

Philippe Wampfler



SCHWIMMEN LERNEN IM DIGITALEN CHAOS

Wie Kommunikation trotz Nonsens gelingt

Stämpfli Verlag

Die Kommunikation im Internet ist voller falscher Informationen. Von harmlosen Scherzen über gezielte Fakenews, vom ungenau formulierten Spam-Mail bis zum raffinierten Betrugsversuch finden sich zahllose Beispiele für die Verbreitung von falschen Informationen im Internet.

Fakenews erschweren produktive Arbeit, konstruktive Gespräche und die Aneignung von Wissen, gleichzeitig verhindern sie den Aufbau von Vertrauen in Informationen aus dem Internet. Das Buch analysiert die Kommunikation im Internet und wie wir Menschen damit umgehen. Der Autor gibt Tipps, wie wir im Internet kommunizieren könnten, damit auch da gehaltvolle, produktive und gesunde Kommunikation möglich ist.

Das Ziel ist klar: Dem Nonsense soll durch kreative und kluge Beiträge, durch klare Begriffe, saubere Argumente und transparente Abbildung der Wirklichkeit entgegengetreten werden. So kann die Kommunikation im Internet gelingen und der User Vertrauen in die Inhalte aufbauen.

Ein achtsamer Umgang mit dem Internet ist wichtig für einzelne User, aber auch für Institutionen wie Redaktionen, Schulen, Internetplattformen und Betreiber von Social Media Kanälen.

Kapitulieren ist keine Lösung, es steht zu viel auf dem Spiel. Der Nonsense verschwindet nur, wenn wir uns gemeinsam gegen die Verbreitung von falschen Informationen im World Wide Web stemmen. Philippe Wampfler bietet in diesem Buch eine Sammlung von praktischen Tipps, wie das Schwimmen im digitalen Chaos gelernt werden kann.

Weitere Informationen zum Thema:

- Hier geht's zur [Website des Autors Philippe Wampfler](#)
- Zur Definition von [Fakenews](#)

Philippe Wampfler

SCHWIMMEN LERNEN IM DIGITALEN CHAOS

Wie Kommunikation trotz Nonsens gelingt

Stämpfli Verlag AG

Für die Unterstützung danken wir:

Bildung Bern

Swisscom AG

Lotteriefonds Bildungsbereich Kanton Zürich

Dieses Buch ist urheberrechtlich geschützt. Jede Form der Weitergabe an Dritte (entgeltlich oder unentgeltlich) ist untersagt. Die Datei enthält ein verstecktes Wasserzeichen, in dem die Daten des Downloads hinterlegt sind.

Impressum

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: www.dnb.de

© Stämpfli Verlag AG, Bern, www.staempfliverlag.com · 2018

Lektorat Benita Schnidrig, Stämpfli Verlag AG, Bern

Gestaltung Umschlag Nils Hertig, clicdesign ag, Bern

E-Book ISBN 978-3-7272-6039-1

Print ISBN 978-3-7272-7886-0

Inhaltsverzeichnis

Der Flut begegnen	9
Das Problem verstehen	13
Hoaxes – digitale Streiche mit grosser Wirkung	14
Wo der Spass aufhört	18
Nonsense, Bullshit oder Fake News – eine Begriffsklärung	25
Nonsense als soziales und ethisches Problem	31
Wie Nonsense im Netz entsteht	35
Affordances – die Einladung der Technik	36
Eine neue Medienlandschaft und der Verlust der medialen Sicherheit	38
Filterblasen – die blinden Flecken von Suche und Empfehlung	44
Reichweitenmüll	49
Nonsense aus der Wissenschaft	51
Narrative und Tatsachen – oder das Wesen von Verschwörungstheorien	54
Meinungspornografie	58
Falsch verstandene Medienkompetenz	64
Wie Öffentlichkeitsarbeit Informationen verunreinigt	65
Was uns für Nonsense anfällig macht	73
Gefälschte Profile und die digitale Datenspur	76
Traditionelle und digitale Konzentration	79

Warum wir glauben, was wir glauben wollen	81
The Curse of Knowledge – wenn Nonsens schlau klingt	86
Erleben wir einen Wertezерfall?	88
Schwimmen im Nonsens – ein Programm	91
Verantwortung für das Netz übernehmen	93
Neugierige Fragen stellen	99
Wissensnetzwerke bauen	101
Professionelle Wissensarbeit im Netz	103
Detox und Slow News	106
Filtersouveränität	108
Was aktuelle Bücher und Ratgeber empfehlen	111
Das Nonsens-Training beenden	118
Digitale Hygiene als Systemproblem	124
Die Rolle der Medien und der Service public 2.0	128
Lernen mit den 4K	133
Klar übers Netz reden	138
An Stelle eines Fazits: was Eltern ihren Kindern über Netzkommunikation erzählen sollten	141
Nonsens und die Zukunft der digitalen Kommunikation – ein Ausblick	143
Literatur und audiovisuelle Quellen	149

Motto

Was einer totalitären oder anderen Diktatur ermöglicht zu herrschen, ist die Tatsache, dass Menschen nicht informiert sind. Wie kann man eine Meinung haben, wenn man nicht informiert ist? Wenn alle ständig lügen, ist die Konsequenz nicht, dass man den Lügen Glauben schenkt, sondern nichts mehr glaubt. Der Grund dafür liegt darin, dass Lügen ihrer Definition gemäss verändert werden müssen, und eine Regierung, die lügt, muss ständig ihre eigene Geschichte neu schreiben. So erhält man nicht nur eine einzige Lüge – die alleine schon bis ans Ende aller Tage aufrechterhalten werden könnte –, sondern eine Vielzahl von Lügen, abhängig davon, wie sich das politische Klima gestaltet. Und eine Bevölkerung, die nichts mehr glauben kann, kann sich nicht entscheiden. Ihr wird nicht nur die Fähigkeit genommen zu handeln, sondern auch die Fähigkeit zu denken und zu urteilen. Und mit einer solchen Bevölkerung kann man dann machen, was man will.

Hannah Arendt

Der Flut begegnen

Wir sind von Daten überflutet! Zwischen Daten und Tatsachen besteht jedoch ein grosser Unterschied. Tatsachen sind das Ergebnis einer geregelten Untersuchung. Daten gibt es überall. Sie können überprüft oder nicht überprüft werden. Sie können komplex oder einfach sein. Wir ernähren uns von Daten – wir können aber auch darin ertrinken. Daher glaube ich, dass wir ein Vokabular brauchen, mit dem wir «Möchtegern-Tatsachen» von echten Tatsachen unterscheiden können.

Lorraine Daston

Nonsens ist überall. Vor allem im Netz: Von harmlosen Scherzen über böartige Täuschungen, vom ungenau formulierten Spam-Mail bis zum raffinierten Betrugsversuch finden sich zahllose Beispiele für Informationsverschmutzung. Sie erschweren produktive Arbeit wie konstruktive Gespräche und verhindern den Aufbau von Vertrauen im digitalen Alltag. Doch wo kommt dieser Nonsens her, und warum sind Menschen dafür anfällig? Wie ist gehaltvolle, produktive und gesunde Kommunikation trotzdem möglich? Auf den folgenden Seiten gehe ich diesen Fragen nach.

Das Programm ist klar, so wie es auch die Wissenschaftshistorikerin Lorraine Daston fordert: Dem Nonsens muss durch kreative, kluge Beiträge, durch klare Begriffe, saubere Argumente und transparente Abbildung der Wirklichkeit entgegengetreten wer-

den. Wörter in ernster Weise verwenden heisst: Bevor man redet oder schreibt, Aussagen zu überprüfen, anzuzweifeln, zu reflektieren. Sie nicht deshalb äussern, weil sie sich wahr anfühlen, sondern weil man weiss, dass sie wahr sind.

Diese Pflicht gilt sowohl für einzelne Individuen als auch für Institutionen wie Redaktionen, Schulen und Internetplattformen, die oft mehr Möglichkeiten haben und Fachkräfte anstellen können. Kapitulieren ist für niemanden eine Option, zu viel steht auf dem Spiel. Der Nonsens verschwindet nur, wenn wir uns gemeinsam gegen seine Wellen stemmen. Oder wie der Infoethiker Rafael Capurro es ausdrückt:

Es ist wie im Meer. Das Meer ist immer stärker, aber man kann lernen zu schwimmen. Man kann zwar immer noch ertrinken, auch wenn man gut schwimmen gelernt hat. Aber man hat sich das Schwimmen einverleibt. Und das geht nicht nur mit dem Medium Wasser. Man kann auch lernen, in diesem digitalen Chaos zu schwimmen – und sogar Spass haben dabei, das gehört ja auch dazu. Wenn man sich eine digitale Ethik einverleibt hat, handelt man aus sich selbst heraus gekonnt. So etwas nennt man dann Charakter.

Die Herausforderung ist gross: In diesem Buch findet sich nicht nur eine Sammlung von praktischen Tipps, wie das Schwimmen im digitalen Chaos gelingen kann, ich versuche auch, Nonsens genau zu erfassen und die wesentlichen psychologischen und auch technischen Zusammenhänge so aufzuzeigen, dass Leserinnen und Leser eigene Schlüsse aus den abgegebenen Ratschlägen ziehen können. Das kann nur erreicht werden, wenn nicht jedes Detail erwähnt wird. Wie Facebook entscheidet, welche Beiträge erscheinen, wenn man auf dem Smartphone die App öffnet, weshalb Google Geld damit verdient, Nonsens zu verbreiten, oder welche

Rolle Fake News bei den politischen Entscheidungen der letzten Jahre gespielt hat, all dies habe ich weggelassen, um die Abschnitte kurz und verständlich zu halten und nicht in technische Ausführungen zu verfallen, die langweilen.

Die Arbeit an diesem Buch wäre ohne mein persönliches Lernnetzwerk nicht denkbar gewesen. Es besteht aus kritischen Denkerinnen und Denkern, die ihre Überlegungen und Lektüreerfahrungen im Netz teilen und sich auf interessante Gespräche darüber einlassen. Ihnen gebührt mein Dank, und von ihnen beziehe ich mein unerschütterliches Vertrauen, dass konzentrierte und konstruktive Wissensarbeit im Netz möglich ist.

Philippe Wampfler
Zürich, im Oktober 2017

Das Problem verstehen

Der Grund für den vielen Bullshit ist der, dass Menschen einfach reden. Reden sie nicht, verdienen sie kein Geld. Das ist in Ordnung, aber sie sind so gezwungen, über Dinge zu sprechen, von denen sie nicht viel verstehen.

Harry Frankfurt

Erinnern Sie sich an die Zeit vor Facebook und Whatsapp – als soziale Netzwerke allenfalls aus Massen-E-Mails bestanden, in denen lustige Powerpoint-Präsentationen, Bilder, Witze und Petitionen an so viele Bekannte wie möglich verschickt wurden? Zu dieser Zeit wurde häufig auf die Website Bonsaikitten.com verwiesen, auf der die Herstellung von Bonsai-Kätzchen dokumentiert und diese zum Verkauf angeboten wurden. Die vorgestellte Methode verlangte, ein Katzenbaby im Alter von einer Woche in ein Behältnis zu sperren, dessen Form seine Knochen dann annehmen würden. Auf der Website wurden konkrete Tipps gegeben, wie das zu bewerkstelligen sei. Der Appell, doch auf die Luft- und Nahrungsversorgung so gezüchteter Kätzchen zu achten, war vergebens: Petitionen, die forderten, die Seite zu verbieten, verbreiteten sich per E-Mail im Nu, Tierschutzorganisationen wurden mit Klagen überrannt.

Nachforschungen ergaben, dass Studierende am Massachusetts Institute of Technology (MIT) in Boston die Seite betrieben. Es handelte sich dabei um einen Hoax, also um den Versuch, Men-

schen von einer Täuschung zu überzeugen, sie im Rahmen eines medialen Streiches zu verwirren.



Bonsai-Kitten, Bild von der
Originalseite bonsaikitten.com
(seit 2016 offline)

Hoaxes – digitale Streiche mit grosser Wirkung

Das Phänomen, Menschen täuschen zu wollen, ist nicht neu. Veränderungen im medialen Umfeld künden sich immer an. Da sie oft stark verunsichern, werden sie als etwas Einzigartiges wahrgenommen, aus einer kulturgeschichtlichen Perspektive auf den Medienwandel sind sie dies jedoch nicht. So ist etwa die Kritik, wertlose Information erhalte zu viel Beachtung, eine Konstante. Sie ist oft mit einer Geringschätzung von Fiktionalität und Unterhaltung verbunden: Seien es Romane, Comics, Soap-Operas im Fernsehen – das verführerische Potential von erfundenen Geschichten wurde kulturgeschichtlich häufig als Bedrohung für die menschliche Produktivität und Denkfähigkeit erlebt. Entsprechende Befürchtungen haben sich jedoch kaum bewahrheitet: Reale Ereignisse von den fiktionalen Inszenierungen zu trennen, fiel Konsumierenden, die mit den entsprechenden Medien vertraut waren, selten besonders schwer.

Die spezifische Veränderung durch das Web 2.0, also durch interaktive Internetdienste, besteht darin, dass publikumswirksame Kanäle allen offenstehen. Was euphorisch als Demokratisierung der Informationen und als eine Verkürzung der Nachrichtenwege gefeiert wurde, bedeutet in der Praxis oft, dass undurchsichtig wird, woher eine Information stammt und mit welcher Absicht sie verbreitet wird. Die Links und Fotos der Bonsai-Kätzchen wurden beispielsweise per Mail verschickt. Es war nicht erkennbar, dass es sich hier um einen Streich von Studierenden handelte und Katzen überhaupt nie so gezüchtet wurden. Was sich von Peer zu Peer verbreitet, von Konsumierendem zu Konsumierender, orientiert sich nicht mehr an der Grenze zwischen Unterhaltung und Information oder zwischen Wahrheit und Inszenierung, sondern an jener zwischen einer Bemühung um Wahrhaftigkeit und einer Bemühung um Aufmerksamkeit.

Hinter Hoaxes stecken oft pädagogische oder ethische Absichten, die darauf abzielen, ein Bewusstsein für die eigene Wahrnehmung oder Gutgläubigkeit zu schaffen. 1964 hat der schwedische Journalist Ake Axelsson einem Schimpansen im Zoo in Borås Malutensilien ins Gehege stellen lassen. Der Affe gestaltete daraufhin Bilder. Vier davon stellte Axelsson in einer Göteborger Galerie unter dem Namen Pierre Brassau aus, und er gab vor, dies sei ein bisher unbekannter französischer Künstler. Ein Kritiker lobte die Werke überschwänglich. Die Absichten von Axelsson dürften klar sein: den Kunstbetrieb und seine Kritik entlarven, mit dem Hoax eine Aussage über bestimmte soziale Praktiken machen.

Das Netz bietet eine ideale Bühne für Hoaxes: Es ist einfach, falsche Identitäten zu erzeugen und die Quelle von Informationen zu verschleiern. Betrachten wir den Twitter-Account @horse_ebooks. Ursprünglich wurde er dazu geschaffen, automatisch Werbung für bestimmte E-Books zu erstellen. Dahinter steckte ein Bot, also ein Programm, das nach bestimmten Regeln Werbelinks veröffent-

lichte. Damit Spam-Detektoren das Profil nicht blockierten, wurden scheinbar menschliche Botschaften dazwischengeschoben. Die Poesie dieser automatisch generierten, kryptischen Botschaften – «everything happens so much», «unfortunately, as you probably already know, people» – führte 2013 zu einem grossen Interesse an diesem Account. Über 200 000 Profile lasen mit. Der Hoax bestand darin, dass der Account von einem Journalisten als ein Kunstprojekt betrieben wurde. Ein Mensch gab vor, als Maschine zu agieren und so Kunst zu produzieren. Zwischen @horse_ebooks und dem malenden Schimpansen gibt es viele Parallelen. Bei beiden geht es letztlich um die Reflexion der Grenzen von Kunst, um ihre Voraussetzungen und das Verhältnis des Menschen zum Tier oder zur Maschine.

Viele andere Hoaxes werfen allerdings keine solchen Fragen auf. Vielmehr handelt es sich um pseudojournalistische Manipulationsversuche, die von PR-Abteilungen, der Politik oder Interessengruppen strategisch eingesetzt werden, um den Zugang zu Wahrheit zu erschweren. Dabei handelt es sich weder um Perspektiven auf die Welt, die beanspruchen können, eine andere Wahrheit abzubilden, noch dienen diese Hoaxes dazu, ein Problem darzustellen: Sie sind lediglich Versuche, Menschen dadurch zu beeinflussen, dass man ihnen erschwert, die Wahrheit überhaupt zu erkennen. Das betrifft besonders den Umgang mit Migration: Auf Hoaxmap.org haben Freiwillige im Februar 2016 begonnen, «eine Ordnung in die Vielzahl gestreuter Gerüchte zu bringen und die Dekonstruktion selbiger zu erleichtern». Diese Gerüchte verbreiten sich fast ausschliesslich über soziale Netzwerke wie Facebook und inszenieren Verbrechen von Asylsuchenden, die nie stattgefunden haben. Sie machen rassistische Stimmung – teilweise auch mit der Unterstützung russischer und nationalistischer Medien. Die entsprechenden Hoaxes sind oft aufwändig gestaltet und für Laien nicht von offiziellen Meldungen zu unterscheiden. Während