

Stefan Raue
Intendant Deutschlandradio

Ringvorlesung der Mediengruppe Thüringen in Zusammenarbeit mit dem Landtag Thüringen und der Universität Erfurt, 19. April 2018

„Wer hat Angst vor Fake News?“

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Studentinnen und Studenten,

für mich ist es eine große Ehre, hier gleich den Start zur Vorlesungsreihe zum Thema Fake News bestreiten zu dürfen. Dieses Thema scheint wie kaum ein anderes zurzeit geeignet, das Verhältnis von Medien, Politik und Bürgern zu betrachten und zu diskutieren. Es ist wie im richtigen Leben: Wenn es problemlos läuft, dann nehmen wir die Dinge, auch die wichtigen Dinge um uns herum, kaum wahr. Erst die Krise führt uns häufig vor Augen, wie wenig selbstverständlich vieles ist und auch wie fragil. So denken wir über Vertrauen und Misstrauen meist erst gründlich nach, wenn es bereits zu Störungen und Problemen gekommen ist. Wer glaubt, dass ihm alle trauen, der fühlt sich selten dazu gezwungen, um dieses Vertrauen zu werben oder gar zu kämpfen.

Ich danke daher der Mediengruppe Thüringen, dem Landtag und der Universität Erfurt dafür, dieses Thema in den Mittelpunkt gestellt zu haben. Und wenn ich die Reihe der Redner und Rednerinnen so durchbuchstabiere, dann kann ich Ihnen schon jetzt versprechen, dass keine Rede wie die andere wird, vom FAZ-Herausgeber bis zum ehemaligen Bundestagspräsidenten, das wird sehr bunt und vielschichtig.

Fake News scheint ja nun ein echter Schlüsselbegriff der gegenwärtigen Debatte, Fake News scheint für den ganzen Schlamassel zu stehen, in dem wir uns weltweit, vor allem in den westlichen Demokratien befinden.

Wohin wir schauen: Fake News.

Wenn wir nicht durchblicken: Fake News.

Wenn etwas passiert, mit dem wir nicht gerechnet haben: Fake News.

Wenn uns etwas komisch vorkommt oder unheimlich ist: Fake News.

Manchmal scheint es, dass man nur lange genug auf eine Nachricht oder Information, ein Bild oder eine sprachliche Äußerung schauen muss, um irgendwann Fake News sagen zu können. Fake News, der Vorwurf schwirrt von rechts nach links und auch wieder zurück. Der Meisterproduzent der Fake News, Donald Trump, ist zugleich auch ein Meister darin, seinen Gegnern Fake News zu unterstellen. Stärker als in den vergangenen Jahrzehnten sind

wieder die Kategorien „Wahr“ und „Falsch“ und alle Zwischenstufen in das Zentrum des Interesses gerückt. Vor allem, weil so vieles rätselhaft scheint, der Sieg Trumps, die Macht Putins, der Brexit, die Mobilisierung der Neuen Rechten und des Rechtspopulismus in allen Ländern Europas.

Und der Stab scheint schnell gebrochen, das Urteil rasch gefällt. Und es ist ja in seiner Grundaussage nicht ganz falsch. Fake News verfälschen den demokratischen Diskurs, verstoßen gegen elementare Regeln von Transparenz und Ehrlichkeit, vergiften die politische Atmosphäre, hysterisieren die Wählerinnen und Wähler, führen zu aufgeheizten Diskussionen und merkwürdigen Abstimmungen, die im harmlosen Fall zu einer Mehrheit für den Weiterbetrieb des Berliner Flughafen Tegel und im schlimmsten Fall zu einer Mehrheit zur autoritären und totalitären Revolution aus einer Demokratie heraus führen können. Das Wofür oder Wogegen ist dabei zunächst unwichtig, wesentlich ist die Sehnsucht nach Machtworten, Ansagen, einfachen Lösungen, nach autoritärem Durchgriff. Kurz zusammengefasst: Eine Vorlesung mit diesem Thema könnte den Tenor haben: Fake News erschüttern unsere Demokratie und ihren strukturimmanenten Pluralismus. Die Bekämpfung der Fake News ist daher erste Bürgerpflicht, für seriöse Politiker, Journalisten und Wissenschaftler. Ein starkes und von wirtschaftlichen und politischen Vorgaben und Maßgaben freies Mediensystem ist in der Lage, Fake News, ihre Wirkung und ihre Strategien zurückzudrängen. Die Schlussfolgerung könnte also heißen: Bessere Medien – weniger Fake News – stärkere Demokratie.

Es ist 18 Uhr ..., der Abend ist jung, die Altstadt nah, wir könnten uns nun alle unserer hehren Absichten versichern und bestärken, auseinandergehen, die Fronten sind geklärt, und ab morgen früh geht es den Fake News an den Kragen.

Aber wir ahnen und wissen alle, dass diese einfache Formel nicht reicht, um dem gruseligen Gespenst Fake News beizukommen, ihm im wahrsten Sinne des Wortes gerecht zu werden.

Zu viele Fragen sind nämlich unbeantwortet: Wie müssen Fake News beschaffen sein, um erfolgreich zu sein, um zu zünden? Was unterscheidet sachliche Fehler und Fake News? In welchem Verhältnis stehen Fake News-Erfinder zu den Fake News? In welchen Zeitumständen sind sie erfolgreich, in welchen nicht? Hilft Aufklärung, hilft Kritik? Helfen Gegenkampagnen? Um einmal nur ein paar offene Punkte zu nennen.

Es geht um nicht weniger als um die Frage nach Wahrheit und Lüge und wie wir der Wahrheit näherkommen können, als Bürger, Politiker, Wissenschaftler und Medienarbeiter. Und wie wir damit umgehen, was wir als wahr empfinden, oder vermuten oder behaupten.

Beispielsweise in der Politik. In den Zeiten der Schröderschen „Sachzwänge“ oder der Merckelschen „Alternativlosigkeit“ wird der Wahrheits- und damit Machtanspruch der sogenannten Fakten fast übermächtig. Ob Hartz IV, Bankenrettung oder Flüchtlingsfrage, gerade die organisierte Politik und Wirtschaft haben in den vergangenen Jahren und

Jahrzehnten Politik als Verwalten und Managen von Sachfragen und Faktenzusammenhängen verändert, ihre Semantik geprägt und stilisiert. Zahlen und Fakten beherrschen die politischen Debatten, und selbst die letzten Rückzugsgebiete des politischen Wollens, Fühlens oder Fürchtens in den Bürgern selbst, sind durch die Sozialwissenschaften und ihre pragmatischen Jünger, die Meinungsforschungsinstitute, aufgesogen und versachlicht. Das, was in den Menschen so vorgeht, wie sie ganz persönlich Politik erleben und einordnen, wird zum anonymen Partikel einer Umfrage. Für den Bergarbeiter im Salzbergwerk ist der Absturz in Hartz IV nach Jahrzehnten der Schichtarbeit nicht nur ein ökonomisches Problem, es ist auch eine tiefe Demütigung und Entehrung. Dass die Fakten der Hartz IV-Reformen angeblich dieses Land grundlegend modernisiert haben, hat diese Demütigung nicht aufheben können. Für den Bergarbeiter sind die ökonomischen Rahmendaten und sogenannten Fakten Feind.

Schmidt, Kohl, Schröder, Merkel, so unterschiedlich die Kanzlerin und die Kanzler waren und sind, so einig waren und sind sie sich in der Auffassung, wenn man sich lange und gründlich genug den Sachen und Fakten widmet, dann folgen daraus richtige politische Absichten und Entscheidungen. Nach dem Scheitern der großen Ideen und Ideologien scheinen unser politisches System und seine Repräsentanten zwischen Sachzwang und Serviceangebot gefangen. Doch nur scheinbar und wenn überhaupt, dann nur für kurze Zeit, entschärft die Faktenorientierung die politischen Kontroversen. Der arrogante Machtanspruch der Faktenpolitik (wer Visionen hat, braucht einen Optiker) schafft Ohnmachtsgefühle, Resignation, Quietismus (man kann ja ohnehin nichts ändern), manchmal auch Wut und Misstrauen. Misstrauen gegenüber der Politik, Misstrauen gegenüber den Fakten.

Dabei wissen wir seit Aristoteles und Kant, dass das, was wir als Fakten annehmen, nur Annäherungen und Ableitungen sein können, je komplexer die Themen, desto anmaßender wirkt der Anspruch, die wirklich wahren Fakten zu kennen.

Wir Medien hängen da mittendrin. Wir haben eine dokumentierende Aufgabe, also: das zu drucken oder zu senden, was ist. Fakten, Fakten, Fakten. Die Rede der Kanzlerin, der Vulkanausbruch, der Terroranschlag. Interessanterweise bekämpft die gegenwärtige „Lügenpresse-Bewegung“ auch schon diesen Teil unserer Arbeit auf das Vehementeste. Unkritisches Verhalten, Mikrofon hinhalten, zu langes Zu-Wort-kommen-lassen, die Aufgabe der Medien, die Politiker und ihre Tatsachenbehauptungen zu spiegeln, ist bei den Eiferern wenig beliebt. Die andere Aufgabe, die Politik zu hinterfragen, einzuordnen oder gar zu kommentieren, ist darüber hinaus nahezu verhasst. Die Meinungen und die Angebote an Hintergrundinformationen schmecken nicht, stehen quer zu den eigenen Erfahrungen und Einschätzungen, werden nicht als Teil der pluralistischen Auseinandersetzung begriffen, die die Medien stellvertretend realisieren, sondern als Anmaßung und Indoktrination.

Das Misstrauen und die Ablehnung zielen auf die Inhalte und die Wertungen, sie sind aber auch Reaktion auf die Form und die Inszenierung, die Alternativlosigkeit in der Bewertung

dogmatisch beansprucht. Je perfekter die Form und die Performance, desto stärker das Misstrauen. In diesem großen und emotionalen Durcheinander wird den Widersprechenden, Queren, Schrulligen und Zynikern eine größere Dignität und Glaubwürdigkeit zugesprochen als der faktenorientierten, kühlen Sachpolitik, heiß gegen kalt, Trump gegen Clinton.

„Sehr geehrte Damen und Herren. Aus dem Meridian-Saal des Park Plaza in New York senden wir nun Musik von Ramos Raquello und seinem Orchester, la cumparsita...“

Der Abend des 30. Oktober 1938 hätte für die Hörer von CBS in New York und New Jersey ein entspannter Abend sein können, trotz der Nacht vor Halloween. Aufregung und Beunruhigendes hatte es allerdings reichlich gegeben in diesem bemerkenswerten Jahr 1938. Pearl S. Buck erhielt den Literaturnobelpreis und Fritjof Nansen für seine Hilfe für Flüchtlinge den Friedensnobelpreis. Frank Sinatra landete im Knast, Ronald Reagan hatte einen großen Auftritt als Schauspieler in einem Film namens „The Amazing Dr. Clitterhouse“. Eine riesige Flut hatte Kalifornien und Los Angeles schwer getroffen, 115 Tote waren zu beklagen. Im fernen China tobte ein heftiger Krieg mit Japan, mit großen Schlachten und der Bombardierung chinesischer Großstädte. In Europa schloss Nazideutschland Österreich an und bedrohte die Tschechoslowakei. Hitler gewann den Nervenkrieg, das Abkommen von München machte den Weg frei zur Okkupation des Sudetenlandes. Und nicht ohne Grund wurde Hitler für das Time Magazin der „Mann des Jahres“.

1938, ein Jahr, das weltweit Kriegsängste weckte, in Europa, in Asien und auch in Amerika, 1938 war kein gutes, kein ruhiges und gelassenes Jahr.

Aber weiter im Programm... Die Musik von Ramos Raquello und seinem Orchester im CBS-Radioprogramm, die nach wenigen Minuten unterbrochen wurde.

„Sehr geehrte Damen und Herren, wir unterbrechen diese Musik für eine Sondersendung von International Radio News...“

Es folgte eine klassische Nachrichtensendung, wir würden sie heute Brennpunkt nennen, in der von merkwürdigen Explosionen auf dem Mars berichtet wurde und von einer Landung von Marsianern auf dem Gelände einer Farm in New Jersey. Es folgten Interviews mit Korrespondenten, Generälen, Farmern, Politikern. Nur mit den Marsmenschen hatte natürlich wieder niemand geredet. Aber sonst das ganze Programm, die gesamte Bandbreite dessen, was Breaking News des Jahres 2018 auch anbieten würden.

Insgesamt viermal wurde in der Sendung darauf hingewiesen, dass es sich um eine Fiktion, eine Inszenierung handelte. Ohnehin war dieses Hörspiel von Orson Welles eine Adaption des Romans „Krieg der Welten“ von H. G. Wells, also eines sehr populären Science Fiction-Schriftstellers.

Für viele Experten gilt der 30. Oktober 1938 als die Geburtsstunde der Fake News.

„Radio Fake Scares Nation“ titelte die New York Daily News in fetten Lettern. Die Zeitung behauptete eine Massenpanik mit Selbstmorden und Millionen Schockkopfern, eine Interpretation, die sich bis heute hält (Spiegel 6.5.2015). Dass Orson Welles mit dieser Fake-Sendung eine erhebliche Wirkung erzielte, ist unbestritten. Die Berichte über eine Massenpanik scheinen aber selbst ein Fake gewesen zu sein. CBS erhielt an diesem Abend nachweislich nur wenige Höreranrufe, bei Polizei und Krankenhäusern hielt sich die Aufregung ebenfalls in Grenzen. 1940, also rund zwei Jahre später, befragte ein Meinungsforschungsinstitut etwa 100 Menschen, die von Ängsten und Schock sprachen. Doch für eine Massenpanik von Millionen verstörter Hörer gibt es keinerlei Beweise. Insgesamt erreichte das Hörspiel ohnehin nur eine Minderheit der Bevölkerung der Region. Rund 2 % Marktanteil, etwas über 2 Millionen Hörer. Angeblich soll die Panik-Behauptung von Verlagen in die Welt gesetzt worden sein, die das Radio als neues und modernes Medium diskreditieren wollten. Doch auch diese These, also Print gegen Radio, geht daneben, weil es sich im konkreten Fall um Zeitungsverlage handelte, die eigene Radiostationen unterhielten. Möglicherweise sollte die Panik-Behauptung also die direkte Konkurrenz beschädigen, also Radio gegen Radio.

Der Mann des Jahres, Adolf Hitler, griff die These von der Fake-Panik an der amerikanischen Ostküste selbst auf, als er in einer Reichstagsrede am 28.4.1939 sagte: „Der Grund für diese Furcht (vor dem Krieg) liegt ausschließlich in einer ungezügelten, ebenso verlogenen wie niederträchtigen Pressehetze, in der Verbreitung übelster Pamphlete über fremde Staatsoberhäupter, in der künstlichen Panikmache, die am Ende so weit führt, dass selbst Interventionen von Planeten für möglich gehalten werden und zu heillosen Schreckensszenen führen.“ Nur ein halbes Jahr später überholte die Wirklichkeit Fake und Hörspiel. Deutsche Soldaten und keine Marsmenschen griffen Polen an, nicht der Krieg der Welten, sondern der Weltkrieg begann.

Wohin führt uns nun diese zweite Annäherung an den Begriff der „Fake News“? Zugespitzt könnte man die Lehren aus dem 30. Oktober 1938 so etwa beschreiben:

- Keine Behauptung kann so abseitig sein, um nicht geglaubt zu werden
- Warnungen und Einordnungen eines Fakes wirken nur bei einem Teil des Publikums
- Die Deutung und öffentliche Kommunikation eines Fakes ist mindestens genauso wirksam wie der Fake selbst
- Ein Fake kann dann große Wirkung erreichen, wenn die Form und die Inszenierung stimmig sind
- Und noch eine Frage: Wie würden wir das Hörspiel von Orson Welles heute beurteilen, wenn nicht die Landung der Marsmenschen, sondern der Angriff Deutschlands auf Polen und Frankreich das Thema einer gefakten Nachrichtensendung gewesen wäre?

Orson Welles hat der unerwartete Erfolg seines Hörspiels und die Funktionsweise der Medien niemals mehr losgelassen. Sogar sein großer Film „Citizen Kane“ ist ein Film über einen Presse mogul, mit scheinbar dokumentarischen Elementen und einem Spiel mit Fälschungen, Lügen und Rätseln. Sein letzter Film 1975 war ein Filmessay mit dem Titel „F for Fake“. Im Mittelpunkt steht ein Kunstfälscher, es geht um Wahrheit, Wirklichkeit und um die Frage, ob wir unseren Augen trauen können und was das für unsere Erfahrung der Welt bedeutet. Orson Welles wollte mit seinen Filmen und Hörspielen das Publikum aufrütteln und sensibilisieren und aus seinen Mediennutzungsgewohnheiten herausreißen. Es ging ihm nicht um eine Botschaft oder eine Mission, ihm ging es um unsere Wahrnehmung und um unsere Vorprägungen selbst. Das alte Aufklärungsthema, was ist wahr und wie sind wir Menschen disponiert, um der Wahrheit zumindest auf die Spur zu kommen. Das Bewusstsein von unserer Täuschbarkeit gehört zu diesem Wissen dazu.

„Wir alle wissen, dass diese Kunst nicht die Wahrheit ist“, sagte Pablo Picasso. „Kunst ist eine Lüge, die uns hilft, die Wahrheit zu erkennen (...). Der Künstler muss den Trick kennen, wie er andere vom Wahrheitsgehalt seiner Lügen überzeugen kann.“

Ja, ich weiß, diese Annäherung an die gefürchteten und verhassten Fake News ist eine gewagte. Und wenn nur die These „Nicht jede Fälschung und jeder Fake zerstört die Demokratie und den kulturellen und politischen Diskurs“ herübergekommen ist, dann ist das auch in Ordnung. Erlauben Sie mir aber im Rahmen einer Vorlesung, im Rahmen der akademischen Freiheit, eine letzte, versprochen: allerletzte, Drehung in dieser unorthodoxen und etwas unpolitischen Annäherung. Der „Krieg der Welten“ ist unzählige Male neu inszeniert worden, die Menschen fanden und finden es offenbar faszinierend, über die Landung von Marsmenschen und die Folgen nachzudenken. Tim Burton, einer der verrücktesten Regisseure, hat mit seinem Film „Mars Attacks“ die Auseinandersetzung von Wahrheit und Rationalem auf der einen Seite und Falschem und Irrationalem auf der anderen Seite eine besondere Pointe gegeben. Nicht mit Vernunft, Kalkül, Strategie und hocheffizienten Waffen kommt die Menschheit den bösen Marsmenschen bei. Der Sieg wird errungen durch einen jodelnden Countrysänger, der die Gehirne der Marsianer zum Platzen bringt. Ich sehe, ich habe mich nun endgültig um den Rest an Reputation gebracht.

Gehen wir also anders vor, dritte Annäherung: Natürlich, Sie haben recht. Kunst und Kultur sind nicht Nachrichten und Politik. Fakes mögen in Literatur, Kunst, Film und Fotografie durchaus augenöffnend sein, für Philosophie, Psychologie und Germanistik durchaus spannende Ansätze, aber im wahren Leben, sprich im politischen Alltag, sieht es nun ganz anders aus. Siehe Trump, siehe Orban, siehe Putin, siehe Erdogan. Wenden wir uns daher der giftigen Seite der Fake News zu. Was aufklärerische Geister mit der Provokation des Fake erreichen wollen, das haben wir nun thematisiert, ob die gute Absicht zu Gutem führt, das ist an dieser Stelle nicht abschließend zu klären. Was wollen nun die Schattenkrieger erreichen, wozu Fake News? Der Wahlkampf Donald Trumps hat die akademische Welt in den USA aufgerüttelt, viele Forschungseinrichtungen beschäftigen sich mit den sozialen

Netzwerken, den Wahlkampfstrategien und der alles umfassenden Frage, wie konnte das passieren: Wie konnte in einem Land, in dem häufig eine einzige kleine Lüge schon zum politischen und gesellschaftlichen Ausführen kann, ein Außenseiter, der aus seiner Verachtung für die Kategorien Wahr oder Falsch gar kein Hehl macht, wie konnte ein notorischer Lügner bei freien Wahlen Präsident werden? In den Handbüchern der professionellen Politikberater nimmt die Krisenbewältigung eine besonders große Rolle ein. Und bislang galt es als eiserne Regel, dass man als Politiker Fehler, Fehlentscheidungen und sogar Verfehlungen überstehen kann, nur Lügen, die einem nachgewiesen werden, die überlebt man nicht. Was ist da also passiert, gilt das alles nicht mehr? In den Studien zur Wirkungsweise von Fake News wird sauberlich getrennt, zwischen erstens einem agenda setting, das Themen niedriger Relevanz zu zentralen Diskussionspunkten macht. Also das Betonen und Hochschreiben der sogenannten Mail-Affaire Hillary Clintons, also ein Verstoß gegen Geheimhaltungsregeln, aber ohne messbaren Schaden für das Land. Als Zweites werden Fake News als Mittel der Propaganda und drittens als Methode der Desinformation betrachtet. Propaganda und Desinformationskampagnen gehen häufig enge Verbindungen ein, haben aber unterschiedliche Zielrichtungen. Geht es bei der einen vor allem darum, mit fast allen Mitteln Ideen und Themen zu verbreiten und zu platzieren, geht es bei der Desinformation darum, die Glaubwürdigkeit der Gegenseite zu zerstören, auch das mit fast allen Mitteln. Das Schlachtfeld ist jeweils die medial organisierte Öffentlichkeit und vor allem das Volk als Publikum. Fake News in dieser Perspektive sind kein Phänomen der Moderne, auch die Vermutung, erst die modernen Kommunikationsmittel machten Fake News möglich, geht fehl. Das Mittelalter war ein Zeitalter der gefälschten Urkunden und propagandistischen Chroniken und Viten und eine kritische Öffentlichkeit, in der Fälschungen überhaupt offen nachgewiesen werden konnten, gab es weit und breit nicht.

Dennoch lohnt ein Blick auf die jüngste Geschichte der politischen Fälschungen. Auch in Deutschland entzündete sich eine Debatte darüber schon vor fast 30 Jahren an der Kriegsberichterstattung und ihren Bedingungen. Ein Anlass war der Erste Golfkrieg. Der Irak war 1990 in den kleinen Nachbarstaat einmarschiert. Nach fünf Monaten ergebnisloser Verhandlungen unter UNO-Mandat intervenierten die USA mit Verbündeten, befreiten 1991 Kuwait und drangen tief in den Irak ein, ohne Saddam Hussein aber zu besiegen oder zu entmachten. Obwohl die Intervention völkerrechtlich durchaus gerechtfertigt war, entstand gerade in Deutschland eine intensive Debatte über die Propaganda Kuwaits und der USA.

Die irakische Armee war sehr brutal auch gegen die Zivilbevölkerung vorgegangen. Die Diskussion entzündete sich allerdings an der Fake-Aktion einer PR-Agentur im Auftrag Kuwaits, die angebliche Informationen und Bilder auf dem Medienmarkt lancierte, die die Behauptung belegen sollten, dass irakische Soldaten Säuglinge aus den Brutkästen der Geburtsstationen Kuwaits herausgerissen hätten. Diese Behauptung erwies sich schnell als Fake. Die Debatte über die Wahrheit im Ersten Golfkrieg entzündete sich darüber hinaus an der neuen Generation von Bildern aus dem Krieg. Die Bilder der präzisen Treffer auf Bunker,

Befestigungen, Truppenansammlungen mithilfe neuer Raketen, Bomben und Cruise Missiles sollten von Seiten der amerikanischen Luftwaffe zeigen, wie genau der Waffeneinsatz gewesen ist, unter Vermeidung größerer Kollateralschäden. In der kritischen Öffentlichkeit drehte sich das Argument aber um 180 Grad. Die kalte Rationalität des Militärs im Einsatz ihrer Waffen wurde selbst als Propaganda etikettiert, die eine Legende von einem sauberen Krieg ohne Verwundung und Sterben suggerierte. Das beabsichtigte Narrativ der US-Armee war aber eigentlich ein anderes, die Bilder sollten die technische Überlegenheit signalisieren und den Gegner einschüchtern.

In der westlichen Öffentlichkeit wurde diese Art der Öffentlichkeitsarbeit zur Lüge über den wirklichen Krieg. Auch der Golfkrieg 2, die Jugoslawienkriege und andere militärische Auseinandersetzungen wiesen in ihrem Spiel von Propaganda und Gegenpropaganda ähnliche Muster auf. Luftaufnahmen bisher unbekannter Qualität, embedding, eine Dauerpräsenz eines smarten NATO-Sprechers - trotz perfekter und professioneller Propagandaarbeit gelang es den USA und ihren Verbündeten nicht, in den demokratischen Ländern, vor allem in Europa, die Deutungshoheit zu gewinnen. Das Narrativ aber, es habe sich bei den Kriegseinsätzen um illegale und unverhältnismäßige militärische Aktionen gehandelt, hat im Bewusstsein gerade der deutschen Öffentlichkeit eine längere Wirkung als die Anlässe selbst. An den Fake der Brutkästen erinnern sich mehr Menschen als an den Einmarsch Iraks, an die startenden Cruise Missiles mehr als an die Massaker in Vukovar oder die serbischen Scharfschützen von Sarajewo. Festhalten können wir an dieser Stelle, dass im Diskurs über die Nachwendekriege alle Öffentlichkeitsarbeit oder Propaganda letztlich als Lüge markiert wurde, die offensive Pressearbeit der NATO, die PR-Aktionen, gefakt oder inszeniert, aber auch die Angebote der direkten Information mit bloßen Fakten, beispielsweise die Videobilder, die wahr waren, aber als wahre Lügen gelten, weil sie nur einen Ausschnitt aus der Wirklichkeit zeigen. Wenn wir also über Fake News und Propaganda sprechen, dann müssen wir immer auch über ihr Scheitern und ihre fehlende Wirkung reden, vor allem, wenn ihnen die vertrauenswürdige Agentur, also die glaubwürdigen Vermittler nahe der Lebenssphäre der Menschen, fehlt.

Die digitale Revolution und ihre neue Öffentlichkeit der sozialen Netzwerke, Suchmaschinen, Chats und Echoräume bedeuten neue Möglichkeiten für die Propaganda, grenzüberschreitend, rasend schnell, viral, weltumspannend, und doch viel näher am Ohr der Menschen und vor deren Augen. Die scheinbare Nähe wirkt als Glaubwürdigkeitsverstärker.

Schauen wir uns noch ein paar Beispiele an: Wenige Stunden vor dem zweiten Wahlgang der französischen Präsidentenwahl werden Tausende vertraulicher Dokumente, E-Mails, Rechnungen und anderes aus dem Team von Emmanuel Macron auf die berüchtigte Onlineplattform „4 Chan“ gepostet. Diese Plattform dient in den USA als Forum rechtsextremer Aktivisten. Diese Dokumente werden sehr rasch von Twitter-Nutzern auf

anderen Plattformen aufgegriffen, die in der Vergangenheit Trump nahegestanden haben und auch bei Wikileaks.

Der Vize von Marine Le Pen twitterte nun: „...werden wir Sachen erfahren, die der investigative Journalismus absichtlich verschwiegen hat?“ Macron war im Wahlkampf wiederholt Opfer derartiger Propaganda-Attacken. Es wurden Hinweise gestreut, er sei homosexuell, er habe geheime Konten auf den Bahamas und Geld veruntreut.

Einige wenige Medien griffen die Veröffentlichungen auf, andere wie die „Le Monde“ verzichteten auf eine Veröffentlichung und kündigten eine eigene Recherche an. Macron ging dennoch mit fast 66 % der Stimmen als Sieger aus diesem Wahlgang hervor.

Als Täter vermuten IT-Sicherheitsfirmen die russische Hackergruppe APT 28, die bereits bei den Angriffen auf die Dokumente und Kommunikationsnetze von Hillary Clinton aufgefallen war. Muster und Expertise legen eine Nähe zur Arbeitsweise russischer Geheimdienste nahe, die klaren Beweise fehlen.

Exemplarisch für Propagandaangriffe mit politischem Hintergrund ist der Fall „Lisa“.

Am 11.1.2016 taucht ein 13-jähriges russlanddeutsches Mädchen in Berlin ab, wird von den Eltern vermisst gemeldet und kehrt nach 30 Stunden wieder zu den Eltern zurück. Das Mädchen berichtet von Entführern mit ausländischem Akzent und „südländischem Aussehen“, die das Mädchen wiederholt vergewaltigt hätten. Diese Geschichte passt in die Flut von Unterstellungen, Ängsten, Halbwahrheiten und Kampagnen, die in diesen Monaten zum Thema Flüchtlinge in den sozialen Netzwerken, auf politischen Plattformen, aber auch in den etablierten Medien zu beobachten war. Die Polizei ist bei den Gesprächen mit dem Mädchen skeptisch, in ihrer Öffentlichkeitsarbeit sehr zurückhaltend, was die Wutwelle gegen die Flüchtlinge weiter aufpeitscht. Schließlich stellt sich relativ schnell heraus, dass Lisa unerlaubterweise bei ihrem 19-jährigen Freund übernachtet und aus Angst vor ihren Eltern gelogen hat.

Zur Propaganda und zu Fake News wird diese eher traurige Geschichte, weil sie in den Netzwerken der russlanddeutschen Community thematisiert wird und eskaliert.

Heinrich Groth, der sich Vorsitzender des Konvents der Russlanddeutschen nennt, gibt dem rechtsradikalen Magazin „compact“ ein Interview, in dem er im Zusammenhang mit dem Fall Lisa den sofortigen Stopp des Flüchtlingszustroms fordert. Zu diesem Zeitpunkt ist allerdings schon klar, dass es den Fall Lisa nicht gibt. Die mediale Thematisierung des Falls Lisa und der damit zusammenhängenden politischen Forderungen werden wiederum von russischen Medien mit dem Hinweis auf Medienberichte in Deutschland aufgegriffen. In diese Eskalation der Propagandabotschaften setzt der russische Außenminister noch einen besonderen Punkt, als er in einer Pressekonferenz beklagt, dass die deutschen Behörden den Fall Lisa nicht mit der notwendigen Sorgfalt aufklärten. Über dieses Zitat wird dann in allen Medien

Deutschlands mit kritischer Distanz berichtet, die Unterstellung, am Fall Lisa könne etwas dran sein, wird durch diese Berichterstattung gegen die Intention der Medien selbst weiter vertieft. Die Aufregung in Teilen der russlanddeutschen Gemeinde bleibt hoch, das Misstrauen gegen die deutschen Behörden ebenfalls, hunderte Russlanddeutsche demonstrieren beispielsweise vor dem Kanzleramt gegen Flüchtlinge und für eine Aufklärung des Falls, der längst geklärt ist.

Die russische Propaganda hat in diesem Fall eine Geschichte, die im Gespräch war, aufgegriffen, über Netzwerke und Agenturen und Medien hierzulande mehrfach hin und her gespielt, verstärkt und politisch zugespitzt.

Die russische Propaganda hat die Geschichte nicht erfunden, hat sie nicht wie in der Vergangenheit lanciert, sondern gezielt nur Misstrauen gesät. Die Verunsicherung und das Misstrauen waren das Ziel. Das griff Einschätzungen, Gefühle und Sichtweisen der russlanddeutschen Gemeinde auf, die sich von den neuen Flüchtlingen ins gesellschaftliche Abseits gedrängt fühlte, die glaubte, dass ihre Angehörigen als Deutsche nicht akzeptiert und respektiert sind und dass sie von den deutschen Behörden nicht mit dem notwendigen Ernst behandelt werden. Darauf vor allem zielte Lawrows Bemerkung wider besseren Wissens. Der Bezugsrahmen für die Wahrnehmung der Welt - „Unbeachtet sein“, „Neue Flüchtlinge“, „Untätiger Staat“ - nach Elisabeth Wehlings wegweisendem Buch als Framing zu bezeichnen, dieser Bezugsrahmen ist für viele etabliert und verfestigt worden, völlig abgekoppelt vom Wahrheitsgehalt der Geschichte.

Ähnliches ließe sich an verschiedenen Beispielen der letzten Jahre durchspielen. Die militärische Intervention auf der Krim, die Destabilisierung der Ukraine, der Informationskrieg um den Abschuss eines zivilen Passagierflugzeuges über der Ostukraine, der Syrienkrieg und die Giftgasattacken, der Kampf um die Interpretation des Giftattentats in London.

Wann wird Propaganda, wann werden Fake News erfolgreich, wann gelingt es ihnen, sich im öffentlichen Bewusstsein zu verankern? Wir haben schon einige Beispiele erlebt, die trotz professionellem Aufwand gescheitert sind. Es scheint so, dass Propaganda durchaus effizient sein kann, wenn sie sich nicht übernimmt, nicht zu massiv wird, sich konzentriert und auf kleine Projekte beschränkt. Es werden kleine Steine ins Wasser geworfen. Im günstigsten Fall provozieren kleine Fake News große Diskussionen, ohne dass der Verursacher identifiziert werden kann. Und alle, die diese Fake News aufwändig und umfassend decodieren und aufklären, fördern wider Willen ihre Popularisierung und Verbreitung.

Wladimir Jakowlew, der Gründer der russischen Zeitung „Kommersant“, hat vor einiger Zeit an sein Studium in den 80er Jahren erinnert. Jakowlew, der inzwischen in Israel lebt, hat in Moskau studiert. Ein Pflichtkurs nannte sich „Kriegsjournalistik“ und wurde damals von einem KGB-Obersten gelehrt. Den Studenten wurden dort verschiedene Techniken der

Desinformation nahegebracht, die bis heute wie eine Anleitung für die Präsidenten Putin und Trump wirken.

Eine Methode nennt sich „fauler Fisch“. Dabei werden skandalhaltige Anschuldigungen gegen eine Person massiv lanciert, die den Beschuldigten rasch und immer wieder unter Rechtfertigungszwang stellen. Es werden nur Fragen gestellt, deren Sprache der Beschuldigte aber benutzen muss, um sich adäquat verteidigen zu können. Mit jeder Berührung des faulen Fisches bleibt mehr vom Geruch des Vorwurfs an der Zielperson hängen, obwohl Indizien und Beweise in der Regel fehlen (Kinderpornoring Hillary Clintons).

Methode Zwei ist die Technik der „Großen Lüge“. Es geht dabei um die Behauptung eines unglaublichen Verbrechens, dessen Bild sich traumatisch in der Erinnerung des Publikums festsetzt. Beispiele sind die Geschichten um die angebliche Kreuzigung eines Dreijährigen durch ukrainische Militärs, oder das angebliche Massaker von „Bowling Green“ durch muslimische Einwanderer und die schon erwähnte Geschichte der Säuglinge, die irakische Soldaten aus den Brutkästen in Kuwait gerissen haben sollen. Unabhängig vom Wahrheitsgehalt der Geschichten ist die Story so platzgreifend und total in ihrem Horror, dass sie sich fest im Bewusstsein der Menschen verankert und die Wahrnehmung beeinflusst.

Als Methode Drei bezeichnet Jakowlew die absolute Evidenz, die Untermauerung einer propagandistischen Botschaft durch eine behauptete oder tatsächliche Mehrheitsmeinung. Umfragen dienen der Absicherung, Suggestivargumente oder auch der Eindruck einer großen Meinungsmehrheit durch Social Bots oder eine hochmobilisierte Community in einem begrenzten Echoraum der sozialen Netzwerke, der dem Beobachter nahelegt, eine große Mehrheit seiner Mitmenschen bewerte die Botschaft so und lege ihm nahe sich dieser dominierenden Auslegung anzuschließen.

Wir sehen, Propaganda und Desinformation und Fake News sind besonders erfolgreich, wenn sie nicht den Anspruch erheben, eine Wahrheit zu konstruieren. Ihre Stärke liegt im Destruktiven, im Zersetzenden und Desorientierenden. Fake News setzen an der Wahrnehmungsweise der Menschen an, wollen keine Botschaft im umfassenden Sinne verpflanzen, aber den Glauben und das Vertrauen in die eigene politische Erfahrungswelt erschüttern. Das Ergebnis ist die hilflose Schlussfolgerung einer Öffentlichkeit, dass ein umfassender Beweis weder für die eine noch für die andere These möglich ist, es folgt die Resignation. Als Beispiele für die müde und resignierte Reaktion der Öffentlichkeit mögen die Diskussionen über die Giftgaseinsätze in Syrien oder den Anschlag von London dienen.

Doch die Einschätzungen, ob Fake News nun wirklich so handfeste Auswirkungen für politische Entscheidungen und Wahlen haben, gehen weit auseinander. Sicherheitsbehörden, staatliche Einrichtungen und auch wir Medien sehen in den Fake News-Kampagnen eine greifbare Gefahr. Gegenmaßnahmen und Gegenkampagnen werden

angedacht und geplant. Ob EU, NATO, die Bundesregierung, Printmedien oder Öffentlich-Rechtliche, alle arbeiten mit eigenen Teams oder Institutionen gegen die Angriffe der Fake News. Faktenfinder, Faktencheck, Check-Apps, Recherchedredaktion, alle Mittel der aktiven und reaktiven Öffentlichkeitsarbeit, das ganze mögliche Arsenal denkbarer Gegenmaßnahmen ist noch nicht ausgereizt. Kaum eine Nachrichtenredaktion ohne Spezialisten, die sich mit besonderer Kraft auf die Fake News stürzen, Blogs und Portale sind entstanden und werden auch gut genutzt. Die Idee dieser Gegenstrategie ist immer ähnlich und noch ganz der Aufklärung verpflichtet. Falschbehauptungen sollen offengelegt und transparent einer kritischen Überprüfung unterzogen werden. Und es gibt auch weiterhin die große Hoffnung, dass im offenen Diskurs das Falsche entlarvt und das Wahre ermittelt werden kann. Die andere Zielrichtung der Gegenstrategie besteht in der Aufdeckung von Kampagnen und ihren Verursachern und den kreativen Geistern, die diese mit allen Mitteln der Wahrnehmungspsychologie entwerfen und unters Volk bringen. Auch hier besteht die vage Hoffnung, dass die Entlarvung der Kampagneros die Wirksamkeit der Attacken dämpft und die unmittelbare Wucht nimmt.

Unsere Annäherungen haben nun vor allem eines deutlich gemacht: Fakes und Fake News wirken beunruhigend, verwirrend, provozierend. Sie stellen unsere Wahrnehmungsmethoden und Rituale vor eine ernstzunehmende Herausforderung und sie sind auf unterschiedliche Weise mal mehr, mal weniger wirksam.

Sie sind keine neuen Phänomene, sie bekommen aber durch die neue digitale Welt eine andere Dynamik und eine eigene Form. Wir können sie ignorieren, wir können versuchen, sie ins Leere laufen zu lassen, ihnen keine Plattform bieten. Was aber klar scheint, mit den alten Mustern und Methoden der Aufklärung und des bloßen Faktenchecks ist ihnen nicht immer beizukommen.

Der Wahlkampf Donald Trumps wurde von Regimentern kritischer Zeitgenossen begleitet. Ob bei Parteiveranstaltungen oder in den Duellen mit Hillary Clinton, seine großen und kleinen Lügen und Fake News wurden präzise markiert und in überschaubarer Zeit widerlegt. Ernüchternderweise mussten die Leitmedien in den USA eingestehen, dass diese Entlarvungsmethodik nicht in dem Maße wirksam war, wie sie erhofft hatten.

Dennoch bleibt die kühle Hinwendung zu den Tatsachen und Fakten ein wichtiges Werkzeug im Umgang mit den Fake News. Auch wenn die Rechercheergebnisse und Klarstellungen viele Fans und Anhänger der Demagogen nicht überzeugen, Fälschungen und Fake News, die zu lange unwidersprochen im Raum stehen, gerade in den sozialen Netzwerken, die gewissermaßen im Gefolge der großen Debatten der Zeit mitmarschieren, werden rasch im Kontext als mögliche Ergänzung mittransportiert und bestimmen so weiterhin den Erfahrungsrahmen, den Medien und Mediennutzer bewusst oder unbewusst für ihren Blick auf die Welt nutzen. Die wesentlichen amerikanischen Medien haben daher richtig gehandelt, als sie ihre große Niederlage gegen Trump eher als Aufforderung gesehen

haben, deutlich mehr in die publizistische Arbeit und die investigativen Fähigkeiten ihrer Redaktionen zu investieren. Fake News und deren vitales Leben sind für uns professionelle Medienarbeiter eine echte Herausforderung, die wir mit Routine und unserem Profil als Generalisten nicht beantworten können. Fachredaktionen, Recherche-teams, Schwerpunktbildung auf den ersten Seiten und zur besten Sendezeit, eine neue Qualitätsoffensive müssen eine wesentliche Antwort auf die Angriffe der Lügen und Fake News sein. Viele Medien, ob privat oder öffentlich-rechtlich, haben in diese Qualität investiert und diese Investition ist gut angelegtes Geld. Der Chefredakteur des New Yorker, David Remnick, gehörte zu denen, die versucht hatten, in diesem Informationskrieg des letzten amerikanischen Präsidentschaftswahlkampfes gegenzuhalten und auf den alten journalistischen Tugenden zu bestehen: Unbeirrbarkeit, Kritikfähigkeit, Unabhängigkeit, Furchtlosigkeit, Zähigkeit und der Instinkt für Fälschungen und Lügen.

Nach anstrengender Wahlkampfberichterstattung hatte er am Tag der Wahl seinen Kommentar schon geschrieben. Nach den ersten Auszählungen lief es wie vermutet, knapp aber klar für Hillary. Einige Stunden später musste er seinen Entwurf löschen und einen neuen Kommentar schreiben. Trotz alledem. Die Süddeutsche hat ihn gefragt, was seine Schlussfolgerungen aus diesem Debakel gewesen sind. Seine Antwort ist sehr amerikanisch, klar und fast rührend einfach. „Weitermachen, recherchieren, den Dingen auf den Grund gehen. Meinem Berufsstand sage ich, wenn die Kollegen sagen, sie seien resigniert und müde: Wenn ihr müde seid, dann macht ein Nickerchen, ruht euch aus und macht dann weiter. Denn Donald Trump mag vieles sein, aber müde wird der nicht, der twittert weiter und verbreitet seine Botschaften.“

Und das führt uns zur zweiten Antwort auf die Herausforderung der Fake News. Wir Leitmedien, ob Zeitung, Zeitschrift, Radio oder Fernsehen, wir werden weiterhin sehr gut genutzt, in der Gesamtreichweite sogar mehr denn je. Nein, jede Nachricht über das angebliche Ableben der Traditionsmedien wäre stark übertrieben. Aber die sozialen Netzwerke sind zu wichtigen Foren geworden. Und sie sind nicht nur Plattform für eine große globale Kommunikation, für viele, vor allem für viele junge Menschen, sind sie die wesentliche Plattform für Informationen über die Welt. Facebook, Twitter, Instagram und Co. sind große Umschlagszentren für Informationen aller Art. Wenn es einem Leitmedium gelingt, seine Angebote über den Transmissionsriemen von Google, Facebook und anderen zu verbreiten, vervielfacht sich auch das Publikum. Umgekehrt haben 60 % der an Information interessierten Amerikaner erklärt, dass sie sich in erster Linie über den Newsfeed der Netzwerke informieren. Und die Nachrichtenauswahl und Gewichtung, wir erinnern uns, auch eine Einstiegs Luke für Fake News, bestimmen anonyme Menschen, die Algorithmen einsetzen und deren Namen in keinem Impressum und unter keinem Artikel stehen. Ohne Transparenz, ohne Öffentlichkeit und ohne redaktionelle Unabhängigkeit, ohne Vier-Augen-Prinzip, ohne den Kodex eines unabhängigen, pluralistischen Journalismus.

Selten hatten Nachrichtenverbreiter global so eine große Macht, und selten war das den Nutzern so wenig bewusst.

Die Netzwerke konstruieren eine globale Gemeinde, sie ermöglichen es, mit Nachrichten, wahren und falschen, Milliarden zu erreichen, wobei sie die Daten der Nutzer möglichst professionell nutzen. Sie sind besonders effizient, wenn einem Schneeballsystem gleich die Likes eine große Resonanz und eine große Unterstützung simulieren können, eine Relevanz vortäuschend, die wir wie oben erwähnt getrost zu den Fake News zählen dürfen. Unser KGB-Oberst konnte das bei seiner Methode der Großen Geschichte nicht ahnen, aber das Prinzip bleibt gleich: die scheinbar massenhafte Zustimmung wirkt im Informationskrieg stärker als die Wahrheit.

Die Zahlen sind ja beeindruckend. 2017 waren 62,4 Mio. Deutsche online. Durchschnittlich 149 Minuten, also 2,5 Stunden pro Tag wird das Internet besucht, und 45 Minuten davon werden zur Nutzung klassischer Medien im Netz genutzt. Für die unter 30-jährigen ist dieser Anteil von Nutzung klassischer Medien im Netz noch wesentlich größer.

Bereits jetzt ist absehbar, dass das Netz die wesentliche Bezugsgröße der Kommunikation insgesamt sein wird. Zeitung, Hörfunk, TV und alle neuen Mischformen werden über das Verteilsystem des Internets verknüpft und unterstützt durch Aggregatoren wie Upday und andere, und die sozialen Netzwerke und die Suchmaschinen. Dieser Kommunikationsraum ist nicht ein neuer zusätzlicher Markt, er wird in Zukunft die Bühne für alles sein, was wir medial produzieren. Und diese neue Welt mit ihren Nischen, Echokammern und selbstbezüglichen Systemen, mit ihrer kaum zu bändigenden Sprache und ihrer fast subversiven Verbreitungsform, ist wie geschaffen für die Publikation der Fake News. Die seriösen Medien haben daher die zentrale Aufgabe, in diese neue Welt hineinzuwirken, wenn sie nicht nur ein Selbstverständigungsmittel für die gebildeten Stände und älteren Semester bleiben wollen.

Wer Fake News bekämpfen will, muss daher mit allen Möglichkeiten in die digitale Welt. Und auch hier werden die alten Marketingmethoden nicht mehr fruchten. Die Verteilung der Fake News hat eine so große Dynamik, weil ihre Produzenten gar nicht darauf warten, dass ihre Angebote nachgefragt oder abgerufen werden. Die zielgerichtete Ansprache jedes einzelnen Nutzers, das ist der Wahlkampf der Zukunft. Deshalb sind die Daten von Facebook oder der Post so wichtig. Kein gemeinsames Wahlprogramm, keine Volksreden vor großen Bevölkerungsgruppen - die zielgenaue Ansprache des Einzelnen, die Kultur des „Vorschlagens, Personalisierens, der Push Mails, der direkten, scheinbar persönlichen Ansprache“ ist das A und O der politischen Werbung. Die seriösen Leitmedien, gleich ob private Verlagsangebote oder öffentlich-rechtliche Hörfunk- und Fernsehinformation gehören daher massenhaft auf die Plattformen des Netzes. Eine Regulierung des Bereichs politischer Information wirkt in der wilden digitalen Welt naiv und hilflos. Wir werden es nicht mehr

schaffen, unser Publikum zur Tageszeitung am Frühstückstisch und zur Tagesschau um 20 Uhr zu verdonnern.

Doch zusätzlich ist eine dritte Dimension ins Auge zu fassen, wenn es um eine Antwort auf die Fake News geht, die Dimension der Bürger, der Nutzer, des Publikums.

Orson Welles und die Provokateure mit dem Spiel mit Wahrheit, Lüge, Fälschung und Original hatten ein Publikum vor Augen, das in hohem Maße aufgeklärt und gut informiert war. Bezugspunkt war ein Publikum, das eher zu sachlich, zu rational und wissenschaftshörig auf die Welt blickte, und zu wenig Phantasie besaß für das Spiel mit den zahlreichen Facetten und 1000 Möglichkeiten. Die Provokateure forderten den Machtanspruch der Fakten und Faktenverwalter heraus, mit allen Mitteln der Kunst. Doch wir haben gesehen, Fake News sind im Wesentlichen nicht der Versuch, für alle gültig eine neue Faktenwelt zu konstruieren. Die Erde bleibt eine Kugel und die Gesetze der Schwerkraft wirken, ob es den Fake News-Produzenten passt oder nicht. Fake News setzen beim Vertrauen an, das Menschen benötigen, um sich an den Lehren und Wissensangeboten der Wissenschaft, der Ingenieure, der Politiker, der Kirchen und auch der Medien orientieren zu können.

In der hochkomplexen Welt ist es kaum noch möglich, wesentliche Bereiche der Welt selbst unmittelbar zu erfahren und wahrzunehmen. Stärker denn je sind wir auf glaubwürdige Zeugen, Vermittler und Institutionen angewiesen. In der arbeitsteiligen und globalen Welt ist die komplette Selbsterfahrung der Welt nicht möglich. Die größte Gefährdung durch die Fake News ist daher die Zerstörung des Vertrauens in den öffentlichen Diskurs, gegenüber allen Teilnehmern. „Man kann ja niemandem glauben“ bedeutet „Alarmstufe Rot“ für eine Demokratie. Wenn die geduldige Annäherung an die Wahrheit resigniert oder letztlich aufgibt, dann entsteht ein Vakuum, in das autoritäre Angebote hineindrängen, die auf den ersten Blick komfortabel und schlicht Antworten geben und Werteentscheidungen und Einschätzungen abnehmen.

Aber Vertrauen lässt sich nicht verordnen, lässt sich nicht in einer allgemeingültigen Form vermitteln. Kirchen, Staat, Gewerkschaften: Jeder muss da seinen eigenen Weg gehen.

Wir Medien, wenn wir unseren Verfassungsauftrag als Gewährleister eines demokratischen Diskurses ernstnehmen, können nicht auf eine gesamtgesellschaftliche Trendwende hin zu einem neuen Vertrauen in die Institutionen warten, wir müssen an uns selbst arbeiten.

In allen großen Studien und Umfragen zeigt sich, dass das Vertrauen in die Leitmedien, ob privat oder öffentlich-rechtlich immer noch groß ist. Eine neue repräsentative Umfrage der GfK zeigt sogar, dass auch die Mehrheit der „Zweifler“ und „Politikfernen“ (das sind die neuen Kategorien der Meinungsforscher) in hohem Maße Qualitätszeitungen und öffentlich-rechtlichen Rundfunk zur Information nutzen.

Schaut man in die Details, zeigen sich allerdings große Aufgaben. Distanz und Skepsis sind auffällig stark bei den 30- bis 50-jährigen vertreten, im Gegensatz zu den Jüngeren und den Älteren. Das ist nicht nur vom Alter her die Mitte der Gesellschaft. Diese Skepsis und das Misstrauen ziehen sich durch alle Bildungs- und Einkommensschichten. In dieser Gruppe finden wir auch besonders deutlich den Vorwurf, die Medien, gleich ob Radio, TV oder Print, seien zu nahe an der Macht, an den Entscheidern in der Politik, zu nahe an den Regierungen und den mächtigen Interessengruppen. Besonders stark ist diese Perspektive in Ost- und Mitteldeutschland ausgeprägt. Um der zerstörerischen Kraft der Fake News entgegenzuwirken, reicht es aber nicht, Fakten klarzustellen oder seine Inhalte ins Netz zu stellen, die politische Vertrauenskrise ist das eigentliche Thema. Eine Gesellschaft, die mit politischem Streit umgehen kann, ist eine, die nicht zerreißt. Eine Gesellschaft, die sich auf dem Weg zu einer gemeinsamen Zukunft fühlt, die zwischen einem gemeinsamen Wertefundament und unterschiedlichen politischen Visionen unterscheiden kann. Eine Gesellschaft, in der Vertrauen und Kritikfähigkeit herrscht, die miteinander im Gespräch ist, die ist weitgehend immun gegen die Angriffe der Fake News. Erfolgreiche Fake News sind ein Symptom einer politischen Krise, nicht die Ursache.

Der Soziologe Harmut Rosa hat eine wunderbare Beschreibung einer demokratischen Perspektive geliefert:

„Demokratie bedeutet also, die Stimmen der Anderen, auch der ganz Anderen, zu hören, sich von ihnen erreichen zu lassen. Darauf dann aber auch zu antworten, so dass sich alle Beteiligten auf ein gemeinsames politisches Handeln verständigen können. Das ist seit jeher der Grundgedanke republikanischer Demokratiekonzeptionen. Und nur so entsteht nach Hannah Arendt ein politisches Gemeinwesen und überhaupt eine gemeinsame Welt.“

Vielen Dank!