

enter

Ratgeber digitale Medien

01/2021

Fake News

Die Wahrheit über die Lüge
Mit Fake News reich werden
Deepfakes und Algorithmen
Die Rolle der Medien
Fake News enttarnen

12:34



Vertrauen – Klebstoff der Gesellschaft



PERSON

Michael In Albon, Vater von zwei Söhnen (11 und 13 Jahre alt), ist Jugendmedienschutz-Beauftragter von Swisscom und freut sich auf Ihre Fragen und einen Austausch:

>> facebook.com/michaelinalbon
>> twitter.com/michaelinalbon

Das Zusammenleben von uns allen basiert auf einem grundlegenden Vertrauen. Der US-amerikanische Philosoph William James hat Anfang des letzten Jahrhunderts den Begriff der Wahrheit so definiert, dass für uns Menschen das wahr ist, was uns nützt: Wir achten nicht immer auf die Fakten, wenn wir etwas glauben, sondern nehmen das als wahr an, was in unsere Welt passt.

Was passiert, wenn uns jemand absichtlich anlügt? Heute ist es besonders einfach, online Millionen Menschen gleichzeitig hinters Licht zu führen. Gute Lügen sind nicht einfach aufzudecken. Darum ist es

wichtig, dass Kinder und Jugendliche lernen, wie sie Lügen erkennen und sich davor schützen können – das ist ein Handwerk, das sie sich aneignen müssen. Welche Motivation steht hinter einem Video? Welche Mittel nutzt ein Text, um die Wahrnehmung zu beeinflussen? Es reicht nicht, Artikel zu lesen, Videos zu schauen, Podcasts zu hören – nur wer Inhalte versteht, kann damit auch etwas anfangen.

Meine Söhne lieben kurze Clips auf YouTube, in denen Menschen vorgeben, Unmögliches erreicht zu haben, etwa mit fünf Dollar von Australien nach Kanada gereist zu sein. Natürlich stimmt das nicht, doch meine Söhne finden die Clips unterhaltsam. Wenn es um wichtigere Dinge geht als um persönliche Erfolge: was dann?

Wir vertrauen auf andere Autofahrer, die Zugführerin und die gewählten Volksvertretenden. Unwahre Inhalte, die sich rasant verbreiten, können das Zusammenleben vergiften. Wenn Fake News die Sicht auf die Welt vernebeln, gefährden sie das Fundament unserer Gesellschaft. Denn unser Zusammenleben beruht auf Vertrauen.

Herzlich

Michael In Albon
Jugendmedienschutz-Beauftragter
Swisscom AG

Inhalt

Lügen, ohne rot zu werden	04
Mit Fake News reich werden	10
Die Wahrheit über die Lüge.....	12
«Menschen suchen einfache Erklärungen und Lösungen»	16
Fake News in Zahlen	20
Täuschend echt: Deepfakes können mehr	22
Fake News enttarnen	24
Das Gehirn bastelt die Wirklichkeit	27
«Vertrauen bringt mehr als Verbote»	30
Medien formen, wie wir die Welt sehen.....	32
Algorithmen – die Schleusenwärter	36
Swisscom Corner	38
Impressum	39



Lügen, ohne rot zu werden

Fake oder Fakt? Die Frage ist nicht neu. Doch heute verbreiten sich Falschnachrichten dank sozialer Netzwerke schneller denn je. Fake News zu durchschauen, ist für viele von uns eine Herausforderung, in der sich auch eine Aufgabe für unsere Gesellschaft verbirgt.

Jeden Tag erscheinen online Millionen neuer Videos, Artikel, Blogs und Posts. Im Internet können alle Menschen gleichberechtigt Inhalte veröffentlichen, kommentieren und teilen. Doch immer mehr Nachrichten sind gefälscht und manipuliert, ob Texte, Bilder oder Videos.

Für Kinder und Jugendliche ist es eine grosse Herausforderung, den Wahrheitsgehalt von Inhalten zu beurteilen. Eltern, Lehrerinnen und Lehrer haben dabei einen wichtigen Vorteil: die Lebenserfahrung. Doch auch sie sind gefordert, immer wieder zu hinterfragen und zu erkennen, was wahr und was erfunden ist.

Seit der Corona-Pandemie haben sich die täglichen Anfragen vervielfacht, die bei den Faktencheckern des Vereins Mimikama eingehen. Wie kommt es, dass Fake News unkritisch aufgenommen und millionenfach weiterverbreitet werden?

Vielen Menschen fehlen heute die Kriterien und die Medienkompetenz, um zwischen seriösen und unseriösen Quellen zu unterscheiden und die Glaubwürdigkeit einer Nachricht zu beurteilen. Es braucht einen kritischen Blick und Strategien zur Beurteilung von Medieninhalten. Erschwert wird dies durch den technischen Fortschritt: Bilder und Videos können bereits heute nachträglich so perfekt verändert werden, dass die Bearbeitung nicht mehr erkennbar ist.

«Das Internet ist ein Werkzeug,
es liegt an den Menschen,
wie sie es nutzen.»



Es kommt auf die Absicht an

Fake News haben sich zum Alltagsbegriff entwickelt. Was verbirgt sich hinter den «gefälschten Nachrichten»? Sind ein unbeabsichtigter Fehler in einem Artikel oder eine Prognose, die sich als falsch erweist, bereits Fake News? Grundsätzlich nicht.

Fake News sind «entweder falsch oder irreführend und werden von Menschen verbreitet, die entweder eine Täuschungsabsicht verfolgen oder der Wahrheit gegenüber gleichgültig sind», so liest sich die Definition von forum-streitkultur.de. Wichtig ist nicht nur die Falschheit einer Meldung, sondern auch die Absicht dahinter.

Der Begriff Fake News hat unter dem US-Präsidenten Donald Trump eine zweite Bedeutung erhalten: Er definiert den Begriff als unliebsame Berichterstattung über ihn. Für ihn sind Fake News ein politischer Kampfbegriff, ähnlich wie der deutsche Begriff Lügenpresse.

Motiviert, Fake News zu verbreiten

Bei der Desinformation handelt es sich oft um frei erfundene Geschichten, die als Nachrichten getarnt sind. So wurde etwa im Präsidentschaftswahlkampf in den USA 2016 behauptet, dass der Papst die Kandidatur von Donald Trump unterstütze oder dass Hillary Clinton einen Kinderpornoring führe, getarnt als Pizzeria. Desinformation, Verschwörungstheorien und Fake News gehen Hand in Hand.

Die Verbreitung von Fake News geschieht aus ideologischen, politischen, persönlichen Gründen oder aus finanziellem Interesse. Mit Fake News lässt sich nämlich auch Geld verdienen. Die Beiträge werden meist auf Internetseiten veröffentlicht, die so heissen und aussehen wie seriöse Massenmedien, um über ihren fehlenden Wahrheitsgehalt hinwegzutäuschen. Durch diese Imitation wird es schwer, Fake-News-Websites zu erkennen. Erste Hinweise sind beispielsweise

INFO

Ethan Zuckerman vom Massachusetts Institute of Technology (MIT) unterscheidet drei Formen von Fake News:

1. **Nachrichten, die einem bestimmten Thema ungerechtfertigt viel Aufmerksamkeit widmen:** Wenn ein Thema wiederholt von den Medien aufgenommen wird, entsteht der Eindruck, dass es relevant ist – obwohl dies im Verhältnis zu anderen Themen nicht stimmen muss. Nicht das Thema an sich, sondern die vermeintliche Relevanz ist also «fake».
2. **Propaganda:** Als klassischer Bestandteil von Politik und Wahlkämpfen beschreibt Propaganda das Vermischen von wahren und falschen Informationen, um die andere Position zu schwächen und die eigene zu stärken.
3. **Gezielte Desinformation:** Diese Taktik ist in ihrer Reichweite und Häufigkeit neu. Sie zielt nicht darauf ab, dass etwas Falsches geglaubt wird, sondern darauf, dass Menschen nicht mehr unterscheiden können zwischen wahr und falsch, zwischen seriösen und unseriösen Quellen.

Gerüchte, Witze, Fehler und Manipulation: Was ist was?



Clickbait

Falschmeldungen, die aus finanziellem Interesse geschaltet werden. «Clickbait» heisst wörtlich übersetzt «Klickköder». Die Meldung wird in mehrere Seiten aufgeteilt, damit die Leserinnen und Leser immer weiterklicken und so möglichst viel Werbeanzeigen sehen.



Digitaler Kettenbrief

Nachricht, die weitergeleitet werden soll. Wer die Kette bricht, wird teilweise mit dramatischen Folgen bedroht, Wer mitmacht, wird belohnt – so das Versprechen.



Fake News

Falsche oder irreführende Berichterstattungen, die von Menschen mit einer Täuschungsabsicht verbreitet werden oder die der Wahrheit gegenüber gleichgültig sind.



Hoax

Jux, Scherz, der meist per SMS, WhatsApp oder E-Mail verbreitet wird. Beispiele sind digitaler Kettenbrief, urbane Legende und Zeitungsente.



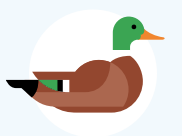
Urbane Legende

Gerüchte und moderne Schauergeschichten, die ursprünglich mündlich weitererzählt wurden und heute über soziale Medien verbreitet werden.



Verschwörungstheorie

Fakten und reine Behauptungen werden vermischt. Meist wird eine Gruppe, die vermeintlich im Verborgenen agiert, für tatsächliche Ereignisse oder Zustände verantwortlich gemacht.



Zeitungsente

Falschmeldung, die in einer Zeitung erschienen ist. Zeitungsenten können bewusst gefälscht oder durch einen Irrtum verursacht worden sein.

reisserische Überschriften und fehlende Urheber- und Quellenangaben.

Durch die Nutzung von Smartphones, sozialen Netzwerken und digitalen Nachricht portals hat sich die Verbreitung von Fake News deutlich beschleunigt. Nicht nur aktuelle politische und gesellschaftliche Debatten können dadurch befeuert werden. Festgefahrene Positionen und Vorurteile können sich weiter verfestigen. Insbesondere umstrittene politische und gesellschaftliche Ereignisse bringen viele Falschnachrichten im Netz mit sich. Beispiele dafür sind Corona-Pandemie, Klimawandel, Flüchtlingskrise oder auch Abstimmungen und Wahlen der letzten Jahre. Auch extremistische Gruppierungen verbreiten gezielt Fake News, um neue Anhänger zu rekrutieren.

Der deutsche Kommunikationswissenschaftler Wolfgang Schweiger warnt vor einer Polarisierung der Gesellschaft. Denn Filterblasen und Echo-Kammern in sozialen Netzwerken (siehe Seite 36) führen immer häufiger dazu, dass sich Internetnutzer zwar besser im Bilde fühlen, tatsächlich aber oft einseitiger informiert sind. Auch die Politik diskutiert über Rolle, Verantwortung und Eigeninteresse der sozialen Netzwerke, um Lösungen zu finden.

Das Teilen von Inhalten hat einen doppelten Effekt. Nicht nur die Website, auf der eine Fake-News-Seite veröffentlicht ist, täuscht Echtheit vor, sondern auch die Nutzerinnen und Nutzer, die den Beitrag geteilt haben, scheinen für die Korrektheit zu garantieren. Es macht einen Unterschied, ob ein unbekannter Twitterer Fake News teilt oder der Präsident der USA. Wird ein Inhalt von einer Person geteilt, die man kennt, gewinnt er an Glaubwürdigkeit.

Die Studie «Die Verbreitung von wahren und falschen Nachrichten online» des MIT aus dem Jahr 2018 zeigt:

- Falschnachrichten verbreiten sich mit einer um **70% höheren Wahrscheinlichkeit** als andere Nachrichten.
- Falschnachrichten verbreiten sich wesentlich **weiter, schneller, tiefer und breiter als die Wahrheit**. Die Auswirkungen sind am deutlichsten zu beobachten bei politischen Falschmeldungen. Sie sind weniger stark sichtbar bei Nachrichten über Terrorismus, Naturkatastrophen, Wissenschaft, urbane Legenden oder Finanzen.
- **Neuheit ist ein wichtiger Faktor**. Falschnachrichten werden als neuartiger empfunden, was vermuten lässt, dass Menschen lieber neue Nachrichten teilen.
- Roboter beschleunigen die Verbreitung von wahren und falschen Nachrichten im gleichen Tempo, was darauf hindeutet, dass eher **Menschen** und nicht Roboter **für die drastische Verbreitung von Falschmeldungen verantwortlich** sind.

Willkommen im postfaktischen Zeitalter

Die Gesellschaft der deutschen Sprache hat den Begriff «postfaktisch» zum Wort des Jahres 2016 gewählt. Damit weist sie auf eine problematische gesellschaftliche Entwicklung hin: Immer mehr Menschen glauben eher ihrem Gefühl als den Fakten. Ein Beispiel: Wem es finanziell schlecht geht und wer keine Perspektive sieht, glaubt eher, dass Flüchtlinge viel Taschengeld bekommen und in luxuriösen Unterkünften leben.

Fake News sind nicht neu

Das Phänomen Fake News ist nicht neu. Die Geschichte zeigt, dass Machthaber oder Staaten vor allem in Krisen- oder Kriegszeiten schon seit der Antike auf bewusste Falschinformation gesetzt haben. Auch in den beiden Weltkriegen wurden Nachrichten zu Zwecken der Kriegsführung gezielt manipuliert und gestreut. Dabei waren Kunstformen wie Film, Fotografie, Karikatur sowie Musik beliebte Hilfsmittel für Propaganda.

Promis der Geschichte: die Fake News der Habsburger

Dank geschickt platzierten Fake News stieg die Adelsfamilie der Habsburger aus dem heutigen Kanton Aargau zu einer der mächtigsten Dynastien Europas auf. Kaiser Karl IV. von Luxemburg schrieb 1356 in der «Goldenen Bulle» fest, dass der Kaiser des Heiligen Römischen Reichs von sieben Kurfürsten gewählt wird – unter denen sich kein Habsburger befand.

Der Habsburger Herzog Rudolph IV. liess darum eine kaiserliche Urkunde anfertigen, das «Privilegium Maius», um zu beweisen, dass seine Familie schon immer ähnliche Privilegien wie die Kurfürsten gehabt habe.

Das «Privilegium Maius» gilt als eine der geschicktesten Urkundenfälschungen des Mittelalters. Schreiber ahmten nahezu perfekt die Schrift des Frühmittelalters nach, aus der die Urkunde angeblich stammen sollte. Dann hängten sie das Siegel einer echten Urkunde an. Doch Kaiser Karl IV. schöpfte Verdacht über das plötzlich aufge-tauchte Dokument. Er liess ein Gutachten erstellen und die Fälschung wurde enttarnt. Um einen Konflikt zu vermeiden, anerkannte der Kaiser dennoch einen Teil der Forderungen. Herzog Rudolph IV. erreichte sein Ziel: Die mittelalterliche Fälschung verhalf den Habsburgern zu einem steilen Aufstieg, und sie etablierten sich als eines der wichtigsten Herrscherhäuser Europas jener Zeit. Die gefälschte Urkunde anerkannte ein anderer Herrscher ein knappes Jahrhundert später an: der Habsburger Kaiser Friedrich III.

So tickt die Schweiz heute

Das Stapferhaus Lenzburg hat 2018 die Befragung «Wahrheit und Lüge in Zeiten von Fake News» in Auftrag gegeben. Fast 10'000 Menschen haben daran teilgenommen.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Menschen in der Schweiz der Meinung sind, Fake News hätten in den Medien zugenommen. Über 80% sehen sich durch die Zunahme von Fake News in ihrer Meinungsbildung beeinträchtigt. Eine überwiegende Mehrheit ist



sogar der Ansicht, dass die Verbreitung von Unwahrheiten und falschen Nachrichten eine Gefahr für die Demokratie und den gesellschaftlichen Zusammenhalt ist – auch in der Schweiz.

Jugendliche sind skeptisch

Jugendliche in der Schweiz vertrauen zwar den klassischen Medien, besonders den öffentlich-rechtlichen, jedoch informieren sie sich zunehmend in sozialen Medien und über Suchmaschinen. Dies zeigt der JAMESfocus-Bericht 2019. Gleichzeitig schätzen die 12- bis 19-Jährigen die Glaubwürdigkeit des Internets als sehr gering ein: Rund vier von fünf Jugendlichen halten die Hälfte oder mehr von dem, was sie online lesen oder sehen, für unwahr.

Mit diesem Dilemma umzugehen, ist oft nicht leicht. Die meisten Jugendlichen tauschen sich mit Freundinnen und Freunden sowie in der Familie über das aktuelle Weltgeschehen aus und überprüfen auch den Wahrheitsgehalt einer

News-Nachricht in Gesprächen. Rund die Hälfte nutzt als seriös empfundene Medien oder verschiedene Webportale zur Überprüfung. Genauso viele verlassen sich auf das eigene Wissen und 26% auf ihr Bauchgefühl. Spezielle Fakten-Check-Tools nutzen aber lediglich 3% der befragten Jugendlichen.

Der JAMESfocus-Bericht zeigt, dass kein Weg an kritischer Mediennutzung vorbeiführt. Es ist für das menschliche Zusammenleben sehr wichtig, Fake News möglichst zielsicher zu erkennen und damit unschädlich zu machen. Damit dies gelingt, brauchen Kinder und Jugendliche Unterstützung von Eltern, Lehrerinnen und Lehrern, damit sie schon früh ein Gespür für Falschnachrichten entwickeln können. Denn nur wenn

sie medienkompetent sind, können sie sich fundiert informieren und mit hoher Sicherheit Wahres von Falschem unterscheiden.



Mit Fake News reich werden

Fake News sind auch ein Geschäftsmodell, mit dem sich viel Geld verdienen lässt. Allein mit Falschinformationen zur Corona-Pandemie haben die Betreiberinnen und Betreiber von Fake-News-Websites 2020 geschätzt rund 23 Mio. Franken Werbeeinnahmen kassiert.

In der mazedonischen Kleinstadt Veles haben Tausende an Fake News verdient – vom Informatikstudent bis zur Lehrerin. Manche von ihnen sind in der goldenen Zeit von 2015 bis 2018 sogar Millionäre geworden, vor allem durch Fake News mit politischem Inhalt.

Das Geschäftsmodell der Macherinnen und Macher von Fake News in Veles zielte auf die USA ab: Sie registrierten Websites mit eingängigen Namen, darunter inzwischen gesperrte Seiten wie *americapolitic.com*, dann kopierten sie Nachrichten und Geschichten aus dem Internet oder erfanden eigene. Wichtig war ein knackiger Titel, denn je überraschender und ungewöhnlicher die Überschrift, desto mehr Klicks. Wahrheitsgehalt? Zweitrangig.

Die Artikel wurden über möglichst viele Facebook-Profile gestreut, die sie entweder einkauften oder selbst erstellten, und dann in möglichst grossen Facebook-Gruppen in den USA geteilt. Viele Gruppenmitglieder lasen die Posts auf Facebook und besuchten die Website. Mit jedem Klick auf Werbung verdienten die Besitzerinnen und Besitzer Geld.

Google und Facebook haben inzwischen Massnahmen gegen dieses Modell ergriffen. Die goldene Zeit von Veles ist mittlerweile vorbei. Heute ist es nicht mehr möglich, eine politische Story über einen mazedonischen Server in einer amerikanischen Facebook-Gruppe zu teilen. Laut Fachleuten versuchen Websites aus Albanien, Serbien und Kosovo unterdessen, das Modell zu kopieren.

INFO

Websites, die Fake News verbreiten, verdienen Millionen mit Werbung

Der Global Disinformation Index hat 20 000 Websites untersucht, die jährlich rund 230 Millionen Franken an Werbeeinnahmen erzielen. Die Werbung stammt auch von grossen Unternehmen, die ihr Werbebudget in Vermarktungspools investieren, zu denen viele verschiedene Websites gehören. Meist bleibt unklar, welche genau. Die Unternehmen haben keinen Einblick, auf welchen Websites ihre Werbung ausgespielt wird.



Onlinewerbung, ein Riesengeschäft

Eine wichtige Rolle in der Onlinewerbung spielt der Onlinedienst Google AdSense, der Werbung auf Websites platziert. Ein Algorithmus passt die Werbung an den Inhalt der Website an: Wenn es um Gesundheit geht, werden Medikamente beworben, geht es um Haustiere, dann Katzenfutter. Es wird die Anzeige platziert, welche am meisten Umsatz verspricht – dadurch profitiert auch die Person, welche die Inhalte produziert. Bei Fake-News-Websites sind interessante Inhalte nur ein Lockmittel, das Besucherinnen und Besucher dazu veranlasst, Werbung anzusehen.

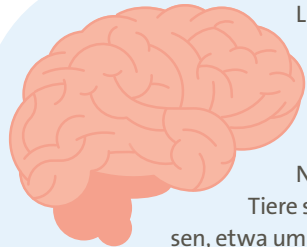
Die grossen Internetunternehmen haben sich verpflichtet, gegen Fehlinformationen durchzugreifen. Google hat etwa im Sommer 2020 ein Identifikationsprogramm eingeführt, das Werbetreibende verpflichtet, ihre Identität zu bestätigen, und will so gegen Falschmeldungen vorgehen. Die Forschergruppe des GDI glaubt allerdings, dass die Internetunternehmen noch mehr tun müssen, um die Verbreitung falscher Informationen einzudämmen.

Websites, die über das Coronavirus Verschwörungstheorien verbreiten, haben 2020 durch Google oder Amazon mindestens 23 Mio. Franken an Werbeeinnahmen kassiert. Das ergibt eine Analyse des Global Disinformation Index (GDI), einer Non-Profit-Organisation, die Internetseiten nach ihrer Transparenz bewertet. Hinter der Analyse steckt eine Forschergruppe aus Grossbritannien, die Fake-News-Websites aufdeckt und ihre Risiken bewertet.



Die Wahrheit über die Lüge

Moral hin oder her: Wir lügen alle. Manche mehr, manche weniger. Für die Entwicklung von Kindern ist es sogar notwendig, dass sie lernen, wie man lügt und Lügen erkennt. Doch die Auseinandersetzung damit, ob es Lügen braucht, wann und warum, darf nicht fehlen.



Lügen gilt als unmoralisch. Und doch lügen Menschen zwischen 2 und 80 Mal pro Tag. Die Lüge scheint ein Naturerbe zu sein: Auch Tiere sind in der Lage, zu trickesen, etwa um sich einen Futtervorteil zu verschaffen. Bei menschlichen Lügen geht es meist darum, Konflikte zu vermeiden, das eigene Gesicht zu wahren, andere aufzumuntern oder zu schützen.

Solche Lügen nennt die Wissenschaft weisse Lügen. Seltener sind schwarze Lügen, hinter denen die Absicht steckt, einer anderen Person zu schaden oder sich selbst einen Vorteil zu verschaffen.

Lügen als sozialer Schmierstoff

Weisse Lügen sind Höflichkeitsfloskeln, die auch als sozialer Schmierstoff für ein harmonisches Zusammenleben gelten. Wenn die Freundin fragt, wie ihr das grüngraue neue Kleid steht, kommt die Antwort: «Super», besser an als die in diesem Fall ehrliche: «Die Farbe lässt dich blass aussehen.» Zu den weissen Lügen zählen auch Ausreden, um sich vor einem Treffen zu drücken, oder unwahre Begründungen für eine Verspätung. Schwarze Lügen hingegen werden in betrügerischer Absicht oder aus Eigennutz ausgesprochen. Ein Beispiel: Der Autoverkäufer gibt vor, dass ein Gebrauchtwagen noch keinen Unfall hatte, obwohl das nicht stimmt.



Wenn ein Kind lügt, spricht das für ein gut entwickeltes Gehirn.

Lügen ist eine hochkomplexe Denkleistung, die das Kindergehirn in der Regel ab einem Alter von fünf Jahren leisten kann. Wenn Kinder in einer Gesellschaft aufwachsen, in der gelogen wird, dann ist es wichtig, dass sie selbst lernen, wie man lügt und Lügen erkennt. Sonst wären sie denen, die lügen, hilflos ausgeliefert.

Dennoch ist es wichtig, Kindern zu vermitteln, dass Lügen viel Schaden anrichten können. Laut Buchautor Christian Saehrendt untergraben Bluffereien letztendlich alle sozialen Beziehungen. Dabei sei Vertrauen eine wichtige Grundlage des Alltags. Niemand könne immer alles nachprüfen, was eine andere Person sagt, und niemand könne immer alles infrage stellen.

#mehrrealtätaufinstagram

Auch die Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken ist im besten Fall nur ein Auszug der Wirklichkeit. Influencer haben das Hashtag #mehrrealtätaufinstagram gegen die perfekte Scheinwelt ins Leben gerufen. Sie erinnern ihre Follower daran, nicht alles zu glauben, was in sozialen Netzwerken gezeigt wird. Von jeder perfekten, bearbeiteten und glamourösen Aufnahme gibt es mindestens ein Dutzend weniger schmeichelhafte Versionen.

Für Kinder und Jugendliche ist es besonders wichtig, zu erkennen, dass Fotofilter und Beleuchtung, Zeit und Aufwand hinter perfekten Bildern stecken – das nimmt Druck vom Thema Selbstdarstellung.

Lügnern auf die Spur kommen

Seit Langem schon sucht die Wissenschaft nach der Formel, mit der sie Lügnerinnen und Lügner überführen kann. Spanische Forschende aus Granada haben 2018 nachgewiesen, dass sich beim Lügen an Gesicht und Händen die Temperatur verändert. Eine Wärmebildkamera hat gezeigt: Wer lügt, bekommt eine kalte Nase und eine warme Stirn. Es gelang den Forschenden in rund 80% der Tests, die Lügnerinnen und Lügner zu identifizieren. Damit lag die Trefferquote rund 10% höher als bei klassischen Lügendetektortests.

Lügendetektoren (auch: Polygrafen), messen nicht, ob jemand lügt oder die Wahrheit sagt. Über verschiedene Sensoren erfassen sie aber die körperlichen Reaktionen, die willentlich nicht kontrollierbar sind, und zeichnen diese auf. Die Idee dahinter ist simpel: Menschen, die lügen, werden nervös. Das zeigt sich durch Schwitzen, erhöhten Puls, unregelmässiges oder schnelleres Atmen.



Fragespiel: Lüge oder Wahrheit?

Spielen Sie mit Ihren Kindern, Schülerinnen und Schülern ein Fragespiel. Erstellen Sie einen Fragebogen mit zehn Fragen, den sie dann kopieren oder ausdrucken und an alle verteilen, die mitspielen. So geht's: Die Teilnehmenden schreiben ihre Antworten unter die jeweiligen Fragen. Dann werden die Blätter eingesammelt und gemischt. Alle Kinder, Jugendlichen und Erwachsenen ziehen das Blatt einer anderen Person und lesen drei Antworten vor, die sie überraschen oder beeindrucken. Danach wird über die Antworten diskutiert.

1. Wie gut kannst du lügen, ohne dass es jemand merkt?
2. Gegenüber wem fällt dir Lügen besonders leicht?
3. In welchen Situationen hast du schon gelogen?
4. Woran erkennst du, dass dein/-e Freund/-in lügt?
5. Was denkst du: Lügen Kinder mehr oder weniger als Erwachsene?
6. Welche Lüge hat dich besonders verletzt? Warum?
7. Kann man sich selbst belügen?
8. Bist du im Internet schon mal einer Lüge begegnet?
9. Wie viel Wahrheit ertragen wir?
10. Eine Welt ohne Lügen – wäre das eine bessere Welt oder ein Alptraum?

Doch es gibt keine Studien, die diese Annahmen vollends bestätigen. Die American Psychological Association hält die Idee, dass man die Aufrichtigkeit eines Menschen anhand von psychophysiologischen Veränderungen feststellen kann, sogar für einen Mythos. Der Polygraf sei weniger ein Detektor von Lügen als vielmehr ein Detektor der (messbaren) Angst, beim Lügen erwischt zu werden oder zu Unrecht verdächtigt zu werden. Gleichzeitig geben Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zu bedenken, dass sich nicht jede schuldige Person von kritischen Fragen beunruhigen lässt. Wer bei den Tatfragen gelassen bleibt, gilt laut Detektor als unschuldig.

Auch die Körpersprache sendet beim Lügen Signale aus, die beobachtet werden können. Mögliche Hinweise sind etwa eine verkrampfte Haltung, schweres Schlucken, verschränkte Arme, nach rechts oben schauen, Nase oder Augen reiben, das Gesicht verdecken, starrer Augenkontakt, Vermeiden von Augenkontakt, schnelles Kopfbewegen beim Antworten.

Es ist nie nur ein Detail, das einen Lügner oder eine Lügnerin verrät, es kommt auf den Gesamteindruck an. Auch die Sprache spielt eine wichtige Rolle. Wenn sich eine Person häufig verspricht, Worte oft wiederholt, plötzlich in einer höheren Tonlage redet oder lange, komplizierte Antworten gibt, können das Hinweise darauf sein, dass sie nicht die Wahrheit sagt.

Verbale und nonverbale Hinweise, wie Sie der Lüge auf die Schliche kommen

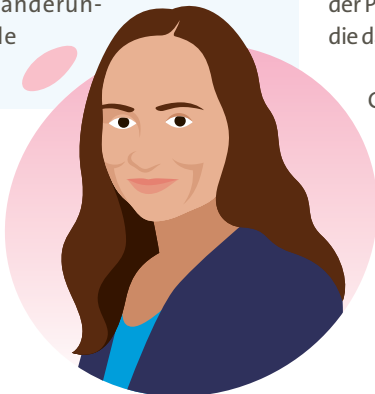
Nonverbale Hinweise	Verbale Hinweise
Vermeiden von Augenkontakt	Häufiges Versprechen
Starrer Blick	Monotones Reden
Verengte Pupillen	Auffälliger Themenwechsel
Verdrehen der Augen	Sehr schnelle Antworten
Erröten	Zu langsame Antworten
Unechtes Lächeln	Phrasen und Widersprüche
Den Mund verdecken	Häufige Verneinungen
Auffälliges Schwitzen	Sprachliche Unterbrechungen
Intensive Atmung	Lange Einführungen
Schlucken	Spontane Erleichterung
...	...

«Menschen suchen einfache Erklärungen und Lösungen»

Menschen glauben eher Informationen, die ihr Weltbild bestätigen – auch, wenn sie falsch sind. Die Kommunikationswissenschaftlerin Edda Humprecht forscht zur Verbreitung von Fake News und weiss, warum die Schweiz widerstandsfähiger ist als andere Länder.

PERSON

Dr. Edda Humprecht forscht am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich zu politischer Kommunikation, digitalem Journalismus und Ländervergleich. Seit 2016 widmet sie sich verstärkt dem Thema Falschinformationen und leitet seit 2019 ein internationales Forschungsprojekt, das untersucht, warum und wie sich Fake News in den sozialen Medien verbreiten und welche Länderunterschiede es gibt.



Frau Humprecht, warum gehen so viele Menschen Fake News auf den Leim?

Soziale Medien sind auf Unterhaltung ausgelegt, nicht auf Nachrichtenkonsum. Nutzerinnen und Nutzer wollen abschalten, sich inspirieren lassen und sich mit Freunden verbinden. Da sie entspannt sind, reagieren sie eher auf Emotionen, denken weniger lang nach und teilen Inhalte schneller. Hinzu kommt, dass Falschinformationen meistens gut aufbereitet sind: auffällige Bilder und einfache Botschaften statt komplexer Inhalte. Das kommt vielen Menschen entgegen. Gerade wenn die Unsicherheit hoch ist, wie in der Pandemie, suchen wir nach Erklärungen, die das komplexe Umfeld vereinfachen.

Genau das tun Falschinformationen: Sie teilen die Welt in Schwarz oder Weiss, Gut oder Böse ein. Das entspricht allerdings selten der Wirklichkeit.

Sie forschen, wie sich Fake News in unterschiedlichen Ländern verbreiten. Wie sieht es in der Schweiz aus?

Während des Lockdowns 2020 habe ich mit Kolleginnen und Kollegen in sechs Ländern mehr als 7000 Personen befragt, ob sie Social-Media-Posts mit Falschinformationen liken, teilen oder kommentieren würden und wenn ja, warum. In der Schweiz war die Bereitschaft mit 10 bis 11%, am tiefsten, in den USA mit 25 bis 27% deutlich höher. Beides sind hohe Werte, wenn man bedenkt, wie real und heftig die verwendeten Beispiele waren. In einem Beitrag wurde behauptet, das Coronavirus sei eine Biowaffe, die in einem chinesischen Labor gezüchtet wurde, um Volkswirtschaften zu schaden. In der Schweiz wird aber generell nicht so viel geteilt und verbreitet wie in den USA.

Woran liegt das?

Ausschlaggebend sind politisches Umfeld, Polarisierung der Gesellschaft, Rolle der Medien und Grösse der Wirtschaft. Wie gespalten ist eine Gesellschaft? Je weiter sich die Pole voneinander entfernen, desto einfacher ist es, Fake News zu verbreiten. Wie gross ist das Vertrauen in die Medien? Gibt es starke öffentliche Medien, welche Fakten checken und vertrauenswürdige Informationen verbreiten? Wenn das der Fall ist, wissen Menschen in der Regel mehr über aktuelle Debatten und begegnen Fake News mit mehr Skepsis. Wie gross ist der Markt? Je grösser, desto lukrativer – Fake News werden oft produziert, um Geld zu verdienen.

Kommen Fakten gegen Fake News an?

Menschen neigen dazu, eher Informationen zu glauben, die ihr Weltbild und ihre Werte bestätigen – auch wenn sie falsch sind. Die Psychologie nennt dieses Phänomen Confirmation Bias oder Bestätigungsfehler. Bei polarisierenden Themen wie Wahlen oder Abstimmungen lässt sich dies häufig beobachten, weil die meisten dann starke und starre Meinungen haben. Sie stehen auf der einen oder der anderen Seite. Es geht nicht einmal unbedingt darum, ob eine Nachricht wahr ist, sondern darum, in den sozialen Netzwerken zu zeigen, dass es Artikel gibt, welche die eigene Meinung bestätigen oder auch einfach die eigene Überzeugung teilen.

«Die technologische Entwicklung fällt in eine Zeit zunehmender gesellschaftlicher Polarisierung. Beides verstärkt sich gegenseitig.»



Das eigene Weltbild schlägt also die Fakten?

Wer konservativ ist, lehnt die Berichterstattung von linksliberalen Medien ab und umgekehrt. Wenn die abgelehnten Medien Fakten prüfen und das Ergebnis veröffentlichen, wird ihnen kein Glaube geschenkt. Je polarisierter eine Gesellschaft ist, desto stärker lässt sich dieses Phänomen beobachten. In der Schweiz ist das Vertrauen in die Medien gross und die Polarisierung ist gering, darum ist der Faktencheck relevant und hilfreich.

Es war schon immer eine wichtige Aufgabe der Medien, Fakten zu prüfen. Die Qualität eines Mediums zeichnet sich unter anderem dadurch aus, wie seriös Fakten geprüft werden. Heute gibt es mehr denn je zu prüfen, denn die Quellen im Internet sind oft nicht ersichtlich und neue Entwicklungen

wie Deepfakes verbreiten sich immer weiter. (Mehr zur Rolle der Medien lesen Sie in Kapitel «Medien formen, wie wir die Welt sehen» auf Seite 32.)

Was können wir tun, wenn Menschen in unserem Umfeld Falschinformationen verbreiten?

Nicht direkt widersprechen, sondern zuhören und vorsichtig in den Dialog gehen. Oft stecken Ängste und Verunsicherung dahinter. Viele Menschen sind in der zunehmend komplexen Welt und aktuell durch die Pandemie verunsichert und suchen nach einfachen Erklärungen und Lösungen.

Klimademo oder Street Parade?

Das Bild der Müllberge am Bahnhof Stadelhofen hat sich schnell und weit verbreitet – es ist viral gegangen. Der Social-Media-Beitrag setzt es in Zusammenhang mit einer Klimademo. Dabei stimmt das nicht: Das Bild wurde 2016 nach der Street Parade aufgenommen. Das Bild ist echt, doch der Zusammenhang wurde gefälscht. Der Faktencheck hat die Wahrheit ans Licht gebracht. In der Folge wurde der Beitrag nicht mehr geteilt und die Lage hat sich schnell beruhigt. In den USA wäre das sehr wahrscheinlich anders gelaufen: In polarisierten Gesellschaften verbreiten sich Fake News auch dann weiter, wenn sie schon längst widerlegt sind. Es geht nicht um die Wahrheit, sondern um Werte und Ideologien.



So sah es nach der Klimademo aus. Ich bin stolz auf die Jugend, denn sie wissen, um was es geht.

178 391 Kommentare 2.428 geteilte Inhalte

Welche Gefahren gehen von Fake News aus?

Seit Menschen in den sozialen Medien Inhalte teilen, hat die Verbreitung von Falschnachrichten zugenommen, ob über Facebook, Instagram, Twitter oder WhatsApp. In der Pandemie sind sogar noch mehr Falschnachrichten im Umlauf gewesen. Für Demokratien ist es problematisch, wenn die Bevölkerung glaubt, dass es Manipulationsversuche gibt, das zeigen etwa die beiden letzten US-amerikanischen Wahlen und auch das Brexit-Referendum.

Kann man Fake News verbieten?

Gefälschte Nachrichtenartikel kommen selten vor. Öfter begegnet man Falschinformationen in der Kommunikation von politischen Akteuren oder Alternativmedien. Häufig werden bestimmte Details weggelassen. Das ist eine rechtliche Grauzone, denn man kann niemandem verbieten, zu lügen, sondern nur ans Verantwortungsbewusstsein appellieren und auf die kritische Mediennutzung hinweisen. Doch das ist ein Drahtseilakt, denn als Gesellschaft wollen wir nicht an den Punkt kommen, wo niemand mehr etwas glaubt und alle nur noch zynisch sind.

«Welche Absichten hat ein Absender? Was will er erreichen? Wie kann ich damit umgehen? Diese Fragen sind grundlegend.»

TIPPS

Fünf Tipps von Edda Humprecht für Eltern, Lehrerinnen und Lehrer

1. Mit der Mediennutzung muss auch die Förderung der Medienkompetenz beginnen.
2. Es ist wichtig, dass Kinder und Jugendliche überhaupt wissen, dass es Falschinformation und Manipulation gibt und wie sie diese erkennen können.
3. Sprechen Sie mit Kindern und Jugendlichen über Medieninhalte. Sobald soziale Medien ein Thema werden, ist es besonders wichtig, sie zu begleiten.
4. Sagen Sie Kindern und Jugendlichen, dass es kein Tabu und keine peinlichen Fragen gibt. Wer unsicher ist, ob ein Inhalt wahr oder unwahr ist, sollte sich trauen, bei einer erwachsenen Vertrauensperson nachzufragen.
5. Die SRF Kinder-News sind ein gutes Beispiel, wie Nachrichten funktionieren. Schauen Sie gemeinsam rein auf [srf.ch](https://www.srf.ch/kinder)

Fake News in Zahlen

Rund **80%**

der Jugendlichen glauben, dass nur etwa die Hälfte oder weniger der Informationen im Internet glaubwürdig ist.

JAMESfocus 2019



SRF

hat ein internes Faktencheck-Netzwerk, das sich aus 15 Superusern zusammensetzt, die spezifisch geschult werden.



48%

der 12- bis 19-Jährigen stützen sich auf ihr Wissen, um mögliche Fake News zu erkennen.

JAMESfocus 2019

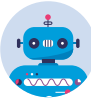
👍👎 98 Mio.



48 Mio.

Twitter-Konten sind Bots, also nicht von Menschen gesteuert. Das ist fast jeder siebte Account.

Studie University of Southern California und Indiana University 2017



44%

der Menschen in der Schweiz vertrauen den Nachrichten in den Medien.

Reuters Digital News Report



Подделка

Um die Verbreitung von Fake News auf den eigenen Plattformen zu bekämpfen, arbeitet Facebook weltweit bereits mit mehr als 60 unabhängigen, externen Faktenprüfern zusammen, die über

50 Sprachen abdecken.

Contraffatto

偽造

FOLGEN

Mit **95%**

folgen praktisch alle Jugendlichen in der Schweiz mindestens einem Influencer.

Media Use Index (MUI) 2020

Contrefaire



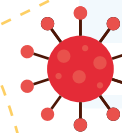
51%

der Schweizer Jugendlichen nutzen soziale Netzwerke täglich als Infoquelle.

JAMES-Studie 2020

Eine **Datenanalyse**

der Faktenchecker von Correctiv hat ergeben, dass fragwürdige Informationen rund um COVID-19 vor allem auf YouTube zu finden sind und die Verbreitung über WhatsApp stattfindet.



83%



der Menschen in der Schweiz sehen in Unwahrheiten und falschen Nachrichten eine Gefahr für die Demokratie und den gesellschaftlichen Zusammenhalt.

Onlinebefragung Stäpferhaus Lenzburg 2018

In den sozialen Medien liegt die Weiterverbreitungsrate von falschen Nachrichten

um 70% höher

TEILEN

als diejenige von korrekten Nachrichten. Im Fachmagazin «Science» publizierte Studie des MIT



Täuschend echt: Deepfakes können mehr

Eine Person verwandelt sich unmerkbar in eine andere. Was wie Science-Fiction klingt, ist längst schon möglich – dank Deepfakes. Hinter dem Begriff verbergen sich mithilfe von künstlicher Intelligenz manipulierte Videos, Fotos oder Audioaufnahmen.

Haben Sie schon das Video gesehen, in dem Barack Obama Donald Trump beschimpft? Der Auftritt wirkt täuschend echt und wer nicht genau hinschaut, glaubt glatt, dass da Obama spricht. Dabei ist das Video eines der bekanntesten Deepfakes – der Schauspieler und Regisseur Jordan Peele hat seine eigene Mimik mithilfe der Deepfake-Technologie auf die Gesichtszüge von Obama übertragen und ihm auch die Stimme geliehen.

*«Wir treten in eine Zeit ein,
in der unsere Feinde jeden
dazu bringen können,
einfach alles zu sagen.
Jederzeit.»*

Die wahre Warnung des falschen Barack Obama

Dass Menschen Bilder bearbeiten, ist nichts Neues. Aber heute ist es für fast jeden möglich, Fälschungen zu erstellen und an ein Massenpublikum weiterzugeben.

Neue Dimension von Fake News

Deepfakes sind realistisch wirkende Video-, Audio- oder Bildfälschungen, die mithilfe von Deep Learning entstanden sind – also mit maschinellem Lernen, das auf grossen Datenmengen und künstlichen neuronalen Netzen basiert. Deepfakes funktionieren besonders gut bei Personen, die in der Öffentlichkeit stehen und von denen es viele Bild- und Videoaufzeichnungen gibt. Mit Gratis-Apps können auch Laien die Gesichter von Personen manipulieren, doch täuschend echte Deepfake-Videos gelingen erst mit Apps, die etwas kosten. Als Erstes wird die App mit möglichst viel Bild- und Videomaterial von zwei Personen gefüttert. Die Software analysiert dann sämtliche Gesichtsausdrücke und lernt dank künstlicher Intelligenz selbstständig, diese auf andere Videos zu übertragen.

Klar, dass sich die Film- und Computerspielbranche für die Technologie hinter Deepfakes interessiert – diese würde die Nachproduktion stark vereinfachen und Spielfiguren im Game noch echter wirken lassen. Auch digitale Modeunternehmen

experimentieren damit, etwa um ihre Kleider von künstlich erzeugten Models präsentieren zu lassen. Was einmal mehr zeigt: Technologie selbst ist weder gut noch böse. Erst ihr konkreter Einsatz birgt Potenziale und Risiken für Menschen und Gesellschaft.

Deepfakes erkennen

Momentan ist es noch relativ einfach, Deepfakes zu erkennen. Doch Deepfakes werden immer besser, denn die Technologie hat sich schon weit schneller entwickelt als von vielen erwartet – und ihr Potenzial ist enorm. Wie werden wir in Zukunft Deepfakes von

echten Videos unterscheiden? Es gibt zwar Computerprogramme, die Deepfakes entlarven können, doch sie allein sind nicht die Lösung, denn Programme werden der Entwicklung immer nachhinken. Es ist für uns alle wichtig, die eigene Wahrnehmung zu schulen und Videos aufmerksam und kritisch anzuschauen. In Zukunft noch mehr.

Schauen Sie zusammen mit Ihrem Kind oder Ihrer Schulklasse ein Deepfake-Video an, um ein Gefühl für Deepfakes zu entwickeln. Sprechen Sie darüber, woran die Fälschung erkennbar ist.

PROBIEREN SIE ES AUS

1. Der **Quellencheck** steht an erster Stelle: Ist die Quelle vertrauenswürdig? Lässt sich der Inhalt mit einer zweiten Quelle überprüfen?
2. **Auf die Kleinigkeiten kommt es an:** Sind die Augenbrauen richtig geformt? Fehlen da nicht Sommersprossen? Sind Haare oder Ohren seltsam geformt? Auch verschiedene Hauttöne und Schimmer oder ein ungewöhnlicher Hintergrund können Hinweise geben.
3. Es ist meist sehr aufwendig, **Beleuchtung und Lichteinfall** zu korrigieren. Und unser Auge erkennt gut, wenn sich Schatten unnatürlich abzeichnen.
4. Wenn die Person im Video gar nicht oder zu oft blinzelt, ist das verdächtig.
5. Achten Sie auf die **Ränder von Gesichtern**, denn es ist schwierig, die Grössen der Gesichter aneinander anzugleichen – dieser Bereich kann bei Deepfakes unscharf sein.
6. **Unterschiede in der Qualität** zwischen Gesicht und restlichem Video sind verdächtig. Denn Deepfakes haben oft eine höhere Auflösung als der restliche Videoausschnitt.
7. Fakes erkennt man auch an schlechter Lippensynchronisation und an einer **unecht klingenden Stimme**, denn diese ist besonders schwer zu fälschen.
8. **Was sagt der gesunde Menschenverstand?** Am wichtigsten ist es, kurz innezuhalten und keinem Video blind zu vertrauen. Hilfreich können etwa diese Fragen sein: Würde diese Person so etwas tatsächlich sagen? Warum? Was für Interessen stecken dahinter? Passt das Video zum Bild, das ich sonst von ihr oder ihm habe?

Fake News enttarnen



Maurice ist 14, lebt in Lausanne und hat die Nase voll davon, nicht zu wissen, was er im Internet glauben kann und was nicht. In der Schule hat er mit seiner Klasse sechs Schritte erarbeitet, wie man Fake News erkennen kann, und gibt seine Tipps im enter weiter.

Es ist eine Sache, zu durchschauen, ob Influencer oder Schulkollegen auf Instagram oder TikTok mal wieder prahlen. Ich finde das zwar nervig, weiss aber auch, dass ihr Leben in Wirklichkeit nicht so perfekt ist, wie es scheint. Es ist eine ganz andere Sache, zu durchschauen, ob jemand einen Text einfach so erfindet oder ein Bild oder Video fälscht.

Ich habe zwei Videos gesehen, die mich zum Nachdenken gebracht haben: In einem wird eine Snowboarderin von einem Bären gejagt, im anderen kämpft ein Klippenpringer mit einem Hai. Die Videos wurden millionenfach angeklickt und wirken voll echt, sind aber fake. Australische Filme-

macher wollten damit zeigen, wie schnell sich Videos verbreiten, Okay, ich fand sie auch witzig. Aber gefakte Videos und Bilder werden auch eingesetzt, um gegen andere zu hetzen und Meinungen zu manipulieren, zum Beispiel wenn es um den Klimawandel oder um Flüchtlinge geht, wenn politische oder wirtschaftliche Interessen dahinterstecken. Es kommt immer wieder vor, dass wegen Fake News im Internet Gewalt oder Hetze im Real Life passieren.

In unserer Klasse haben wir mit unserem Lehrer erarbeitet, wie wir Fake News enttarnen können. Diese sechs Schritte gebe ich dir heute weiter, da sie für unsere Generation wirklich wichtig sind.

Meine sechs Schritte für dich – am besten machst du gleich mit

1. Krass!!! Der Titel alleine ist schon meeega reisserisch – und alle fallen drauf rein!!!!

Wenn eine Überschrift überraschend klingt und viele Ausrufe- und Fragezeichen mit extremen Bildern kombiniert, kann das auf Fake News hinweisen. Eine auffällige Verpackung soll Leserinnen und Leser anlocken. Der Inhalt rückt so in den Hintergrund. Passen die Überschrift und der Inhalt eines Beitrags zusammen? Oder ist die Überschrift so übertrieben, dass sie mit den Facts im Beitrag gar nicht übereinstimmt? Dann: Finger weg!

2. Frag die Suchmaschine

Die meisten Fake News findest du in Social Media. Wenn du unsicher bist, ob etwas stimmt, kopiere einen Schlüsselsatz in die Suchmaschine. Findest du in den Suchergebnissen andere, vertrauenswürdige Seiten oder Medien, die ganz genauso über das Thema berichten, wie du es gelesen hast? Wenn nicht, fang an zu zweifeln. Filter die Ergebnisse nach gegensätzlichen Aussagen. Vielleicht findest du Hintergrundinfos, die dir zu einem Gesamtbild verhelfen.

Manchmal stösst du auch direkt auf einen Faktencheck zum Thema, etwa im Faktenfinder von tagesschau.de, über das Recherchekollektiv Correctiv oder Spezialseiten wie mimikama.at oder hoaxmap.org. Check diese Websites bei Gelegenheit mal, sie sind voll spannend.

3. Prüf die Quellen

Angenommen, du hast ein YouTube-Video gesehen, an dessen Aussage du zweifelst. Schau nach, wem der YouTube-Kanal gehört, was für Videos der Kanal sonst noch verbreitet, wie lange es ihn gibt und wie viele Abonnenten er hat. Auf Instagram oder Facebook kannst du dir das Profil anschauen, über das die News verbreitet werden. Wie viele Follower hat die Person, was für ein Profilbild, was für einen Beruf? Nennt sie ihren vollen Namen?

Sei vorsichtig, wenn das Profil nur wenige Follower hat und neu ist. Vielleicht gehört es gar keinem echten Menschen, sondern ist ein Social Bot – ein Roboter-Computerprogramm, das selbstständig News verfasst und weiterleitet. Wenn News auf Websites verlinken, schau nach, ob es dort ein Impressum gibt, das über die Autoren Auskunft gibt. Einer Seite ohne Impressum solltest du nicht vertrauen.

4. Finde den Kern

Oft sind erfundene oder verfälschte News in einem extralockeren Ton verfasst. Versuch mal, die News auf ihren Kern zu reduzieren: Wer berichtet von wo, wann ist etwas angeblich passiert und was genau war das? Bei den meisten Falschnachrichten bleibt das unklar oder unscharf und lässt sich nicht oder nur mit ganz viel Aufwand prüfen. Wenn von einem französischen Arzt in der Millionenstadt Schanghai die Rede ist, hast du keine Möglichkeit, den Mann ausfindig zu machen. Und wenn die Sache echt ist, steht wohl auch der richtige Name im Artikel.



5. Check die Facts

Prüfe, ob die Text-, Bild-, Video- oder Audiodatei ein Erstelldatum hat. Check, ob genannte Zahlen und Facts überhaupt aktuell und plausibel sind. Dabei hilft dir die Suchmaschine. Passt das Foto zum Inhalt? Wurde das Foto tatsächlich am angegebenen Ort gemacht? Werbetafeln, Verkehrsschilder und Autokennzeichen geben vielleicht Hinweise.

6. Check Bilder und Videos

Die Rückwärtsbildersuche kann helfen, herauszufinden, woher ein Bild wirklich kommt: images.google.com. Videos zeigen mehr, als du auf den ersten Blick erkennst. Wenn du ein Video Bild für Bild anschaust, kannst du auch scheinbar unwichtige Nebensachen sehen, die dir helfen können, Aufnahmeort oder Zeitpunkt zu bestimmen.

So geht's

Auf YouTube spielst du das Video bis zur kritischen Stelle ab, dann drückst du die Leertaste, um das Video zu pausieren. Wenn du dann die Komma-Taste «,» drückst, spulst du ein Bild vor, bei der Punkt-Taste «.» ein Bild zurück. So kannst du genau zu dem Standbild springen, das dich interessiert.

Als wir die sechs Schritte erarbeitet haben, ist uns aufgefallen, dass es nicht immer klare Antworten auf alle Fragen gibt. Aber es entsteht ein Eindruck, ob etwas sicher wahr ist oder vielleicht gefälscht sein könnte. Wenn es Zweifel gibt, dann verzichte darauf, den Beitrag oder Link zu teilen und sag dem Absender ruhig auch, dass du Zweifel hast, ob die News wahr sind.

Das ist mir noch wichtig: Frag dich immer, welche Absicht hinter den News steckt. Falschnachrichten sollen häufig Negatives verstärken, Angst und Panik machen. Überleg dir, bevor du eine Nachricht weiterleitest oder empfiehlst, was das anderen bringen würde.

Dieses Quiz finde ich super:
>> swrfakefinder.de



Das Gehirn bastelt die Wirklichkeit

Unser Gehirn verarbeitet Unmengen an Informationen und regelt komplexe Körpervorgänge. Doch es präsentiert uns die Welt nicht so, wie sie wirklich ist. Wie wir die Welt wahrnehmen, beruht zum grossen Teil auf Spekulationen des Gehirns.

Das menschliche Gehirn wiegt etwa 2% des Körpergewichts und braucht 20% des Sauerstoffs, der sich im Blut befindet. Diese Zahl steigt, wenn es Probleme zu lösen gilt. Damit ist das Gehirn der grösste Energieverbraucher im Körper. Hier laufen die Wahrnehmungen zusammen, werden fast alle Funktionen des Körpers überwacht und koordiniert. Die zahlreichen Informationen, die unablässig auf uns einströmen, werden hier verarbeitet, bewertet, mit vorhandenem Wissen verknüpft, ins Gedächtnis gespeichert, wieder gelöscht. Denken, Fühlen und Handeln finden im Gehirn statt.

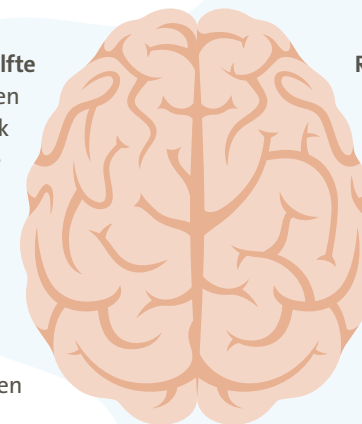
Wie das Wissen in den Kopf kommt

Rund 100 Milliarden Nervenzellen im Gehirn tauschen unentwegt Signale aus und setzen das Bild unserer Wahrnehmung zusammen. Die Nervenzellen bilden ein sich dauernd veränderndes Netzwerk und speichern das Wissen, das wir uns im Laufe des Lebens aneignen. Mit jeder neu gelernten Englischvokabel, Grammatikregel und Rechenart optimieren wir dieses Netzwerk. Beim Lernen werden neue Verbindungen geknüpft. Das regelmässige Üben gleicht einem Krafttraining: Wie sich die Muskeln

Die Funktionen der beiden Gehirnhälften

Linke Gehirnhälfte
Sprache – Lesen – Rechnen
Ratio – Logik
Regeln/Gesetze
Konzentration auf einen Punkt

Analyse – Detail
Wissenschaft
Schritt für Schritt
Einzelheiten
Zeitempfinden



Rechte Gehirnhälfte
Körpersprache – Bildersprache
Intuition – Gefühl
Kreativität – Spontaneität
Sprunghaftigkeit
Neugier – Spielen – Risiko
Synthese – Überblick
Kunst – Tanz – Musik ...
Ganzheitlich
Zusammenhänge
Raumempfinden

im Fitnessstudio stärken lassen, trainiert das Lernen unser Gehirn. Die Hirnleistung nimmt zu und das Gedächtnis verbessert sich.



«Wir können überhaupt nicht denken, ohne unsere fünf Sinne zu gebrauchen», hat Albert Einstein gesagt.

Über die Sinnesorgane nehmen wir neue Eindrücke auf. Was wir gerade sehen, tasten, riechen und schmecken, ist Anlass für unser Gehirn, Erfahrungen aus dem Gedächtnis abzurufen. Es präsentiert uns die Welt nicht so, wie sie ist.

«Wie wir die Welt um uns herum wahrnehmen, beruht zum grossen Teil auf Spekulationen des Gehirns.»

Unser Denkorgan setzt das Bild unserer Welt, unserer Wirklichkeit, selbst zusammen. Meist liegt es dabei richtig – aber eben nicht immer. Manchmal blendet es sogar offensichtliche Informationen aus.

[»» Lesen Sie mehr zur Rolle des Gehirns in der Ausgabe «enter – Kopfstark»: swisscom.ch/enter](http://www.swisscom.ch/enter)

Das Gehirn denkt in Schubladen

Über 80% unseres Tuns erledigen wir automatisch, ohne bewusst darüber nachzu-

denken. Das Gehirn strebt danach, alles in Routine zu verwandeln, denn Denken ist aufwändig. Routinen helfen dem Gehirn, Energie zu sparen und Risiken zu verringern. Neurobiologisch ist das sinnvoll und sogar überlebenswichtig. Manchmal ist es aber auch ungünstig, etwa wenn wir eine schlechte Gewohnheit haben oder wenn es um komplexe Zusammenhänge geht.

Das Gehirn blendet störende Information aus, um uns zu schützen oder um uns das Leben zu erleichtern. Doch in Zeiten, in denen eine Informationsflut permanent auf uns einströmt, kann diese Reaktion hinderlich sein. Denn so sehen wir nicht die realen Fakten, sondern kürzen Denkwege ab und tappen immer wieder in Fallen.

Emotionen beeinflussen das Urteil

Neue Studien von Wissenschaftlerinnen der Humboldt-Universität Berlin zeigen: Nachrichten, die Gefühle wie Begeisterung oder Empörung auslösen, haben Einfluss darauf, welche Informationen wir wahrnehmen. Schlagzeilen mit emotionalen Inhalten beeinflussen unsere Urteile über Personen selbst dann, wenn wir die Quelle für wenig vertrauenswürdig halten. Vorbehalte gegenüber der Verlässlichkeit einer Quelle bleiben wirkungslos, wenn Emotionen im Spiel sind.

Dem Gehirn beibringen, komplexe Zusammenhänge zu verstehen

Empfängt das Gehirn neue Informationen, bewertet es sie und legt neue Wege an, um sie an den Ort zu leiten, an dem sie gespeichert werden. Je öfter wir mit einer Nachricht oder Meinung in Kontakt sind und desto stärker sie sich mit unseren Überzeugungen deckt, desto breiter wird der Weg.

Wenn wir dann neue Informationen erhalten, die dem widersprechen, was wir bereits wissen, kann das wie eine Strassenblockade wirken. Die neuen Informationen werden dann gar nicht erst verarbeitet. Für das Gehirn ist es aufwendig, neue komplexe Informationen zu verarbeiten, da jedes Mal ein neuer Weg angelegt werden muss.

Hinzu kommt, dass komplexe Zusammenhänge schwerer verarbeitet werden können, etwa dass die globale Erwärmung stattfindet, obwohl es im Winter kalt ist. Die Bedrohung durch den Klimawandel bleibt für viele unverständlich und die Zusammenhänge schwer nachvollziehbar. **Die gute Nachricht: Wir können dem Gehirn beibringen, dass Umstände wie der Klimawandel komplex und manchmal nicht offensichtlich sind.** So lernt das Gehirn, zukünftig nach Zusammenhängen zu suchen, wenn diese nicht auf den ersten Blick ersichtlich sind. «Das Gehirn hat Vorurteile,

damit wir in Extremsituationen schnell reagieren können. Wir müssen aber wissen, wie wir damit umgehen können», so Lerncoach Andrey Stoycheff.

Neurobiologe Prof. Gerald Hüther formuliert es so: «Unsere inneren Haltungen entstehen durch die Erfahrungen, die wir im Laufe des Lebens machen. Und bei jeder Erfahrung werden im Hirn zwei Netzwerke gleichzeitig aktiviert: ein kognitives und ein emotionales. Diese beiden Netzwerke verkoppeln sich, und wenn ein Mensch immer wieder dieselbe Erfahrung macht, verdichten sie sich, und es entsteht eine innere Haltung.» Gerald Hüther betont, dass sich die Veränderung dieser inneren Haltung nicht erzwingen lässt. Man könne Menschen nur einladen, ermutigen und inspirieren, eine andere, günstigere Erfahrung machen zu wollen.

Für das Umlernen braucht es Übung und Motivation.

TRICKS

Raus aus der Gedankenspirale

Drei Tricks, die Sie mit Ihren Kindern, Schülerinnen und Schülern üben können.

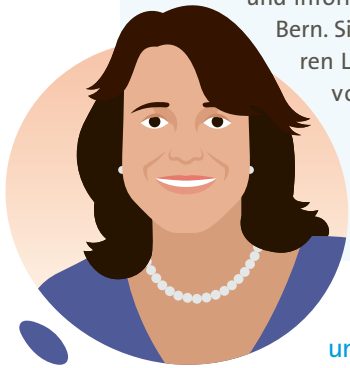
1. **Leeren Sie den Kopf:** Erinnern Sie sich, wie ein Käsefondue duftet. Während Sie versuchen, sich den Duft vorzustellen, hat Ihre linke Gehirnhälfte keine Chance. Schon nach zehn Sekunden ist Ihr Gehirn frei für einen neuen Anfang.
2. **Erhöhen Sie die Denkgeschwindigkeit,** denn sie beeinflusst das Ergebnis: Assoziationsbahnen, denen das Gehirn beim immer gleichem Denkt tempo in immer gleicher Weise folgt, werden bei höherem Tempo einfach ignoriert. Das ist etwa so, als ob Sie eine Autobahnausfahrt verpassen und dann eben an einen anderen Ort gelangen.
3. **Erklären Sie einer anderen Person Ihre Herausforderung:** Auch wenn die andere Person schweigt oder wenn Sie zu Ihrem Haustier sprechen, verstärkt der Sprechprozess die Aktivierung und die neue Gedankenführung für die Problemlösung. Deshalb führen wir oft auch Selbstgespräche.

«Vertrauen bringt mehr als Verbote»

Kinder machen ihre ersten Erfahrungen mit digitalen Medien immer früher. Medienpädagogin Antoinette Räss kennt die Stolpersteine, denen Kinder begegnen, und weiss, wie Lehrpersonen und Eltern sie aus dem Weg räumen können.

PERSON

Die Medienpädagogin Antoinette Räss unterrichtet an der Primarschule Wabern und doziert das Fach Medien und Informatik an der PH Bern. Sie ist seit 27 Jahren Lehrerin und davon überzeugt, dass online noch viel mehr möglich ist, als wir heute ahnen.



Frau Räss, Sie unterrichten Kinder zwischen vier und elf

Jahren. Wie medienkompetent sind Schülerinnen und Schüler heute?

Schon junge Kinder nutzen Tablets und Smartphones ganz selbstverständlich, schauen Videos an, gamen oder versenden Fotos. Doch sie gehen nicht automatisch kompetent mit den digitalen Medien um. Im Gegenteil. Ich finde sogar, dass sie noch viel zu lernen haben. Manche Kinder brauchen digitale Medien und kennen weder Gefahren noch Chancen.

Wie meinen Sie das?

WhatsApp ist erst ab 16 Jahren erlaubt, Facebook, Instagram und TikTok sind es ab 13 Jahren. Viele Primarschulkinder nutzen Social Media, haben aber noch nie etwas von Urheberrecht oder Eigentum von Fotos gehört und kennen die Folgen bei Missachtung nicht.

«Kinder hinterfragen nicht, was sie machen, sie kopieren ihre Eltern.»

Ist der richtige Umgang mit Medien zu Hause ein Thema?

Meistens eher nicht. Ich bezeichne die Eltern zwischen 30 und 40 auch als verlorene Mediengeneration. Sie sind zwar Digital Natives, doch hinterfragen das eigene Medienverhalten wenig. Als sie selbst Kinder waren, hat noch niemand von Medienkompetenz gesprochen.

Wie nehmen Sie Medienkompetenz im Unterricht auf?

Neu gibt es den Modullehrplan «Medien und Informatik», der schon im Kindergarten

ansetzt, was ich sehr wichtig finde. Denn Kinder machen die ersten Medienerfahrungen immer früher. Am liebsten arbeite ich mit Beispielen aus dem Alltag, welche die Kinder betreffen – das bringt am meisten.

Was raten Sie Eltern?

Für mich sind Interesse und Vertrauen wichtige Schlüssel. Ich interessiere mich dafür, was den Kindern online Spass macht. Wenn sie den Eindruck haben, dass ich als Lehrerin ihr Medienverhalten verstehe und dass sie mir vertrauen können, dann kommen sie auch mit ihren Fragen zu mir. Es passiert, dass Kinder im Internet auf heikle Inhalte stossen. Wenn ein Kind im Chat von einem Erwachsenen belästigt wird, ist es wichtig, dass es sich traut, Rat zu holen – auch wenn das Chatten vielleicht verboten war.

«Sonst steht das Kind allein da und kann mit dem Erlebten nicht umgehen.»

Sind Fake News an der Schule ein Thema?

Kettenbriefe waren und sind immer wieder im Umlauf, heute per SMS oder WhatsApp. Eine Gruppe Kinder hat sich mal einen Scherz mit einem Foto der Schulwebsite erlaubt.

Erzählen Sie!

Ein Kind hat das Bild einer Lehrerin von der Schulwebsite ausgedruckt und damit einen Aushang an der Bushaltestelle gemacht – die Lehrerin habe etwas gestohlen. Ein Scherz, doch auch ein gutes Beispiel für Fake News, das wir dann im Unterricht aufgenommen haben: Bilderklau im Internet, Unwahres behaupten, den Ruf einer anderen Person schädigen.

Bilder scheinen ein wichtiges Thema zu sein.

Auf jeden Fall. Viele Kinder und Jugendliche haben Smartphones, machen Fotos, teilen sie mit anderen auf WhatsApp und anderen Plattformen, verwenden sie weiter. Wenn wir im Unterricht über Bilder sprechen oder sie selbst bearbeiten, diskutieren wir, wie stark ein Bild veränderbar ist und wie einfach es ist, mehrere Bilder zu einem neuen Bild zusammenzufügen.

Wie soll ein Kind vorgehen, wenn es zum Beispiel ein Katzenfoto für die Hausaufgaben sucht?

- Am besten macht das Kind selbst ein Foto der Familienkatze.
- Alternativ kann es Bilder suchen, die es verwenden darf, etwa auf pixabay.com, unsplash.com, flickr.com – hier den Filter «Creative-Commons» wählen.
- Bei Google kann man nach «Bildern» suchen und unter «Suchfilter» «Creative-Commons-Lizenzen» auswählen, die meist kostenlos verwendet werden dürfen.

Sie haben als eine der ersten ein iPad-Projekt mit Ihrer Klasse durchgeführt. Wie präsent sind Tablets heute im Unterricht?

Bei uns nutzt eine Klasse im Schnitt sieben Geräte. Mir ist es wichtig, den Kindern zu zeigen, wie sie das Spielzeug Tablet auch als Arbeitsgerät nutzen können, das Spass bringt. Eine meiner Lieblingsapps heisst Book Creator – mit der App lassen sich sehr einfach multimediale E-Books gestalten. Einmal auf den Geschmack gekommen, nutzen viele Kinder die App auch in der Freizeit. Digitale Medien bieten grosse Chancen, es kommt auf den richtigen Mix an zwischen analogen und digitalen Erfahrungen.

Medien formen, wie wir die Welt sehen

Unabhängige Medien sind wichtig für die direkte Demokratie. Doch die klassischen Medien sind im Umbruch, digitale und alternative Medien werden immer beliebter.

Die besondere Rolle, die Medien für eine Demokratie spielen, wird häufig übersehen. Dabei ist die direkte Demokratie auf freie, vielfältige und unabhängige Medien angewiesen. Sie ermöglichen es uns, verschiedene Darstellungen zu vergleichen und unsere eigene Meinung zu bilden.

Das lateinische Wort *medium* bedeutet so viel wie *Vermittler*. Meist sind mit Medien die Massenmedien gemeint, die Informationen einer Vielzahl von Menschen zugänglich machen. Medien sollen eine Frühwarnfunktion übernehmen, einer Vielfalt von Themen und Menschen Raum geben, die Machthabenden kritisch thematisieren und das Geschehen einordnen.

Medien in der Bundesverfassung

Meinungsfreiheit und Pressefreiheit sind das Ergebnis eines langwierigen und konfliktreichen gesellschaftlichen Reifeprozesses.

Die Aufgaben von Radio und Fernsehen sind in der Bundesverfassung, Artikel 93, wie folgt umschrieben:

«Radio und Fernsehen tragen zur Bildung und kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung und zur Unterhaltung bei. Sie berücksichtigen die Besonderheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone. Sie stellen die Ereignisse sachgerecht dar und bringen die Vielfalt der Ansichten angemessen zum Ausdruck.»

Print- und Onlinemedien sind in Artikel 93 nicht erwähnt. Das könnte sich ändern, denn es gibt einen politischen Vorstoss, alle Medien in der Bundesverfassung zu verankern.

Vertrauen in die Medien

Insgesamt vertrauen 44% der Menschen in der Schweiz den Nachrichten in den Medien – zu diesem Ergebnis kommt der Reuters Digital News Report 2020. Der Wert ist im Vergleich zum Vorjahr um zwei Prozentpunkte gefallen.

Laut Kommunikationswissenschaftlerin Edda Humprecht von der Universität Zürich sinkt das Vertrauen in Institutionen wie Regierungen oder den Rechtsstaat in vielen

Ländern – und mit ihm auch das Vertrauen in die klassischen Medien. In der Schweiz sei das Vertrauen in demokratische Institutionen allerdings relativ stabil.

«Den sozialen Medien vertrauen zwar nur knapp 20% der Menschen in der Schweiz, doch sie nutzen diese Kanäle immer öfter.»

Geleichzeitig verwenden die Menschen in der Schweiz immer weniger klassische Medien wie Radio und Fernsehen, Zeitungen und Zeitschriften. Eindrücklich ist der Rückgang der jugendlichen Leserinnen und Leser von Gratiszeitungen: 2012 haben noch 49% der 12- bis 19-jährigen Gratiszeitungen gelesen, 2020 sind es nur noch 10% (JAMES-Studie 2020).

36% der Menschen in der Schweiz konsumieren so gut wie keine klassischen News mehr; bei den 16- bis 29-jährigen sind es sogar 56% (Qualität der Medien 2019). Aus demokratischer Sicht ist das bedenklich: **Wer keine Nachrichten liest, hört oder schaut, kann kaum politisches Wissen erlangen.**

Darum sind unabhängige Medien wichtig

Die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) erfüllt auf Grundlage von Verfassung, Gesetz und Konzession einen gesellschaftlichen Auftrag und erhält dafür Geld aus den Einnahmen der Radio- und Fernsehgebühren. Sie dienen dazu, die SRG sowie lokale Radio- und regionale Fernsehprogramme in der ganzen Schweiz und in allen Landessprachen zu finanzieren.

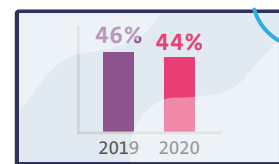
Die Schweizerinnen und Schweizer haben die Abschaffung der Gebühren 2018 abgelehnt. Die Abgabe beträgt 335 Franken pro Jahr und Haushalt und hängt nicht mehr davon ab, ob Geräte vorhanden sind, die Radio- oder Fernsehprogramme empfangen können.

- Eine vielfältige Berichterstattung in allen Landessprachen ist wichtig für die Meinungsbildung in der direkten Demokratie.
- Ohne Radio- und Fernsehgebühren wären die Medien zunehmend von privaten Geldgebern, Werbeeinnahmen und ausländischen Konzernen abhängig, was die Gefahr der politischen Einflussnahme mit sich bringt.
- Das Ende der Gebühren wäre auch das Ende des Service public – viele Sendungen könnten nicht mehr produziert werden.

Medien im Wandel

Die traditionellen Strukturen der Medien sind im Umbruch. Das Internet verändert, wie Menschen Informationen nutzen und wer sie bereitstellen kann. YouTube-Videos von selbst ernannten Experten konkurrieren online mit Traditionsmedien wie der «New York Times».

Das meist kostenlose globale Informationsangebot setzt die Schweizer Medien finanziell unter Druck. **Privatmedien finanzieren sich vor allem über Werbung.**



CHF 335.–
pro Jahr

«Es ist schwieriger geworden, einzuschätzen, welche Information richtig ist und welche falsch.»

Zeitungen verdienen zusätzlich über den Zeitungsverkauf (Print) und Abos (Print und online). Sowohl private als auch öffentliche Medien verzeichnen immer weniger Leserinnen, Zuschauer und besonders während der Pandemie auch deutlich weniger Werbekunden. **Google, Facebook und Co. schöpfen in der Schweiz inzwischen mehr Werbegelder ab als alle Medien zusammen.**

Medienunternehmen legen aus finanziellen Überlegungen Redaktionen zusammen, lösen Regionalredaktionen auf, bauen Stellen ab und suchen neue Geschäftsmodelle. Die drei grössten privaten Mediengruppen in der Schweiz sind TX Group (ehemals Tamedia), Ringier und die NZZ-Mediengruppe. Ihnen gehören nicht nur gedruckte Zeitungen und Zeitschriften, sondern auch Radiosender, Onlineportale und Events.

Ein staatliches Hilfspaket für öffentliche und private Medien ist geschnürt, in das auch Onlinemedien einbezogen sind. Die geplante Hilfe erntet auch Kritik, da private Medienhäuser 2020 noch grosszügige Dividenden an Aktionärinnen und Aktionäre ausgeschüttet haben.

Medien sind nie nur neutrale Vermittler, sondern formen die Wirklichkeit. Journalistinnen und Journalisten tragen grosse Verantwortung: Sie wählen aus, über welche Themen sie berichten, wie tief sie ins Detail gehen, welche Interviewpartner sie befragen, welche Informationen sie nicht erwähnen. Verschiedene Medien stellen Ereignisse sehr unterschiedlich dar. Denn auch politische und wirtschaftliche Überzeugungen und Interessen spielen bei der Berichterstattung eine Rolle. Eine Zeitschrift kann etwa einer politischen Partei nahestehen. Verlage sind auf gute Verkaufszahlen bedacht und richten ihre Inhalte auch nach dem Publikumsgeschmack. **Darum ist es wichtig, die Arbeit der Medien kritisch zu hinterfragen und mehrere Medien zu konsumieren, die gegensätzliche Meinungen vertreten.**

INFO

So funktioniert Recherche

Recherchieren, nach Relevanz auswählen, einordnen, kommentieren, lesergerecht kommunizieren – das ist journalistisches Arbeiten. Bei der Recherche gehen Journalistinnen und Journalisten nach zwei Methoden vor: «von aussen nach innen» und «in die Tiefe, nicht in die Breite». Die Recherche beginnt mit dem Prüfen von Informationen bei neutralen und weitgehend unbeteiligten Quellen: Zeitungs- und Zeitschriftenarchive, Datenbanken, Bücher und Bibliotheken, Sachverständige und Expertinnen, unabhängige Augenzeugen und Beobachter. Erst, wenn ein Journalist viele Informationen gesammelt hat, führt er Interviews. Nur wenn die Journalistin gut vorbereitet ist, kann sie partielle Aussagen einordnen und Vertuschungen und persönliche oder politische Einstellungen aufdecken.

SCHON GEWUSST?

Presserat fördert Selbstkontrolle der Medien

In der Schweiz wacht der Presserat als unabhängige Instanz über die Qualität des Journalismus und die journalistische Ethik. Das Gremium beurteilt und begründet, ob und warum ein journalistischer Bericht den Journalistenkodex verletzt – oder eben nicht. Publikum und Medienschaffende können beim Presserat Beschwerde einreichen, das Verfahren ist kostenlos. So wird die Selbstkontrolle gefördert, da jede Redaktion eine offizielle Rüge vermeiden möchte.

Das Bewerten von Informationen ist heute schwieriger als der Zugang zu ihnen. Online werden Quellen nur selten angegeben. Faktenchecken hat schon immer zur Aufgabe der Medien und eben auch des Publikums gehört und ist wichtiger denn je.

Die grossen Medienhäuser beschäftigen Faktencheckteams, zudem gibt es die unabhängigen Faktenchecks auf [correctiv.org](https://www.correctiv.org), [mimikama.at](https://www.mimikama.at) und weiteren Plattformen (siehe auch Seite 24).

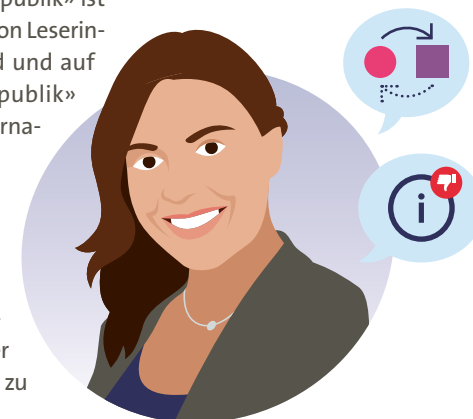
Alternative Medien

Alternative Medien sind Onlineplattformen und YouTube-Kanäle, welche den klassischen Medien Konkurrenz machen. **Es gibt nicht die alternativen Medien, sondern viele verschiedene alternative Medien.** Das digitale Schweizer Magazin «Republik» ist ein alternatives Medium, da es von Leserinnen und Lesern finanziert wird und auf Werbung verzichtet. Die «Republik» setzt sich für unabhängigen Journalismus ein.

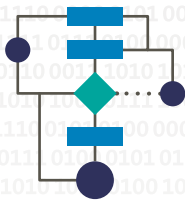
Doch meist sind mit dem Begriff alternative Medien Websites gemeint, die etwas aufdecken oder enthüllen wollen. Medienwissenschaftlerin Lisa Schwaiger forscht an der Universität Zürich zu alternativen Medien und sagt:

«Diese alternativen Medien versuchen, Fake News aufzudecken, die in klassischen Medien verbreitet werden. Dabei werden genau diese Websites selbst der Desinformation bezichtigt und kritisiert, weil sie selbst Fake News verbreiten.»

Die Methoden der alternativen Medien weichen vom hochwertigen Journalismus ab. **Wer für alternative Medien arbeitet, ist an keine journalistischen Standards, keine Vorschriften, keinen Ehrenkodex gebunden.** Die Berichterstattung ist daher meist nicht fundiert, Quellen werden nicht angegeben, inhaltliche Lücken oder fragwürdige Tatsachen schrecken nicht ab. Übertreibung oder falsche Darstellungen sind daher häufig und können sich dank Social Media schnell und weit verbreiten.



Algorithmen – die Schleusenwärter



Wer entscheidet im Internet darüber, was gesellschaftlich relevant ist, was sichtbar wird, was Aufmerksamkeit bekommt? Algorithmen haben mehr Macht, als vielen Menschen bewusst ist – und ihre Rolle wird immer bedeutender.

Der Internetaktivist Eli Pariser hat 2011 in seinem Buch «Filter Bubble: Wie wir im Internet entmündigt werden» den Begriff Filterblase geschaffen. Ihm fiel auf, dass Google, Amazon, Facebook und Co. die Sicht auf die Welt einschränken können. Denn sie zeigen **keine neutralen, sondern personalisierte Inhalte**.

Eine Filterblase ist ein ganz eigenes Informationsuniversum, das Computer rund um alle Internetnutzerinnen und -nutzer bauen. Wir beeinflussen die Filterblase. Und zugleich beeinflusst die Filterblase uns. Amazon schlägt Ihnen das Buch vor, das Sie schon lange auf der Wunschliste haben. Google empfiehlt Ihnen automatisch Cafés in der Nähe. Facebook zeigt Ihnen Beiträge von Personen, Gruppen oder Seiten, mit denen Sie regelmässig kommunizieren oder deren Interessen Sie teilen. Dadurch sehen Sie eher Posts, die Sie mögen oder die Ihre Meinung spiegeln.

Ob Suchmaschine, Streaming-Plattform oder Social Media: Fast alle Dienste wählen automatisiert aus, welche Inhalte Ihnen präsentiert werden; welche Suchergebnisse, Produktempfehlungen oder Werbung Sie sehen.

Wer entscheidet darüber, was für Sie sichtbar wird und Ihre Aufmerksamkeit erhält, was gesellschaftlich relevant ist? Diese Aufgabe übernehmen die **Algorithmen – Handlungsanweisungen an Computerprogramme und die Schleusenwärter des digitalen Zeitalters**.

Algorithmen werden in vielen verschiedenen Bereichen des Lebens angewendet. Sie kommen etwa in der Gesundheitsvorsorge zum Einsatz, können Vulkanausbrüche vorhersagen und liefern Prognosen, welches Buch oder welche Musik Menschen gefällt. **70% der Videos, die Nutzerinnen und Nutzer auf YouTube schauen, bestimmt der Empfehlungsalgorithmus**. Schon auf der Startseite schlägt YouTube eine Reihe von Videos als Empfehlungen vor. Wenn Sie ein Musikvideo angeschaut haben, folgt automatisch das nächste. Der Algorithmus berechnet Ihren Musikgeschmack. Das kann praktisch sein, denn Sie entdecken dadurch neue Musik, die Sie mögen. Doch Sie werden so keine neue Musikrichtung kennenlernen, wie es beim Stöbern im Musikladen passieren kann.

Das Paradox der personalisierten Empfehlung: Sie entdecken zwar Musik, Bücher

oder Reisen, die Ihnen gefallen, verpassen aber gleichzeitig neue, andersartige Dinge, die Ihre Perspektive verändern könnten.

Nicht alle Algorithmen sind gleichermassen intelligent. Wenn Sie online eine Norwegenreise gebucht haben und danach tagelang Bannerwerbung für Ferien in Norwegen sehen, bleibt die Werbung wirkungslos. Um die Vorlieben kennenzulernen, wird das Nutzungsverhalten im Internet analysiert: Algorithmen beobachten die Verweildauer auf einer Website sowie die Klicks und berechnen daraus die Wahrscheinlichkeiten für das Verhalten. Auch Standort, Browser, alte Suchabfragen, Klicks und Likes werden einbezogen.

«Algorithmen werden Sie in Zukunft besser kennen als Sie sich selbst.»

Personalisierte Informationen sind für Nutzerinnen und Nutzer angenehm und für die Internetkonzerne ein einfacher Weg, um Geld zu verdienen. **Wenn Sie sich auf einer Website wohlfühlen, verweilen Sie länger und kaufen eher**. So entstehen Echo-Kammern, in denen das besonders laut widerhallt, was zu den eigenen Vorlieben passt. Wenn es um Wichtigeres geht als um das nächstgelegene Café, birgt das Risiken: Bei heiklen Themen kann sich die Meinung radikalisieren und die Toleranz verringern.

SCHON GEWUSST?

Der Algorithmus bestimmt, wo die Polizei Streife fährt

Für die Polizei in der kalifornischen Stadt Santa Cruz entscheidet das Computerprogramm PredPol, wo um welche Zeit patrouilliert wird. Der Algorithmus nutzt Daten zu Verbrechen aus der Vergangenheit und sagt voraus, wo und wann sich ein Verbrechen ereignen wird – die Prognose ist zwei- bis dreimal treffsicherer als die eines Menschen.

Für die Meinungsbildung ist es wichtig, nicht in der eigenen Echo-Kammer sitzen zu bleiben, sondern sich mit Gegenmeinungen und anderen Sichtweisen auseinanderzusetzen. Dies ist nicht immer harmonisch, weil unterschiedliche Weltbilder aufeinandertreffen, aber es ist notwendig, die eigene Meinung immer wieder neu auf den Prüfstand zu stellen. Fake News profitieren von Echo-Kammern. Wer einmal in einer Fake-News-Echo-Kammer gefangen ist, steigt oft nicht so schnell wieder aus: Je länger sich die eigene Meinung schon gefestigt hat, desto schwerer fällt es, sie kritisch zu hinterfragen.

Der Filterblase entkommen

- Nutzen Sie möglichst viele **verschiedene Informationsquellen**.
- Probieren Sie **alternative Suchmaschinen** aus, die anonymisiert suchen, wie DuckDuckGo (duckduckgo.com) oder Swisscows (swisscows.ch).
- Löschen Sie regelmässig Ihre **Browserhistorie und Cookies**.
- Liken oder abonnieren Sie Personen, Websites oder Parteien, deren Meinung Sie nicht teilen. Damit **überlisten Sie die Algorithmen**.
- **Loggen Sie sich aus Facebook aus**, wenn Sie eine Suchmaschine nutzen.
- **Verhindern Sie Tracking**, das im Hintergrund passiert und Daten sammelt. Nutzen Sie Add-ons wie Ghostery (ghostery.com) oder Disconnect (disconnect.me).

Swisscom Corner

Die Digitalisierung beeinflusst die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen in erheblichem Masse. Die digitalen Medien eröffnen viele Möglichkeiten, doch sie bergen auch Risiken in sich. Es ist daher notwendig, die Medienkompetenz der Kinder und Jugendlichen zu fördern und sie zu unterstützen. Swisscom bietet Ihnen praktische Tipps, Hilfsmittel, Services und Kurse an.

Medienkurse

In unseren Medienkursen entdecken Sie die digitale Welt Ihrer Kinder, Schülerinnen und Schüler. Sie erkennen Chancen und Risiken, tauschen sich mit Gleichgesinnten aus und erfahren, wie Sie Kinder und Jugendliche begleiten können. Die Kurse behandeln aktuelle Themen, die von «Fake News» bis «Robotik» reichen, und richten sich an Eltern, Lehrpersonen sowie Schülerinnen und Schüler: swisscom.ch/medienkurse

Medienstark im Alltag

Auf der Website für Eltern stehen echte Familien im Mittelpunkt. Entdecken Sie, wie der Medienalltag bei anderen Familien aussieht, und erhalten Sie praktische Tipps und Tricks: medienstark.ch

Fragen Sie uns

Haben Sie eine Frage zu digitalen Medien im Familienalltag? Senden Sie Ihre Frage jetzt direkt an den Jugendmedienschutz-Beauftragten von Swisscom, Michael In Albon. Er antwortet Ihnen persönlich über die folgenden Social-Media-Kanäle:

>> facebook.com/michaelinalbon

>> twitter.com/michaelinalbon

Geschützt fernsehen und surfen

Schützen Sie Kinder und Jugendliche, indem Sie Erwachsenenunterhaltung auf Handy und TV sperren oder bestimmte Surfzeiten im Internet festlegen:

swisscom.ch/kinderschutz-tv

So nutzen Jugendliche digitale Medien

JAMES ist die Schweizer Studie zum Mediennutzungs- und Freizeitverhalten von 12- bis 19-Jährigen. Im Auftrag von Swisscom führt die ZHAW alle zwei Jahre eine repräsentative Umfrage durch. Vertiefte Einblicke gibt die jeweils im Folgejahr durchgeführte JAMES-Studie. Alle Ergebnisse finden Sie unter swisscom.ch/james

Medienratgeber enter

Die früheren Ausgaben des Medienratgebers enter zu den Themen Gehirn und Medien sowie Gaming und E-Sport können Sie online lesen oder kostenlos als gedruckte Exemplare bestellen: swisscom.ch/enter

Impressum

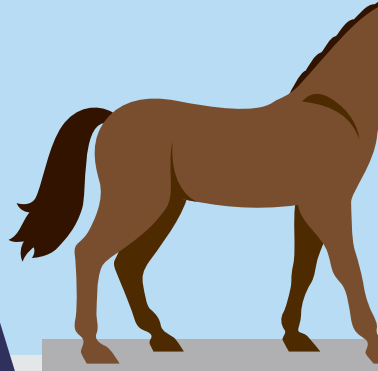
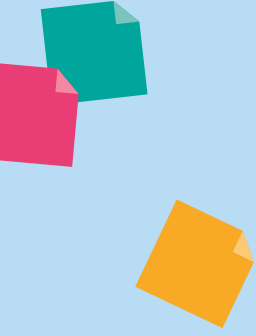
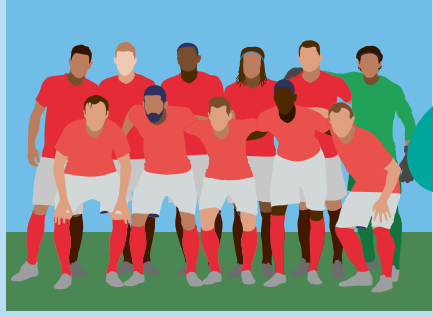


Herausgeberin	Swisscom AG
Konzept/Realisation	Agentur Nordjungs, Zürich
Redaktion	Textindianer, Bern Agentur Nordjungs, Zürich
Copyright	© 2021 by Swisscom AG, Corporate Responsibility, Bern
Ausgabe	enter – Fake News, Januar 2021
Druck	Stämpfli AG, Bern
Auflage	125'000 Exemplare



Alle Rechte vorbehalten. Teile dieses Werks dürfen unter Angabe der Quelle weiterverwendet werden. Bei der Zusammenstellung der Texte und Abbildungen wurde mit grösster Sorgfalt vorgegangen. Trotzdem können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden. Websites ändern sich ständig. Swisscom kann deshalb nicht für die Übereinstimmung der Zitate und Abbildungen mit den aktuellen Websites garantieren. Verlag und Autoren können für fehlerhafte Angaben und deren Folgen weder eine juristische Verantwortung

noch irgendeine Haftung übernehmen. Fast alle Hard- und Software sowie Firmennamen und Firmenlogos, die in diesem Werk erwähnt werden, sind gleichzeitig auch eingetragene Warenzeichen und sollten als solche betrachtet werden. Die Redaktion folgt bei den Produktbezeichnungen im Wesentlichen den Schreibweisen der Hersteller. Sprachliche Gleichstellung: Werden Personenbezeichnungen im enter in der maskulinen Form genannt, so schliessen diese auch die weibliche Form mit ein.



swisscom