



FAMA – ANTIKE

FAKE-NEWS?

Analyse der Vergilschen Beschreibung von Gerüchten in der Antike (Verg. Aen. 4, 173-188) und Vergleich dieser mit den heutigen ‚Fake-News‘ in Bezug auf Macht und Missbrauch sozialer Medien

FACHARBEIT

‚Fake-News‘ – ein Begriff, der inzwischen, seit Donald Trumps Wahlkampf, in unserer Alltagssprache fest verankert ist und gleichzeitig ein scheinbar zuvor unbekanntes Phänomen kennzeichnet. Doch sind Fake-News tatsächlich eine derart neue Erscheinung wie stets gedacht? In dieser Arbeit wird untersucht, ob es auch schon in der Antike etwas Ähnliches wie die heutigen Fake-News gab.

Tobias Henig, Q1

Latein-LK, Gymn. Petrinum Recklinghausen
Herr Rembiak

Januar - März 2018

Schuljahr 2017-2018, 2. Halbjahr

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	4
1.1 Einführung in ‚Fama‘ und ‚Fake-News‘	4
1.2 Vergils Epos „Aeneis“ – eine Einordnung	5
2. ‚Fama‘ in der Antike	8
2.1 Textparaphrase	8
2.2 Analyse und Interpretation des Textauszuges	8
2.2.1 <i>Stilistik</i>	8
2.2.2 <i>Metrik</i>	10
2.2.3 <i>Interpretation der Fama-Allegorie: Merkmale der Fama</i>	11
2.3 Fazit	13
3. ‚Fake-News‘ im modernen Zeitalter	14
3.1 Was sind Fake-News?	14
3.2 Relevanz von Fake-News	15
3.3 Beispiele	16
3.4 Ursachen	17
3.4.1 <i>Allgemeine Ursachen</i>	17
3.4.2 <i>Distanzierung von etablierten Medien</i>	18
3.4.3 <i>Digitalisierung, Macht und Missbrauch sozialer Medien</i>	19
3.5 Folgen.....	23
3.6 Fazit	24
4. Vergleich	25
5. Schlussbemerkung	30

6. Anhang	31
6.1 Literatur- und Quellenverzeichnis.....	31
6.2 Lateinischer Text und Übersetzung.....	36
6.3 Metrische Analyse.....	37
6.4 Abbildungen.....	38
6.4.1 <i>Darstellungen des Gerüchts</i>	39
6.4.2 <i>Statistiken zu Fake-News und sozialen Netzwerken</i>	42
6.4.3 <i>Sonstiges</i>	47
6.5 Erklärung.....	48

1. Einleitung

1.1 Einführung in ‚Fama‘ und ‚Fake-News‘

Gerüchte sind für viele Menschen ein Phänomen, das kaum unbekannt ist. Man geht jedoch meist davon aus, dass vor allem ‚Fake-News‘ erst seit kurzer Zeit existieren und nichts Besonderes sind – sie gehören eben dazu und liefern lediglich einen Gegenpol zu „normalen“ Nachrichten.

Setzt man sich genauer mit dem Thema der Fake-News auseinander, fällt jedoch auf, dass es Gerüchte schon zumindest vor Donald Trump und auch schon vor der Digitalisierung gab. Allerdings sorgte diese dafür, dass es zu einem ‚Wendepunkt‘ kam, welcher Fake-News die Möglichkeit gab, sich nahezu uneingeschränkt auszubreiten. Inzwischen wird in der Literatur immer häufiger davon gesprochen, dass sie die Demokratie ernsthaft gefährden könnten.

Doch wo liegen die Ursprünge der Fake-News? Gab es sie schon immer? Betrachtet man die Antike, so fällt auf, dass eine mehr als 2000 Jahre alte Darstellung über Gerüchte anscheinend immer noch ziemlich aktuell ist: In dieser Arbeit geht es um einen Auszug aus den ‚Aeneis‘ Vergils, einem Dichter der Antike. Er verfasste eine der ersten Darstellungen der ‚Fama‘, dem antiken Gerücht, „[einem] Motiv, das, in der Antike gestaltet, in der Literatur und Vorstellungswelt Europas eindrucksvoll weiterwirkte“¹. Dass das Lesen eines derart alten Textes tatsächlich so uninteressant ist, wie man vielleicht zunächst denken mag, trifft hier also anscheinend nicht zu. Albrecht meint, ein „Grund, Vergil zu lesen, [sei] die Tatsache, daß er den Pulsschlag der Zeit feinhörig wahrnimmt, einer Epoche, die nicht weniger zerrissen war, als die unsrige“².

Dieser Zeit wird sich im Folgenden genauer gewidmet: Zunächst werden Vergil als Dichter und sein Werk im Allgemeinen betrachtet. Darauf folgend wird seine Darstellung der Fama genauer behandelt und interpretiert. Schlussendlich wird sie mit den Fake-News der Aktualität verglichen, wobei sich durchaus mehr Parallelen finden lassen, als man vielleicht zuerst gedacht hatte. Sind Fake-News also nur eine Weiterentwicklung der Fama in der Antike?

¹ Kraft, 1986, S. 22.

² Albrecht, 2007, S. 3.

1.2 Vergils Epos „Aeneis“ – eine Einordnung

Zentrum dieser Arbeit sind die Verse 173-188 aus dem vierten Buch der ‚Aeneis‘ Vergils, welche im Folgenden zunächst grob inhaltlich und historisch eingeordnet werden³:

Viel ist über den antiken Dichter Vergil, einem der bedeutsamsten Roms, nicht bekannt; die meisten Biographien über ihn sind nicht nur nahezu alle auf die Vergil-Vita Suetons zurückzuführen⁴, sondern es existieren zudem viele Legenden über ihn. Gelebt hat Vergil allerdings ziemlich sicher von 70 bis 19 v. Chr., als Bürgerkriegskind und durch die Wende zwischen Republik und Kaiserzeit, dem Aufstieg Octavians⁵, geprägt – die Zeit wird nicht selten als „Jahrhundert der Bürgerkriege und Proskriptionen“ und „eine[] Epoche [beschrieben], die nicht weniger zerrissen war, als die unsrige“⁶ und in der sich die Poesie in das Private und Subjektive zurückzog. Aus „keineswegs vornehmer Familie“⁷ möglicherweise etruskischer Herkunft stammend, soll er meist am Golf von Neapel im Verborgenen gelebt haben, obwohl er Freundschaft hoch ansah. Sein Leben ist wohl von einer frühen literarischen Bildung im Lateinischen und Griechischen durch seinen Vater und Nähe zur Natur wie auch einem sehr frühen Tod Vergils beider Brüder gezeichnet gewesen.⁸

Vergil verfasste drei Werke, zunächst die *Bucolica*, Hirtengedichte, und die *Georgica*, ein „Lehrgedicht über die Landwirtschaft“⁹. Erst danach traute er sich an die „anspruchsvollste und umfangreichste literarische Gattung der Antike“¹⁰ heran und verfasste das Epos *Aeneis*, ein hexametrisches, „fesselnde[s]“¹¹ Langgedicht über den Held Aeneas, das dessen Taten und Kämpfe schildert. Vergil verfasste das Werk zwischen 29 und 19 v. Chr. Vollenden konnte er es nicht ganz, da er zuvor an Schwäche durch Krankheit starb.¹²

Ihm gelang es, trotz des zu seiner Zeit vorherrschenden Literaturgeschmacks, der sich von Dichtung insgesamt und besonders von poetischen Großformen distanzierte, und

³ Weitaus genauere allgemeine Betrachtungen der Werke Vergils:

Suerbaum, W. *Vergils Aeneis: Epos zwischen Geschichte und Gegenwart*. Stuttgart 1999.

Albrecht, M. v. *Vergil: Bucolica – Georgica – Aeneis: Eine Einführung*. Heidelberg 2007.

Holzberg, N. *Vergil. Der Dichter und sein Werk*. München 2006.

⁴ vgl. Suerbaum, 1999, S. 376.

⁵ vgl. *Epochenübersicht zur Römischen Geschichte*, o.V., *Epochenübersicht zur Römischen Geschichte*, 2008/09.

⁶ Albrecht, 2007, S. 3.

⁷ Albrecht, 2007, S. 7.

⁸ vgl. Albrecht, 2007, S. 7-13, Suerbaum, 1999, S. 376-384 und Lobe, Müller, & al., 2016, S. 5-6.

⁹ Lobe, Müller, & al., 2016, S. 5.

¹⁰ Lobe, Müller, & al., 2016, S. 5.

¹¹ Albrecht, 2007, S. 3.

¹² vgl. Albrecht, 2007, S. 10 und Wlosok, 1982, S. 9.

einen starken Wettstreit mit anderen Autoren von Epen, damit große Bekanntheit zu erlangen¹³; „Ennius als Nationalepiker [konnte er sogar ablösen]“¹⁴. Dies schaffte er unter anderem dadurch, dass er die Werke *Odyssee* und *Ilias*, die Homer zugeschrieben werden, in sein Werk mit vielen intertextuellen Bezügen einbaute und sich diesen und möglicherweise weitere Epiker zum Vorbild nahm. Daher ist auch die Einteilung der Aeneis in eine *odysseeische* (Buch 1-6) und eine *iliadische* (Buch 7-12) Hälfte geläufig.¹⁵ Auch im behandelten Textauszug sind wohl Zitate Homers enthalten¹⁶.

Die Aeneis erzählt einen weiteren Gründungsmythos des Römischen Reiches und liefert somit die Vorgeschichte zum Mythos um Romulus und Remus. Der Sieg Augustus‘ über Antonius ist möglicherweise die ursprüngliche Motivation zum Schreiben gewesen¹⁷; an vielen Stellen schafft Vergil „Durchsichten auf die augusteische Gegenwart“¹⁸: Es sind durchaus Formen der Würdigung Augustus‘ vorhanden, allerdings nicht ausschließlich. Die „Two Voices Theory“ zieht auch in Betracht, dass Vergil, auch wenn er sich stets nach Frieden sehnte, augustus-kritisch gewesen ist.¹⁹

Inhaltlich dreht sich die Aeneis um den Trojaner Aeneas, ursprünglich eine Randfigur des Mythos‘ des Trojanischen Krieges. Dieser „galt als Inbegriff, als Muster der pietas“²⁰ und wird bereits im Proömium als vom Schicksal Erwählter dargestellt; auch deshalb wird die Aeneas-Sage oftmals mit Rowlings „Harry Potter“-Reihe verglichen²¹. Gemäß der „Two Voices Theory“ ist allerdings in Aeneas durchaus auch ein „Anti-Held[]“ zu sehen.²² Er floh aus dem eroberten Troja und erhält im Proömium die Aufgabe, dessen Tradition aufrecht zu erhalten und schließlich eine neue Stadt in Italien zu gründen.

Im ersten Buch wird er allerdings durch Juno, seine Feindin, die einen Seesturm erschuf, an die karthagische Küste vertrieben und durch Dido aufgenommen. Die Bücher zwei und drei sind darauffolgend eine Retrospektive der Zerstörung Trojas und Aeneas‘

¹³ vgl. Lobe, Müller, & al., 2016, S. 6.

¹⁴ Lobe, Müller, & al., 2016, S. 6.

¹⁵ vgl. Albrecht, 2007, S. 150 und Lobe, Müller, & al., 2016, S. 6.

¹⁶ vgl. Knauer, 1964; eine genauere Betrachtung der intertextuellen Bezüge zwischen der Aeneis und Homer ist hier zu finden: Knauer, G. N. *Die Aeneis und Homer*. Göttingen 1964.

¹⁷ vgl. Wlosok, 1982, S. 9.

¹⁸ Lobe, Müller, & al., 2016, S. 5.

¹⁹ vgl. Suerbaum, 1999, S. 372-373.

²⁰ Wlosok, 1982, S. 10.

²¹ vgl. Lobe, Müller, & al., 2016, S. 4;

eine besonders genaue Betrachtung von Parallelen der Aeneis mit Harry-Potter-Geschichten:

o.V. *Harry Potter und die Aeneis des Vergil*. Abrufbar unter:

http://ifa.phil-fak.uni-koeln.de/sites/IfA/Klassische_Phil/Harry_Potter_und_die_Aeneis_des_Vergil.pdf.

Demnach gibt es auch in Rowlings Geschichten eine Art der ‚Fama-Beschreibung‘.

²² vgl. Glücklich, 2004, S. 5.

Irrfahrten, die er anführt. In Buch vier verlieben sich Aeneas und Dido durch eine Intrige Junos ineinander, sie „verbringen ein kurzes Glück“²³, bis Dido von Aeneas auf Befehl Merkurs wieder verlassen wird und Selbstmord begeht.²⁴ Am Anfang des vierten Buches ist zudem die hier behandelte Fama-Darstellung Vergils zu sehen. Sie dreht sich um das Gerücht, dass Aeneas und Dido ein Paar seien. Dieses verbreitet sich rasant in der Welt.²⁵ Austin beschreibt es „as an interlude, covering the passage of time and enabling Vergil to tell Aeneas‘ fall from grace more objectively“²⁶ (als eine Art Zwischenstück, das Erzählzeit vergehen lässt und Vergil objektiver vom Sittenverfall Aeneas berichten lässt). Die beiden darauffolgenden Bücher berichten schließlich von Vergils Ankunft in Italien und dem Kontakt zu seinem Vater Anchises in der Unterwelt, der ihm alle großen Römer als besonders heldenhaft darstellt. In den Büchern sieben bis elf geht es schließlich um den Kampf Aeneas‘ gegen die Einheimischen in der Gegend des heutigen Roms. Durch Mitwirken vieler Götter zieht sich dieser sehr in die Länge. Schlussendlich siegt Aeneas im finalen Kampf im zwölften Buch gegen Turnus, dem zuvor Verlobten Lavinias, einer Königstochter, welche Aeneas zur Frau angeboten wurde.²⁷

²³ Lobe, Müller, & al., 2016, S. 7.

²⁴ vgl. Lobe, Müller, & al., 2016, S. 7 und Suerbaum, 1999, S. 46-85.

²⁵ vgl. Albrecht, 2007, S. 120-125.

²⁶ R.G. Austin, 1955, S. 70.

²⁷ vgl. Lobe, Müller, & al., 2016, S. 7 und Suerbaum, 1999, S. 46-85.

2. ‚Fama‘ in der Antike

Im Folgenden werden zunächst beide Beschreibungen – die der ‚Fama‘ und die der ‚Fake-News‘ – getrennt voneinander betrachtet. Der Fokus liegt zunächst auf der Antike und der ‚Fama‘:

2.1 Textparaphrase

Im vorliegenden Textauszug (siehe Anhang²⁸) wird beschrieben, dass sich das Gerücht (*Fama*) durch Libyen verbreitet. Darauffolgend werden dessen Eigenschaften dargestellt:

Bei der Fama handelt es sich um eine besonders furchtbare weibliche Person, der Schwester Koeus‘ und Enkeladus‘. Sie hat ihren Ursprung im Zorn über die Götter. Die Fama weist besondere Eigenschaften auf, so kann sie sich schneller als alles andere verbreiten und wird dabei immer machtvoller. Sie ist darüber hinaus überaus groß und voller Federn, unter diesen befinden sich eine Vielzahl an Augen, Zungen, Mündern und Ohren.

Die Fama schläft niemals; nachts fliegt sie unruhig durch die Dunkelheit, während sie sich tagsüber hoch oben in großen Städten niederlässt und diese in Unruhe versetzt; sei es durch Gelogenes und Böses oder durch Wahres.

2.2 Analyse und Interpretation des Textauszuges

Vergils Darstellung der Fama ist eine der ersten Darstellungen eines Phänomens, dessen Name, Fama, sich weit über die Antike hinaus am Leben halten konnte, beispielsweise im modernen Journalismus wie auch in Altertumswissenschaften im Allgemeinen.²⁹ Dementsprechend ist es einleuchtend, dass ein derart zentraler Textabschnitt auch „highly rhetorical“³⁰ (besonders voll sprachlicher Auffälligkeiten) ist. Diese werden im Folgenden genauer betrachtet:

2.2.1 Stilistik

Direkt ins Auge sticht beim Lesen der zu behandelnden Verse die fortlaufende Personifizierung des Gerüchtes, „eine[r] großen Allegorie“, die „eindrucksvoll[] [ist und] Schaudern erreg[t]“³¹ (Diese wird in Abschnitt 2.2.3 noch einmal auf Grundlage der

²⁸ Lateinischer Text aus: P. Vergili Maronis, Opera, 1969, S. 13.

²⁹ vgl. Kraft, 1986, S. 23, 31.

³⁰ R.G. Austin, 1955, S. 70.

³¹ Glücklich, 2004, S. 70.

folgenden Ergebnisse besonders ausführlich interpretiert). Dadurch, dass die Fama als Schwester von Koeus und Enkeladus und somit als *Gigant* dargestellt wird (vgl. V. 178-180) und sich ihre Beschreibung „mythischen Ungeheuern wie der Lernaesischen Schlange [...] annähert“³², steigert sich noch einmal die ohnehin bereits negative Wertung, da Giganten aus mythologischer Sicht den olympischen Göttern komplett entgegenstehen³³. Die Darstellung, die Kraft der Fama wachse durch Bewegung, kann zudem mit Ciceros Deskription der *virtus* in Verbindung gebracht werden kann: Er beschreibt die Tugend unter anderem durch den Relativsatz „*quae tota in usu posita est*“ (Die ganze Tugend besteht nur in der Ausführung), wodurch er darstellt, dass es keine Tugend gibt, wenn niemand tugendhaft handelt³⁴. Die Fama ist also nicht nur insgesamt angsteinflößend, sondern auch noch Abbild des Sittenverfalls und des Verlustes der *pietas* – vor allem auf göttlicher Ebene.

Diese Eigenschaft der Fama, „rücksichtslos“ in Städte einzugreifen und generell die guten Sitten zu vernichten, ist auch in dem Vorhandensein vieler Hyperbata wiederzuerkennen: So stellt sie sich bereits im ersten Vers der Beschreibung, „*magnas (it Fama) per urbes*“ (V. 173) und weiterhin im Vers 187 („*turribus (aut) altis, et magnas (territat) urbes*“) gewissermaßen mitten in große Städte und „spaltet“ diese. Sogar ihre Brüder Koeus und Enkeladus dominiert sie anscheinend: „*extremam, (ut perhibent, Coeo Enceladoque) sororem*“ (V. 178). Besonders auffällig ist in dieser Hinsicht nochmals der Vers 184, wo das Wort „*medio*“ nicht nur in der Mitte des Verses steht, sondern auch noch „*caeli*“ und „*terraeque*“ voneinander trennt. Dies ist also möglicherweise eine weitere bildhafte Darstellung der fehlenden *pietas* der Fama gegenüber Göttern, da sie sich genau zwischen Himmlisches und Irdisches stellt.

Für eine weiter beängstigende Wirkung sorgen darüber hinaus Isotopieebenen, die stark herausstechen, so die Häufung besonders ‚schrecklicher‘ Wörter wie „*monstrum horrendum*“, „*ingens*“ (V. 181) und „*territat*“ (V. 187). Das Sachfeld eher überirdischer Begriffe wie „*attollit*“ (V. 176) und „*inter nubila*“ (V. 177) untermauert darüber hinaus die große Macht der Fama über die Menschen.

Die Aufzählung der Eigenschaften der Fama (V. 178-183) ist auffallend asyndetisch gehalten, besteht also aus einer langen Aneinanderreihung kurzer Teilsätze über jeweils eine Eigenschaft, die einige Ellipsen aufweisen. So fehlt häufig in den Teilsätzen ein

³² Glücklich, 2004, S. 70.

³³ vgl. Ilberg & Kuhnert, *Giganten*, 1890 und R.G. Austin, 1955, S. 72.

³⁴ vgl. Glücklich, 2004, S. 70.

Prädikat an Stellen, an denen wohl eine Form von „esse“ ausgelassen wurde, beispielsweise bei „monstrum horrendum, ingens“ (V. 181), einer zentralen Stelle des Textauszuges. Dies bringt Geschwindigkeit in die Aufzählung und erschwert den Lesefluss, wodurch betont wird, welche Vielzahl und Vielfalt an Eigenschaften Fama aufweist. Die Parenthese „mirabile dictu“ (V. 182) und die Häufung des Wortes „tot“ bzw. „totidem“ (V. 182f.) unterstreicht diese Betonung.

Die Verse 175-177 beschreiben zudem die starke Unberechenbarkeit der Fama: Sie kann nicht nur sehr leicht Kräfte erlangen, verdeutlicht durch die Alliteration „**v**iget **v**irisque“ (V. 175), sondern auch klein sowie riesig groß und auf dem Boden sowie in den Wolken sein. Letzteres unterstützt jeweils eine Antithese, deren Teile teils asyndetisch (vgl. V. 176) und teils polysyndetisch (vgl. V. 177) zueinander stehen.³⁵

Ihr „doppeltes Gesicht“³⁶ wird nochmals zum Ende hin in einem anderen Zusammenhang deutlich; hier zeugt eine Antithese davon, dass die Fama sowohl Wahr- als auch Unwahrheiten unter dem Volk zu verbreiten erwägt.

2.2.2 Metrik

Auch hinsichtlich der metrischen Gestaltung (siehe Kapitel 6.3) gibt es einige erwähnenswerte Auffälligkeiten:

Besonders bemerkenswert ist, dass es im zu behandelnden Textauszug eine Vielzahl an Zäsuren gibt: 13 der insgesamt 16 Verse weisen mindestens drei Zäsuren auf, meist Trit-, Pent- und Hephthemimeres. Dies verdeutlicht allgemein, welche gewaltige Kraft Fama innehat, sodass sie fähig ist, die Gesellschaft mit ihren guten Sitten rücksichtslos zu „spalten“ und stellt allgemein ein „Stocken“ des guten Lebens dar. Weiterhin rahmen die Zäsuren Wörter, die die Fama im Besonderen ausmachen, förmlich ein, so zum Beispiel „pedibus“, „celerem“ (V. 180) und „custos“ (V. 186). Die Wächterrolle der Fama wird in den Versen 185 und 186 auch durch die Metrik veranschaulicht: Vers 185 ist metrisch ziemlich regelmäßig gehalten und unterstützt durch die vielen auftretenden Längen die allgemein ruhige, dunkle und teils unbehagliche Nachtstimmung. Vers 186 ist, wie auch die Verse 187 und 188, rhythmisch ähnlich aufgebaut und somit weiterer Teil der Beschreibung des Alltags der Fama, beinhaltet jedoch nicht mehr eine Beschreibung der Nacht, sondern stellt einen Tag dar. Hierbei zeugen die Zäsuren und die vielen Längen davon, dass sich tagsüber die Fama tatsächlich niedersetzt – allerdings, um Wache über

³⁵ R.G. Austin, 1955, S. 71-72.

³⁶ Glücklich, 2004, S. 70.

die Menschen zu halten. Sie wird mit einem Wesen der Nacht in Verbindung gebracht werden und so noch einmal weiter von den Menschen distanziert und unheimlicher dargestellt. Dass darüber hinaus durch die Fama die pietas zwischen Menschen und Göttern verloren geht, wird im 184. Vers durch die Zäsuren verdeutlicht, die das obig beschriebene Hyperbaton verstärken: Die Wörter „caeli“ und „terraeque“ (V. 184) sind nicht nur durch die Syntax voneinander getrennt – Zäsuren vor und nach „caeli“ sowie vor „terraeque“ sorgen für eine deutliche Abgrenzung.

Auch Elisionen sind in der Fama-Beschreibung stark vertreten: Besonders auffällig sind die Wörter „monstr(um) (h)orrend(um), ingens“ (V. 181), die sich im Zentrum der Beschreibung befinden. Hier werden drei Wörter in lediglich sechs Silben ausgesprochen. Dies sorgt auf der einen Seite für Geschwindigkeit und untermauert, wie schnell sich auch Fama verbreiten kann. Auf der anderen Seite galten für die Römer Elisionen als besonders unschön und unrein – es ist folglich kein Zufall, dass hier in einem Vers sogar zwei hintereinander davon auftreten: Die Fama wird so an der passenden Stelle ein weiteres Mal als Gegenpol zur „virtus“ herabgewürdigt. Ähnliches sagt die Elision „ir(a) inritata deorum“ (V. 178) aus; hier als würdelose Distanzierung zu den Göttern.

Die Unberechenbarkeit der Fama wird auch mithilfe der Elision „sol(o) et“ (V. 177), die die bereits benannte Antithese an dieser Stelle untermauert, veranschaulicht. Fama kann sich also scheinbar gleichzeitig auf dem Boden und im Himmel befinden. In diesem Kontext fällt auch noch die Betonung des Wortes „et“ (V. 177) auf, ähnlich wie die betonten Wörter „mox“ und „sese“ (V. 176) zeugt auch diese davon, dass sich Fama innerhalb kürzester Zeit ‚verwandeln‘ kann.

2.2.3 Interpretation der Fama-Allegorie: Merkmale der Fama

Vergil bedient sich in seiner Fama-Beschreibung einer besonders bildlichen Darstellung eines „dämonisch[en]“³⁷ Wesen, um den Leser emotional besonders gut ansprechen zu können³⁸. Vergil mag bei seiner Beschreibung einem bestimmten mentalen Bild gefolgt sein³⁹; zumindest ist es weit verbreitet, das Gerücht bildlich darzustellen (s. Kapitel 6.4.1): Die Darstellung in Abbildung 1 ähnelt an vielen Punkten Vergils bildhafter Beschreibung, welche auf dem Titelblatt verbildlicht ist. Auch die Statue der Dresdener Kunstakademie enthält typische Elemente wie Flügel und Trompete (als Symbol der Lautstärke), ist dort jedoch etwas freundlicher dargestellt (s. Abbildung 2). Auch das

³⁷ Gödde, 2005, S. 151.

³⁸ vgl. Kraft, 1986, S. 24.

³⁹ vgl. Austin, 1955, S. 70.

berühmte Bild „Das Gerücht“ A. Paul Webers (Abbildung 3), in dem „[e]in Lindwurm, zusammengesetzt aus ungezählten Köpfen und Gesichtern, [...] durch die Straßenschlucht einer Großstadt [fliegt und] aus zahllosen Fensterhöhlen [...] ihm mehr und mehr Gestalten [zustürzen]“,⁴⁰ passt gut zu dieser Thematik. Vergil hat also Merkmale des antiken Gerüchtes auf das bestimmte Aussehen der Fama übertragen⁴¹. Dieses wird auf Grundlage obiger Erkenntnisse schlussendlich interpretiert:

Dass Fama durch ein weibliches Ungeheuer personifiziert wird, steht zunächst einmal dafür, dass es auf einer besonders großen Menge an ‚Gerede‘ beruht, da Vergil auf die „Geschwätzigkeit“⁴² der Frauen anspielt. Mündliche Verbreitung ist also Basis der Fama: Sie wächst mit Bewegung. Ihre Schnelligkeit verdeutlicht, dass Gerüchte zur Zeit Vergils polarisiert haben müssen und daher trotz anfänglichem Versuch der Geheimhaltung unter wenigen Personen („parva metu primo“) auf Grund der eben benannten ‚Geschwätzigkeit‘ des Volkes zu einer „vernichtende[n] Macht“⁴³ wurden, über die man schließlich keine Kontrolle mehr hatte⁴⁴ – das Gerücht ist so schnell wie ein Vogel mit Federn. Es hat eine große „Wirkungskraft [in] der Gesellschaft“ und verfügt über eine große Reichweite⁴⁵, ist allgegenwärtig und kontrolliert gewissermaßen die Meinungen des Volkes, indem es „über [das Volk] wacht“ – Fama ist „das Gerücht gewordene Sinnesorgan“⁴⁶. Dies wird auch dadurch unterstützt, dass die Fama viele Augen und Münder besitzt – einerseits Ausdruck der schnellen Aufnahme neuer Gerüchte und Verbreitung dieser, andererseits der des ‚Bewachen‘ des Volkes. Dabei ist es auffallend doppelgesichtig: Es besteht sowohl aus Wahrem – man erkennt Autoritäten an und achtet darauf, dass diese ihren Pflichten nachkommen – als auch aus Erlogenem und Bösem – man hetzt gnadenlos gegen bestimmte Menschen, man übertreibt und erfindet Neues.⁴⁷ Somit kann das Gerücht „zur Terrorherrschaft [...] werden“⁴⁸ und hat den Charakter des „Verrat[s]“ an Menschen⁴⁹. Vergil sieht für die Abstammung der Fama eine „natürliche

⁴⁰ Neubauer, 1998, S. 44.

⁴¹ vgl. Kraft, 1986, S. 23.

⁴² Gödde, 2005, S. 151.

⁴³ Glückliche, 2004, S. 70.

⁴⁴ vgl. Kraft, 1986, S. 23-24.

⁴⁵ vgl. Kraft, 1986, S. 23.

⁴⁶ Gödde, 2005, S. 164.

⁴⁷ vgl. Glückliche, 2004, S. 70; Gödde, 2005, S. 163-166; Neubauer, 1998, S. 55-67; Guastella, 2016, S. 193-202.

⁴⁸ Glückliche, 2004, S. 70.

⁴⁹ Neubauer, 1998, S. 63.

Erklärung⁵⁰: Es ist etwas, dessen Grund nicht etwa das Versagen der Menschheit, sondern eine feindliche Absicht gegenüber den Göttern ist.

2.3 Fazit

„Fama“ ist generell also die Personifizierung von „Gerücht, [...] Gerede, öffentliche[r] Meinung und [...] Ruf“⁵¹, sowohl von positivem als auch von negativem. Es geht bei Vergil aber mehr um Gerüchte als um Meinungen über Menschen. Er meint mit „Fama“ also Gerüchte über Positives wie Negatives eines Menschen. Sowohl das Verbreiten als auch das ‚Empfangen‘ und Weitertragen des Gerüchtes sind relevant.⁵² Im antiken Rom spielen derartige Gerüchte tatsächlich eine große Rolle und polarisieren beim Volk⁵³ – es wird gewissermaßen ‚gespaltet‘. Gerüchte beruhen also auf mündlicher Verbreitung, die wohl sehr schnell erfolgte. Je weiter verbreitet sie sind, desto größer ist deren Einfluss auf das Volk, welches sich durch das starke Vorhandensein von Gerüchten von diesen ‚kontrollieren‘ lässt. Vergil stellt folglich dar, dass Gerüchte immer wahrscheinlicher geglaubt werden, wenn sie häufig wiederholt werden⁵⁴. Sie werden als ‚Übel‘ dargestellt⁵⁵ und bestehen sowohl aus Wahrem als auch aus Falschem. Da laut Vergil zudem der Ursprung der Fama in der Göttin der Erde liegt, wird das Gerücht als etwas ‚Natürliches‘, aber auch als direkte Bedrohung, dargestellt, deren ‚Angriff‘ die Menschen sich nicht entziehen können. Gerüchte werden von Vergil mit dem Verfall von Sitten – vor allem der pietas gegenüber Göttern – gleichgesetzt und somit auf Ebene der Gotteslästerung gehoben.⁵⁶ Jeder Bürger ist grundsätzlich davon betroffen, Gerüchte zu hören und weiter zu verbreiten.

⁵⁰ Kraft, 1986, S. 24.

⁵¹ Kraft, 1986, S. 22.

⁵² vgl. Kraft, 1986, S. 22-23.

⁵³ Neubauer, 1998, S. 63-64.

⁵⁴ vgl. Kraft, 1986, S. 24.

⁵⁵ vgl. Guastella, 2016, S. 194-196.

⁵⁶ In dieser Arbeit liegt der Fokus einzig auf der Fama-Beschreibung Vergils. Diese war zwar – wenn auch von Homer inspiriert – eine der ersten, aber keinesfalls die einzige Stelle, an der es um Gerüchte geht; beispielsweise thematisierte auch Ovid die Fama.

Genauere Überblicke über andere Beschreibungen sind beispielsweise hier zu finden:

Kyriakidis, S. (Hrsg, 2016). *Libera Fama. An Endless Journey*. Cambridge: Cambridge: Cambridge Solars Publishing.

Neubauer, H.-J. (1998). *Fama. Eine Geschichte des Gerüchts*. Berlin: Berlin Verlag.

Kraft, M. (1986). Die Gestalt der Fama. Bei Vergil - bei Ovid - in der europäischen Literatur. In *Der Altsprachliche Unterricht* (Bde. 29, 3). Seelze-Velber: Friedrich.

Genauere Darstellungen anderer Personifizierungen auch in:

Gödde, S. (2005). Göttlich, dämonisch, weiblich. Konzeptionen des Gerüchts in der griechisch-römischen Antike. (H. Heinrich-Schwarzbauer, & T. Späth, Hrsg.) *Gender Studies in den Altertumswissenschaften*, 3, S. 151-172.

3. ‚Fake-News‘ im modernen Zeitalter

Um beurteilen zu können, inwieweit die Vergil‘ische Fama ‚weitergelebt‘ hat, wird im Folgenden der Begriff der ‚Fake-News‘ betrachtet:

3.1 Was sind Fake-News?

Der Begriff der Fake-News (häufig auch ‚Fake News‘) ist zwar erst seit 2000 bekannt und durch den Wahlkampf Donald Trumps geprägt, dennoch sind seine Anfänge mindestens auf ca. 1890 zurückzuführen⁵⁷. Der Begriff kann aktuell für verschiedene Erscheinungen im Journalismus stehen. Der Duden definiert Fake-News – von Englisch ‚Fake‘ für Fälschung, Schwindel, Imitation⁵⁸ – als ‚in den Medien und im Internet, besonders in den Social Media, in manipulativer Absicht verbreitete Falschmeldungen‘⁵⁹. Es handelt sich also um unwahre Nachrichten, die echte Nachrichten imitieren sollen⁶⁰. Karoline Kuhla fügt allerdings hinzu, dass Fake-News auch ‚ein beleidigender Ausdruck für unliebsame Berichterstattung der Medien, ähnlich dem deutschen Ruf ‚Lügenpresse‘⁶¹ sein könne. Dieser Aspekt von Fake-News ist zwar nicht zu vernachlässigen, wird aber in dieser Arbeit, da es sich hierbei nicht um Gerüchte handelt, nicht weiter berücksichtigt.

Russ-Mohl unterscheidet Fake-News in mehrere Arten: So können sie zunächst Satire oder Parodie sein, die ohne der Intention, Schaden anzurichten, die dennoch möglicherweise missverstanden wird. Auch werden tatsächliche Falschinformationen, die auf falscher Recherche beruhen, teils ebenfalls als Fake-News bezeichnet. Am häufigsten steht der Begriff ‚Fake-News‘ jedoch für gezielte Desinformationen, wobei der Urheber weiß, dass er Falsches verbreitet. Diese Desinformationen sind entweder komplett frei erfunden bzw. irreführend, beinhalten Auslassungen oder es werden zutreffende Informationen falsch verknüpft oder in einen falschen Kontext gesetzt. Auch Konspirations- oder Verschwörungstheorien können Fake-News sein: Sie reduzieren meist komplexe Ereignisse oder Geschehnisse auf ein einfaches Gerücht über mächtige oder geheimnisvolle Schlüsselpersonen. Alle Arten von Desinformationen sind jedoch manipulativ.⁶²

⁵⁷ vgl. o.V., The Real Story of ‚Fake-News‘.

⁵⁸ vgl. Kuhla, 2017, S. 57-58.

⁵⁹ Dudenredaktion, Fake News.

⁶⁰ Kuhla, 2017, S. 57-58.

⁶¹ Kuhla, 2017, S. 59.

⁶² vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 21-22.

Desinformationen verfälschen oder verzerren also häufig reale Nachrichten⁶³. Dies geht nicht selten einher mit einem abschätzenden „Framing“, also einer negativen Wortwahl und generellem Misstrauen gegenüber etablierten Medien oder hochrangigen Personen⁶⁴.

Die Intentionen von Desinformationen sind meist finanzieller oder politischer Natur: Durch Werbeanzeigen kann man mit Fake-Nachrichtenportalen Gewinn erzielen⁶⁵. Politische Interessen sind allerdings häufiger, so streben Urheber von Desinformationen häufig nach mehr Macht und Einfluss auf die Gesellschaft⁶⁶ oder agieren populistisch, indem sie gezielt gegen die etablierten „Leitmedien“ wettern und Themen, Personen oder Institutionen herabwürdigen⁶⁷. „[G]erade autokratische Regierungen [brauchen], zumal in der Phase wirtschaftlicher Schwäche, Feindbilder“⁶⁸, weshalb regierungsoffizielle Fake-News, die möglichst für Verwirrung sorgen sollen, keine Seltenheit mehr sind. So haben die ‚alternativen Fakten‘ aus den USA – erstmals von Trumps Wahlkampfberaterin Kellyanne Conway geprägt und zum „Unwort des Jahres 2017“ gewählt – nicht viel mit wirklichen Fakten zu tun⁶⁹.

3.2 Relevanz von Fake-News

Desinformationen – bzw. allgemeiner: Unwahrheiten von Journalisten – sind, wie in der Literatur kontinuierlich dargestellt, kein neuer kurzer „Trend“⁷⁰, der in Kürze wieder vorbeigehen wird, sondern „gibt es [vielmehr], seit es die menschliche Zivilisation gibt“⁷¹. Es gab bereits in der Vergangenheit schon immer die Möglichkeit, Journalisten *und* Lesern etwas Falsches ‚unterzujubeln‘ oder sie zu manipulieren, wie es beispielsweise in der NS-Zeit geschah⁷². Neu ist allerdings, dass Fake-News durch die Digitalisierung neue Möglichkeiten gegeben wurden. Russ-Mohl betitelt Fake-News als „Pest der digitalen Gesellschaft“, die sich „epidemisch“ ausbreitet⁷³. Auch offizielle Informationen der Regierung oder anderer staatlicher Behörden, die teils „alternative Fakten“ sind, werden nun mehr und mehr über soziale Netzwerke verbreitet.⁷⁴

⁶³ vgl. Kuhla, 2017, S. 62.

⁶⁴ vgl. Kuhla, 2017, S. 59.

⁶⁵ vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 11, Ballweg, 2017 und Kuhla, 2017, S. 61.

⁶⁶ vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 11.

⁶⁷ vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 21.

⁶⁸ Russ-Mohl, 2017, S. 21-22.

⁶⁹ vgl. Kellerhoff, 2018.

⁷⁰ Russ-Mohl, 2017, S. 22-23.

⁷¹ Ziehn, 2017.

⁷² vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 23-25.

⁷³ Russ-Mohl, 2017, S. 19.

⁷⁴ vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 25.

Fake-News gehören also „längst zum Alltag“⁷⁵. Dies zeigt auch eine Vielzahl an Statistiken (siehe Kapitel 6.4.2): Nur einem Drittel der in einer Bitkom-Studie Befragten sind innerhalb eines Jahres keine Fake-News aufgefallen (Abbildung 4). Laut YouGov stimmen 87% der Befragten zu, dass in sozialen Netzwerken Fake-News verbreitet werden, 39% behaupten dies auch von herkömmlichen Medien (Abbildung 6). Quantitativ haben Gerüchte in den Medien in letzter Zeit, ab Mitte 2015, deutlich zugenommen (s. Abbildung 5). Welchen Einfluss solche Desinformationen tatsächlich auf die Politik haben können, zeigt sich in Abbildung 7; in den USA wurden demnach während der Präsidentschaftswahl mehr Fake-News als echte Nachrichten geteilt. Es wird sogar behauptet, dass Donald Trump ohne private Nachrichtensender, soziale Netzwerke und die von ihm verbreiteten Desinformation nicht an die Macht gekommen wäre.⁷⁶ Inzwischen gibt es sogar Desinformationen auf der Metaebene, also „Fake-News über Fake-News“⁷⁷

3.3 Beispiele

Da Fake-News in der Aktualität also derart präsent sind, gibt es eine Vielzahl verschiedener Beispiele für sie. Im Folgenden werden einige davon kurz herausgestellt⁷⁸:

Ein Beispiel für satirische „Fake-News“ ist die Online-Plattform „Der Postillion“, wo recht deutlich Nachrichten vorhanden sind, die satirisch, also nicht ernst zu nehmen sind und nicht der Wahrheit entsprechen; so beispielsweise der Artikel „Großteil aller Paketboten in Wahrheit Ninjas mit ‚Sie waren leider nicht anzutreffen‘-Zetteln“⁷⁹.

Es gibt allerdings auch ernstere Beispiele: So enthält die „Hoax-Map“ aktuell 491 widerlegte Fake-News über primär Asylsuchende, die im gesamten deutschsprachigen Raum zu verorten sind⁸⁰.

Besonders in den sozialen Medien wurde ein Foto von dem Flüchtling Anas Modamani mit Angela Merkel häufig verbreitet, wobei Modamani zahlreiche Straftaten vorgeworfen wurden: „Zuletzt wurde behauptet, er sei einer der Attentäter, die im Dezember einen Obdachlosen in Berlin angezündet hätten. [...] [J]edes Mal, wenn etwas mit Flüchtlingen passiert, wird er quasi als Ikone, als Merkels Musterflüchtling vorgezeigt“.⁸¹ Dies zeigt,

⁷⁵ Kuhla, 2017, S. 7.

⁷⁶ vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 25.

⁷⁷ Russ-Mohl, 2017, S. 28-29.

⁷⁸ Viele Fake-News-Beispiele sind hier aufgeführt und werden besonders ausführlich beleuchtet: Keil, L.-B., & Kellerhoff, S.-F. (2017). Fake News machen Geschichte. Berlin: Christoph Links Verlag.

⁷⁹ o.V., Großteil aller Paketboten in Wahrheit Ninjas mit "Sie waren leider nicht anzutreffen"-Zetteln, 2018.

⁸⁰ Schwarz & Häußler, Hoaxmap.

⁸¹ Ballweg, 2017.

dass sich Fake-News auch häufig auf Minderheiten beziehen, vor denen man Angst hat, oder die zumindest nicht komplett akzeptiert werden.

Ein besonders erschreckendes Beispiel für die Verbreitung von Fake-News besonders hochrangiger Personen ist ein Teil einer Rede Donald Trumps, bei der alle seiner Aussagen, die nicht der Wahrheit entsprechen, geschwärzt wurden (s. Abbildung 14).

Dass man mit Fake-News zudem Geld verdienen kann, zeigte der Mazedonier Viktor Dimitri. Er erfand zahlreiche Fake-Nachrichtenportale, die teilweise echten Nachrichtenseiten vom Aussehen her nahezu vollständig entsprachen. Durch viele Werbeanzeigen auf diesen Seiten und durch Teilen seiner Fake-News mittels Social Bots in sozialen Netzwerken konnte er sehr viel Gewinn erzielen.⁸²

Auch auf „Krawalljournalismus-Seiten“⁸³ im Internet werden häufig Fake-News verbreitet. So werden das rechtspopulistische Online-Portal „Breitbart.com“ oder „Infowars.com“ häufig als Beispiel genannt, die häufig propaganda-artige Fake-News verbreiten.

Ein Beweis dafür, dass Desinformationen kein komplett neues Phänomen ist, ist abschließend die sogenannte „Dolchstoßlegende“. Sie handelte von dem Gerücht, dass Deutschland den ersten Weltkrieg nicht aufgrund militärischer Schwäche verloren habe, sondern weil oppositionelle Sozialdemokraten den unbesiegten Soldaten einen „Dolchstoß von hinten“ gegeben und sie unbegründet gestoppt hätten.⁸⁴

3.4 Ursachen

Da Fake-News also schon länger ein Thema sind, sind die Gründe für das Auftreten dieser vielschichtig:

3.4.1 Allgemeine Ursachen

Desinformationen sind klar manipulativ; sie zielen darauf ab, geglaubt zu werden. So hat es sich zum Beispiel bewährt, Zahlen, egal, ob wahr oder falsch, in falsche Berichterstattungen aufzunehmen, da sie für den Leser greifbarer sind als abstrakte Informationen und besonders schnell geglaubt werden⁸⁵. Zudem wirken Fake-News „spannender und unterhaltsamer als die Wirklichkeit“⁸⁶ und überzeugen oft dadurch, dass

⁸² vgl. Ladurner, 2016.

⁸³ Russ-Mohl, 2017, S. 25.

⁸⁴ Kuhla, 2017, S. 72-73.

⁸⁵ vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 20, siehe auch: „Was sind schon ein paar Millionen?“ aus: DIE ZEIT, Fake-News: Die wichtigsten ZEIT-Artikel über die Wahrheitskrise, Ausgabe 2, 2017.

⁸⁶ Russ-Mohl, 2017, S. 31.

sie komplexe Situationen oder Sachverhalte auf ein einfaches Gerücht reduzieren. Es reicht häufig auch schon, die Leser durch die Nachrichten zu provozieren: Gerade weil sie der Nachricht nicht glauben, tragen Fake-News weiter und diesen ungewollt zur nötigen Aufmerksamkeit⁸⁷. Weit verbreitet ist zudem, dass Lügen, wenn man sie nur oft genug wiederholt, zur scheinbaren Wahrheit und schließlich geglaubt werden⁸⁸. Daher tauschen Fake-Nachrichtenportale auch häufig Desinformationen untereinander aus, sodass ein ‚Kreislauf‘ entsteht; manchmal berichten so sogar vertrauenswürdige Medien davon, da es sich scheinbar um ein Ereignis handelt, das von mehreren Quellen bestätigt wurde. Diesen Effekt nennt man ‚Circular Reporting‘⁸⁹.

Psychologisch betrachtet halten sich die Menschen häufig selbst für sehr ehrlich, auch wenn sie dennoch sehr häufig lügen. Das Aufdecken dieser Lügen ist dabei weniger schlimm als erwartet. Lügen rechtfertigen sich zudem häufig durch das Konzept der ‚Notlüge‘. Letztlich sind auch der Egoismus und die Subjektivität des Menschen schuld; das Verlangen nach Geld oder politischer Macht ist auf menschliche Habgier zurückzuführen. Zudem ist es utopisch, jede News vollständig zu überprüfen oder komplett unvoreingenommen über ein Thema zu berichten.⁹⁰

3.4.2 Distanzierung von etablierten Medien

Der Zweifel an der Unabhängigkeit und Unvoreingenommenheit etablierter Medien ist aktuell weit verbreitet, wie Abbildung 9 in Kapitel 6.4.2 darstellt: So glaubt die Mehrheit der Befragten, dass keines der aufgeführten Medien unabhängig berichtet, obwohl die Nachrichten deutlich häufiger als verständlich und glaubwürdig aufgefasst werden.

Kuhla sieht darin mehrere Ursachen, die auf früheren Fehlern von Journalisten beruhen: Die Berichterstattung sei zu häufig unausgewogen gewesen, so häuften sich ‚Skandale‘, ‚Krisen‘ und ‚Affären‘; die schlechten Nachrichten wirkten frustrierend. Man verlor zudem das Vertrauen in Führungspersonen und in die Politik im Allgemeinen, als beispielsweise herauskam, dass die Dissertationen Gutenbergs und von der Leyens Plagiate enthalten. Die Betroffenen gingen häufig schlecht mit ihren Fehlern um und versuchten zunächst, diese zu leugnen oder zu vertuschen.⁹¹ Gleichzeitig ist von anderem zu positiv berichtet worden: Arme Menschen fühlten sich zum Beispiel nicht berücksichtigt, als es um einen scheinbar überaus positiven Finanzbericht ging. Sie

⁸⁷ vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 31-32.

⁸⁸ vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 27, Kuhla, 2017, S. 47 und Werner & Lübbert, 2017.

⁸⁹ Walulis, 2017.

⁹⁰ vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 27-29.

⁹¹ vgl. Kuhla, 2017, S. 7-19, 26-29.

wünschten sich zudem einen Gegenpol zur komplizierten und frustrierenden Berichterstattung und wurden dadurch besonders empfänglich gegenüber einer „einfachere[n] Welt mit einfachen Lösungen“⁹². Dies konnten Urheber von Fake-News ausnutzen. Zudem hätten laut Kuhla Journalisten häufig Probleme mit Vorwürfen bezüglich ihrer objektiven Berichterstattung: So erhielten sie Vorwürfe, im Ukraine-Konflikt zu proeuropäisch berichtet zu haben und während der „Flüchtlingskrise“ den Begriff der „Willkommenskultur“ überstrapaziert zu haben.⁹³ Ein weiteres Problem ist häufig die Konformität der etablierten Medien: Ist ein Thema aktuell, berichten scheinbar alle Medien ununterbrochen davon – dafür war die „Flüchtlingskrise“ ein passendes Beispiel. So wird Medien vorgeworfen, allesamt gleich zu sein. Es haben sich Begriffe wie „Massen-“ oder „Mainstreammedien“ eingebürgert, gleichzeitig wird die Bevölkerung häufig stark aufgewiegelt: Die Angst vor Flüchtlingen vieler Deutschen beruhte sicherlich auch auf Bildern überfüllter Flüchtlingsboote und Flüchtlingslagern.⁹⁴ Daraus erwächst der Vorwurf, dass etablierte Medien besonders lückenhaft berichteten oder sogar bewusst desinformierten. Die Begriffe „Lügenpresse“, „Lückenpresse“ und „Systempresse“ irritieren letztlich viele Menschen, die zuvor in Medien vertrauten⁹⁵.

3.4.3 Digitalisierung, Macht und Missbrauch sozialer Medien

Einen großen Einfluss auf die Verbreitung von Fake-News haben vor allem die Digitalisierung und die Etablierung des Internets mit sich gebracht, weshalb man nicht selten von einem „Wendepunkt“ hinsichtlich der Verbreitung von Gerüchten spricht⁹⁶. Mit der Digitalisierung gingen viele Veränderungen einher: So ist es inzwischen sehr leicht, über das Internet auf Informationen und Nachrichten zuzugreifen⁹⁷. Allerdings verlieren gleichzeitig die Journalisten ihre „Gatekeeper-Funktion“ und entscheiden nicht mehr, welche Informationen veröffentlicht werden sollen und welche nicht. Ihre Rolle als „Wahrheitsfilter“ fällt weg.⁹⁸ Zudem sind die Informationen im Netz deutlich schneller als in der „Offline-Welt“⁹⁹. Eine weitere Änderung ist, dass die Informationen nun kostenlos zur Verfügung stehen. Dadurch ist die Finanzierung nur noch eingeschränkt möglich.¹⁰⁰ Diese Entwicklung bestätigt Abbildung 10; diese Statistik

⁹² Kuhla, 2017, S. 29

⁹³ vgl. Kuhla, 2017, S. 19-25.

⁹⁴ vgl. Kuhla, 2017, S. 42-43.

⁹⁵ vgl. Kuhla, 2017, S. 41, 44-45.

⁹⁶ Netz, 2017.

⁹⁷ vgl. Kuhla, 2017, S. 30.

⁹⁸ vgl. Kuhla, 2017, S. 29 und Ballweg, 2017.

⁹⁹ vgl. Kuhla, 2017, S. 30.

¹⁰⁰ vgl. Kuhla, 2017, S. 32-33.

stellt dar, dass sich der Verkauf von gedruckten Tageszeitungen seit 1991 nahezu halbiert hat. Um diese Schwierigkeiten zu bewältigen, werden auch im Internet Nachrichten veröffentlicht und durch dort geschaltete Werbeanzeigen finanziert. Da mehr Klicks auf einen Online-Artikel mit Werbung mehr Geld bedeutet, haben einige Nachrichtenportale mit „Clickbaiting“ begonnen; sie kündigen, häufig in Großbuchstaben und durch reißerische Fotos „geheimnisvoll Neuigkeiten oder Erkenntnisse an, sodass der neugierige Leser sofort wissen will, was dahintersteckt“¹⁰¹. Daran haben sich viele mittlerweile gewöhnt.

Soziale Netzwerke (oder Social Networks), „Portal[e] im Internet, d[ie] Kontakte zwischen Menschen vermittel[n] und die Pflege von persönlichen Beziehungen über ein entsprechendes Netzwerk ermöglich[en]“¹⁰², haben sich zusammen mit dem Internet verbreitet und sind mittlerweile nicht mehr aus der Online-Welt wegzudenken. Dass die Nutzerzahlen in letzter Zeit förmlich „explodierten“, untermauert Abbildung 11. Soziale Netzwerke nutzen im Vergleich zu klassischen Medien auffallend viele Menschen niedrigeren Bildungsgrades, die nicht immer daran interessiert sind, jede einzelne Nachricht zu überprüfen¹⁰³. Viele Nutzer informieren sich zunehmend in soziales und nicht mehr in Printmedien über Nachrichten¹⁰⁴, wie Abbildung 13 veranschaulicht. Daher spricht man nicht selten von einer „Monopolstellung“¹⁰⁵ der großen IT-Konzerne, da sie hinsichtlich der Nachrichten verantwortlich für die Bildung vieler Menschen sind.

Soziale Netzwerke bieten durchaus viele positive Anwendungsbereiche wie Unterhaltung und kostenlose Kommunikation weltweit, dennoch sind sie auch kritisch zu hinterfragen¹⁰⁶. Häufig werden soziale Netzwerke zudem von Unternehmen genutzt, um auf sich aufmerksam zu machen oder zu werben, was deutlich einfacher und effektiver ist als herkömmliche Formen von Werbung und gut funktioniert¹⁰⁷.

Für viele Nutzer spielt es eine große Rolle, dass soziale Netzwerke einfach zu benutzen sind. So kann man auf veröffentlichte Nachrichten schnell und anonym innerhalb weniger Sekunden und ohne Leserbrief antworten oder sogar Beleidigungen und Hetze

¹⁰¹ Kuhla, 2017, S. 32-33.

¹⁰² Dudenredaktion, Social Network.

¹⁰³ vgl. Schweiger, 2017, S. 21.

¹⁰⁴ vgl. Kuhla, 2017, S. 49-50.

¹⁰⁵ Ballweg, 2017.

¹⁰⁶ vgl. Gabriel & Röhrs, 2017, S. 219-241.

Ausführlichere Betrachtung: Gabriel, R., & Röhrs, H.-P. (2017). *Social Media. Potentiale, Trends, Chancen und Risiken*. Wiesbaden: Springer-Verlag.

¹⁰⁷ vgl. Weinberg, 2014.

Ausführlichere Betrachtung: Weinberg, T. (2014). *Social Media Marketing*. Sebastopol: O'Reilly Verlag.

verbreiten¹⁰⁸. Allgemein kann sich jeder nennen, wie er will¹⁰⁹. Es gelingt einfach, Fake-News „blitzartig“ zu teilen¹¹⁰; man kann „Inhalte posten und diese dann einem Millionenpublikum zur Verfügung stellen“¹¹¹. Allgemein haben soziale Netzwerke zudem völlig neue soziologische¹¹², „nahezu unregulierte Ökosysteme“¹¹³ gebildet.

Ein Gerücht wird, wenn es im Internet verbreitet wird, generell „erst einmal als wahr wahrgenommen“, wodurch es „zu einer Macht [wird], und dadurch [...] eine politische oder soziologische, soziale Wahrheit [hat]“¹¹⁴. Videos gelten dabei als allgemein besonders glaubwürdig¹¹⁵. Zudem sind Nachrichten in Internet „immer schneller als die Möglichkeit, sie zu überprüfen“¹¹⁶; „niemand könn[t]e die Masse an Informationen bewältigen“¹¹⁷. Auch Algorithmen helfen dabei kaum weiter und Kontrollagenturen wie der Rechercheverbund Correctiv erscheinen hilflos, weil Aussagen wie „Trump gefährdet die Demokratie“ nicht faktisch nachprüfbar sind und auch sie die große Informationsmasse nicht bewältigen können. Zudem ist der Vorwurf, private Unternehmen sollten nicht über Meinungsfreiheit entscheiden, weit verbreitet.¹¹⁸ Letztlich stellt das Teilen von Fake-News immer einen gewissen Reiz da, weil man „mit dabei war“¹¹⁹.

In sozialen Medien gibt es stets Themen, die besonders populär sind, so waren es vor der Wahl in den USA Informationen zu Donald Trump; viele waren empfänglich für Werbung für ihn¹²⁰. Vor allem Jugendlichen fällt die Unterscheidung zwischen ‚Echt‘ und ‚Fake‘ immer schwerer¹²¹. Dies ist wohl darin begründet, dass Jugendliche häufig nicht richtig mit dem Internet umgehen können und ihnen Aktualität wichtiger ist als geprüfte Nachrichten zu lesen, wie Christa Gebel in einem ZEIT-Artikel ausführlich darstellt¹²².

¹⁰⁸ vgl. Kuhla, 2017, S. 31-32, 39.

¹⁰⁹ vgl. Baurmann & Lobenstein, 2016.

¹¹⁰ Russ-Mohl, 2017, S. 31.

¹¹¹ Ballweg, 2017.

¹¹² vgl. Baxmann, Beyes, & Pias, 2014.

Genauere Betrachtung: Baxmann, I., Beyes, T., & Pias, C. (Hrsg.). (2014). *Soziale Medien – Neue Massen*. Zürich: diaphanes.

¹¹³ Russ-Mohl, 2017, S. 25.

¹¹⁴ Netz, 2017.

¹¹⁵ vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 92.

¹¹⁶ Netz, 2017.

¹¹⁷ Ballweg, 2017.

¹¹⁸ vgl. Ballweg, 2017.

¹¹⁹ vgl. Netz, 2017.

¹²⁰ vgl. Ballweg, 2017.

¹²¹ vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 33 und Kuhla, 2017, S. 2.

¹²² vgl. Gebel, 2016.

Dadurch, dass soziale Netzwerke voller Algorithmen sind und automatisiert funktionieren, ergeben sich weitere Probleme: So werden Inhalte für die Nutzer nach quantitativen Faktoren (v.a. Beliebtheit) sortiert dargestellt und nicht, wie bei normalen Nachrichtenportalen, nach Wichtigkeit, Themen und Aktualität¹²³. Dies liegt daran, dass die IT-Konzerne fast ausschließlich durch Werbung Geld verdienen (vgl. Abbildung 12) und der Nutzer dadurch häufig dazu gebracht wird, auf Inhalte zu klicken¹²⁴. Der Algorithmus „belohnt“ dann sogar möglicherweise häufig geteilte und angesehene Fake-News¹²⁵. Da bei einem sozialen Netzwerk, wie oben beschrieben, sozialer Kontakt im Vordergrund steht, zeigt es auch nicht etwa an, was global geschieht, sondern was „gerade in der Welt eines einzelnen los ist“¹²⁶. Man vertraut zudem immer häufiger Freunden und nicht unbedingt Journalisten. Nachrichten, die der eigenen Meinung widersprechen, möchten Nutzer sozialer Netzwerke normalerweise gar nicht sehen. Der Algorithmus filtert daher nur das, was möglichst gut zum jeweiligen Nutzer passt, und das sind nur sehr selten Inhalte, die seinen politischen Ansichten widersprechen. Auch Freunde haben meist gleiche Ansichten. Man spricht daher von ‚Filterblasen‘ oder ‚Echokammern‘, in denen sich die Nutzer stets befinden.¹²⁷ Ein weiteres Problem sind sogenannte ‚Social Bots‘ (Bots als Kurzform von ‚Robots‘). Diese sind „normal aussehende User-Accounts, die automatisiert Aufgaben erfüllen, zum Beispiel Fake News über die sozialen Netzwerke verbreiten“¹²⁸. Sie sind besonders einfach und billig, da sie durch die eben beschriebenen Verhaltensweisen des Algorithmus‘ sich irgendwann von ganz alleine verbreiten, und haben große Macht, Meinungen zu beeinflussen.¹²⁹ Sie produzieren in den Netzwerken häufig mehr Traffic als reale Menschen (vgl. Abbildung 8).

Letztlich gibt es hinsichtlich der neuen sozialen Medien eine Vielzahl an Problemen in der Gesetzesregelung: Das deutsche Recht, das für herkömmliche Medien wie Zeitungen und Fernsehen gilt, gilt in sozialen Netzwerken nicht; sie sind „keine Medien im herkömmlichen Sinne“ und befinden sich somit in einer „Regierungslücke“¹³⁰. So verstoßen Verleumdungen und Beleidigungen nicht gegen „Facebooks“ Gemeinschaftsstandards und werden daher meist auch nicht weiter verfolgt. Da sich die sozialen Netzwerke nur als Plattform, als „schwarzes Brett“ sehen, fallen sie nur unter

¹²³ vgl. Kuhla, 2017, S. 50.

¹²⁴ vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 76.

¹²⁵ vgl. Ballweg, 2017.

¹²⁶ Kuhla, 2017, S. 51.

¹²⁷ vgl. Kuhla, 2017, S. 51-52

¹²⁸ Kuhla, 2017, S. 59.

¹²⁹ vgl. Kuhla, 2017, S. 60.

¹³⁰ Ballweg, 2017.

das Telemediengesetz und müssen erst, wenn sie durch einen Gerichtsbeschluss dazu gezwungen sind, volksverhetzende Beiträge entfernen; sie sehen sich nicht in der Pflicht, zu überprüfen, ob alle Beiträge der Wahrheit entsprechen. Da Messenger-Dienste wie „WhatsApp“ ebenfalls als soziales Netzwerk gelten und dort (häufig in Gruppen) ebenfalls Fake-News verbreitet werden, gibt es sogar Punkte, an denen die Regierung überhaupt nicht mehr eingreifen kann, ohne den Datenschutz zu verletzen.¹³¹

3.5 Folgen

Die Folgen von Fake-News sind durchaus nicht zu unterschätzen. Russ-Mohl stellt dar, „die[] offene Gesellschaft [sei] gefährdet“¹³², da Desinformationen die Wahrnehmung, was wir für wahr halten, verändern¹³³ und zur „Schwarmdummheit“ führen, weil viele scheinbare Wahrheiten anderer Menschen annehmen¹³⁴. Zudem lenkten Fake-News von wirklich relevanten Themen ab, da in den Medien zu viel darüber diskutiert werde¹³⁵. Die etablierten Medien verlieren aufgrund der Monopolstellung der IT-Konzerne ihre Kontrolle, sie werden behindert und es kommt zu Medienversagen, welches zumindest teilweise zu der Wahl Donald Trumps und auch zum Brexit mitgewirkt haben könnte. Dass durch sie im Besonderen zudem Minderheiten diskriminiert und Verschwörungstheorien verbreitet werden können, belegt auch Abbildung 6.¹³⁶

Neben wirtschaftlichen Schäden ist zudem ein weiteres viel größeres Problem, dass häufig Fake-News als Auslöser eines „postfaktischen Zeitalters“¹³⁷ gesehen werden: Für viele Menschen spielen Fakten inzwischen kaum mehr eine Rolle, sie interessieren nur Emotionen, weshalb sie stets Argumente, die Fakten enthalten, welche ihre Meinung zu widerlegen versuchen, leugnen. So kann im schlimmsten Fall unsere Diskussionskultur, die auf Fakten beruht, auseinanderbrechen und somit auch eine deutliche Bedrohung der Demokratie darstellen.¹³⁸

Folglich habe Journalismus nun im Besonderen die Aufgabe, zu versuchen, die Kontrolle zurückzugewinnen und wieder eine vertrauenswürdige Instanz zu sein, die Orientierung liefern kann, so Neubauer¹³⁹. Auch die Politik ist gefragt, jedoch ist es nicht einfach,

¹³¹ vgl. Ballweg, 2017.

¹³² Russ-Mohl, 2017, S. 11.

¹³³ vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 19.

¹³⁴ Russ-Mohl, 2017, S. 31.

¹³⁵ vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 27.

¹³⁶ vgl. Russ-Mohl, 2017, S. 12, 30-31, Kuhla, 2017, S. 1-3 und Ballweg, 2017.

¹³⁷ Kuhla, 2017, S. 54.

¹³⁸ vgl. Kuhla, 2017, S. 54-57, Russ-Mohl, 2017, S. 30-31.

¹³⁹ vgl. Netz, 2017.

Fake-News zu verhindern, ohne die Demokratie zu unterdrücken. So wurde verordnet, dass „Facebook“ Löschkentralen einrichtet, die dafür zuständig sind, auch gemeldete Fake-News zu überprüfen und gegebenenfalls zu entfernen. Das sogenannte „Netzwerkdurchsetzungsgesetz“ verpflichtet soziale Netzwerke „offensichtlich rechtswidrige Inhalte innerhalb von 24 Stunden nach Eingang einer Beschwerde zu entfernen oder zu sperren“¹⁴⁰. Auch hier werden allerdings Vorwürfe laut, das schränke die Meinungsfreiheit ein.¹⁴¹

3.6 Fazit

Fake-News sind also in den häufigsten Fällen gezielte Desinformationen, die meist aus finanziellen oder politischen Interessen verbreitet werden. Sie richten sich meist an Menschen, die sich benachteiligt fühlen, können aber auch lediglich zur Provokation existieren. Gegenstand der Fake-News sind meist hochrangige Personen, etablierte Medien oder größere Gruppen, welche durch sie diskriminiert werden. Sie sind folgenschwer; vor allem „mit Desinformation, die gezielt in sozialen Netzwerken verbreitet wird, [lässt sich] die ‚Wahrheit‘ wegspülen“¹⁴², was die Demokratie bedrohen kann. Aufmerksamkeit ist für die Verbreitung von Fake-News besonders wichtig, weshalb soziale Medien und deren Algorithmen einen Wendepunkt der Verbreitung von Fake-News darstellen.

¹⁴⁰ Kühl, 2018.

¹⁴¹ Genauere Informationen zu Gegenmaßnahmen bzgl. Fake-News sind auch hier zu finden: Russ-Mohl, S. (2017). Die informierte Gesellschaft und ihre Feinde. Köln: Herbert von Halem Verlag. Kuhla, K. (2017). Carlsen Klartext: Fake News. Hamburg: Carlsen.

DIE ZEIT (Hrsg.). (2017). Fake-News: Die wichtigsten ZEIT-Artikel über die Wahrheitskrise, Ausgabe 2. Berlin: epubli.

¹⁴² Russ-Mohl, 2017, S. 16.

4. Vergleich

Schlussendlich werden nun beide Phänomene, die Fama in der Antike und die Fake-News in der Gegenwart, verglichen, wobei kriterienbasiert Gemeinsamkeiten und Unterschiede genannt werden¹⁴³:

Bei erster Betrachtung fallen direkt einige prägnante Unterschiede ins Auge:

Vorhandensein von vertrauenswürdigem Journalismus: Zur Zeit der Antike war die Welt keinesfalls so globalisiert wie sie heute ist. Da die Digitalisierung noch lange bevorstand, konnten noch nicht große Informationen in Bruchteilen von Sekunden der gesamten Welt zur Verfügung gestellt werden. Auch einen Journalismus wie heute, der sich möglichst objektiv mit der Aktualität auseinandersetzen sollte, gab es nicht. Die Römer lasen zwar die „acta diurna“¹⁴⁴ – eine Vorform heutiger Zeitungen – hierbei handelte es sich aber mehr um „Soft News“ bzw. „Infotainment“, also Nachrichten zum Zweck der Unterhaltung, als um etwas Meinungsbildendes oder politisch Informierendes. Es war also weder möglich noch wirkungsvoll, echte Nachrichten vorzutäuschen, da es noch keine Nachrichten im heutigen Sinne gab. Die Fake-News der Antike waren wirklich nur Gerüchte, sie wurden nicht als „echte“ Informationen angesehen. Sie konnten zudem schwerer überprüft werden.

Thema und Inhalt: Einen weiteren Unterschied macht der Inhalt der jeweiligen Gerüchte aus: Die Fama drehten sich nahezu ausschließlich um positive oder negative Merkmale von meist hochrangigen Personen. Der Begriff der Fake-News umfasst allerdings ein deutlich größeres Spektrum verschiedener Themen: Es kann zwar ebenfalls um Eigenschaften von Menschen gehen; da aber echte Nachrichten imitiert werden, sind fast immer auch politische Probleme, Zwiespältigkeiten oder generell aktuelle Ereignisse Thema, die sich um mehr als nur eine Person drehen und in der Bevölkerung meist umstritten sind. Beispielsweise beruht die Angst vor Flüchtlingen nicht auf dem Hass einer einzigen Person.

Wahrheitsgehalt: Auch hinsichtlich des Anteils wahrer Informationen unterscheiden sich Fama und Fake-News deutlich: Das Gerücht in der Antike kann sowohl aus Wahrem als auch aus Unwahrem sowie aus der Mischung aus beidem bestehen. Fake-News dagegen

¹⁴³ Die jeweiligen Kriterien sind kursiv gedruckt. Unterkriterien, die ein Kriterium weiter ausführen, sind mit einem Pfeil gekennzeichnet und eingerückt.

¹⁴⁴ Hopson-Münz, 2014.

sollen gezielt desinformieren, sind also definitiv nicht zu gänzlich wahr. Sie sind entweder vollständig erlogen oder greifen teilweise, wahre Informationen auf, um glaubwürdiger zu wirken.

Intention: Fake-News werden nur in den seltensten Fällen in die Welt gesetzt, ohne dass gewisse Interessen hinter ihnen stecken. Sie sollen entweder gezielt verwirren und ablenken, dem Verfasser zu mehr politischer Macht und Aufmerksamkeit verhelfen oder ihm einfach nur Geld bringen. Eine solch klare Intention ist hinter den antiken Gerüchten nicht wiederzufinden; den Menschen werden keine Habgier betreffenden Interessen zugeschrieben, da die Fama in Vergils Beschreibung ein nicht-menschliches Wesen ist, das sie ‚extern‘ beeinflusst. Ohne dieses Wesen gäbe es also keine Gerüchte. Dass die Menschen sie dennoch verbreiten, kann also einzig damit zusammenhängen, dass die Gerüchte unterhalten, polarisieren oder im Besonderen zur Diskussion anregen.

→ *Intention der Desinformation:* Der Hauptaspekt von Fake-News ist es, gezielt falsche Informationen zu verbreiten. Die Gerüchte in der Antike mussten zwar nicht unbedingt der Wahrheit entsprechen, aber waren weniger manipulativ als aktuelle Beispiele.

Art der Verbreitung: Da es in der Antike noch kein Internet und auch keine sozialen Netzwerke im Internet gab, wurden die Gerüchte einzig durch mündliche Verbreitung weitergetragen. Würden Fake-News ebenfalls nur auf diese Weise verbreitet, wären sie zwar immer noch existent, hätten sie nicht mehr eine solch große Wirkung wie in Kapitel 3.5 dargestellt, da einerseits scheinbare Beweise fehlen und andererseits herkömmliche Medien als Informationsquelle Gerüchten entgegenwirken könnten. Sie hätten also wieder die „Gatekeeper-Funktion“ inne, da soziale Netzwerke inzwischen für die Verbreitung von Fake-News eine sehr große Rolle spielen (vgl. Kapitel 3.4.3).

Ansehen von Gerüchten: Vergil stellt die Fama als nahezu das Schlimmste der Antike dar, indem er das Verbreiten von Gerüchten mit Sittenverfall und Blasphemie gleichsetzt. Zwar sehen viele Journalisten heutzutage ebenfalls in Fake-News eine Bedrohung der Demokratie, solche Gerüchte gehören allerdings mittlerweile zum Alltag und werden häufig dadurch verteidigt, dass jeder in einer Demokratie ein Recht auf freie Meinungsäußerung habe.

Betroffenheit der Gesellschaftsschichten: Vergil betont klar, dass in der Antike auch sozial höhere Schichten der Gesellschaft vom Hören und Verbreiten von Gerüchten betroffen sind. Auf die heutige Zeit ist das allerdings nicht komplett zu übertragen, da

nicht jeder gleich anfällig für Falschmeldungen ist: Theoretisch kann noch immer jeder von Falschmeldungen beeinflusst werden und ‚Empfänger‘ dieser sein, jedoch haben meist gebildete Personen weniger Interesse an vereinfachenden Gerüchten über komplexen Sachverhalten und überprüfen eher Nachrichten auf Aussagekraft. Zudem sind sie weniger stark in sozialen Netzwerken vertreten.

Zu einem großen Teil beziehen sich die Unterschiede zwischen den zu untersuchenden Phänomenen aber nur darauf, dass die heutige Welt hinsichtlich Journalismus und Digitalisierung der Antike weit voraus ist. Analysiert man beide Erscheinungen etwas tiefergehend, so wird deutlich, dass es auch eine Vielzahl von Gemeinsamkeiten zwischen ihnen gibt:

Quelle der Informationen: Sowohl zu Vergils als auch in heutiger Zeit konnten Gerüchte von jeder beliebigen Person stammen: Die Fama betraf laut Vergil jeden einzelnen Bürger, egal ob er hochrangig war oder einer niedrigeren sozialen Schicht abstammte. Auch heute werden Fake-News sowohl von normalen Bürgern (z.B. aus finanziellen Interessen) als auch beispielsweise populistischen Politikern (z.B. im Sinne größerer politischer Macht) als auch von Staatsoberhäuptern wie Donald Trump verbreitet.

Annehmen der Gerüchte als wahr: Ebenfalls ähnlich ist, dass die Informationen, die durch Gerüchte verbreitet wurden, erst einmal als wahr angenommen wurden. In der heutigen Zeit glaubt man zunächst einmal Autoritäten wie Freunden oder Journalisten bzw. anderen Experten, hinterfragt aber auch Informationen, die in sozialen Netzwerken von anonymen Personen verbreitet werden, zunächst einmal nicht. In der Antike muss das ähnlich ausgesehen haben, zumindest war der unwahre Anteil an den Gerüchten nicht ausschlaggebend dafür, das Gerücht nicht weiter zu verbreiten.

Anteil wahrer Informationen: Vergil hebt im letzten Vers des lateinischen Textauszuges besonders hervor, dass die Fama sowohl aus wahren wie aus unwahren Informationen bestehen kann. Dies macht sie unberechenbar; es ist sehr schwierig, herauszufiltern, welche Informationen nun tatsächlich stimmen und welche erlogen sind. Selbiges gilt in heutiger Zeit: Fake-News müssen nicht immer einen Anteil wahrer Informationen haben. Werden aber auch tatsächlich richtige Informationen eingebaut und beispielsweise in einen falschen Kontext gesetzt, unterstützt das ebenfalls die Glaubhaftigkeit. Auch falsche Fakten oder vermeintliche Bild-, Ton- oder Videobeweise können bereits einen ähnlichen Effekt erzielen.

Zielpersonen: In der Antike drehten sie die Gerüchte nahezu ausschließlich um hochrangige Personen. Da Fake-News sehr häufig populistischer Natur sind, richten sie sich in den meisten Fällen ebenfalls gegen „die da oben“, also gegen besonders einflussreiche Menschen. Manchmal drehen sie sich aber auch um Themen, die nicht viel mit Politik zu tun haben.

Verbreitungsgeschwindigkeit: Bereits die Fama hatte übernatürliche Fähigkeiten und konnte sich rasend schnell ausbreiten – sie nahm keine Rücksicht. Eine schnelle Verbreitung von Gerüchten hat also schon im antiken Rom und allein durch mündliches Weitertragen funktioniert. In der heutigen Zeit ist die Verbreitung ähnlich schnell, wenn nicht noch schneller, da die sozialen Medien ein Teilen von Fake-News innerhalb von Sekundenbruchteilen ermöglichen. Anzumerken ist dabei, dass vor allem Fake-News heute und Gerüchte in der Antike derart schnell weitergetragen wurden. Bereits damals müssen sie also polarisiert haben. Heutzutage ist dies ähnlich, teils sogar verstärkt: Fake-News werden bewusst so verfasst, dass sie Menschen provozieren und sie so dazu anregen, die News unfreiwillig weiterzutragen.

→ *Attraktivität:* Die überaus schnelle Verbreitung von Gerüchten in der Antike lässt auch darauf schließen, dass besonders Gerüchte das Volk ansprachen und auch darauf ausgerichtet waren, was das Volk hören wollte. In der Gegenwart ist das nicht anders – Fake-News bieten bewusst einen Gegenpol zu den scheinbar immer gleichen Nachrichten der „Mainstream-Medien“, distanzieren sich von allzu komplexen Beschreibungen und gehen auf die Ängste und Missstände von Menschen ein, die sich von herkömmlichen Medien vernachlässigt fühlen. Teilweise weisen sie typische Merkmale von ‚Infotainment‘ oder ‚Soft News‘ auf.

→ Das Weitertragen von Gerüchten hatte zudem damals wie heute einen gewissen *Reiz*, weil man so andere Menschen mit brisanten Informationen versorgen und zum Erstaunen bringen konnte, was auch das Weitertragen von Gerüchten attraktiv macht.

→ *Unbegreifbarkeit:* Laut Vergil konnte Fama gleichzeitig klein und groß sein, gleichzeitig auf dem Boden laufen oder im Himmel schweben – man sieht sie also nicht und man kann sie vor allem nicht „einfangen“ und die Verbreitung von Gerüchten aufhalten. Auch heute ist es sehr schwierig, Fake-News zu stoppen, einerseits, weil manche Menschen die Wahrheit schlicht ablehnen, andererseits, weil die große Masse an potentiell falschen Inhalten, die online geteilt werden, schlicht zu groß ist, um jeden einzelnen Punkt zu überprüfen.

→ *wachsender Einfluss*: Je weiter das Gerücht in der Antike verbreitet wurde, desto größer wurde seine Kraft, so Vergil. Der Einfluss auf die Menschen stieg also. Auch das ist in der Aktualität nicht anders: Je mehr Menschen von einer Fake-News überzeugt sind, desto wahrscheinlicher ist es auch, dass andere Menschen ebenfalls daran glauben. Auch schon in der Antike war es nämlich so, dass, wenn man etwas Unwahres nur oft genug wiederholt wird, sie letztlich geglaubt wird, auch wenn man zuvor anderer Meinung gewesen ist. Aufmerksamkeit ist für Gerüchte von besonderer Relevanz.

So mag es auch *Filterblasen* schon in einer ähnlichen Form in der Antike gegeben haben. Wurde ein Gerücht in einem gewissen Raum verbreitet, so hatten einzelne dort lebende Menschen, da sie ständig nur mit anderen in Verbindung gerieten, die daran glaubten, keine Chance mehr, mit anderen Meinungen in Kontakt zu kommen. So wurde das Gerücht trotz möglicherweise anfänglichen Misstrauen auch schon so zur Wahrheit und die Vielfalt verschiedener Meinungen verflog.

Möglichkeit der Meinungskontrolle: Schon von Gerüchten in der Antike sagt man, dass sie eine so große Macht über das Volk hatten, dass sie zu einer Terrorherrschaft über dessen Meinungen werden könne: Dadurch, dass die Menschen letztlich bedingungslos an sie glaubten, übernahmen sie unfreiwillig die Meinung anderer. Heutzutage ist der Einfluss von Fake-News mindestens genauso groß (vgl. Kapitel 3.5) – Fake-News können nicht nur verwirren oder verunsichern, sondern werden sogar als Bedrohung der Demokratie eingestuft, wovon letztlich doch alle Gesellschaftsschichten betroffen sein könnten.

5. Schlussbemerkung

Um die Betrachtung zu einem Ende zu bringen, wird folglich deutlich, dass Fake-News auf keinen Fall so neu sind, wie es unser Alltagsverständnis oft behauptet. Tatsächlich sind die Grundideen der Fama und der aktuellen Fake-News dieselben, der Ursprung von Fake-News liegt lange zurück. So drehten sich auch schon in der Antike die damaligen Gerüchte ebenfalls um hochrangige Personen und verbreiteten sich rasend schnell. Sie sind nicht nur in heutiger Zeit besonders attraktiv, sondern lösten auch in früheren Zeiten einen gewissen Reiz der Beteiligten aus, da, wie es häufig gesagt wird, die Urheber von Gerüchten schon zuvor wissen, was ihre Zielgruppe hören möchte. Gerüchte haben einen großen Einfluss auf das Volk und können dessen Meinung kontrollieren, nicht nur, weil durch das Wiederholen von Falschem das Falsche irgendwann zur Wahrheit wird.

Allerdings sind die Unterschiede nicht außer Acht zu lassen: Die Digitalisierung und soziale Netzwerke bieten für Fake-News eine komplett neue Art der Verbreitung, wodurch es inzwischen auch neue Interessen gibt, Fake-News im Sinne seines eigenen Egoismus‘ zu verbreiten. Diese Verbreitung wird immer einfacher. Man kann sagen, Fake-News sind die „Fama 2.0“ – nicht mehr bestehend aus Augen, Federn und Ohren, sondern vielleicht aus Einsen und Nullen, Tastatur, Maus und Bildschirm: Der Grundsatz ist ähnlich, dennoch hat „eine neue Phase der Fama“¹⁴⁵ schon lange begonnen.

Dass Fake-News tatsächlich eine Bedrohung der Demokratie sein können und in Wirklichkeit deutlich mehr als nur etwas Alltägliches sein sollten, ist nicht gerade beruhigend: Sowohl in der Antike als auch in der Gegenwart sind Gerüchte etwas sehr Mächtiges, was die Meinung des Volkes leicht beeinflussen kann. In diesem Blickwinkel erscheint es auch nicht mehr besonders absurd, dass Vergil die Fama als direkte Bedrohung der Menschen und dem Verfall der für die Römer besonders wichtigen Sitten – der virtus und der pietas gegenüber Göttern – gleichsetzt. Wird nichts gegen Fake-News unternommen, ist diese Beschreibung vielleicht bald nicht mehr nur eine Dystopie.

Man merkt also: Auch nach über 2000 Jahren kann die lateinische Sprache noch faszinierend hochaktuell sein: Vor den Problemen, die schon ein römischer Dichter sah, stehen Journalisten und Politiker heute wieder. Latein ist also doch etwas ganz anderes als eine „tote Sprache“.

¹⁴⁵ Netz, 2017.

6. Anhang

6.1 Literatur- und Quellenverzeichnis

Primärwerke:

- P. Vergili Maronis. (1955). *Aeneidos. Liber Quartus with a commentary by R.G. Austin*. Oxford: Oxford University Press.
- P. Vergili Maronis. (1969). *Opera*. (F. A. Hirtzel, Hrsg.) Oxford: Oxford University Press.

Sekundärliteratur:

- Albrecht, M. v. (2007). *Vergil: Bucolica - Georgica - Aeneis: Eine Einführung*. Heidelberg: Winter.
- Baurmann, J., & Lobenstein, C. (28. Februar 2016). Alles Lüge. *Die ZEIT*, 56-60 (aus: "Fake-News: Die wichtigsten ZEIT-Artikel über die Wahrheitskrise, Ausgabe 2").
- Baxmann, I., Beyes, T., & Pias, C. (Hrsg.). (2014). *Soziale Medien - Neue Massen*. Zürich: diaphanes.
- DIE ZEIT (Hrsg.). (2017). *Fake-News: Die wichtigsten ZEIT-Artikel über die Wahrheitskrise, Ausgabe 2*. Berlin: epubli.
- Gabriel, R., & Röhrs, H.-P. (2017). *Social Media. Potentiale, Trends, Chancen und Risiken*. Wiesbaden: Springer-Verlag.
- Glücklich, H.-J. (2004). *Vergils "Aeneis" im Unterricht*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Gödde, S. (2005). Göttlich, dämonisch, weiblich. Konzeptionen des Gerüchts in der griechisch-römischen Antike. (H. Heinrich-Schwarzbauer, & T. Späth, Hrsg.) *Gender Studies in den Altertumswissenschaften*, 3, S. 151-172.
- Guastella, G. (2016). Pictures of Vergilian Fama. (S. Kyriakidis, Hrsg.) *Libera Fama. An Endless Journey*, S. 193-202.
- Ilberg, J. (1890). Fama. In W. H. Roscher (Hrsg.), *Ausführliches Lexikon der griechischen und römischen Mythologie* (Bde. 1,2, S. Sp. 1442-1443). Leipzig: Teubner.

- Ilberg, J. (1909). Pheme. In W. H. Roscher (Hrsg.), *Ausführliches Lexikon der griechischen und römischen Mythologie* (Bde. 3,2, S. Sp. 2292-2293).
- Ilberg, J., & Kuhnert, E. (1890). Giganten. In W. H. Roscher (Hrsg.), *Ausführliches Lexikon der griechischen und römischen Mythologie* (Bde. 1,2, S. 1639-1673). Leipzig: Teubner.
- Keil, L.-B., & Kellerhoff, S.-F. (2017). *Fake News machen Geschichte*. Berlin: Christoph Links Verlag.
- Knauer, G. N. (1964). *Die Aeneis und Homer*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Kraft, M. (1986). Die Gestalt der Fama. Bei Vergil - bei Ovid - in der europäischen Literatur. In *Der Altsprachliche Unterricht* (Bde. 29, 3). Seelze-Velber: Friedrich.
- Kuhla, K. (2017). *Carlsen Klartext: Fake News*. Hamburg: Carlsen.
- Ladurner, U. (15. Dezember 2016). Stadt der Lügner. *Die ZEIT*, 47-55 (aus: "Fake-News: Die wichtigsten ZEIT-Artikel über die Wahrheitskrise, Ausgabe 2").
- Lobe, A. (3. November 2016). Meinung aus dem Bot. *Die ZEIT*, 72-76 (aus: "Fake-News: Die wichtigsten ZEIT-Artikel über die Wahrheitskrise, Ausgabe 2").
- Lobe, M., Müller, S., & al. (2016). *ratio Express / Im Reich der Schatten: Vergil, Aeneis*. (M. Lobe, Hrsg.) Bamberg: C.C.Buchner Verlag.
- Neubauer, H.-J. (1998). *Fama: Eine Geschichte des Gerüchts*. Berlin: Berlin-Verlag.
- Russ-Mohl, S. (2017). *Die informierte Gesellschaft und ihre Feinde*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Schweiger, W. (2017). *Der (des)informierte Bürger im Netz*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Suerbaum, W. (1999). *Vergils Aeneis: Epos zwischen Geschichte und Gegenwart*. Stuttgart: Reclam.
- Weinberg, T. (2014). *Social Media Marketing*. Sebastopol: O'Reilly Verlag.
- Werner, F., & Lübbert, S. (9. Januar 2017). Trump ist ein Geschenk (Interview mit Thorsten Quandt und Wolfgang Wippermann). *ZEIT Geschichte*, 9-20 (aus: "Fake-News: Die wichtigsten ZEIT-Artikel über die Wahrheitskrise, Ausgabe 2").

Onlinequellen:

- 1) Ballweg, S. (5. Februar 2017). Mit Faktencheck gegen Fake News. *Deutschlandfunk.de*. Abgerufen am 25. März 2018 von http://www.deutschlandfunk.de/soziale-medien-mit-faktencheck-gegen-fake-news.724.de.html?dram:article_id=378182
- 2) Brandt, M. (4. Februar 2013). *Facebooks beeindruckender Aufstieg*. Abgerufen am 17. März 2018 von Statista: <https://de.statista.com/infografik/871/anzahl-der-monatlich-aktiven-nutzer-von-facebook/>
- 3) Brandt, M. (3. Mai 2016). *Deutsche zweifeln an Unabhängigkeit der Medien*. Abgerufen am 18. März 2018 von Statista: <https://de.statista.com/infografik/4782/eigenschaften-von-medien/>
- 4) Brandt, M. (22. Juni 2016). *Nachrichten: Online schlägt Print*. Abgerufen am 17. März 2018 von Statista: <https://de.statista.com/infografik/5082/regelmaessig-von-onlinern-genutzte-nachrichtenquellen/>
- 5) Brandt, M. (16. März 2017). *Bots produzieren mehr Traffic als Menschen*. Abgerufen am 18. März 2018 von Statista: <https://de.statista.com/infografik/164/traffic-auf-websites-nach-herkunft/>
- 6) Dudenredaktion. (kein Datum). *Fake News*. Abgerufen am 17. März 2018 von Duden online: <https://www.duden.de/node/1064496/revisions/1674795/view>
- 7) Dudenredaktion. (kein Datum). *Social Network*. Abgerufen am 16. März 2018 von Duden: https://www.duden.de/rechtschreibung/Social_Network
- 8) Gebel, C. (28. November 2016). Aktuell ist wichtiger als überprüft. *ZEIT Online*. Abgerufen am 24. März 2018 von <http://www.zeit.de/gesellschaft/2016-11/medienkompetenz-jugendliche-usa-fake-news/komplettansicht>
- 9) Hopson-Münz, A. (1. Oktober 2014). *Antike Medien: Lasen Römer täglich Zeitung?* Abgerufen am 16. März 2018 von Forum Traiani: <http://www.forumtraiani.de/antike-medien-lasen-roemer-taeglich-zeitung/>
- 10) Kellerhoff, S. (16. Januar 2018). Die fünf wichtigsten „alternativen Fakten“ der Geschichte. *WELT.de*. Abgerufen am 18. März 2018 von <https://www.welt.de/geschichte/article172535578/Unwort-des-Jahres-Die-fuenf-wichtigsten-alternativen-Fakten-der-Geschichte.html>

- 11) Kühl, E. (4. Januar 2018). Was Sie über das NetzDG wissen müssen. *ZEIT Online*. Abgerufen am 19. März 2018 von <http://www.zeit.de/digital/internet/2018-01/netzwerkdurchsetzungsgesetz-netzdg-maas-meinungsfreiheit-faq>
- 12) MenschenMachenMedien-Redaktion. (17. Februar 2017). *Fake News-Anstieg vor der Wahl*. Abgerufen am 18. März 2018 von Verdi: MenschenMachenMedien: <https://mmm.verdi.de/tarife-und-honorare/fake-news-anstieg-vor-der-wahl-38877>
- 13) Netz, D. (15. Dezember 2017). "Das Internet ist das Hörensagen im digitalen Zustand" (Interview mit Hans-Joachim Neubauer). *Deutschlandfunk.de*. Abgerufen am 26. März 2018 von http://www.deutschlandfunk.de/geruechte-als-phaenomen-das-internet-ist-das-hoerensagen-im.691.de.html?dram:article_id=379069
- 14) Nier, H. (6. März 2017). *Die Wirkung von Fake-News*. Abgerufen am 18. März 2018 von Statista: <https://de.statista.com/infografik/8390/die-wirkung-von-fake-news/>
- 15) Nier, H. (3. Februar 2017). *So viel verdient Facebook an jedem Nutzer*. Abgerufen am 17. März 2018 von Statista: <https://de.statista.com/infografik/6550/so-viel-verdient-facebook-an-jedem-nutzer/>
- 16) o.V. (2008/09). *Epochenübersicht zur Römischen Geschichte*. Abgerufen am 10. März 2018 von http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/uploads/media/Imperium_Romanum_Zeittafel.pdf
- 17) o.V. (28. März 2018). *Großteil aller Paketboten in Wahrheit Ninjas mit "Sie waren leider nicht anzutreffen"-Zetteln*. Abgerufen am 28. März 2018 von Der Postillion: <http://www.der-postillon.com/2015/03/groteil-der-paketboten-in-wahrheit.html>
- 18) o.V. (kein Datum). *Kunstakademie (Dresden)*. Abgerufen am 27. März 2018 von Wikipedia: [https://de.wikipedia.org/wiki/Kunstakademie_\(Dresden\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Kunstakademie_(Dresden))
- 19) o.V. (kein Datum). *The Real Story of 'Fake-News'*. Abgerufen am 17. März 2018 von Merriam-Webster: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news>

- 20) Schwarz, K. (20. Februar 2017). *Fake News: Worum es geht und was wir tun können*. Abgerufen am 18. März 2018 von Heinrich Böll Stiftung:
<https://www.boell.de/de/2017/02/20/fake-news-worum-es-geht-und-was-wir-tun-koennen>
- 21) Schwarz, K., & Häußer, D. (kein Datum). *Hoaxmap*. Abgerufen am 26. März 2018 von Hoaxmap: <http://hoaxmap.org/index.html>
- 22) Statista (BDZV). (2018). *Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland in ausgewählten Jahren von 1991 bis 2017 (in Millionen Exemplaren)*. Abgerufen am 26. März 2018 von Statista:
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/72084/umfrage/verkaufte-auflage-von-tageszeitungen-in-deutschland/>
- 23) Statista (Bitkom). (Januar 2017). *Sind Ihnen in den vergangenen zwölf Monaten in den klassischen oder in den sozialen Medien so genannte Fake News aufgefallen? (Quelle: Bitkom)*. Abgerufen am 18. März 2018 von Statista:
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/666996/umfrage/wahrnehmung-von-fake-news-in-deutschland/>
- 24) Walulis, P. (13. März 2017). *Mit Fake News Geld verdienen | WALUVERSITY*. Abgerufen am 17. März 2018 von YouTube:
<https://youtu.be/UgYuYSe9yCU?t=2m35s>
- 25) Wlosok, A. (1982). Der Held als Ärgernis: Vergils Aeneas. In G. N. Joachim Latacz, *Würzburger Jahrbuch für die Altertumswissenschaft* (Bd. 8, S. 221). Würzburg: Ferdinand Schöningh. Von <https://journals.ub.uni-heidelberg.de/index.php/wja/issue/view/2561> abgerufen
- 26) Ziehn, S. (15. September 2017). Warum glauben Menschen an Fake News? (Interview mit Sven Kellerhoff). *WDR.de*. Abgerufen am 17. März 2018 von <https://www1.wdr.de/kultur/buecher/interview-fake-news-machen-geschichte-100.html>

Alle Onlinequellen (bis auf Quelle 24) sind zusammen mit der Arbeit in digitaler Form und allen Abbildungen auf der CD, die dieser Arbeit beiliegt, zu finden.

6.2 Lateinischer Text und Übersetzung

Lateinischer Text	Übersetzung
<p>173 Extemplo Libyae magnas it Fama per urbes, Fama, malum qua non aliud velocius ullum:</p>	<p>Sogleich geht Fama durch die großen Städte Lybiens, Fama, ein Übel, schneller im Laufen als jedes andere.</p>
<p>175 mobilitate viget virisque acquirit eundo, parva metu primo, mox sese attollit in auras ingrediturque solo et caput inter nubila condit.</p>	<p>Sie ist stark durch Beweglichkeit und erlangt Kräfte beim Gehen, anfangs durch Angst klein erhebt sie sich bald in die Lüfte empor und schreitet auf dem Boden einher und verbirgt ihr Haupt zwischen den Wolken.</p>
<p>178 illam Terra parens ira inritata deorum extremam, ut perhibent, Coeo Enceladoque sororem progenuit pedibus celerem et perniciousibus alis, monstrum horrendum, ingens, cui quot sunt corpore plumae, tot vigiles oculi subter (mirabile dictu), tot linguae, totidem ora sonant, tot subrigit auris.</p>	<p>Jene gebar die Mutter Erde aus angeregtem Zorn über die Götter, wie man erzählt, für Koeus und Enkeladus als jüngste Schwester, schnell zu Fuß und mit flinken Flügeln; sie ist ein schauderhaftes Ungeheuer, ungeheuerlich groß, dem so viele Federn am Körper wachsen, so viele wache Augen sind darunter, erstaunlich zu sagen, so viele Zungen, ebenso viele Mäuler ertönen, so viele Ohren richtet sie auf.</p>
<p>184 nocte volat caeli medio terraeque per umbram stridens, nec dulci declinat lumina somno; luce sedet custos aut summi culmine tecti turribus aut altis, et magnas territat urbes, tam ficti praeque tenax quam nuntia veri.</p>	<p>Nachts fliegt sie in der Mitte von Himmel und Erde zischend durch die Dunkelheit und wendet nicht für süßen Schlummer die Augen; Am Tag sitzt sie als Wächterin entweder auf dem Giebel des höchsten Daches oder auf hohen Türmen und versetzt große Städte in Schrecken, so sehr an Erdichtetem und Falschem festhaltend wie sie auch Botin der Wahrheit ist.</p>

6.3 Metrische Analyse

Die Metrik ist wie folgt dargestellt:

- Vokale langer Silben sind **gelb** hervorgehoben.
- Vokale kurzer Silben sind **blau** hervorgehoben.
- syllaba anceps: Vokale sind **grün** hervorgehoben.
- Vokale betonter Silben sind **fett** markiert.
- Buchstaben, die nicht mitgelesen werden (Elision/Aphärese), sind eingeklammert.
- Trithemimeres: | ; Penthemimeres: | ; Hephthemimeres: | ; buccolische Dihärese: | .

Extemplo | Libyae | magnas | it | Fama per urbes,
Fama, malum | qua non | aliud | velocius ullum:
mobilitate viget | virisq(ue) adquirit eundo,
parva metu | primo, mox | sese | attollit in auras
ingrediturque sol(o) et | caput inter nubila condit.
illam Terra parens | ir(a) irritata deorum
extrem(am), ut | perhibent, | Coe(o) | Enceladoque sororem
progenit | pedibus | celer(em) et | pernicious alis,
monstr(um) horrend(um), | ingens, | cui quot | sunt | corpore plumae,
tot vigilēs | oculi | subter | (mirabile dictu),
tot linguae, | totid(em) ora sonant, | tot | subrigit auri.
nocte volat | caeli | medio | terraeque per umbram
stridens, nec | dulci | declinat | lumina somno;
luce sedet | custos | aut summi | culmine tecti
turribus aut | altis, | et magnas | territat urbes,
tam ficti | pravique tenax quam | nuntia veri.

6.4 Abbildungen

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Fama Malum	39
Abbildung 2: Fama auf der Kuppel des Oktogons der Dresdner Kunstakademie	40
Abbildung 3: A. Paul Weber - Das Gerücht	41
Abbildung 4: "Sind Ihnen in den vergangenen zwölf Monaten in den klassischen oder in den sozialen Medien so genannte Fake News aufgefallen?"	42
Abbildung 5: Gerüchte nach Monaten 2015/16	42
Abbildung 6: Die Wirkung von Fake News.....	43
Abbildung 7: Engagements in „Facebook“: Die 20 meist betrachteten „Facebook“-Nachrichten vor der Wahl in den USA	43
Abbildung 8: Bots produzieren mehr Traffic als Menschen	44
Abbildung 9: Zweifel an Unabhängigkeit der Medien	44
Abbildung 10: Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland von 1991 bis 2017	45
Abbildung 11: Entwicklung der Nutzerzahlen von „Facebook“	45
Abbildung 12: Darstellung der Einkommensquellen „Facebooks“	46
Abbildung 13: Nachrichtenquellen der Deutschen 2016	46
Abbildung 14: Geschwärzte Falschaussagen von Donald Trump	47

6.4.1 Darstellungen des Gerüchts



Abbildung 1: Fama Malum¹⁴⁶

¹⁴⁶ aus: Guastella, 2016, S. 204.

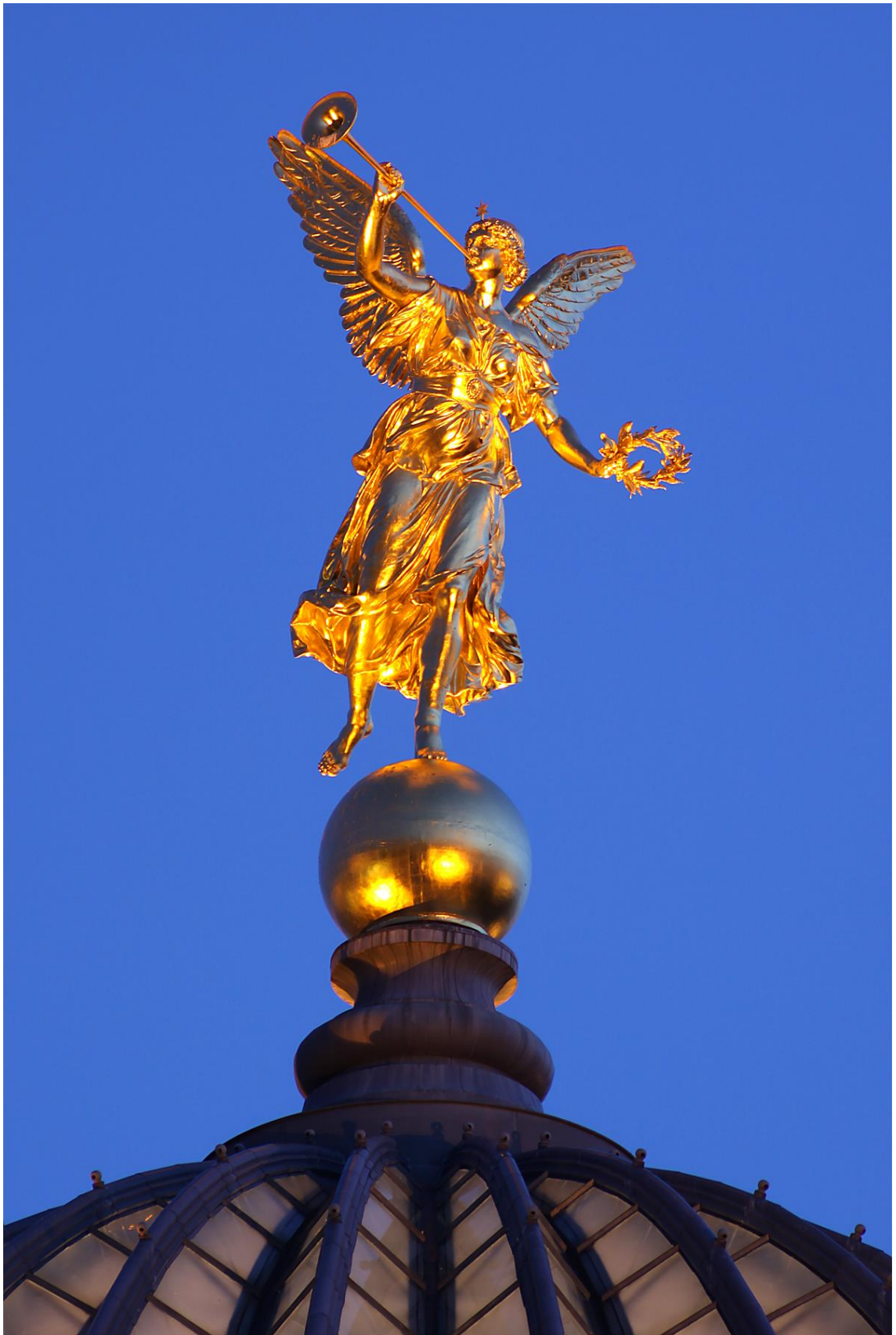


Abbildung 2: Fama auf der Kuppel des Oktogons der Dresdner Kunstakademie¹⁴⁷

¹⁴⁷ aus: Wikipedia, Kunstakademie (Dresden).

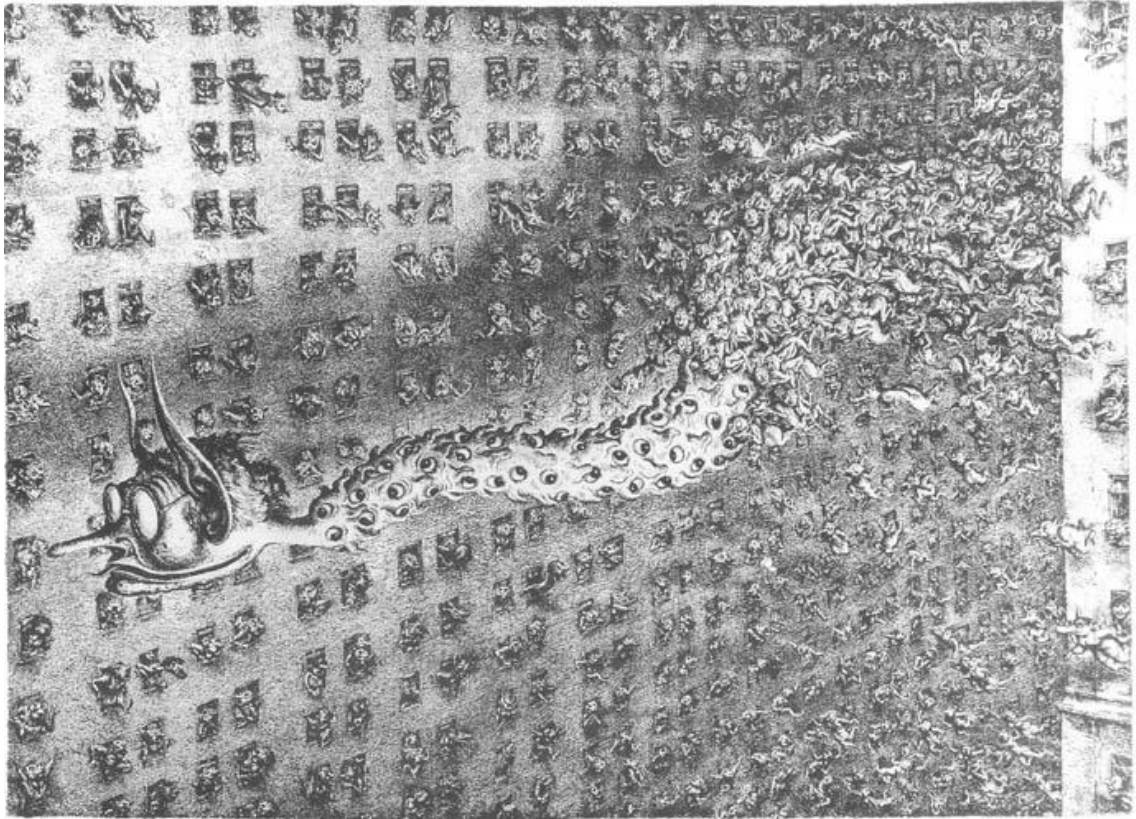


Abbildung 3: A. Paul Weber - *Das Gerücht*¹⁴⁸

¹⁴⁸ aus: Neubauer, 1998, S. 44.

6.4.2 Statistiken zu Fake-News und sozialen Netzwerken

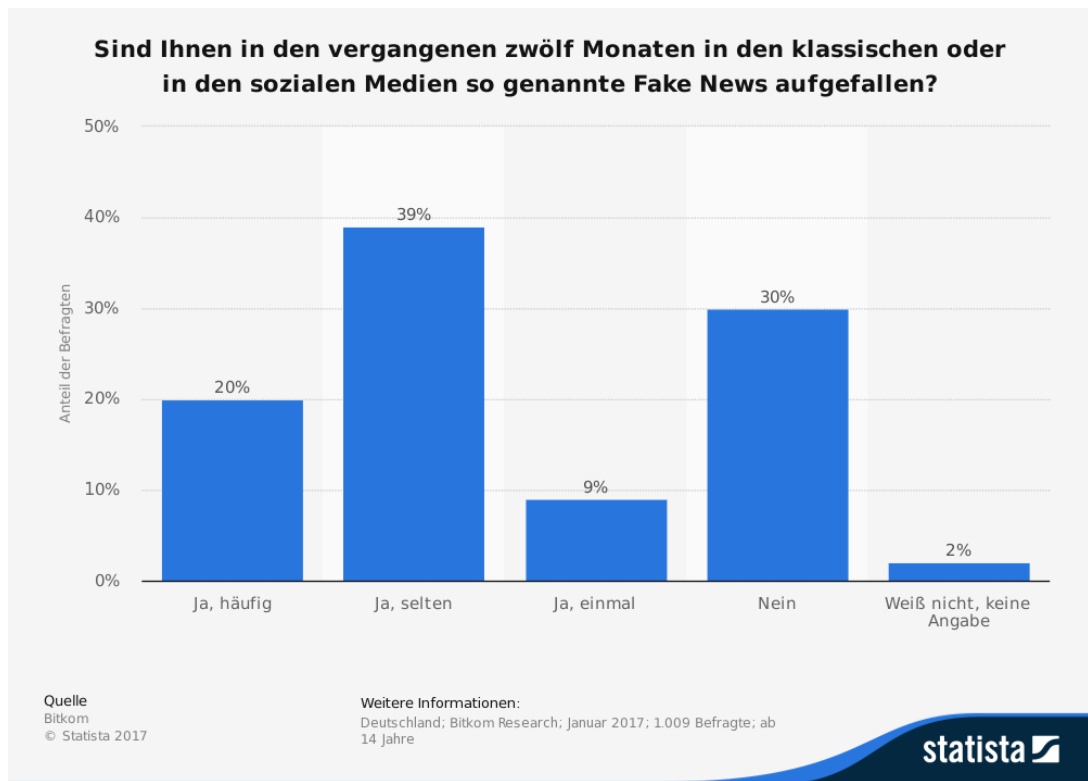


Abbildung 4: "Sind Ihnen in den vergangenen zwölf Monaten in den klassischen oder in den sozialen Medien so genannte Fake News aufgefallen?"¹⁴⁹

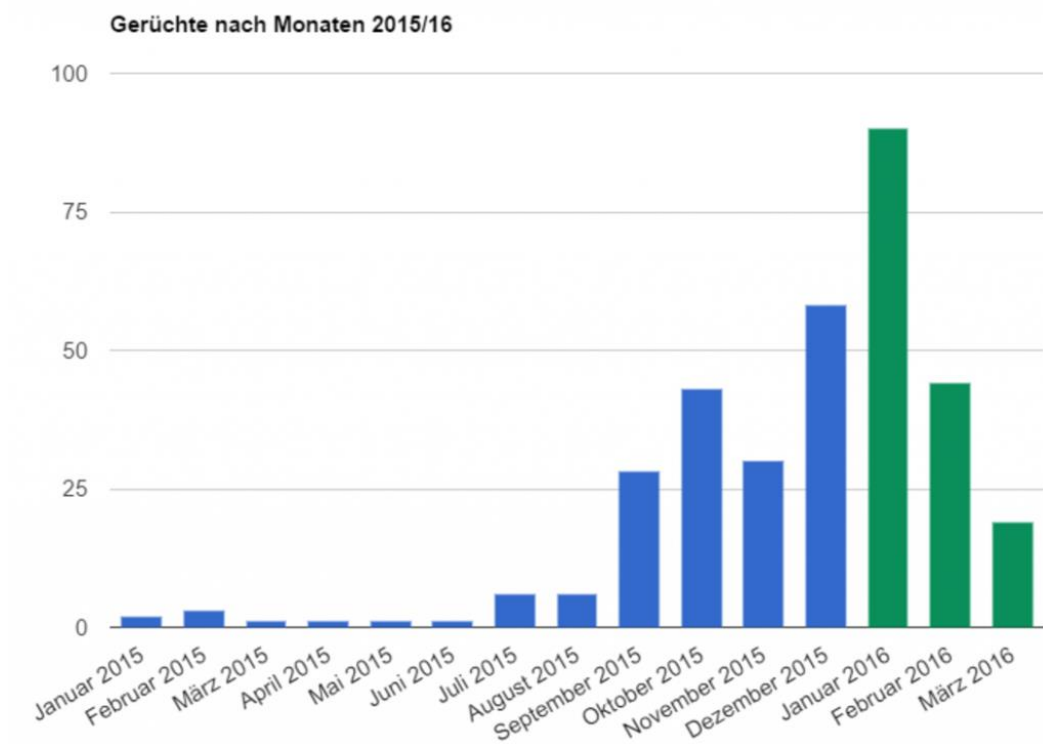


Abbildung 5: Gerüchte nach Monaten 2015/16¹⁵⁰

¹⁴⁹ aus: Statista (Bitkom), 2017.

¹⁵⁰ aus: Schwarz, Fake News: Worum es geht und was wir tun können, 2017.

Die Wirkung von Fake News

Befragte, die folgenden Aussagen zur Wirkung von Falschmeldungen zustimmen



Aufgeführte Antwortmöglichkeiten:
Stimme voll und ganz zu/Stimme eher zu
Basis: 1.017 Befragte aus Deutschland ab 18 Jahren,
28.02.–03.03.2017
Quelle: YouGov



YouGov statista

Abbildung 6: Die Wirkung von Fake News¹⁵¹



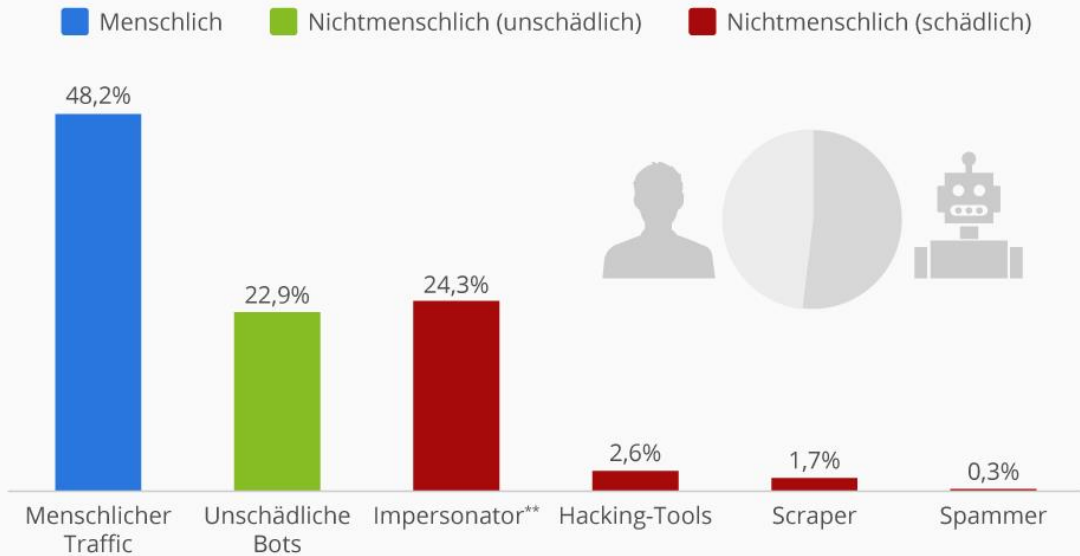
Abbildung 7: Engagements in „Facebook“: Die 20 meist betrachteten „Facebook“-Nachrichten vor der Wahl in den USA¹⁵²

¹⁵¹ aus: Nier, Die Wirkung von Fake-News, 2017.

¹⁵² aus: MenschenMachenMedien-Redaktion, 2017.

Bots produzieren mehr Traffic als Menschen

Verteilung des Traffics auf Webseiten weltweit*



CC BY ND
@Statista_com

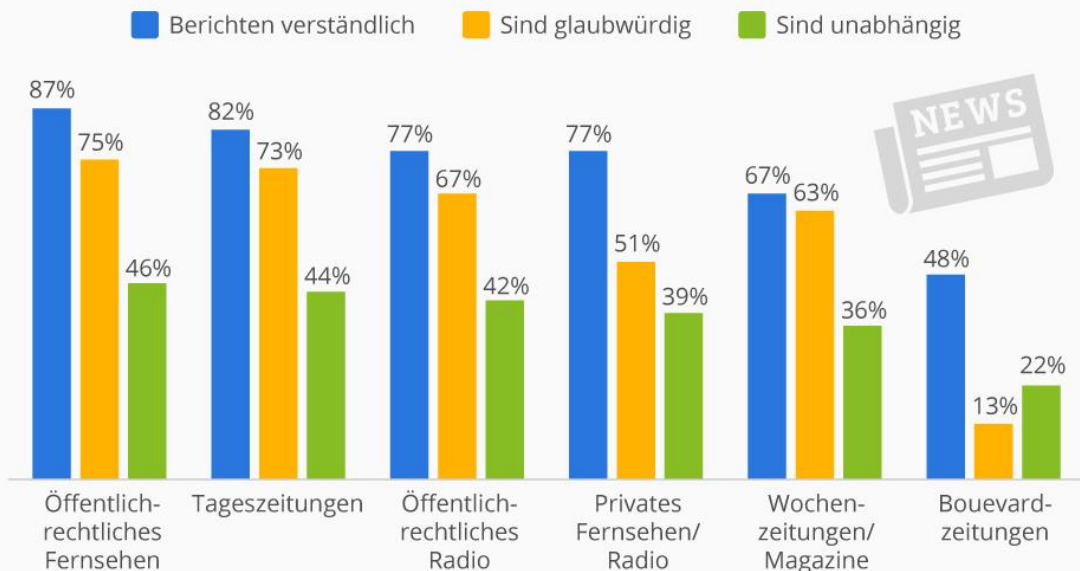
* basierend auf 16,7 Milliarden Visits, 09.08.2016 – 06.11.2016
** führen z.B. DDoS-Attacken aus oder verbreiten Propaganda
Quelle: Incapsula

statista

Abbildung 8: Bots produzieren mehr Traffic als Menschen¹⁵³

Zweifel an Unabhängigkeit der Medien verbreitet

Befragte, die glauben, dass diese Eigenschaften auf Medien zutreffen*



CC BY ND
@Statista_com

* voll und ganz/weitgehend
Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland
Quelle: Bayerischer Rundfunk

statista

Abbildung 9: Zweifel an Unabhängigkeit der Medien¹⁵⁴

¹⁵³ aus: Brandt, Bots produzieren mehr Traffic als Menschen, 2017.

¹⁵⁴ aus: Brandt, Deutsche zweifeln an Unabhängigkeit der Medien, 2016.

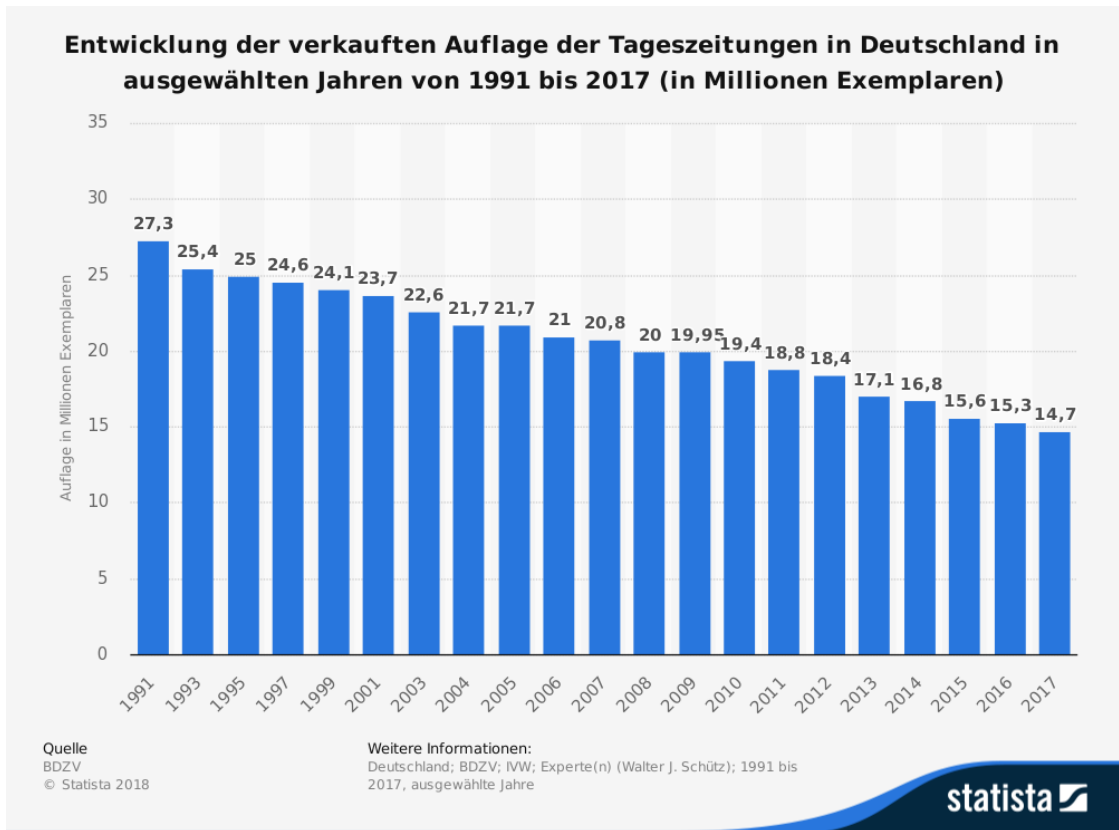


Abbildung 10: Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland von 1991 bis 2017¹⁵⁵



Abbildung 11: Entwicklung der Nutzerzahlen von „Facebook“¹⁵⁶

¹⁵⁵ aus: Statista (BDZV), 2018.

¹⁵⁶ aus: Brandt, Facebooks beeindruckender Aufstieg, 2013.

So viel verdient Facebook je Nutzer

Durchschnittlicher Umsatz pro Nutzer (ARPU) von Facebook (in US-Dollar)



Abbildung 12: Darstellung der Einkommensquellen „Facebooks“¹⁵⁷

Nachrichten: Online schlägt Print

Regelmäßig von Onlinern genutzte Nachrichtenquellen in Deutschland 2016

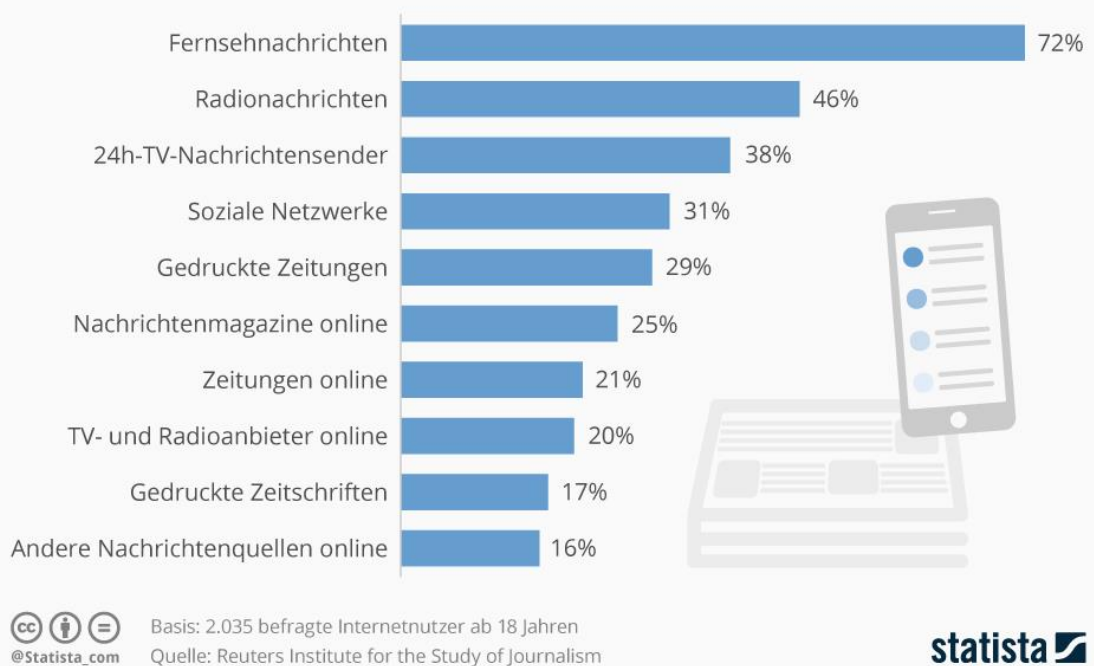


Abbildung 13: Nachrichtenquellen der Deutschen 2016¹⁵⁸

¹⁵⁷ aus: Nier, So viel verdient Facebook an jedem Nutzer, 2017.

¹⁵⁸ aus: Brandt, Bots produzieren mehr Traffic als Menschen, 2017.

6.4.3 Sonstiges

PRESIDENT TRUMP: Hey, Michael.

TIME: Hey Mr. President, Thank you for taking the time.

Absolutely. How have you been, OK?

Yeah, it has been a wild couple months. You keep us busy.

[REDACTED]

Do you want me to give you a quick overview [of the story]?

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] Sweden. I make the statement, everyone goes crazy.

[REDACTED]

[REDACTED] I tweeted about that [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] I

said that the allies must pay. [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] We have a lot of things.

But there's other things you said that haven't panned out. The peg for this story is the wiretapping hearing on Monday, in which [FBI Director James] Comey and [NSA Director Mike] Rogers testified about your tweets there.

[REDACTED]

[REDACTED] Devin Nunes had a news conference,

[REDACTED]

[REDACTED]

I have not, no.

Abbildung 14: Geschwätzte Falschaussagen von Donald Trump¹⁵⁹

¹⁵⁹ aus: Russ-Mohl, 2017, S. 26.

6.5 Erklärung

Ich versichere, dass ich die Arbeit selbstständig verfasst, keine anderen Quellen und Hilfsmittel als die angegebenen benutzt und die Stellen der Arbeit, die anderen Werken dem Wortlaut oder Sinn nach entnommen sind, in jedem einzelnen Fall unter Angabe der Quelle als Entlehnung kenntlich gemacht habe. Das gleiche gilt auch für beigegebene Zeichnungen, Kartenskizzen und Darstellungen.

Recklinghausen, den

Unterschrift: