

12

Literatur und Medien



Sophie Greve

Social Media & Fake Facts

Kollektivsymbole in Verschwörungsmithen

Tectum

Literatur *und* Medien

Literatur und Medien

Herausgegeben von
Volker Wehdeking
Gunter E. Grimm
Rolf Parr
Christof Hamann

Band 12

Social Media & Fake Facts

Kollektivsymbole in Verschwörungsmysmen

von

Sophie Greve

Tectum Verlag

Sophie Greve

Social Media & Fake Facts. Kollektivsymbole in Verschwörungsmithen
Literatur und Medien; Band 12

ePDF 978-3-8288-7802-0

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Werk unter der ISBN
978-3-8288-4712-5 im Tectum Verlag erschienen.)

ISSN 1867-7479

© Tectum – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2021

Umschlaggestaltung: Tectum Verlag, unter Verwendung des Bildes
1769916575 von Dilok Klaisataporn | www.shutterstock.com

Gesamtverantwortung für Druck und Herstellung:
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Besuchen Sie uns im Internet
www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind
im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Vorwort

Spätestens seitdem ein amerikanischer Präsident zwischen den ‚Fake News‘ der Medien und denen seiner politischen Gegner und der eigenen ‚alternativen Wahrheit‘ unterschieden hat, ist eine Diskussion darüber entbrannt, ob wir in einem ‚postfaktischen Zeitalter‘ und einer ‚postfaktischen Gesellschaft‘ angelangt sind. Doch es ist nicht immer so einfach zu erkennen, ob man ‚Fake News‘ aufgesessen ist; bisweilen lässt sich nicht einmal genau sagen, wo denn das ‚Fakehafte‘ der ‚Fake News‘ eigentlich beginnt. Erst da, wo Wahrheit gegen besseres Wissen unter den Tisch gekehrt und anderes behauptet wird? Oder schon da, wo Texte, Bilder oder im Radio auch Töne manipuliert, vorsichtig ausgedrückt: ‚bearbeitet‘ werden? Würde man die Grenze eng ziehen, dann fiel bereits ein Wahlkampf-Plakat mit dem deutlich verjüngten Gesicht eines/einer Kandidat*in unter die Fakes (immerhin wird uns ja vorgemacht, eine deutlich jüngere Person wählen zu können).

Vor Hintergründen wie diesem und dem der zahlreichen ‚Fake Facts‘ und ‚Fake News‘ im Kontext der letzten amerikanischen Präsidentschaftswahlen sowie der Diskussionen um Klimawandel und Corona-Pandemie zeigt Sophie Greve auf, wie die Verwendung von kollektiv genutzten Symbolen, also weit verbreiteten bildlichen Anschauungsformen, der digitalen Propaganda komplexerer Verschwörungsmymen dienen kann. Kollektiv geteilte, das heißt von jederfrau und jedemann verstandene und auch selbst produzierbare Bildlichkeiten, sind insofern ein wichtiger Indikator für Verschwörungsmymen, als kaum ein Verschwörungsszenario ohne sie auskommt. In Analogie zur Mathematik ließe sich sagen, dass Kollektivsymbole notwendige, wenn auch nicht hinreichende Elemente von Verschwörungsmymen darstellen. Die Leistung kollektiv geteilter Symbole für Verschwörungsszenarien unterschiedlichster Couleur besteht dabei vor allem darin, die Konnotationsspielräume bildlicher Redeweisen auszunutzen, sodass keine nachprüfbaren Aussagen zu Annahmen über die Welt, Wirklichkeit oder wie immer man die empirische Realität nennen will, gemacht

werden müssen, sondern das ‚Auffüllen‘ der benutzten Bilder mit ‚Sinn‘ zumindest teilweise den Rezipient*innen überlassen wird.

Wie der Rückgriff auf solche bildlichen Anschauungsformen genau aussieht wird an einer Reihe von aktuellen Fallbeispielen aus den medialen sozialen Netzwerken aufgezeigt, die durch ihre Reichweite, ihre Alltagsnähe und den begrenzten Raum, den sie ihren Nutzer*innen bieten, in besonderer Weise geeignet sind, Verschwörungsmythen bzw. Fehlinformationen zu verbreiten. Konkret analysiert werden auf Basis von Text- und Bildmaterial auf den Plattformen *Telegram*, *Twitter* und *Instagram* die Symbolkomplexe ‚zusammenbrechendes Kartenhaus‘, ‚Puppenspieler und ihre Marionetten‘ sowie ‚Festung Europa‘. Damit wird ein in der Diskussion um Fake News und ihre Erforschung bisher vernachlässigtes, aber besonders wirkungsvolles Element in den Blick genommen und zudem gezeigt, dass Kollektivsymbole die Basis ganzer Charakterbilder und Faszinationskomplexe bilden können.

Die hier vorgelegte Studie belässt es jedoch nicht bei deskriptiven Analysen, sondern zeigt abschließend ebenso für private Medienrezipient*innen wie auch Unternehmen Möglichkeiten des diskurstaktischen Umgangs mit Verschwörungsmythen wie Counter Speech und Debunking auf. Dazu gehört bereits, nicht von ‚Verschwörungstheorien‘, sondern eben ‚Verschwörungsmythen‘ zu sprechen, um den Fake-Charakter der ‚Fake Facts‘ zu betonen.

Rolf Parr

Inhaltsverzeichnis

1. Sind Verschwörungsmythen ‚Fake Facts‘?	1
2. Politische Kommunikation in den sozialen Medien	9
3. Was sind Kollektivsymbole?	17
3.1 Die Etablierung von Kollektivsymbolen durch soziale Medien	21
4. Telegram	25
4.1 Die Propaganda des Charakterbildes ‚böse Verschwörer*innen‘	29
4.2 ‚Kartenhaus‘. Ein Symbol bricht zusammen	37
5. Twitter	43
5.1 ‚Puppenspieler*innen‘ und ihre ‚Marionetten‘. Die Tweets von Donald Trump ..	44
5.2 Die ‚Klimahysterie‘ der ‚Klimakirche‘	54
6. Instagram	61
6.1 Die ‚Festung Europa‘	66
6.2 Rechte Propaganda mit Hilfe der Hashtags ‚#heimatverliebt‘ und ‚#heimatliebe‘	73
7. Handlungsanleitung zum Umgang mit Verschwörungsmythen und ‚Fake Facts‘	83
7.1 Als Unternehmen reagieren: Community Management	84
7.2 Als private User*innen reagieren: Counter Speech und Debunking	88

8. Die Funktion von Kollektivsymbolen in Verschwörungsmithen	93
9. Literaturverzeichnis	99
10. Abbildungsverzeichnis	107

1. Sind Verschwörungsmythen ‚Fake Facts‘?

Etliche Erzählungen von Illuminat*innen, Freimaurer*innen, einer Regierung, die von Reptilienwesen unterwandert sei, von Kondensstreifen am Himmel, die eine Bedrohung darstellen, oder von Bill Gates, der für die Corona-Pandemie verantwortlich sei, sind derzeit vor allem online auf sozialen Plattformen zu finden. Die folgende Studie widmet sich daher detailliert Verschwörungsmythen und ‚Fake Facts‘ in den sozialen Medien. Der Fokus liegt dabei auf der Sprache, die zur Verbreitung solcher Mythen genutzt wird, denn sie spielt eine große Rolle in der Wirkung, die diese entfalten können. Konkret geht die Studie der Frage nach, auf welche Weise die Verwendung von Kollektivsymbolen der digitalen Propaganda von Verschwörungsmythen dienen kann.

Es gibt zahlreiche wissenschaftliche Studien (zum Beispiel von Nocun und Lamberty¹, Butter² oder Seidler³), die sich mit dem Phänomen ‚Verschwörungsglaube‘ auseinandersetzen. Laut Nocun und Lamberty haben diese allerdings bisher kaum Eingang in die öffentliche Debatte gefunden.⁴ Seit dem Jahr 2020, mit der Präsidentschaftswahl in Amerika und der weltweiten COVID-19-Pandemie haben sie jedoch zunehmend Aufmerksamkeit erhalten. Dieser Forschungsbeitrag trägt dazu bei, die vorhergehenden wissenschaftlichen Studien mit der Aktualität des Themas zu verknüpfen.

Die verwandten Bezeichnungen, um Erzählungen rund um Verschwörungen zu beschreiben, sind in Wissenschaftskreisen umstritten.

-
- 1 Nocun, Katharina; Lamberty, Pia: Fake Facts. Wie Verschwörungstheorien unser Denken bestimmen. Köln: Bastei Lübbe AG 2020.
 - 2 Butter, Michael: »Nichts ist wie es scheint«. Über Verschwörungstheorien. 2. Auflage. Berlin: Suhrkamp Verlag 2018.
 - 3 Seidler, John David: Die Verschwörung der Massenmedien. Eine Kulturgeschichte vom Buchhändler-Komplot bis zur Lügenpresse. Bielefeld: transcript Verlag 2016.
 - 4 Vgl. Nocun, Katharina; Lamberty, Pia: Fake Facts. Wie Verschwörungstheorien unser Denken bestimmen. [...] S. 10–11.

So ist vor allem die im Alltag benutzte Bezeichnung der ‚Verschwörungstheorie‘ in letzter Zeit immer stärker kritisiert worden. Denn hierbei handelt es sich – so Nocun und Lamberty – nicht um eine Theorie im wissenschaftlichen Sinne. Dieser Sichtweise schließt sich der vorliegende Beitrag an, denn eine Theorie wird als eine „wissenschaftlich nachprüfbar Annahme über die Welt“⁵ angesehen, die auch wieder verworfen werden kann, wenn sie sich als falsch herausstellt. Karl Popper definiert schon 1975, dass Theorien immer überprüfbar, also widerlegbar sein müssen: „Die Falsifizierbarkeit bestimmt die Möglichkeit der Überprüfung und damit ihre Wissenschaftlichkeit“⁶, denn keine Theorie ist endgültig. Erzählungen von Verschwörungsideolog*innen zeichnen sich dagegen genau dadurch aus, dass sie sich einer Nachprüfbarkeit entziehen. Unabhängig von der Anzahl der Gegenbeweise, Verschwörungsideolog*innen beharren weiterhin auf ihrer Meinung. Darüber hinaus ist zu kritisieren, dass durch die Rede von ‚Verschwörungstheorien‘ jede Erzählung und jede noch so abstruse Idee zu einer Theorie aufgewertet wird.

In diesem Forschungsbeitrag wird daher die Bezeichnung ‚Verschwörungsmythos‘ verwendet. Denn im Gegensatz zu einer Theorie hat der „(politische) Mythos ein kollektiv identitätstiftendes Potenzial. Das Geschehene wird weniger über empirisch nachprüfbar Fakten vermittelt als über Stereotype und emotionalisierende Darstellungen“.⁷

Laut von der Goltz gelten Mythen als Waffen der politischen Kommunikation, an deren Entstehung und Verbreitung eine Vielzahl von Akteur*innen mitwirkt, da Mythen erst unter Mitwirkung des Publikums entstehen: „ohne Anhänger, kein Mythos“.⁸ Nach Nocun und Lamberty ist ein Mythos „eine Erzählung oder Überlieferung, die

5 Nocun, Katharina; Lamberty, Pia: Fake Facts. Wie Verschwörungstheorien unser Denken bestimmen. [...] S. 21.

6 Popper, Karl R.: Die offene Gesellschaft und ihre Feinde II. Falsche Propheten. Hegel, Marx und die Folgen. 4. Auflage. München: Francke Verlag 1975. S. 321.

7 Nocun, Katharina; Lamberty, Pia: Fake Facts. Wie Verschwörungstheorien unser Denken bestimmen. [...] S. 22.

8 von der Goltz, Anna: Die Macht des Hindenburgmythos. Politik, Propaganda und Popularitäten im ersten Weltkrieg. In: Borsò, Vittoria; Liermann, Christiane; Merzinger, Patrick [Hrsg.]: Die Macht des Populären. Politik und populäre Kultur im 20. Jahrhundert. Bielefeld: transcript Verlag 2010. S. 32. Hervorhebungen im Original.

häufig in der jeweiligen Gesellschaft verankert ist“.⁹ Er beschreibt, wie Menschen ihre Umgebung deuten und verstehen. Bei einem Mythos wird an die Zuhörer*innen emotional appelliert; „nachprüfbare Wahrheiten oder Argumente spielen hier eher eine untergeordnete Rolle“.¹⁰ Dabei lässt sich nicht immer klar zwischen Produzent*innen und Rezipient*innen unterscheiden:

Mythische Narrative sind einerseits eng an die Intentionen derer, die sie zu instrumentalisieren suchen, gekoppelt. Gleichzeitig verleihen sie den versteckten Wünschen, Sehnsüchten und Bedürfnissen ihrer Anhänger symbolischen Ausdruck.¹¹

Mythen sind somit symbolisch aufgeladen. Sie geben vor, gültige Aussagen über Ereignisse zu treffen und gerade in komplexen modernen Gesellschaften dienen sie oft der Vereinfachung und Verallgemeinerung. Aus vielschichtigen Ereignissen „destillieren sie einfache Formeln; sie schaffen leicht verständliche Dichotomien wie ‚Gut und Böse‘ oder ‚Held und Feigling“.¹²

Von Verschwörungsmythen wird hier als Oberkategorie für alle Formen von spezifischen Verschwörungserzählungen gesprochen. Als Verschwörungserzählung wird eine konkrete Annahme zu Geschehnissen in der Welt bezeichnet. Ein Verschwörungsmythos meint daher weniger

die konkrete Annahme, dass beispielsweise Hitler auf der dunklen Seite des Mondes leben würde. Vielmehr geht es um das grundlegende Narrativ, das einzelne Verschwörungserzählungen vereint. Der (falsche) Mythos einer jüdischen Weltverschwörung wäre so ein Beispiel.¹³

Die Rede vom Verschwörungsmythos beinhaltet somit ein abstraktes Narrativ. Verschwörungserzählungen beziehen sich in ihrem Kern auf Verschwörungsmythen. Die grundlegende Definition einer Verschwö-

9 Nocun, Katharina; Lamberty, Pia: Fake Facts. Wie Verschwörungstheorien unser Denken bestimmen. [...]. S. 22.

10 Ebd.

11 von der Goltz, Anna: Die Macht des Hindenburgmythos. Politik, Propaganda und Popularitäten im ersten Weltkrieg. [...]. S. 32.

12 Ebd., Hervorh. im Original.

13 Nocun, Katharina; Lamberty, Pia: Fake Facts. Wie Verschwörungstheorien unser Denken bestimmen. [...]. S. 23.