

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 jedermann 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