleblower, die mit Journalisten und anderen Medienschaffenden interagieren siehe: Protecting Journalism Sources in the Digital Age.³⁰⁹

Online-Belästigung und -Gewalt erkennen und managen

„Man nannte mich eine dreckige Hure, eine blutige Zigeunerin, Jüdin, eine muslimische Schlampe, einen griechischen Parasiten, eine widerliche Migrantin, einen dummen Psycho, eine hässliche Lügnerin, eine voreingenommene Haterin. Sie sagen mir immer wieder, dass ich nach Hause gehen und mich umbringen solle, sonst würden sie mich erschießen, mir die Zunge abschneiden und mir die Finger brechen, einen nach dem anderen. Sie bedrohen mich weiterhin mit Massenvergewaltigungen und sexueller Folter.“³¹⁰ Dieses sind die Worte der gefeierten schwedischen Journalistin Alexandra Pascaldou, die 2016 in einer Sitzung der Europäischen Kommission in Brüssel über ihre Erfahrungen im Internet Zeugnis ablegte.

Die weltweite Verbreitung dieser Art von Online-Missbrauch, der sich gegen Journalistinnen und Meinungsträgerinnen richtet, hat dazu geführt, dass die Vereinten Nationen (einschließlich der UNESCO³¹¹) und andere Organisationen das Problem erkannt haben und Maßnahmen fordern. Die Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (OSZE) hat eine Untersuchung gefördert, die die internationalen Auswirkungen des Online-Missbrauchs von Journalistinnen aufzeigt, die unverhältnismäßig häufig Opfer von „Hass-Trolling“ werden.³¹²

Diese Untersuchung folgte einer Studie der britischen Denkfabrik Demos, die Hunderttausende Tweets untersuchte. Sie kam zu dem Ergebnis, dass im Frauen stärker angegriffen werden als Männer, „wobei Journalistinnen und Moderatorinnen von Fernsehnachrichten etwa dreimal so häufig attackiert werden³¹³ wie ihre männlichen Kollegen“. Die Schlüsselwörter der Täter waren „Schlampe“, „Vergewaltigung“ und „Hure“. Ein Kennzeichen dieser sexualisierten Online-Attacken ist die Anwendung von Desinformationstaktiken: Lügen über ihren Charakter oder ihre Arbeit werden verbreitet, um ihre Glaubwürdigkeit zu untergraben, sie zu erniedrigen und ihre Berichte zu unterbinden. Die Verwendung von Gewaltandrohungen, einschließlich Vergewaltigung und Mord, und der „Stapel“-Effekt (individuelle, organisierte oder robotergestützte Massenangriffe gegen eine Person im Netz)

<http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002323/232358e.pdf> [Zugriff am 30.03.2018].

³⁰⁹ Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age (UNESCO). Paris. Verfügbar unter <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [Zugriff am 30.03.2018].

³¹⁰ Posetti, J. (2016). Swedish Journalist Alexandra Pascaldou Describes Online Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse in The Sydney Morning Herald, 24.11.2016. Verfügbar unter: <http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascaldou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuuv.html> [Zugriff am 30.03.2018].

³¹¹ Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa in L. Kilman (Hg.) ebd. Siehe auch: Resolution 39 der 39. General- konferenz der UNESCO, die auf „die spezifischen Bedrohungen für Journalistinnen einschließlich sexueller Belästigung und Gewalt online und offline“ hinwies. Verfügbar unter: <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [Zugriff am 29.03.2018].

³¹² OSCE (2016). Countering Online Abuse of Female Journalists. Verfügbar unter <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [Zugriff am 30.03.2018].

³¹³ Bartlett, J. et al. (2014) Misogyny on Twitter, Demos. Verfügbar unter https://www.demos.co.uk/files/MISOGYNY_ON_TWITTER.pdf [Zugriff am 30.03.2018].

verschlimmern die Auswirkungen.

Ein weiterer Faktor ist die intime Natur dieser Angriffe, die oft morgens als erstes und abends als letztes auf persönlichen Geräten empfangen werden. „Es gibt Tage, an denen ich mit verbaler Gewalt aufwache und mit sexistischer und rassistischer Wut einschlafe, die in meinen Ohren widerhallt. Es ist wie ein Krieg mit geringer Intensität, ein ständiger Krieg“, sagt Pascalidou. Auf den Philippinen ist Maria Ressa³¹⁴, CEO und Chefredakteurin von Rappler, ein Beispiel für die Bekämpfung von verbaler Internet-Gewalt im Rahmen einer massiven Desinformationskampagne mit Verbindungen zum Staat. Sie ist eine ehemalige CNN- Kriegskorrespondentin, aber sie sagt, dass keine ihrer Erfahrungen an die massive und zerstörerische Kampagne sexistischer Online-Attacken heranreicht, die seit 2016 gegen sie geführt werden.

„Man hat mich hässlich genannt, einen Hund, eine Schlange, mir wurde mit Vergewaltigung und Mord gedroht“, sagt Ressa. Sie hat nicht mehr gezählt, wie oft sie Morddrohungen erhalten hat. Darüber hinaus war sie Gegenstand von Hashtag-Kampagnen wie #ArrestMariaRessa und #BringHerToTheSenate. Diese sollen Online-Mobs in den Angriffsmodus versetzen, sowohl Ressa als auch Rappler diskreditieren und ihre Berichterstattung verhindern. „Es begann eine Spirale des Schweigens. Jeder, der kritisch war oder Fragen zu außergerichtlichen Tötungen stellte, wurde angegriffen, brutal angegriffen. Die Frauen hat es am schlimmsten erwischt. Und wir haben erkannt, dass das System so eingerichtet ist, dass es Abweichler zum Schweigen bringt – entwickelt, um Journalisten gefügig zu machen. Wir sollen keine harten Fragen stellen, und wir sollen sicher nicht kritisch sein“, so Ressa.³¹⁵

Maria Ressas Strategie für die Verteidigung beinhaltet:

- die Ernsthaftigkeit des Problems anerkennen
- Erkennen des psychologischen Impacts und Bereitstellung psychologischer Hilfe für Betroffene
- investigativer Journalismus als Waffe für den Gegenschlag³¹⁶
- Unterstützer darum bitten, aufzugehen und dabei zu helfen, die Angriffe in Grenzen zu halten
- Sicherheit online und offline als Reaktion auf die Angriffe erhöhen
- öffentliche Appelle an die Plattformen (z. B. Facebook und Twitter), mehr zu tun, um Online-Attacken zu begrenzen und adäquat zu managen

³¹⁴ Maria Ressa ist Vorsitzende der Jury des UNESCO-Guillermo Canon World Press Freedom Prize: <https://en.unesco.org/prizes/guillermo-cano/jury>

³¹⁵ Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa in Kilman, L. (Hg.) An Attack on One Is an Attack on All (UNESCO). Verfügbar unter: <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf> [Zugriff am 30.03.2018].

³¹⁶ Dies war auch eine Taktik, die Ferial Haffajee in der bereits erwähnten Fallstudie „Gupta-Leaks“ anwandte. Sie benutzte Techniken des investigativen Journalismus und „Detektive“ der digitalen Sicherheit, um einige der Trolle zu entlarven, die es auf sie abgesehen hatten, um ihre Berichterstattung über den Skandal zu diskreditieren. Verfügbar unter <https://www.news24.com/SouthAfrica/News/fake-news-peddlers-can-be-traced-hawks-20170123> [Zugriff am 16.06.2018].

Während man sich mit der wachsenden Bedrohung durch Online-Belästigung auseinandersetzt, ist es auch wichtig, die anhaltende Offline-Belästigung von Journalistinnen im Rahmen von Desinformationskampagnen im Blick zu behalten. Zum Beispiel wurde die australische Enthüllungsjournalistin Wendy Carlisle während einer Kundgebung von Klimawandelleugnern 2011 in Australien angegriffen, in die Enge getrieben und angerempelt, als sie für ABC Radio einen Dokumentarfilm drehte. Der Angriff veranlasste sie dazu, die Veranstaltung zu verlassen, um ihre Sicherheit zu gewährleisten.³¹⁷



Ziele des Moduls

Dieses Modul informiert die Teilnehmenden über die Risiken von Online-Attacken im Kontext der Information Disorder; hilft ihnen, Bedrohungen zu erkennen und Werkzeuge zur Unterstützung bei der Bekämpfung von Online-Angriffen zu entwickeln. Die Ziele sind:

- Sensibilisierung der Teilnehmer für böswillige Akteure, die sich in Desinformations- und Falschinformationskampagnen gegen Journalisten, ihre Quellen und andere Online -Kommunikatoren richten
- Teilnehmende in die Lage versetzen, Astroturfing, Trolling und Bedrohungen der digitalen Sicherheit und Online-Attacken besser zu erkennen
- Teilnehmendebesser gegen Astroturfing, Trolling und Bedrohungen der digitalen Sicherheit und Online-Attacken in einer Gender-sensitiven Art und Weise wappnen



Lernziele

1. Am Ende dieses Moduls werden Teilnehmende:
2. ein tieferes Verständnis der Auswirkungen von Online-Missbrauch auf journalistische Akteure, Journalismus, Informationsaustausch und Meinungsfreiheit haben;
3. sich böswilliger Akteure, die Journalisten sowie andere Online-Kommunikatoren in Desinformations- und Falschinformationskampagnen ins Visier nehmen, stärker bewusst sein;
4. die besonderen Sicherheitsbedrohungen verstehen, mit denen sich Frauen konfrontiert sehen, die online journalistisch aktiv sind;
5. in der Lage sein, böswillige Online-Akteure sowie Vorfälle von Astroturfing, Trolling, digitalen Sicherheitsbedrohungen und Online-Attacken leichter zu erkennen;
6. besser ausgerüstet sein, um Astroturfing, Trolling, digitale Sicherheitsbedrohungen und Online-Angriffe auf geschlechtsspezifische Weise zu bekämpfen.

³¹⁷ Carlisle, W. (2011). The Lord Monckton Roadshow, Background Briefing, ABC Radio National. Verfügbar unter <http://www.abc.net.au/radionational/programs/backgroundbriefing/the-lord-monckton-roadshow/2923400> [Zugriff am 30.03.2018].



Format des Moduls

Dieses Modul kann entweder im traditionellen Klassenraum oder online unterrichtet werden. Es besteht aus zwei Teilen: Theorie-Diskussion und praktische Übungen.

Verknüpfung des Lehrplans mit den Lernzielen

A. Theorie

Modulplan	Zeit	Lernziele
<p>Interaktive Vorlesung mit Fragerunde im traditionellen offline Format (90 Minuten). Eine Alternative ist ein Webinar, um Distanzlernen zu ermöglichen.</p> <p>Die Vorlesung kann sich auf die Theorien und Beispiele in diesem Modul stützen. Allerdings wird Dozenten geraten, für die Kursteilnehmer kulturell relevante und/oder lokale Fallbeispiele mit einzubeziehen.</p>	60 bis 90 Minuten	1, 2, 3 4, 5

B. Praxis

Modulplan	Zeit	Lernziele
<p>Ein Workshop/Tutorial im traditionellen Klassenraum oder alternativ über eine digitale (Lern-)Plattform wie z. B. Moodle oder Facebook Groups. Das folgende Format kann dem Workshop/Tutorial als Grundlage dienen:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Die Kursteilnehmer sollten Arbeitsgruppen von 3 bis 5 Personen bilden➤ Jede Arbeitsgruppe bekommt ein Beispiel für böswilligen und schädlichen Inhalt zugewiesen, der mit einer Des-/Falschinformations-/Trolling'/Astroturfing-/Online-Schmähkampagne verbunden ist (z. B. kann in Blogs und sozialen Medien nach böswilligen Inhalten gesucht werden, die auf Maria Ressa, Jessika Aro und Alexandra Pascalidou abzielen. Diese Fallbeispiele sind Gegenstand des Moduls).➤ Jede Arbeitsgruppe analysiert gemeinsam das Material (forscht nach, welche Akteure hinter den Inhalten stehen); identifiziert Risiken und Gefahren (in Referenz zu relevanten Studien zu den Effekten, siehe Literaturliste); schlägt einen Aktionsplan für eine Reaktion auf den böswilligen/schädlichen Inhalt vor (das kann eine	90 bis 120 Minuten	1, 2, 3 4, 5

<p>strategische Antwort, die Meldung/Anzeige des betreffenden Nutzers bei der Plattform und/oder, falls angebracht, der Polizei oder die Publikation eines Artikels zu dem Sachverhalt sein)</p> <p>➤ Jede Arbeitsgruppe schreibt eine Zusammenfassung ihres Aktionsplans in 250 Wörtern (z. B. in Google Docs oder mit einem anderen kollaborativen Textverarbeitungsprogramm).</p>		
--	--	--

Alternative Struktur

Für eine tiefergehende Auseinandersetzung mit dem Problem, kann dieses Modul erweitert und in drei Sitzungen durchgeführt werden (jeweils in zwei Teilen wie oben beschrieben):

1. Trolling und Astroturfing erkennen und eine Antwort darauf finden
2. Modellierung digitaler Bedrohungen³¹⁸ und Verteidigungsstrategien
3. geschlechtsspezifische Online-Belästigung und Gewalt im Netz erkennen und eine Antwort darauf finden



Empfohlene Übung

Schreiben Sie einen Leitartikel (1.200 Wörter) oder produzieren Sie einen fünfminütigen Audio-Beitrag, ein dreiminütiges Video oder eine detaillierte Infografik, die auf dem Interview mit einem (oder mehreren) Journalisten basieren, die selbst Opfer von Online-Belästigung, -Schmähung und -Gewalt geworden sind (z. B. waren sie Ziel von Falschinformationen oder sahen sich digitalen Sicherheitsgefahren durch eine Falschinformationskampagne ausgesetzt oder sind Opfer von Online-Belästigungen und Gewalt im Internet geworden).

Kursteilnehmer sollten die Ergebnisse seriöser Forschungspublikationen in ihren Artikel miteinbinden, zitieren und erklären, was die Implikationen der bekannten Effekte von Online-Belästigung und verwandter Formen auf den Journalismus, die Redefreiheit und öffentliches Interesse sind.

³¹⁸ Stray, J. (2014). Security for Journalists, Part Two: Threat Modelling. Verfügbar unter <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [Zugriff am 02.03.2018].

- Aro, J. 2016. The Cyberspace War: Propaganda and Trolling as Warfare Tools. *European View*. Sage Journals, Juni 2016, 15(1). Verfügbar unter <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [Zugriff am 20.07.2018].
- Haffajee, F. (2017). The Gupta Fake News Factory and Me in The Huffington Post. Verfügbar unter http://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [Zugriff am 29.03.2018].
- OSCE (2016). Countering Online Abuse of Female Journalists. Verfügbar unter <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [Zugriff am 29.03.2018].
- Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa in L. Kilman (Ed) *An Attack on One is an Attack on All* (UNESCO 2017). Verfügbar unter <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf> [Zugriff am 29.03.2018].
- Posetti, J. (2016). Swedish Journalist Alexandra Pascavidou Describes Online Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse in The Sydney Morning Herald, 24.11.2016. Verfügbar unter <http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascavidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuvv.html> [Zugriff am 29.03.2018].
- Reporters Sans Frontieres (2018) Online Harassment of Journalists: Attack of the trolls Reporters Without Borders. Verfügbar unter https://rsf.org/sites/default/files/rsf_report_on_online_harassment.pdf [Zugriff am 20.08.18].
- Riley M, Etter, L and Pradhan, B (2018) A Global Guide To State-Sponsored Trolling, Bloomberg. Verfügbar unter <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [Zugriff am 21.07.18].
- Stray, J. (2014). Security for Journalists, Part Two: Threat Modelling. Verfügbar unter <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [Zugriff am 20.03.18].

Online resources

- VIDEO: How to Tackle Trolls and Manage Online Harassment – Eine Paneldiskussion beim Internationalen Journalismus-Festival, Perugia, Italien (April 2017) mit Julie Posetti (Fairfax Media), Hannah Storm (International News Safety Institute), Alexandra Pascavidou (Swedische Journalistin), Mary Hamilton (The Guardian), Blathnaid Healy (CNNi). Verfügbar unter <http://media.journalismfestival.com/programme/2017/managing-gendered-online-harrassment>

AUTORINNEN UND AUTOREN

Magda Abu-Fadil ist Direktorin von Media Unlimited (Libanon)

Fergus Bell ist ein Experte für digitale Recherche und die Verifizierung von nutzergenerierten Inhalten; er ist Gründer von Dig Deeper Media

Hossein Derakhshan ist ein iranisch-kanadischer Autor, Forscher und Fellow beim Shorenstein Center der Harvard's Kennedy School

Cherilyn Ireton ist eine südafrikanische Journalistin, die das World Editors Forum innerhalb der World Association of Newspapers and News Publishers leitet

Alexios Mantzarlis war Leiter des International Fact-Checking Network beim Poynter Institute

Alice Matthews ist Journalistin für Nachrichten und Zeitgeschehen beim Australian Broadcasting Corporation (ABC) in Sydney

Julie Posetti ist Global Director of Research beim International Center for Journalists (ICFJ); Senior Researcher beim Centre for Media Freedom (CFOM), University of Sheffield, und Research Associate des Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford

Tom Trewinnard leitet das Programm zu Meedans Open-Source-Verifizierungs-Toolkit Check

Claire Wardle ist Geschäftsführende Direktorin von First Draft und Research Fellow beim Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy der Harvard Kennedy School

Bildnachweise

Titelseite: UNESCO/Oscar Castellanos

Modul 1: Abhijith S Nair on Unsplash

Modul 2: Christoph Scholz on Flickr

Modul 3: Samuel Zeller on Unsplash

Modul 4: Aaron Burden on Unsplash

Modul 5: The Climate Reality Project on Unsplash

Modul 6: Olloweb Solutions on Unsplash

Modul 7: rawpixel on Unsplash

Rückseite: rawpixel on Unsplash

GRAFIKDESIGN

Mr. Clinton www.mrclinton.be



Diese Publikation bietet einen international relevanten Modell-Lehrplan an, der offen zur Übernahme oder Anpassung ist. Er gibt Antworten auf das wachsende globale Problem der Desinformationen, mit dem Gesellschaften im Allgemeinen und der Journalismus im Besonderen konfrontiert ist.

Dieser Lehrplan bietet Journalistenausbildern und -trainern einen Rahmen und vorbereitete Lektionen. Dies soll Studierenden und Praktikern im Journalismus helfen, die mit Fake News verbundenen Probleme zu navigieren. Wir hoffen auch, dass es ein nützlicher Leitfaden für praktizierende Journalisten sein wird.

Die Publikation bündelt die Beiträge von führenden internationalen Journalistenausbildern, Forschern und Denkern, die Methoden und Praktiken des Journalismus zu aktualisieren helfen, um den Herausforderungen von Falsch- und Desinformation zu begegnen. Die Lektionen sind kontextbezogen, theoretisch und bei der Online-Verifizierung äußerst praktisch. Zusammen als Kurs oder unabhängig voneinander verwendet, können sie dazu beitragen, bestehende Lehrmodule aufzufrischen oder neue Angebote zu schaffen.

Er ist Teil der „Globalen Initiative für Exzellenz in der Journalistenausbildung“, die ein Schwerpunkt des Internationalen Programms für die Entwicklung der Kommunikation (IPDC) der UNESCO ist. Ziel der Initiative ist die Auseinandersetzung mit Lehre, Praxis und Forschung im Bereich des Journalismus aus globaler Perspektive, einschließlich des Austauschs international bewährter Praktiken.

