

Lesegewohnheiten und Korrekturen: Zombie-Fakes und geheime Absprachen, die sich weigern zu sterben



Man kommt nicht um die Tatsache herum, dass wir Nachrichten anders aufnehmen als unsere Großeltern. Die Online-Nachrichtenverbreitung hat ihre Vorteile (Geschwindigkeit, Interaktivität, Reichweite), weist aber auch Probleme auf, von denen die weitverbreitete und unkontrollierte Wiederholung von falschen Geschichten die vorherrschende ist. Die Medienkritikerin der Washington Post und frühere Redakteurin der New York Times, Margaret Sullivan, fasst das Problem klar zusammen:

„Korrekturen sind wichtig und stellen oft die Trennlinie zwischen einer verantwortungsvollen Nachrichtenorganisation und einer unverantwortlichen dar. Aber sie bekommen selten einen Bruchteil der Aufmerksamkeit, die der ursprüngliche Fehler bekommt. Es ist unmöglich, den Geist in die Flasche zurückzubringen. „

Bring' Sensationen, keine Fakten

Die Unterschiede in der Aufmerksamkeit der Leser von Korrekturen gegenüber dem ursprünglichen Fehler erzählen die Geschichte, aber die Medien Think Tanks und Beobachter haben sich noch nicht auf dieses Thema konzentriert. Im Jahr 2009 versuchte die Harvards Nieman Foundation, Online-Korrekturen in den Griff zu bekommen, und wies lediglich auf die noch bestehende Legacy-Newsroom-Dynamik hin [m.e.: ... die zu korrigierende Nachricht ist „schon alt“; der Übersetzer], nämlich: die Unwilligkeit zu erkennen, dass Fehler zahlreich sind; Zögern, Korrekturen anzubieten; und dass Leserbeschwerden oft ignoriert oder abgelehnt werden. Aber das sind seit langem bestehende Probleme, die nicht nur für Online-Inhalte typisch sind, sondern allgemein auch für die Kultur der Nachrichtenredaktionen gültig. (Als Nachrichtenredakteurin habe ich [Margaret Sullivan] einmal eine Geschichte in Auftrag gegeben, die korrigiert werden sollte, und der verärgerte Reporter, der sich geirrt hat, hat seitdem nicht mit mir gesprochen. Das war vor acht Jahren).

Der Bericht von Nieman von 2009 endete mit der Beobachtung, dass „... der mittlerweile legendäre Anspruch besteht, dass die interaktive Natur der digitalen Medien dazu führt, dass Fehler schneller identifiziert und

korrigiert werden können. Diese Prämisse muss durch unabhängige Forschung getestet und bewertet werden. Leider wurde das durch die Medienbranche im Großen und Ganzen nicht durchgeführt.“

In einem 2014 mit dem Columbia Journalism Review (CJR) betitelten Interview mit dem Titel „Corrections Do not Go Viral“ [~ sind nicht medienwirksam] sagte David Mikkelson, Teil des Ehepaar-Teams, das die Faktencheck-Website Snopes betreibt: *„Jeder weiß, die originellen sensationellen Geschichten sind viel interessanter als die banalen Korrekturen.“*

Die Frage der Diskrepanz zwischen der Leserschaft des Originals und der einer korrigierten Geschichte ist nicht völlig unbemerkt geblieben. CJR wies in dem Artikel darauf hin:

„Jetzt, wo eine Geschichte entlarvt ist, ist sie bereits gereist, ohne dass die Leser zurück zur ursprünglichen Quelle navigieren – oder irgendeine Quelle – um eine korrigierte Version zu sehen. ... Eine falsche Geschichte über eine Frau mit drei Brüsten wurde fast 190.000 Mal auf Facebook, Twitter und Google+ geteilt, aber Geschichten, die diese Sensation korrigierten, erzeugten nur etwa ein Drittel der ‚klicks‘“.

Ein Experiment zur Messung der Disparität heißt Emergent, das von Craig Silverman im Rahmen eines Stipendiums im Tow Center für digitalen Journalismus an der Columbia University durchgeführt wurde.

[Die **Emergenz** (lateinisch emergere „Auftauchen“, „Herauskommen“, „Emporsteigen“) ist die Herausbildung von neuen Eigenschaften oder Strukturen eines Systems infolge des Zusammenspiels seiner Elemente.]

Emergente Tracks bringen Gerüchte (hervor), die sich online manifestieren und messen die Diskrepanz zwischen Posts, die das Original akzeptieren, und Postkorrekturen. Während Emergent die großen Auswirkungen der Medien noch nicht berücksichtigt hat, unterstreichen einige ihrer Daten das Disparitätsproblem. Eine Falschmeldung über Kentucky Fried Chicken, die in das Marihuana-Geschäft eingestiegen sei, wurde 225.825 Mal geteilt, während Posts, die es enthüllten, nur 2.788 Mal geteilt wurden. Die Fehlinterpretation einer Breitbart-Geschichte mit der Schlussfolgerung, dass ein Gericht in Dallas nach dem Gesetz der Scharia urteilte wurde 2.048 Mal geteilt, während die Fehlinterpretation online nur 1,753 Mal angesehen wurde.

Ein Fehler, kein Wesensmerkmal

Das Problem könnte darin liegen, wie Online-Korrekturen oder Tweets aufbereitet (dargeboten) sind. Nur wenige Menschen sind so erfahren und haben die Einsicht der Journalistin und Unternehmerin Elizabeth Spiers, die so erfolgreich Websites wie Dealbreaker, AboveTheLaw, Fashionista und, am meisten berüchtigt, Gawker mitfinanziert, strukturiert und / oder bearbeitet hat. Auf die Frage nach Online-Korrekturen sagte mir Spiers: „Historisch gesehen sind digitale Agenturen, die originale Nachrichten produzieren, ziemlich gut und in der Anfangszeit waren sie sogar besser als herkömmliche Medien, die nicht online waren, weil Korrekturen direkt angefügt wurden,

während Zeitungen sie hintenanstellen, oft in einem ganz anderen Abschnitt der Zeitung unter der Überschrift „Korrekturen“ bringen und sie nicht sofort veröffentlicht werden.“

Während unsere Großeltern regelmäßig den Abschnitt „Korrekturen“ des Druckmediums überprüft hatten, erstellen nur wenige Nachrichtenplattformen einen Abschnitt „Korrekturen“, in dem korrigierte Geschichten markiert werden. Spiers erklärt die Logik dahinter: *„In der Praxis achten die Nutzer nicht auf die Aufmacher, es sei denn, sie suchen explizit nach verwandten Informationen.“*

Obwohl ich als Medienjurist und Ethikprofessor den Reportern vorschlage: Suchen Sie nach einer Korrektur, bevor Sie eine Meldung zitieren, hat Spiers Recht, dieser zusätzliche Schritt wird nicht von gewöhnlichen Lesern gemacht.

TL; DR [zu lang, nicht gelesen]

Die Platzierung von Korrekturen (und die Zeile, die den Lesern sagt, dass eine vorherige Geschichte korrigiert wurde, „trashline“ genannt) ist entscheidend für die Verbesserung der Zuverlässigkeit von Online-Publikationen. Spiers sagt: *„Mein Ideal ist eine Notiz an der Spitze, dass der Artikel korrigiert oder aktualisiert wurde, [die trashline] und Erklärungen oder Korrekturen am Ende.“*

Ohne trashlines führt das bloße Anhängen einer Korrektur an das Ende einer Geschichte zu dem Problem „TL; DR“: Internet-Kurzschrift für „zu lang; nicht gelesen“, genutzt um anzuzeigen, dass man nicht den ganzen Text gelesen hat. Angesichts der Tatsache, dass zu viele Menschen keinen ganzen Online-Artikel lesen, ist es für Leser – und faule Reporter oder Forscher – zu leicht, die Korrektur zu verpassen, die allzu oft nicht den gleichen Stellenwert hat wie das Original.

Zu ihrer Ehrenrettung, einige Web-basierte Nachrichten – Plattformen wie ProPublica stellen ihre trashline genau unter der Überschrift vor dem Text und können sogar das Wort „Korrektur“ zur neuen Überschrift hinzufügen. Aber viele Nachrichten – Plattformen haben entweder keine Richtlinien oder verdächtig schwammige Richtlinien. National Public Radio irrte in einer Geschichte vom 12. März 2018, in der Innenminister Ryan Zinke beschuldigt wurde, für den republikanischen -Kongresskandidaten Rick Saccone „Werbung zu machen“, eine mögliche Verletzung des Hatch Act [Beschränkung der parteipolitischen Aktivität von Regierungsangestellten] Aber die korrigierte Version hatte keine Trashline oder irgendeinen Hinweis darauf, dass die Geschichte überhaupt korrigiert wurde: *Der Leser muss elf Seiten nach unten scrollen, um zu erfahren, dass Zinke eine offizielle Aussage macht, um ein Zuschussprogramm zur Rückgewinnung aufgebener Kohleminen anzukündigen.*

In ähnlicher Weise fügt The Guardian (eine britische Zeitung) lediglich am Ende der Geschichte Korrekturen hinzu, auch wenn die Korrektur den Tenor der (falschen) Geschichte fortsetzt. Letzten Monat veröffentlichte The Guardian eine Geschichte mit dem Titel *„Ein Mann wurde für die*

Planung eines Terroranschlags auf Cumbrias Love Parade schuldig befunden“
Die ursprüngliche Geschichte, die die vorhersehbaren Anti-Waffen-Gefühle ihrer Leser ansprach, hatte berichtet, dass ein „Sturmgewehr“ in seiner Wohnung gefunden worden war. Ungeachtet der Schlüsselwörter „Angriffswaffe“, sagt die Korrektur – nicht bereits oben als Korrektur oder gar Update markiert – lediglich am Ende aus „Dieser Artikel wurde am 7. Februar 2018 geändert. In einer früheren Version wurde fälschlicherweise berichtet, dass ein Sturmgewehr in Stalls Schlafzimmer gefunden wurde. es war ein Luftgewehr.“ „Oh, nun, macht nichts.“

Zombie Fakten: Fehler oder Lügen, die nicht sterben werden

Bekannt für ihren gesunden Menschenverstand fügt Sullivan hinzu, dass der Unterschied zwischen der Leserschaft der Korrektur und der Leserschaft des ursprünglichen Fehlers darin besteht, „warum es so wichtig ist, alles zu tun, um es gleich richtig zu machen.“ Journalisten aller Art machen Fehler. Das ist nur menschlich. Das Problem ist, dass die Online-Nachrichtenübermittlung (größtenteils) nicht für Klarheit sorgt und Korrekturen werden so schlecht gehandhabt, dass falsche Nachrichten die Erzählung bestimmen und nur die unerschrockensten Leser oder Forscher werden sich durch die ursprüngliche Erzählung bis zur Wahrheit graben. Und damit beginnt die Schaffung der „Zombiefakten“.

Der vielleicht hartnäckigste Zombiefakt ist der immergrüne „Bush Kunststoff Truthahn“, den Bush bei einem Fototermin mit ihm und den Truppen im Irak 2003 serviert haben soll. Dieser Bericht ging online und wurde mindestens 70-mal von Bloggern, bekannten Journalisten und Politikern wie John F. Kerry, Howard Dean und Wesley Clark wiederholt. Auch die New York Times nahm den Köder auf und es dauerte eine Woche, bis die Times ihre Geschichte korrigierte. Bis dahin war es zu spät. Der australische Kolumnist Tim Blair hat in einem Interview darauf hingewiesen, dass er zu einem echten Thema in den Köpfen vieler Menschen wurde, mit einem fast religiösen Aspekt:

„Wenn du vom Anti-Bush-Glauben bist, ist das ein Prüfstein. Es ist die Mär vom Truthahn. Und natürlich gibt es heute immer noch Menschen, die glauben, dass Präsident Bush den amerikanischen Truppen aus Gründen der Publicity kaltblütig und oberflächlich einen Kunststoff-Truthahn serviert hat. Dieses Märchen wurde serviert, und der Schaden war angerichtet.“

„Der Geburtszombie“ (die Erzählung, dass Präsident Obama in Kenia geboren wurde) ist ein Zombie, der bis heute anhält. Es ist schwierig genau zu bestimmen, wo und wann er das erste Mal in den digitalen Nachrichtenstrom injiziert wurde, und die Antworten unterscheiden sich stark voneinander. Was als Gewissheit bekannt ist, ist, dass bereits 2004 eine Bowdlerisierte Version einer AP-Story, die in einer kenianischen Zeitung erschien, diese Behauptung aufstellte. Später und die Situation nicht verbessernd, fügte dann Senator Obamas eigener Literaturagent diesen Zombie hinzu, um für ein Buch über Obama zu werben.

[Thomas Bowdler war ein englischer Arzt, der eine nach moralischen

Zensurkriterien bereinigte Ausgabe der Werke von William Shakespeare veröffentlichte. Dieses Vorgehen rief unter Zeitgenossen beträchtliche Kritik und Belustigung hervor. Wikipedia]

Die Hillary-Clinton-Kampagne fügte der Erzählung subtile Glaubwürdigkeit hinzu und musste sich nach dem Verteilen eines Fotos von Obama in einem indonesischen Kostüm entschuldigen. Die Obama-Kampagne beklagte sich – zu Recht -, dass dies eine „Hundepfeifen Politik“ sei, die das Feuer der Erzählung weiter schürte.

[Hundepfeife – produziert einen sehr hohen Ton, der von Menschen meist nicht gehört wird. Der Begriff bezeichnet einen politischen Code. Es werden Dinge gesagt, die ein klares Signal an eine bestimmte Gruppe aussenden, welches zumindest theoretisch, von anderen nicht gehört wird. So kann man gesellschaftlich eigentlich verpönte Positionen einnehmen. Insider verstehen sofort was gemeint ist. Für alle anderen hat man was in Geheimdienstkreisen als *plausible deniability* (Möglichkeit zur plausiblen Leugnung) bezeichnet wird, selbst wenn sie die eigentlich gemeinten Dinge trotzdem wahrgenommen haben.]

Schließlich wurde die Erzählung zu einem der ersten Blickfänger für die Kampagne für Trump im Jahr 2016 und obwohl alle anderen es bereits aufgegeben hatten, verlangte Trump noch bis 2017 einen „Beweis“ für Obamas Staatsbürgerschaft. Wie die an Bush Kunststoff-Truthahn noch immer glaubenden, gibt es immer noch Leute, die glauben, dass der ehemalige Präsident kein in Amerika geborener Bürger ist. Die Geschichte wurde erzählt und der Schaden ist angerichtet.

Linke Nachrichtenorganisationen haben ein ganzes Geschäftsmodell rund um die Erzählung „Putin / Trump geheime Absprachen“ aufgebaut. Der letzte Zombie in diesem Zirkus ist die falsche Behauptung, dass WikiLeaks im letzten September (in Verbindung mit einem nicht benannten „Russen“) heimlich der Trump-Kampagne und Donald Trump selbst Zugang zu schädlichen E-Mails des Democratic National Committee (DNC) [Demokratische Partei] angeboten hatten, *bevor* sie (im Internet) veröffentlicht wurden. Glenn Greenwald von Intercept hat eine umfangreiche Nachforschung durchgeführt und festgestellt, dass dieses Angebot erst Stunden später gemacht wurde, nachdem CNN diese Geschichte bereits gesendet und dann immer und immer wieder hochgespielt hat. Die Washington Post berichtete, dass CNN die Hauptsache falsch verstanden habe: Die E-Mail war *nicht* vom 4. September, wie CNN behauptete, sondern eher vom 14. September – was bedeutet, dass es [an Trump] gesendet wurde, *nachdem* WikiLeaks bereits den Zugang zu den DNC-E-Mails online veröffentlicht hatte.

Obwohl CNN die Geschichte später korrigierte, lebt der Zombie im fieberhaften Geist von Adam Schiff [Politiker der DNC] und der #Resist-Trump Anhänger weiter. (Man kann nicht anders als an Dan Rathers „fake, aber genau“ Journalismus erinnert zu werden, der immer noch von den anfeuernden Medienaktivisten praktiziert wird).

[Sag mir eine Tatsache, und ich werde lernen. Sag mir eine Wahrheit, und ich werde es glauben. Aber erzähle mir eine Geschichte, und sie wird für immer in meinem Herzen leben. „-- Steve Sabol, NFL Films]

Bis jetzt gibt es keine glaubwürdigen oder konkreten Fakten, die eine solche

geheime Absprache zeigen, aber trotzdem wurde die Geschichte platziert und der Schaden ist angerichtet.

Ich möchte es glauben

In seinem Intercept Artikel über Trump / Wikileaks Medienente ist Greenwald skeptischer gegenüber der Art und Weise, wie Korrekturen ignoriert werden und verweist auf politische Aktivisten, die, obwohl sie wissen sollten, dass ihre „Quelle“ nicht korrekt ist, weitermachen und sie erneut veröffentlichen:

„Einmal damit angefangen, kann nicht übertrieben werden, wie schnell und wie weit diese falsche Geschichte verbreitete. Demokratische Parteisprecher, Aktivisten und Journalisten mit riesigen Social-Media-Plattformen sprangen sofort auf die Geschichte und verkündeten, dass es sich um eine geheime Absprache zwischen Trump und Russland (aufgedeckt durch WikiLeaks) handelte. Ted Lieu, ein Abgeordneter der Demokraten, tweetete, dass dies ein Beweis für kriminelle Absprachen sei, das wurde tausende Male in wenigen Stunden retweetet (Lieu löschte den Tweet geräuschlos, nachdem ich Mr. Lieu dessen Fake mitgeteilt hatte, aber lange nachdem dieses Fake bereits lebhaft aufgegriffen war und ohne seinen Anhängern mitzuteilen, dass die CNN-Geschichte und damit seine Anschuldigung entlarvt worden war.“

Greenwald berührt einen weiteren Aspekt des Ignorieren von Korrekturen, die weniger ruchlos sind, aber zu dem Gruppendenken passen, mit dem die heutigen Leser von politischen Berichterstattung infiziert werden: „Es ist schwer zu quantifizieren, wie viele Menschen durch die CNN-Geschichte mit falschen Nachrichten und Propaganda betrogen wurden. Aber dank demokratisch-loyaler Journalisten und Aktivisten, die jeden Trump-Russland-Anspruch für wahr erklären, ohne irgendwelche Beweise zu sehen, kann man mit Sicherheit sagen, dass viele hunderttausend Menschen, fast sicher Millionen, diesen falschen Behauptungen ausgesetzt waren. „

In einer Studie des Pew Research Centers aus dem Jahr 2014 wird deutlich, dass die Tendenz besteht, dass „diejenigen mit stärkeren ideologischen Tendenzen sich eher mit gleichgesinnten Meinungen abgeben“. Der Wunsch, dass etwas ohne wirkliche Beweise wahr ist, ist daher nichts Neues.

[Dabei fallen mir die Klimagläubigen ein, der Übersetzer]

Wenn Sie es nur stark genug glauben, dass Präsident Trump sich heimlich mit den Russen abgesprochen hat, um gewählt zu werden, dann sind Sie ziemlich geneigt Fehler zu ignorieren, die dieser Meinung entgegenstehen.

* * *

Charles Glasser war in den 1980er Jahren Journalist und studierte später an der New York University School of Law. Nach mehreren Jahren als First Amendment-Prozessanwalt wurde er der erste globale Medienberater von Bloomberg News Er ist Autor von „The International Libel and Privacy Handbook“,, lehrt Medienethik und Mediengesetze an der New York University und

hält außerdem Vorträge weltweit und schreibt häufig über Medien und Redefreiheit für Instapundit und andere.

Erschienen auf The Daily Caller am 22.03.2018

Übersetzt durch Andreas Demmig

<http://dailycaller.com/2018/03/22/internet-corrections-and-zombie-facts/>