Matthias Kohring/Fabian Zimmermann (Mannheim)

„Fake News“: Aktuelle Desinformation

Eine Begriffsexplikation

Abstract: Seit dem Präsidentschaftswahlkampf in den USA sorgen „Fake News“ für eine lebhafte wissenschaftliche Debatte. Bisherige Definitionen sind allerdings weder einheitlich noch widerspruchsfrei und werden zudem nicht nachvollziehbar entwickelt, sondern meist einfach gesetzt. Unser Beitrag will dieses Theoriedefizit mittels einer Begriffsexplikation unter Rückgriff auf Literatur zu Desinformation, Lüge und (öffentliche) Kommunikation abstellen. Dabei ersetzen wir den Begriff „Fake News“ durch „aktuelle Desinformation“ und erörtern systematisch, welche Bedingungen notwendig sind, um von diesem Phänomen sprechen zu können. Wir definieren aktuelle Desinformation als Kommunikation wissentlich und empirisch falscher Informationen zu neuen und relevanten Sachverhalten mit dem Anspruch auf Wahrheit.

1 Einleitung

Während des Präsidentschaftswahlkampfes in den USA 2016 lösten einige Nachrichten ungläubiges Staunen aus: Der Papst unterstütze die Kandidatur Donald Trumps. Hillary Clinton führe einen Kinderpornoring, getarnt als Pizzeria. Auch im Bundestagswahlkampf 2017 gab es brisante Meldungen: Angela Merkel habe mit einem islamistischen Attentäter auf einem Selfie posiert. Der Vater von Martin Schulz sei ein KZ-Aufseher gewesen. Solche falschen Informationen im Gewand echter Nachrichten, bald „Fake News“ genannt, sorgen seitdem für eine lebhafte wissenschaftliche Debatte. Im Mittelpunkt steht dabei ihre Distribution über digitale und vor allem Soziale Medien, die es jedem Akteur ermöglichen, Informationen zu aktuellen Themen und Ereignissen an potenziell unbegrenzte Publika zu verbreiten. Online lancierte „Fake-News“-Kampagnen untergraben, so die Befürchtung, die Möglichkeit eines legitimen Meinungs- und Willensbildungsprozesses auf Basis korrekter Informationen.

Mittlerweile gibt es schon einige empirische Studien zur Verbreitung von „Fake News“ und zum potenziellen Einfluss auf politische Wahlen (z.B. Allcott/Gentzkow 2017; Barrera Rodriguez et al. 2018; Fletcher et al. 2018; Neudert/Kollanyi/Howard 2017; Vargo/Guo/Amazeen 2018). Gleichzeitig muss man jedoch konstatieren, dass die theoretische Beschäftigung mit „Fake News“ hinter deren empiri-

<https://doi.org/10.1515/9783110679885-008>

scher Erforschung zurückbleibt. Dies zeigt sich schon daran, dass der Begriff selbst umstritten ist. Ursprünglich richtete sich der Fokus auf fingierte Informationsangebote im Internet, die sich explizit als Alternative zu den etablierten Nachrichtenmedien begreifen. Der Ausdruck wurde dann aber auch (analog zu „Lügenpresse“) insbesondere von Politikern strategisch eingesetzt, um gerade diese etablierten Medien zu diskreditieren. Egelhofer/Lecheler (2019) unterscheiden daher zwischen „Fake News“ als *Genre* und „Fake News“ als *Label*. *Genre* meint die vorsätzliche Herstellung pseudo-journalistischer Falschinformationen, *Label* die politische Instrumentalisierung, um die etablierten Nachrichtenmedien zu delegitimieren. Wir folgen dieser Differenzierung und sprechen uns zusätzlich dafür aus, die Bezeichnung „Fake News“ auf die strategische Etikettierung zu beschränken (vgl. auch Vosoughi/Roy/Aral 2018; Wardle/Derakhshan 2017). Für die Bezeichnung des Genres plädieren wir dagegen für den Begriff der *aktuellen Desinformation*, um das zur Debatte stehende Phänomen an die reichhaltige Literatur zu Desinformation anzubinden und als dessen Subkategorie auszuweisen. Unser Ziel ist es, im Sinne von Chaffee (1991) eine Explikation dieses Konzepts vorzulegen, um einen bislang eher intuitiv geprägten und zugleich ideologisch aufgeladenen Begriff wie „Fake News“ durch ein wissenschaftlich valides Konstrukt zu ersetzen.¹

Ein Blick auf die sehr knappen Definitionen von „Fake News“ (ausführlich hierzu Zimmermann/Kohring 2018) führt zu zwei generellen Beobachtungen: 1) Zum Ersten sind die Definitionen im Vergleich untereinander weder einheitlich – d.h. sie bemühen unterschiedliche und unterschiedlich viele Kriterien –, noch sind sie widerspruchsfrei, d.h. sie benennen einander widersprechende Kriterien. Zwei Definitionskriterien sind in der Literatur weitgehend anerkannt:

- Die Produktion von falschen oder potenziell irreführenden Informationen geschieht intentional bzw. wissentlich.
- Diese Informationen werden als „echte“ Nachrichten formatiert.

Bei den folgenden Punkten ist dagegen keine Übereinkunft darüber ersichtlich, ob es sich um notwendige Kriterien für die Bestimmung von „Fake News“ handelt:

- Sind „Fake News“ immer ein reines Internet- bzw. Online-Phänomen?
- Sind „Fake News“ empirisch immer falsch?
- Sind „Fake News“ immer mit einer Täuschungsabsicht verknüpft?
- Setzt die Bestimmung einer Nachricht als „Fake News“ immer die tatsächliche Täuschung der Rezipienten voraus?

¹ Bei dem Text handelt es sich um eine stark gekürzte Überarbeitung eines Beitrags in *Medien & Kommunikationswissenschaft* (Zimmermann/Kohring 2018).

2) Zum Zweiten werden die Definitionen nicht nachvollziehbar entwickelt, sondern – bis auf seltene Ausnahmen – nur gesetzt. Während der erste Aspekt mit zum wissenschaftlichen Streit um angemessene Definitionen gehört, erschwert der zweite Aspekt, dass dieser wissenschaftliche Streit überhaupt stattfinden kann: Weder lässt sich die Angemessenheit einer bestimmten gesetzten (oder „destillierten“) Definition beurteilen, noch ist es möglich, anhand einer Diskussion der herangezogenen Kriterien alle Definitionen vergleichend zu bewerten. Damit ist ein Theoriedefizit benannt, das nicht nur Konsequenzen für unser Verständnis des Phänomens „Fake News“ und dessen möglicher Verbindung (oder Gleichsetzung) mit anderen Phänomenen der öffentlichen Kommunikation hat (wie z.B. Desinformation, Gerüchten oder Lügen), sondern auch beeinflusst, was wir diesbezüglich *empirisch* überhaupt in den Blick nehmen (können).

2 Definitionskriterien aktueller Desinformation

Viele Autoren verstehen „Fake News“ implizit, teilweise auch explizit als „species of disinformation“ (Gelfert 2018, S. 103; vgl. auch Marwick/Lewis 2017, S. 44; Wardle/Derakhshan 2017, S. 20). Auch wir bestimmen das Phänomen als Subkategorie von Desinformation. Schon aus Gründen der theoretischen Präzision sollte der Terminus „Fake News“ durch einen Ausdruck ersetzt werden, der diese Anbindung eindeutig signalisiert. Wir schlagen hierzu den Begriff *aktuelle Desinformation* vor, den wir im Folgenden anhand von sechs Kriterien systematisch erörtern werden (siehe Abb. 1). Neben den Eigenschaften der Desinformation orientieren wir uns auch an denen der Lüge und ziehen insbesondere die philosophische und informationswissenschaftliche Literatur zu diesen Themenkomplexen heran. Dabei zeigen wir aber auch auf, in welchen Punkten sich die beiden Konzepte voneinander unterscheiden. Gleichzeitig werden wir diese Forschungstradition kommunikationswissenschaftlich einbetten, um so die öffentlichkeitstheoretische Spezifik von aktueller Desinformation zu verdeutlichen.

Wenn wir im Folgenden die Merkmale von aktueller Desinformation diskutieren, vollführen wir erkenntnistheoretisch einen gewissen Spagat: Zum einen gehen wir kommunikationstheoretisch davon aus, dass es der Verstehensakt des Rezipienten ist, und nicht eine Absicht des Kommunikators oder eine vermeintlich manifeste Eigenschaft eines Textes, der maßgeblich ist für die sozialen Auswirkungen von Kommunikation. Zum anderen haben wir es aber bei Desinformation (ähnlich der Lüge) mit einem Kommunikationsangebot zu tun, dessen soziale Konsequenzen gerade in seiner Nicht-Erkennung als Desinformation bzw. in seinem falschen Verstehen *als wahrer* Information begründet liegen. Unsere Begriffsexplikation ist

also gewissermaßen konstruktivistisch und ontologisch zugleich. Wir beschreiben eine bestimmte Textsorte, nehmen dabei aber gleichzeitig auch Aspekte mit hinzu, die auf in der Kommunikation nicht wahrnehmbare Kommunikatormerkmale abheben (z.B. Unwahrhaftigkeit, siehe Kap. 2.5) als auch das Wissen eines externen Beobachters voraussetzen (z.B. Unwahrheit, siehe Kap. 2.4). Wir tun dies aus einem pragmatischen und einem methodischen Grund: Aus einer pragmatischen Sicht gehen wir davon aus, dass Desinformationen gerade dann ihre Wirkung entfalten, wenn sie im Kommunikationsprozess *nicht* als solche verstanden werden. Aus methodischer Sicht ist es daher notwendig, sie für die empirische (Wirkungs-) Forschung objektiv identifizieren zu können.

Abb. 1: Definitionskriterien aktueller Desinformation

2.1 Kommunikation

Desinformation richtet sich als soziale Handlung an mindestens einen anderen Akteur und stellt mithin, wie auch die Lüge, eine Form der Kommunikation dar (Liessmann 2010, S. 127; Thummes 2013, S. 104). Nimmt man diese Prämisse ernst, ergeben sich daraus folgende Einsichten: Zunächst sollte man festhalten, dass Desinformation und Lüge auf Mitteilungen beruhen. Nicht-kommunikative Formen der

Irreführung wie die Geheimhaltung, also das bloße Zurückhalten bestimmter Informationen, sind daher nicht gemeint (Thummes 2013, S. 42).² Die Mitteilung ist wiederum von der durch sie vermittelten *Information*, also ihrem Bedeutungsinhalt, zu unterscheiden. Im Kontext der Desinformation stehen wahrheitsfähige Mitteilungen mit *repräsentationalem Gehalt* im Vordergrund.³ Diese bilden einen Wirklichkeitsausschnitt in einer bestimmten Art und Weise ab. Beispielsweise repräsentiert die Mitteilung „Die Katze sitzt auf der Matte“, dass sich die Katze tatsächlich auf der Matte befindet. Die mitgeteilte Information, nicht die Mitteilung selbst, kann empirisch sowohl wahr als auch falsch sein (siehe Kap. 2.4). Insofern betrachten wir wie Fallis (2015, S. 404f.) auch eine unwahre Desinformation als eine Information. Im Gegensatz zur Lüge, die sich auf verbale Irreführung beschränkt, schließt der Desinformationsbegriff auch *visuelle* Mitteilungsformen ein (Fallis 2014, S. 138). So besitzt auch das *Bild* einer auf der Matte sitzenden Katze denselben repräsentationalen Gehalt, beinhaltet also dieselbe Information wie die sprachliche Mitteilung. Damit kann aktuelle Desinformation auch in Form von (manipulierten) Fotografien und Videos oder sogenannten Memes Verbreitung finden, sofern diese einen bestimmten Wirklichkeitsausschnitt darstellen.

Allerdings greifen Theorien zu kurz, die die Desinformation und die Lüge als bloßen Mitteilungs- oder Sprechakt konzipieren (vgl. Dietz 2002; Müller 2007). Diese Konzeptionen konzentrieren sich einzig auf die Mitteilungshandlung des Irreführenden und lassen den Verstehensakt aufseiten des Adressaten außer Acht. Eine Lüge bzw. Desinformation ist allerdings erst dann abgeschlossen und Bestandteil der sozialen Realität, wenn ein Adressat den repräsentationalen Gehalt dieser Mitteilung auch *als solchen* erkannt hat (Falkenberg 1982, S. 106). Er vollzieht also nach, dass es sich bei einer Aussage oder einem Bild um das Abbild eines bestimmten Wirklichkeitsausschnitts handeln soll. Das bedeutet allerdings nicht, dass Lüge und Desinformation, um als solche bezeichnet werden zu können, auch erfolgreich sein, also geglaubt werden müssen (Fallis 2015, S. 406; Mahon 2008, S. 211; Shiffrin 2014, S. 13). Der Status einer Mitteilung als Desinformation hängt also nicht zusätzlich von einem bestimmten Effekt beim Adressaten ab. Falsche Informationen bleiben aus Sicht eines externen Beobachters auch dann falsch, wenn Rezipienten die entsprechende Information *nicht* glauben.

² Vgl. aber Ekman (1989) als entgegengesetzten Theorieentwurf, der die Geheimhaltung explizit als Form der Lüge definiert.

³ Der aus der Linguistik bekannte Begriff des „propositionalen Gehalts“ wird hier bewusst nicht verwendet, da er für Aussagesätze, d.h. sprachliche Mitteilungen, reserviert ist (vgl. Fallis 2009a, Kap. 4.4).

2.2 Aktualität

Die Spezifik der hier fokussierten Art der Desinformation liegt in ihrem Aktualitätsbezug. Der kommunikationswissenschaftliche Begriff der Aktualität ist hier nicht nur im zeitlichen Sinne zu verstehen. Vielmehr wird er hier als Produkt von Neuigkeitswert (zeitliche Komponente) von Informationen und deren öffentlicher Relevanz (soziale Komponente) verstanden (Merten 1973, S. 218; Scholl/Weischenberg 1998, S. 78). Die spezifische Qualität von Journalismus besteht mit Blick auf Aktualität (insbesondere im Gegensatz zur Öffentlichkeitsarbeit) darin, aktuelle *Fremd-* statt Selbstdarstellungen anzubieten. Er beobachtet die Gesellschaft und die Interdependenzen ihrer Teilbereiche wie Politik, Wirtschaft oder Recht also (idealerweise) von einer externen Warte aus (Kohring/Hug 1997, S. 27f.).

Auch aktuelle Desinformation orientiert sich an den genannten Aktualitätskriterien: Sie behandelt bevorzugt überraschende Themen mit (potenziell) großer Auswirkung auf die Gesellschaft. So ermöglicht sie ihrem Publikum die Ausbildung von (wenn auch empirisch unzutreffenden – siehe Kap. 2.4) Erwartungen und dadurch die Orientierung in einer komplexen Welt. Bei aktueller Desinformation handelt es sich somit um eine Form journalistischer Kommunikation und nicht bloß um deren Nachahmung. Ihr journalistischer Charakter ergibt sich dabei nicht aus Art und Ursprung ihrer Verbreitung. Aktuelle Desinformation kann sowohl im redaktionellen Kontext als auch von einer Einzelperson erstellt werden. Auch das Format der Mitteilung ist nicht entscheidend – auch wenn klassische journalistische Darstellungsformen die Glaubwürdigkeit steigern werden, ist dies keine *conditio sine qua non*, wie manche Definition vermuten lässt. Ebenso ist die mediale Form der Verbreitung nicht für den Status aktueller Desinformation maßgeblich: Zwar wird aktuelle Desinformation vornehmlich über das Internet und hier besonders über Soziale Medien verbreitet, genauso wurde und wird sie aber auch offline verbreitet – nicht nur über Printmedien oder Rundfunk, sondern auch in der interpersonalen Kommunikation.

Abzugrenzen ist diese besondere Form von Desinformation zum einen von nicht-aktueller Desinformation. Dazu gehören beispielsweise historische Lügen wie die Leugnung des Holocausts, die keine neue Erkenntnis präsentieren, sondern bekannte Aussagen wiederholen. Zum anderen geht es bei *aktueller* Desinformation nicht um private Kommunikation. Die mitgeteilte Information bezieht sich also nicht etwa auf den Kommunikator selbst. So gehört die bewusstseinsbezogene Lüge, bei der über die eigenen Vor- oder Einstellungen getäuscht werden soll (Chisholm/Feehan 1977, S. 151f.; Mahon 2008, S. 220; Thummes 2013, S. 34), gemäß unserer Definition nicht zum Gegenstandsbereich der aktuellen Desinformation. Diese bezieht sich als öffentliche Fremdbeobachtung stattdessen immer

auf ein Ereignis bzw. einen Sachverhalt in der gesellschaftlichen Umwelt des Urhebers (X desinformiert Y über Z).

2.3 Wahrheitsanspruch

Journalistische Medieninhalte werden erst dann zu sozial verbindlichen Wirklichkeitsbeschreibungen, wenn sie sich nicht nur an Neuigkeitswert und Relevanz, sondern auch an Faktizität ausrichten (Scholl/Weischenberg 1998, S. 78). Auch die aktuelle Desinformation beansprucht implizit oder explizit die Wahrheit bzw. Gültigkeit ihrer Informationen. Erst diese (vorgetäuschte) Orientierung an Faktizität begründet ihren Status als (desinformierende) *Nachricht*.

Wie die Lüge setzt die Desinformation also eine Situation voraus, in welcher der Sprecher die Wahrheit seiner Aussage gewährleistet (Carson 2010, S. 30; Saul 2012, S. 3). Andere Autoren implizieren im Grunde dasselbe, indem sie die Lüge als Behauptung klassifizieren (Fallis 2009b, S. 33; Sorensen 2007, S. 256). Wesentlich für eine Behauptung bzw. Feststellung ist nämlich die Versicherung, dass der Aussageinhalt eine wirkliche Sachlage darstellt, also der *Geltungsanspruch der Wahrheit* (Habermas 1973, S. 212; Searle 1988, S. 100). Die Maxime „Sage nichts, wovon Du glaubst, dass es falsch ist“, ist hier als Kommunikationsnorm in Kraft (Fallis 2009b, S. 33).

Bisherige Konzepte verorten den Wahrheitsanspruch allerdings ausschließlich aufseiten des Irreführenden: Ob die erwähnte Kommunikationsnorm in einer bestimmten Situation gilt, wird so nur durch die Intention bzw. den Glauben des Sprechers bestimmt (Mahon 2008, S. 227). Mit Blick auf den zuvor eingeführten Kommunikationsbegriff beziehen wir aber auch den Adressaten bei der Konstatierung eines Wahrheitsanspruchs mit ein. Der Kommunikator kann zwar durch bestimmte Signale sprachlicher wie nicht-sprachlicher Art ein bestimmtes Verständnis nahelegen, das Publikum aber definiert die soziale Situation und die darin geltenden Normen mindestens gleichberechtigt mit. Letztlich wird der Wahrheitsanspruch also kommunikativ ausgehandelt. Diese Erkenntnisse können auch auf die (aktuelle) Desinformation übertragen werden. Laut Fallis (2009a, Kap. 4.5) muss es (für einen externen Beobachter) plausibel sein, dass der Adressat einer mitgeteilten Desinformation einen falschen Schluss über den entsprechenden Sachverhalt aus ihr ziehen könnte. Notwendige Voraussetzung dafür ist ein Kontext, in dem ein Wahrheitsanspruch gilt.

Dadurch lässt sich die aktuelle Desinformation von meinungsäußernden journalistischen Darstellungsformen wie dem Leitartikel oder dem Kommentar abgrenzen. Stark tendenziöse und ideologisch gefärbte Berichterstattung (wie z.B. von RT deutsch) gehört demnach nicht zwangsläufig zum Spektrum der Des-

information, solange hier lediglich Meinungen geäußert werden (z.B. „Dreizehn Jahre Merkel sind mehr als genug.“). Meinungen gehören nämlich nicht zur Klasse der Behauptungen und sind insofern auch nicht wahrheitsfähig. Auch bei der Nachrichtensatire handelt es sich zwar um aktuelle Kommunikation mit repräsentationalem Gehalt, jedoch nicht um Desinformation. Die einschlägige Quelle (z.B. „Der Postillon“), bestimmte Stil- und Textmerkmale sowie Kontextinformationen kennzeichnen den (frei erfundenen) Inhalt als humoristische Kunstform und setzen den Wahrheitsanspruch als Kommunikationsnorm in der Rezeptionssituation außer Kraft.⁴

2.4 Unwahrheit

Im Gegensatz zu „wahren“ Nachrichten löst aktuelle Desinformation den zuvor beschriebenen Wahrheitsanspruch *nicht* ein. Sie birgt per definitionem die Gefahr, falsche Vorstellungen zu einem bestimmten Sachverhalt aufseiten des Adressaten hervorzurufen (Fallis 2015, S. 406). Dieses irreführende Potenzial besitzen nur tatsächlich unzutreffende Behauptungen. Die (aktuelle) Desinformation ist also zwingend empirisch falsch (Hernon 1995, S. 134; Fallis 2009a, Kap. 4.2; Floridi 2011, S. 260).⁵ Hierin besteht ein Unterschied zur Lüge: Es ist auch möglich zu lügen, ohne dabei die Unwahrheit zu sagen (z.B. Bok 1980, S. 22–31; Falkenberg 1982, S. 54).⁶ Während die empirische Falschheit also keine notwendige Bedingung der Lüge darstellt (Müller 2007, S. 29), ist dies bei der Desinformation der Fall. Insofern sind die beiden Begriffe auch nicht gleichzusetzen, wie es etwa Fetzer (2004, S. 231) insinuiert.

Das Wahrheitsurteil bezieht sich dabei wie gesagt nicht auf die Mitteilung selbst (Satz, Bild, Video etc.), sondern immer auf deren Bedeutungsinhalt (Fallis 2009a, Kap. 4.6; Floridi 2011, S. 260; vgl. auch Habermas 1973, S. 211f.). Es ist somit auch möglich, mittels sogenannter *falscher Implikaturen* zu desinformieren (Fallis 2014, S. 138). In diesem Fall impliziert die Mitteilung (z.B. aufgrund des Kon-

⁴ Diese Abgrenzung wird aus Sicht eines externen Beobachters getroffen. Natürlich besteht dennoch die Möglichkeit, dass einzelne Rezipienten, z.B. aufgrund mangelnder Erfahrung, geringer Medienkompetenz o.Ä. auch satirischer Berichterstattung einen Wahrheitsanspruch zuschreiben.

⁵ Referenzpunkt ist hier natürlich nicht die „Wahrheit“ im ontologischen, sondern im Sinne einer sozial akzeptierten Konstruktion von Wirklichkeit, wie sie beispielsweise die Wissenschaft liefert.

⁶ Ein eindrucksvolles Beispiel für eine solche Art der „wahren Lüge“ findet sich in Sartres Kurzgeschichte „Die Mauer“. Hier verrät ein politischer Gefangener seinen Bewachern, obwohl er sie anlügt, versehentlich das tatsächliche Versteck seines Kameraden (vgl. Fallis 2009b, S. 39; Mahon 2008, S. 219).

texts) eine Bedeutung, die nur angedeutet, jedoch nicht direkt gesagt bzw. gezeigt wird. Wenn Y beispielsweise auf die Frage: „Wo ist X?“ antwortet: „Er ist oft in der Bar um die Ecke“, impliziert er, dass sich X *jetzt* gerade in der besagten Bar befinde. Ist dies zu diesem Zeitpunkt nicht der Fall, ist die (implizite) Information empirisch falsch, auch wenn X sonst tatsächlich viel Zeit in der Bar verbringt (Adler 1997, S. 437f.). Eine falsche Implikatur ist natürlich auch durch ein nicht richtig kontextualisiertes Bild denkbar. Da der Adressat durch solche „Halbwahrheiten“ auch, vielleicht sogar besonders geschickt in die Irre geführt werden kann, sollten auch sie der Desinformation zugerechnet werden. Ähnliches hat auch Fallis (2009a) im Sinn, wenn er betont: „While disinformation will typically be inaccurate, it does not have to be inaccurate. It just has to be misleading“ (ebd., Kap. 5). Die Irreführung besteht aber nur in der Art und Weise der Desinformation durch die Implikatur (Mitteilung ≠ Information). Die Information selbst, also der eigentliche Bedeutungsinhalt, bleibt auch in diesem Spezialfall der sogenannten „*true disinformation*“ (Fallis 2015, S. 409) unwahr.

Die aktuelle Desinformation stellt eine Form der Falschmeldung dar. Diese ist für ihr Publikum potenziell irreführend, da die berichteten Informationen nicht einer überprüfbaren sozialen Realität entsprechen. Anhand des Wahrheitskriteriums unterscheidet sich aktuelle Desinformation vom Gerücht, das (noch) unentschieden gegenüber der Unterscheidung wahr/falsch ist. Das Gerücht zeichnet sich insbesondere durch das Fehlen eines verbrieften Wahrheitsgehalts und mithin durch seine Unverbürgtheit aus. Die Geltung der mitgeteilten Informationen liegt hier allein im Bereich des Vorstellbaren (vgl. Fleck 2014; Kirchmann 2004). Erst

nach erfolgter Wahrheitsüberprüfung löst sich das Gerücht als solches auf, und sein Inhalt wird je nach Befund in den Geltungsbereich [...] der Fehlinformation oder aber in den der nunmehr verifizierten Information [...] überwiesen (Kirchmann 2004, S. 74).

2.5 Unwahrhaftigkeit

Die notwendige Bedingung der Unwahrheit reicht allerdings nicht aus, um den Begriff der aktuellen Desinformation trennscharf zu erfassen. Die *Unwahrhaftigkeit* kommt als entscheidendes Definitionskriterium hinzu. So konstatiert Falkenberg (1982) bezüglich der Lüge: „Das Gegenteil der Lüge ist nicht die Wahrheit – wie die klassische Theorie annimmt, wenn sie die Falschheit zum Konstituens der Lüge erklärt [...] –, sondern die Wahrhaftigkeit“ (ebd., S. 55). Eine Lüge setzt also eine unwahrhaftige bzw. unaufrichtige Aussage voraus; der Sprecher glaubt selbst *nicht* an deren Gültigkeit (z.B. Chisholm/Feehan 1977, S. 152; Fallis 2009b, S. 38; Mahon 2015, Kap. 1.2; Müller 2007, S. 29f.; Thummes 2013, S. 32f.). Die Behauptung

des Kommunikators und sein subjektives Fürwahrhalten stehen in Konflikt miteinander (Dietz 2002, S. 111).

Auch bei der Desinformation muss der Kommunikator davon überzeugt sein, dass die Information, die er mitteilt, nicht der Wahrheit entspricht (Fallis 2009a, Kap. 4.7; Floridi 2005, Kap. 3.2.3). Das Desinformieren ist eine bewusste, unaufrichtige Handlung.⁷ Diese Eigenschaft „distinguishes disinformation from more innocuous forms of misleading information, such as honest mistakes“ (Fallis 2015, S. 406). Die Unwahrhaftigkeit markiert also die Trennlinie zwischen unwissentlicher *Fehl*information („misinformation“) und vorsätzlicher *Des*information („disinformation“) (Hernon 1995, S. 134).

Die aktuelle Desinformation unterscheidet sich damit grundlegend von redaktionellen Fehlern, die unbewusst z.B. aufgrund von Geldmangel oder Zeitdruck entstehen. Auch wenn beide Arten Falschmeldungen und damit als potenziell irreführend einzustufen sind, unterscheiden sie sich hinsichtlich der Qualität der Falschinformation und deren moralischer Bewertung. Den Kommunikatoren (journalistischer) Irrtümer ist in der Regel daran gelegen, diese zu vermeiden bzw. nach einer Entdeckung umgehend zu korrigieren. Aktuelle Desinformation wird demgegenüber im Bewusstsein ihrer Falschheit in Umlauf gebracht. Die mögliche Irreführung der Rezipienten erfolgt somit nicht unbewusst, sondern wissentlich. Während man Produzenten fehlerhafter Nachrichten höchstens Fahrlässigkeit vorwerfen könnte (Stichwort: „poor journalism“), handeln die Urheber von aktueller Desinformation vorsätzlich.

Dabei wird keineswegs vorausgesetzt, dass aktuelle Desinformation *direkt* von einem unwahrhaftigen Kommunikator bezogen wird. „In order for something to count as disinformation, it clearly does not have to be the *immediate* source of the information who believes that the information is misleading“ (Fallis 2009a, Kap. 5). Wissentlich in die Welt gesetzte Falschmeldungen können also auch von Intermediären (Journalisten, Freunden etc.) weiterverbreitet werden, die irrtümlicherweise von der Wahrheit dieser Informationen ausgehen. Obwohl diese Inter-

7 Spätestens hier wird deutlich, dass der Begriff der „Verschwörungstheorie“ quer zu dem hier präsentierten Schema liegt. Zum einen können Verschwörungstheorien sowohl wahre als auch unwahre Behauptungen umfassen oder gar so abstrakt sein, dass sie im Modus des Spekultativen verbleiben (Kuhn 2010, S. 107). Zum anderen werden Verschwörungstheorien häufig vom Urheber selbst aufrichtig geglaubt und sind daher nicht zwingend unwahrhaftig (Fallis 2015, S. 411). Konstitutiv ist lediglich ihre inhaltliche Grundüberzeugung, „(wichtige) Ereignisse als Folge [...] geheimer Absprachen und Aktionen zu erklären“ (Hepfer 2015, S. 24). Verschwörungstheorien bzw. einzelne Elemente davon können zwar unter Umständen in den Bereich aktueller Desinformation fallen, die Begriffe sind allerdings keinesfalls gleichzusetzen.

mediäre also lediglich unbewusst fehlinformieren, verlieren die Meldungen ihren Status als Desinformation damit trotzdem nicht.

2.6 Täuschungsabsicht

Zuletzt soll erörtert werden, ob aktuelle Desinformation notwendigerweise darauf abzielt, falsche Vorstellungen aufseiten des Rezipienten hervorzurufen, also mit einer Täuschungs*absicht* verknüpft sind; oder fallen unter den Begriff auch wissentliche Falschmeldungen, denen andere Motive zugrunde liegen? Einige Autoren, die sich mit dem Gegenstand der Lüge befassen, bestehen darauf, dass die Absicht zu täuschen eine unerlässliche Definitionsbedingung darstellt (z.B. Bok 1980, S. 31; Ekman 1989, S. 13; Mahon 2008, S. 227f.; Müller 2007, S. 31). Andere stellen dies mit dem Verweis auf offensichtliche (alle Beteiligten wissen um die Falschheit der Information) und erzwungene Lügen (Kommunikator wird von Dritten zur Täuschung genötigt) infrage (z.B. Carson 2010, S. 20; Fallis 2009b, S. 41–43; Sorensen 2007).

Auch im Kontext der Desinformation wird häufig auf eine Täuschungsabsicht seitens des Kommunikators verwiesen (Fetzer 2004, S. 231; Floridi 2011, S. 260; Hannon 1995, S. 134). Wir vertreten jedoch die Auffassung, dass diese Bedingung den Geltungsbereich der Desinformation zu stark einschränkt. Beispielsweise werden Falschinformationen zum Teil nur deshalb in Wikipedia-Artikel eingebaut, um zu testen, ob und wie schnell diese von den Verantwortlichen korrigiert werden. Die Irreführung des Lesers wird hier *nicht* beabsichtigt, sondern ist „nur“ eine mögliche Begleiterscheinung der gestreuten Falschinformation. Dennoch sind diese „side effect disinformation“ genau wie die vorsätzlich täuschende Desinformation *intentionale* Irreführungen, da die unwahren Informationen wissentlich zu einem bestimmten Zweck verbreitet werden (Fallis 2014, S. 138f.). Eine mögliche Irreführung des Publikums geschieht damit nicht zufällig, sondern wird bewusst in Kauf genommen.

Unsere Begriffsbestimmung umfasst also zum einen die propagandistische Desinformation, also intentional täuschende Falschmeldungen, deren Urheber dezidiert politische Ziele verfolgen (Jowett/O'Donnell 2012, S. 24). Diese hegen die Absicht, die Vorstellungen der Rezipienten mittels unwahrer Behauptungen zu manipulieren, um deren Meinungen, Einstellungen und Handeln in eine bestimmte Richtung zu lenken. Zum anderen gibt es aber auch wissentliche Falschmeldungen, die *keine* genuine Täuschungsabsicht verfolgen. Zum einen ist hier die Clickbait-Desinformation zu nennen, die sich falscher Informationen bedient, um Werbeeinnahmen im Internet zu generieren. Die reißerischen und teils absurden Überschriften solcher Artikel oder Videos sollen vor allem die Neugier der Rezipi-

enten wecken und deren Aufmerksamkeit binden. Ob diese Falschmeldungen letztlich geglaubt werden oder nicht, ist für die Produzenten allerdings unerheblich. Ihr Zweck liegt lediglich in der Generierung höherer Klickzahlen zur ökonomischen Gewinnmaximierung. Schließlich kann aktuelle Desinformation auch, wie schon am Beispiel der Wikipedia-Artikel illustriert, eine aufklärerische Funktion übernehmen: Nutzer und Journalisten sollen für das Risiko gezielter Falschmeldungen im Netz sensibilisiert und zu einer gründlicheren Prüfung von Informationen bewegt werden.⁸

Auf Basis der ausführlichen Diskussion aller notwendigen Bedingungen definieren wir „aktuelle Desinformation“ somit als *Kommunikation wissentlich und empirisch falscher Informationen zu neuen und relevanten Sachverhalten mit dem Anspruch auf Wahrheit*.

3 Fazit

Im vorliegenden Beitrag haben wir den Begriff „Fake News“ nach eingehender Erörterung durch den der *aktuellen Desinformation* ersetzt. Der Vorteil dieser Begriffsbestimmung besteht darin, dass sie systematisch aus Theorien der Lüge und Desinformation sowie der (öffentlichen) Kommunikation deduziert wurde. Sie lässt sich, wie es eine umfassende Konzeptexplikation erfordert, auch als operationale Definition verwenden (Chaffee 1991), d.h. sie benennt mit *Kommunikation, Aktualität, Wahrheitsanspruch, Unwahrheit* und *Unwahrhaftigkeit* explizit die Merkmale, mit deren Hilfe das Konstrukt empirisch identifiziert und von verwandten Phänomenen abgegrenzt werden kann. Da es sich hierbei nicht um bloße Setzungen handelt, lässt sich die Definition zugleich wissenschaftlich kritisieren, sowohl was die gewählten Kriterien selbst angeht als auch unsere Entscheidung, bestimmte Ausprägungen dieser Kriterien für *notwendige* Bedingungen von aktueller Desinformation zu halten.

Wenn wir unsere Begriffsbestimmung auf die Fragen beziehen, die sich aus der Heterogenität der bisherigen Definitionsversuche ergeben haben, so können wir nun folgende Schlüsse ziehen:

1. Der Nachrichtencharakter von aktueller Desinformation ergibt sich durch ihren spezifischen Sinn (Aktualität und Wahrheitsanspruch) und ist *nicht an*

⁸ Ein Beispiel ist der italienische Journalist Tommaso De Benedetti, der Falschmeldungen auf Twitter verbreitet, um Journalisten auf ihre Verantwortung aufmerksam zu machen und vor den Risiken ihres Berufs zu warnen.

ein bestimmtes (Verbreitungs-)Medium gebunden.⁹ Zwar mag sie zurzeit vorrangig im Internet und insbesondere in sozialen Medien in Erscheinung treten; dabei handelt es sich allerdings bloß um eine empirisch kontingente Feststellung und nicht um ein grundlegendes Charakteristikum (und auch keinen Wirkungsnachweis). Auch in traditionellen Medien fanden und finden sich wesentliche Falschmeldungen; zudem wird aktuelle Desinformation auch in der interpersonalen Kommunikation verbreitet, möglicherweise sogar erzeugt. Aktuelle Desinformation ist in der Tat kein qualitativ neuartiges Phänomen des digitalen Zeitalters. Andere Formen öffentlicher Kommunikation dürfen daher nicht aus dem Auge verloren werden. Dennoch scheinen die digitalen Kommunikationsinfrastrukturen großangelegte Desinformationskampagnen zu begünstigen und verdienen deshalb besondere Aufmerksamkeit.

2. Die in aktueller Desinformation mitgeteilte Information ist *empirisch immer falsch*. Da sich das Wahrheitsurteil auf den repräsentationalen Gehalt der Mitteilung bezieht, der entweder zutreffend oder nicht zutreffend sein kann, ist Faktizität nach unserer Auffassung nicht wie bisweilen vorgeschlagen als Kontinuum zu betrachten. Eine Unterscheidung zwischen gänzlich falscher und lediglich irreführender Desinformation ist definitorisch mithin nicht sinnvoll. Natürlich kann empirisch zwischen verschiedenen Techniken der Irreführung unterschieden werden. So können auch „Halbwahrheiten“ unter den Begriff subsumiert werden. Sie bedienen sich des Unterschieds zwischen Mitteilung und Information auf besonders geschickte Art und Weise. Doch auch bei solchen falschen Implikaturen ist der eigentliche Bedeutungsinhalt der Mitteilung unwahr.
3. Aktuelle Desinformation ist *nicht notwendig mit einer Täuschungsabsicht verknüpft*. Wie unsere Ausführungen gezeigt haben, gibt es sowohl täuschende als auch nicht-täuschende Varianten. Das Kriterium ist zwar keine notwendige Bedingung, eignet sich aber durchaus, um unterschiedliche empirische Ausformungen zu systematisieren. Hier nicht bloß auf politische und wirtschaftliche Motive abzustellen, weitet den Blick auch zugunsten untypischer und möglicherweise unterschätzter Arten.
4. Die Bestimmung einer Mitteilung *als* aktuelle Desinformation setzt nicht unbedingt eine erfolgte Irreführung der Rezipienten voraus. Wir verstehen Desinformieren nicht als Erfolgsbegriff („success term“), sondern als Irreführungs*versuch* im Sinne des Vollzugs einer Kommunikation zwischen mindestens zwei Akteuren. Dabei geht es allein um das *Erkennen* einer aktu-

⁹ Um den Nachrichtencharakter dieser Desinformationsform besonders hervorzuheben, könnte auch der Ausdruck *desinformierende Nachrichten* („disnews“) verwendet werden.

ellen Information als mit Wahrheitsanspruch versehen (und nicht z.B. als Nachrichtensatire) durch den Adressaten. Auf die Annahme oder Ablehnung der mitgeteilten Information als wahr kommt es – zumindest was die Definition angeht – jedoch nicht an. Dies macht vor allem für die empirische Operationalisierung Sinn: Würde das Glauben der Falschinformation zum notwendigen Definitionskriterium geraten, könnte eine als falsch *durchschaute* Nachricht empirisch auch nicht als aktuelle Desinformation gewertet werden.

Literatur

- Adler, Jonathan E. (1997): Lying, deceiving, or falsely implicating. In: *The Journal of Philosophy* 94, 9, S. 435–452.
- Allcott, Hunt/Gentzkow, Matthew (2017): Social media and fake news in the 2016 election. In: *Journal of Economic Perspectives* 31, 2, S. 211–236.
- Barrera Rodriguez, Oscar/Guriev, Sergei M./Henry, Emeric/Zhuravskaya, Ekaterina (2018): Facts, alternative facts, and fact checking in times of post-truth politics. In: SSRN, S. 1–80. Internet: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3004631 (Stand: 2.5.2019).
- Bok, Sissela (1980): Lügen: Vom täglichen Zwang zur Unaufrichtigkeit. Hamburg.
- Carson, Thomas L. (2010): Lying and deception. Theory and practice. Oxford.
- Chaffee, Steven H. (1991): Explication. (= Communication Concepts 1). Newbury Park.
- Chisholm, Roderick M./Feehan, Thomas D. (1977): The intent to deceive. In: *The Journal of Philosophy* 74, 3, S. 143–159.
- Dietz, Simone (2002): Der Wert der Lüge. Über das Verhältnis von Sprache und Moral. Paderborn.
- Egelhofer, Jana Laura/Lecheler, Sophie (2019): Fake news as a two-dimensional phenomenon: A framework and research agenda. In: *Annals of the International Communication Association* 43, 2, S. 97–116.
- Ekman, Paul (1989): Weshalb Lügen kurze Beine haben. Über Täuschungen und deren Aufdeckung im privaten und öffentlichen Leben. Berlin.
- Falkenberg, Gabriel (1982): Lügen: Grundzüge einer Theorie sprachlicher Täuschung. (= Linguistische Arbeiten 86). Berlin.
- Fallis, Don (2009a): A conceptual analysis of disinformation. In: *iConference 2009 Papers*. Internet: <http://hdl.handle.net/2142/15205> (Stand: 2.5.2019).
- Fallis, Don (2009b): What is lying? In: *The Journal of Philosophy* 106, 1, S. 29–56.
- Fallis, Don (2014): The varieties of disinformation. In: Floridi, Luciano/Illari, Phyllis (Hg.): *The philosophy of information quality*. (= Synthese Library 358). Cham, S. 135–161.
- Fallis, Don (2015): What is disinformation? In: *Library Trends* 63, 3, S. 401–426.
- Fetzer, James H. (2004): Disinformation: The use of false information. In: *Minds and Machines* 14, 2, S. 231–240.
- Fleck, Jan-Philipp Alexander (2014): Das Gerücht als Kommunikation im Massenmedium WWW. Überlegungen zu Beobachtbarkeit und theoretischer Kontextualisierung. In: Malsch, Thomas/Schmitt, Marco (Hg.): *Neue Impulse für die soziologische Kommunikationstheorie. Empirische Widerstände und theoretische Verknüpfungen*. Wiesbaden, S. 187–213.

- Fletcher, Richard/Cornia, Alessio/Graves, Lucas/Nielsen, Rasmus Kleis (2018): Measuring the reach of „fake news“ and online disinformation in Europe. In: Reuters Institute for the Study of Journalism Factsheets. Oxford, S. 1–10.
- Floridi, Luciano (2005). Semantic conceptions of information. In: The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Spring 2017 Edition). Überarb. am 7.1.2015. Internet: <https://plato.stanford.edu/archives/spr2017/entries/information-semantic/> (Stand: 2.5.2019).
- Floridi, Luciano (2011): The philosophy of information. Oxford/New York.
- Gelfert, Axel (2018): Fake news. A definition. In: Informal Logic 38, 1: Sonderausgabe: Reason and rhetoric in the time of alternative facts, S. 84–117.
- Habermas, Jürgen (1973): Wahrheitstheorien. In: Fahrenbach, Helmut (Hg.): Wirklichkeit und Reflexion. Walter Schmitz zum 60. Geburtstag. Pfullingen, S. 211–266.
- Hepfer, Karl (2015): Verschwörungstheorien. Eine philosophische Kritik der Unvernunft. Bielefeld.
- Hernon, Peter (1995): Disinformation and misinformation through the Internet. Findings of an exploratory study. In: Government Information Quarterly 12, 2, S. 133–139.
- Jowett, Garth S./O'Donnell, Victoria (2012): Propaganda and persuasion. 5. Aufl. Los Angeles.
- Kirchmann, Kay (2004): Das Gerücht und die Medien. Medientheoretische Annäherungen an einen Sondertypus der informellen Kommunikation. In: Bruhn, Manfred/Wunderlich, Werner (Hg.): Medium Gerücht. Studien zu Theorie und Praxis einer kollektiven Kommunikationsform. (= Facetten der Medienkultur 5). Bern, S. 67–85.
- Kohring, Matthias/Hug, Detlef Matthias (1997): Öffentlichkeit und Journalismus. In: Medien Journal 1, S. 15–33.
- Kuhn, Oliver E. (2010): Spekulative Kommunikation und ihre Stigmatisierung – am Beispiel der Verschwörungstheorien. Ein Beitrag zur Soziologie des Nichtwissens/Speculative communication and its stigmatization. The case of conspiracy theories. A contribution to the sociology of ignorance. In: Zeitschrift für Soziologie 39, 2, S. 106–123.
- Liessmann, Konrad Paul (2010): Lüge als Akt der Kommunikation. In: Hömberg, Walter/Hahn, Daniela/Schaffer, Timon B. (Hg.): Kommunikation und Verständigung. Theorie, Empirie, Praxis. Festschrift für Roland Burkart. Wiesbaden, S. 119–131.
- Mahon, James E. (2008): Two definitions of lying. In: International Journal of Applied Philosophy 22, 2, S. 211–230.
- Mahon, James E. (2015): The definition of lying and deception. In: The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Winter 2016 Edition). Erstmalig publ. am 21.2.2008. Internet: <https://plato.stanford.edu/archives/win2016/entries/lying-definition/> (Stand: 2.5.2019).
- Marwick, Alice/Lewis, Rebecca (2017): Media manipulation and disinformation online. New York: Data & Society Research Institute.
- Merten, Klaus (1973): Aktualität und Publizität. Zur Kritik der Publizistikwissenschaft. In: Publizistik: Vierteljahresshefte für Kommunikationsforschung 18, 3, S. 216–235.
- Müller, Jörn (2007): Lüge und Wahrhaftigkeit. Eine philosophische Besichtigung vor dem Hintergrund der Sprechaktheorie. In: Müller, Jörn/Nissing, Hanns-Gregor (Hg.): Die Lüge. Ein Alltagsphänomen aus wissenschaftlicher Sicht. Darmstadt, S. 27–55.
- Neudert, Lisa-Marie/Kollanyi, Bence/Howard, Philip N. (2017): Junk news and bots during the German federal presidency election. What were German voters sharing over Twitter?/Junk News and Bots bei der Bundespräsidentenwahl 2017: Was haben Deutsche Wähler auf Twitter geteilt? In: The Computational Propaganda Project (COMPPOP) Data Memo 2, S. 1–6. Internet: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/uncategorised/junk-news-and-bots-during-the-germany-federal-presidency-election-what-were-german-voters-sharing-over-twitter/> (Stand: 2.5.2019).

- Saul, Jennifer Mather (2012): *Lying, misleading, and what is said. An exploration in philosophy of language and in ethics.* Oxford.
- Scholl, Armin/Weischenberg, Siegfried J. (1998): *Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie.* Wiesbaden.
- Searle, John Rogers (1988): *Sprechakte: Ein sprachphilosophischer Essay.* 3. Aufl. Frankfurt a.M.
- Shiffrin, Seana Valentine (2014): *Speech matters. On lying, morality, and the law.* Princeton/Oxford.
- Sorensen, Roy (2007): Bald-faced lies! Lying without the intent to deceive. In: *Pacific Philosophical Quarterly* 88, 2, S. 251–264.
- Thummes, Kerstin (2013): *Täuschung in der strategischen Kommunikation. Eine kommunikationswissenschaftliche Analyse.* Wiesbaden.
- Vargo, Chris J./Guo, Lei/Amazeen, Michelle A. (2018): The agenda-setting power of fake news. A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. In: *New Media & Society* 20, 5, S. 2028–2049.
- Vosoughi, Soroush/Roy, Deb/Aral, Sinan (2018): The spread of true and false news online. In: *Science* 359, 6380, S. 1146–1151.
- Wardle, Claire/Derakhshan, Hossein (2017): *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making.* (= Council of Europe Report DGI 9). Straßburg. Internet: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> (Stand: 2.5.2019).
- Zimmermann, Fabian/Kohring, Matthias (2018): „Fake News“ als aktuelle Desinformation. Systematische Bestimmung eines heterogenen Begriffs. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 66, 4, S. 526–541.