

Forschung
gegen

FAKE NEWS

DESINFORMATION

VERSTEHEN,

ERKENNEN,

BEKÄMPFEN



LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

sekundenschnelle Chats, ständig aktualisierte Meldungen in sozialen Medien und Videos, die sich online rasant verbreiten – die digitale Kommunikation lässt die Welt näher zusammenrücken. Zugleich stellt sie uns vor wachsende Herausforderungen.

Zu Themen wie wirksamen und sicheren Medikamenten, dem Klimawandel oder der Verantwortung für weltpolitische Konflikte kommen in kurzer Zeit unüberschaubar viele absichtliche Falschmeldungen in Umlauf. Nicht nur online, doch dort wirken sie besonders schnell und reichweitenstark. Fake News sollen verunsichern, Forschung entwerten, das Vertrauen in unsere offene Gesellschaft schädigen.



Deswegen treten wir Fake News entschieden entgegen und packen das Übel an der Wurzel. Wir stärken Medienkompetenz – schulisch und außerschulisch. Zudem fördern wir gezielt die Forschung zu innovativen technologischen Lösungen zur Bekämpfung von Fake News. Wichtig ist mir, dass dabei weder Meinungen beschränkt noch Debatten unterbunden werden. Das Gegenteil soll der Fall sein. Forschung gegen Fake News hilft, demokratische Errungenschaften – nicht zuletzt unsere offene Diskussionskultur – zu sichern.

B. Stark-Watzinger

Bettina Stark-Watzinger

Mitglied des Deutschen Bundestages

Bundesministerin für Bildung und Forschung

INHALT

Einleitung	1
VERSTEHEN	2
Viele Begriffe – und noch mehr	
Herausforderungen	4
Gute Bots? Schlechte Bots?	6
Das Ziel: Verunsicherung	10
ERKENNEN	16
Täuschende Bilder – täuschend echt gemacht	18
Nachrichten im Selbstcheck	22
Drei digitale Helfer für Faktenchecks	24
BEKÄMPFEN	28
Richtig reagieren	30
Was Hightech heute an die Oberfläche holt	32
Europa gemeinsam gegen Fake News	35
Impressum	38

FAKE NEWS - EINE AUFGABE FÜR FORSCHUNG UND GESELLSCHAFT

EINLEITUNG

Seit 2020 breitet sich das Corona-Virus weltweit aus. Schnell wurden Diagnoseverfahren entwickelt. Der wissenschaftliche Austausch zu Verbreitungswegen, Symptomen und Medikamenten begann. Fast genauso schnell, wie sich Forschung vernetzte, um bei uns und weltweit Ursachen sowie wirksame und sichere Impfstoffe zu erforschen, verbreitete sich ein zweites „Virus“: Vermehrt tauchte absichtliche Desinformation auf – sogenannte **Fake News**. Forscherinnen und Forscher, demokratische Institutionen und Medien werden durch gezielt manipulierte Nachrichten infrage gestellt, bedroht und angegriffen.

Wer in Diskussionen über Gesundheit oder den Klimawandel wissenschaftliche Fakten verteidigen will, muss – die Pandemie ist nur ein Beispiel – **Fake News verstehen, erkennen und bekämpfen**. Disziplinübergreifend erforschen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler mit gezielter Förderung durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), was hinter solchen Meldungen steckt, wie sie sich verbreiten und wirken. Einige Projekte und Methoden werden auf diesen Seiten vorgestellt. Zudem bietet die Broschüre Tipps, die jeder und jedem helfen, Nachrichten kritisch zu hinterfragen. **Denn nur gemeinsam kann der Kampf gegen Fake News gelingen.**

VER-
STEHEN
HEN

VERSTEHEN

WAS DER BEGRIFF BEDEUTET UND WEM FAKE NEWS SCHADEN

Fehlerhafte Berichte, unvollständige Meldungen oder verkürzte Zitate hat es in den Medien schon immer gegeben. Die besondere Gefahr von Fake News erwächst im Zuge der Digitalisierung jedoch aus den Mechanismen ihrer Verbreitung. Wie wirken sie und wem schaden sie?

VIELE BEGRIFFE – UND NOCH MEHR HERAUSFORDERUNGEN

WAS MEINT „FAKE NEWS“ EIGENTLICH?

Die vergangenen Jahre haben es in Deutschland und weltweit gezeigt: Wer nach Antworten auf das Phänomen sucht, muss im Blick haben, wie, von wem und in welchem Zusammenhang der Begriff jeweils genutzt wird. Denn wer „Fake News“ sagt, hat nicht automatisch Recht. Immer wieder werden mit dem Begriff auch gezielt politische Gegner und unliebsamer Journalismus abqualifiziert und diffamiert.¹

Forscherinnen und Forscher aus Politik- und Rechtswissenschaften, Soziologie, Psychologie oder Kommunikationswissenschaft untersuchen das Phänomen und die Verbreitung bewusster Falschinformationen. Wenn sie über Fake News diskutieren, taucht oft das vor allem von Fachleuten genutzte Wort **Desinformation** auf, das auch auf den folgenden Seiten verwendet wird.

¹ Vgl.: Egelhofer, Jana Laura/Lecheler, Sophie: Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda, in: Annals of the International Communication Association 2019, 43 (2), S. 97–116.

„Das war doch nur ein Witz! ...“ Nicht selten arbeiten **Comedy und Satire** mit irritierenden oder falschen Tatsachen – trotzdem ist zugespitzter Humor von Desinformation klar zu trennen. Eine weitere Unterscheidung, die nicht immer leichtfällt: einerseits absichtliche Desinformation und andererseits **fehlerhafte Medienberichte** mit falschen, unter Umständen nachlässig recherchierten Fakten.

Schließlich verändert sich mit der wachsenden Bedeutung von Online-Medien auch die Darstellung von

Inhalten: **Clickbaiting** meint Formulierungen, die bewusst bestimmte Reaktionen und Emotionen hervorrufen sollen und häufig falsche Erwartungen wecken, aber nicht automatisch Fake News sind. Insbesondere Boulevardmedien greifen immer wieder auf diese Methode zurück.



GUTE BOTS? SCHLECHTE BOTS?

TECHNOLOGIE ALS MOTOR VON FAKE NEWS

Chat-Gruppen auf dem Smartphone, von Anbietern gespeicherte und ausgewertete Website-Aufrufe, Social-Media-Gruppen mit gleichen Interessen oder Wohnorten: Technologie hat es in den letzten Jahren immer leichter gemacht, nach Informationen zu suchen, Bilder zu teilen und sich durch Videos zu klicken. Zusätzlich sorgen digitale Plattformen dafür, dass Inhalte nicht mehr nur wahrgenommen, sondern auch leicht selbst erstellt werden können. **Die Produktion von Nachrichten ist fast so unkompliziert geworden wie ihr Konsum.**²

Fake News wirken im Digitalzeitalter aber nicht allein wegen der preiswerten und unmittelbaren Verfügbarkeit von Inhalten. Die Urheberinnen und Urheber von mutwilliger, massenhafter Desinformation bleiben im Verborgenen. Dies kann durch absichtlich verwendete Fake-Accounts natürlicher Personen passieren. Es gibt jedoch auch zahlreiche Bots,

die Falschinformationen automatisiert in Umlauf bringen – auch so beschleunigt Technologie die Verbreitung von Desinformation.

Was sind Bots?

„Bots“, eine Kurzform des englischen Wortes „robot“, sind Computerprogramme. Man könnte auch von „Mini-Robotern“ sprechen, die eingesetzt werden, um z. B. automatisiert Texte zu erkennen und Fragen zu beantworten. Diese Funktionen werden **Chat-Bots** genannt und kommen


z. B. im Kundenservice von Unternehmen zum Einsatz. Automatisierte Accounts in sozialen Netzwerken werden **Social Bots** genannt: Gestaltet als reale Personen können sie in großer Zahl und hoher Frequenz sowie mit enormer Reichweite Inhalte erstellen, bewerten und weiterleiten.

Irreführende Meldungen, Kommentare oder gefälschte Bilder und Videos wirken nicht allein durch massenhafte, weil automatisierte Verbreitung, Kommentare und „Gefällt-mir“-Angaben, die von Social Bots hinterlassen werden. Das automatisierte Weiterleiten und die hierdurch verstärkte Sichtbarkeit mitunter manipulierter Inhalte beeinflussen die menschliche Wahrnehmung.

² Vgl.: Allcot, Hunt/Gentzkow, Matthew: Social Media and Fake News in the 2016 Election, in: Journal of Economic Perspectives, 31 (2), S. 211–236.

DER MENSCH, EIN „GEWOHNHEITSTIER“? – SOCIAL BOTS GEFÄLLT DAS

Bereits 1977 berichteten die Forscher Lynn Hasher, David Goldstein und Thomas Toppino in einem Fachmagazin über ihre Untersuchungen zum sogenannten **Wahrheitseffekt** (engl. *Illusory Truth Effect*). Damit ist gemeint, dass Menschen den Meldungen – wahren oder falschen – eher glauben, die mehrfach wahrgenommen werden, als denen, die nur einmal gelesen oder gehört werden. Dieser Wahrheitseffekt verstärkt im Fall von Fake News einen psychologischen Effekt, der nichts mit Technologie zu tun hat, aber durch sie gefördert wird: Menschen glauben eher den Meldungen, mit denen eigene Meinungen bestätigt werden. Die Wissenschaft nennt dieses Phänomen Vermeidung kognitiver Dissonanzen. Der Begriff „kognitive Dissonanz“ geht auf den New Yorker Sozialpsychologen Leon Festinger zurück. Er bezeichnete damit in einer Untersuchung Ende der 1950er-Jahre das menschliche Streben nach Vermeidung widersprüchlicher Empfindungen, Wahrnehmungen und Gefühlszustände.



Suchmaschinen-Einstellungen zur Sortierung von Ergebnissen oder die Abfolge, in der soziale Netzwerke ihren Mitgliedern Inhalte wie durch einen Filter zeigen, sorgen dafür, dass Nachrichten bei bestimmten Nutzerinnen und Nutzern häufiger auftauchen. Soziale Netzwerke, Suchmaschinen und Videoplattformen, die große Datenmengen verarbeiten, entwickeln mit speziellen **Algorithmen** Muster, mit denen sich Produkte oder Veranstaltungen nach Alter, Wohnort oder Urlaubsinteressen bewerben lassen.³ Algorithmen sorgen außer für gezielte Empfehlungen und ortsgenaue Wetterdaten auch für die wiederholte Wahrnehmung von vorsortierten Nachrichten. **Dabei je nach Anbieter unterschiedlich: die automatische bzw.**

manuelle Unterscheidung zwischen seriösen Nachrichten und Fake News.

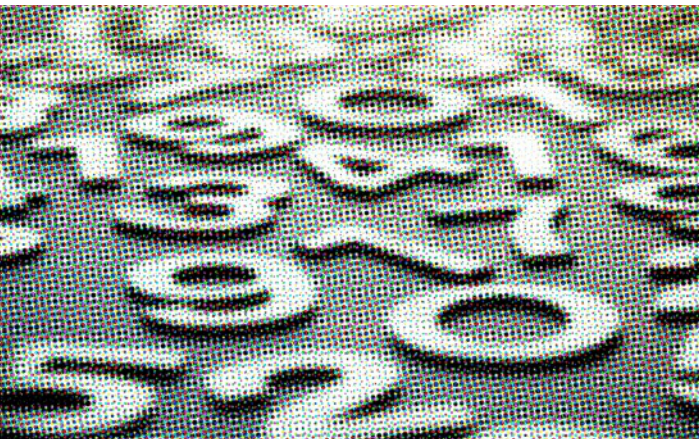
Bots in sozialen Netzwerken und Chat-Gruppen oder die Sortierung von Inhalten durch Künstliche Intelligenz sind nicht per se „gut“ oder „schlecht“. Wenn aber Nachrichtensichtbarkeit technisch erzeugten Klickzahlen oder durch Bots generierten „Likes“ folgt, ist Vorsicht geboten. Durch genaues Hinschauen und Forschung werden Strukturen nachvollziehbar und rechtlich kann für Transparenz gesorgt werden. Hier in Deutschland und in der Europäischen Union.

³ Hierfür prägte der US-amerikanische Autor Eli Pariser zu Beginn der 2010er-Jahre den Begriff „Filterblase“, engl. „Filterbubble“. Vgl.: The Filter Bubble: What the Internet is hiding from you. Penguin Press, New York, 2011.

DAS ZIEL: VERUNSICHERUNG

GEGEN WEN SICH FAKE-NEWS- KAMPAGNEN RICHTEN

Mit ihrem Ziel, die Stabilität ganzer Gesellschaften zu erschüttern, sind Fake News eine Herausforderung für uns alle. Bestimmte Berufsgruppen und Errungenschaften waren in den vergangenen Jahren jedoch vermehrt Ziel von Desinformationskampagnen.





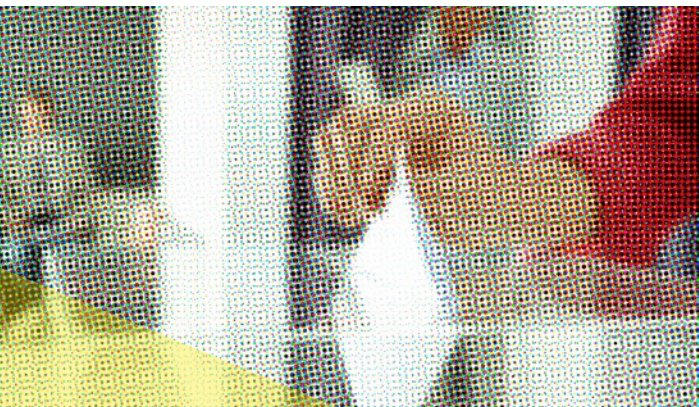
Wissenschaft und Forschung beruhen von jeher auf gründlicher Recherche und Auswertung. Durch neue Erkenntnisse, bessere Messverfahren, leistungsfähigere Technik oder neue Entdeckungen werden Theorien und Methoden weiterentwickelt. Dass sich Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ständig überprüfen, ihre Erklärungen und Erkenntnisse anpassen, diese korrigieren und manchmal verwerfen, gehört zu diesem Prozess.

Falschmeldungen, mit denen Schlussfolgerungen oder Empfehlungen durch Unterstellungen auf Grundlage verfälschter oder irreführender Tatsachen angegriffen werden, beschädigen mehr als nur persönliches Ansehen.

Auf lange Sicht wird der Wert unabhängiger Forschung angegriffen. Eine faktenbasierte Debatte zwischen Wissenschaft, Medien und Öffentlichkeit wird immer schwerer. Vereinfachende Deutungen einer zunehmend komplexeren Welt drohen, die Oberhand zu gewinnen.

Eine freie **Presse- und Medienlandschaft** mit einer Vielfalt an Zeitungen, Rundfunk- und Fernsehsehdern und anderen Verbreitungswegen ist ein zentrales Merkmal einer Gesellschaft, die unterschiedliche Meinungen zulässt und Debatten erlaubt. Mit dem Ziel, sie zu beschädigen, wurden in den vergangenen Jahren weltweit immer wieder Journalistinnen und

Journalisten diffamiert und selbst mit der „Fake News“-Anschuldigung konfrontiert. In Deutschland tauchten beleidigende Begriffe wie „Lügenpresse“ auf.⁴ **Auch der Einfluss einer vielfältigen Medienlandschaft wird geschwächt, wenn mit gezielten Desinformationskampagnen Rechercheergebnisse sowie mutiges Nachfragen pauschal infrage gestellt werden.**





⁴ Vgl.: Schicha, Christian: Analoge und digitale Ausprägungen von „Fake-News“ in Wort und Bild. Identifikationsmöglichkeiten und Vorschläge für einen konstruktiven Umgang mit falschen Fakten, in: Vierteljahrsschrift für wissenschaftliche Pädagogik, 94 (2018), S. 22–39.



„Desinformationen untergraben die Meinungsbildung von Bürgerinnen und Bürgern zu gesellschaftlich relevanten Themen, also eine zentrale Säule unserer Demokratie. Soziale Medien sind nicht die einzigen Orte, an denen sie zirkulieren, doch ihre Funktionsweise begünstigt das Einspeisen und Zirkulieren von wissentlich falschen Informationen: Es gibt keine umfassende redaktionelle Qualitätskontrolle, sondern jeder und jede kann Inhalte in sozialen Medien in die Öffentlichkeit einspeisen und an sein eigenes Kontaktnetzwerk weiterleiten. Daher ist es so wichtig, dass wir Bürgerinnen und Bürger kompetent mit den sozialen Medien umgehen können und zumindest in Grundzügen etwa die Funktionsweise von Empfehlungsalgorithmen oder den Unterschied zwischen der journalistischen Arbeit und der Tätigkeit von Influencerinnen und Influencern kennen.“

DR. JAN-HINRIK SCHMIDT

*Privatdozent und Senior Researcher
für digitale interaktive Medien und politische
Kommunikation am Leibniz-Institut für Medienforschung |
Hans-Bredow-Institut in Hamburg. Seit 2007 erforscht er dort
die Veränderungen, die soziale Medien für Informationsverhalten,
politische Teilhabe und gesellschaftlichen Zusammenhalt bringen.*

Der Austausch umstrittener Standpunkte und Argumente vor **Wahlen und Abstimmungen** gehört zu den zentralen Elementen lebendiger Demokratien. Wahlen und die Meinungsbildung vor Wahlterminen sind in der Geschichte immer wieder Ziele von Unterstellungen und Falschbehauptungen gewesen. Kampagnen der vergangenen Jahre haben gezeigt, wie Gruppen bestimmter Wählerinnen und Wähler gezielt Falschinformationen zum Schaden politischer Gegner erhalten, wodurch sie in ihrer Wahlentscheidung beeinflusst werden. Der systematische Eingriff in die Diskussionskultur vor Wahlterminen mit falschen oder irreführenden Informationen ist – neben der gezielten Verunsicherung von Forschenden und Angriffen auf unabhängigen Journalismus – eine weitere Ebene, auf der Fake News ihre schädliche Wirkung entfalten.

Was ist Targeting?

Unterschiedliche Arten von Targeting ermöglichen es, Werbeinhalte oder Meldungen, aber eben auch Desinformation bestimmten vorab ausgewählten Gruppen bevorzugt anzuzeigen. Diese Gruppen können sehr spezi-

fisch gesteuert werden, z. B. als Kombination aus Alter, Geschlecht und allgemeinen Interessen, aber auch wesentlich sensiblere Informationen einbeziehen, wie Religion, politische Einstellung oder sexuelle Orientierung.

ER-
KEN-
NEN

ERKENNEN

KLICKS UND KNIFFE GEGEN FAKE NEWS

Häufig sehen sie täuschend echt aus, sind professionell aufbereitet und wirkungsvoll inszeniert. Aber Fake News lassen sich erkennen, und verschiedene Angebote helfen bei der Einordnung. Die folgenden Seiten zeigen Typen von Fake News und bieten Hinweise zur Prüfung auffälliger Meldungen.

TÄUSCHENDE BILDER – TÄUSCHEND ECHT GEMACHT

FORMEN VON FAKE NEWS UNTER DER LUPE

Das Phänomen verunsichert nicht nur durch die erwähnte Vielfalt an Bezeichnungen, sondern auch und vor allem durch seine Erscheinungsformen. Die verschiedenen Medien- und Veröffentlichungsarten machen es zusätzlich kompliziert.

Expertinnen und Experten wie Dr. Claire Wardle unterscheiden verschiedene Kategorien. Die New Yorker Kommunikationswissenschaftlerin gehört zum Gründerteam von First Draft News, einem 2015 gegründeten Netzwerk von Organisationen und Forschenden, das sich in den vergangenen

Jahren weltweit der Erforschung und Eindämmung von Desinformation gewidmet hat.





SATIRE ODER PARODIE

Inhalte wurden nicht erstellt, um Schaden zu verursachen, können aber irreführend sein.



BETRÜGERISCHE INHALTE

Quellen, die lediglich vorgeben, authentisch zu sein



FALSCHER VERKNÜPFUNGEN

Überschriften, visuelle Inhalte oder Bildunterschriften stimmen nicht mit dem Inhalt überein.



ÜBERARBEITETE INHALTE

Authentische Inhalte oder Bilder, die überarbeitet wurden, mit der Absicht zu täuschen



IRREFÜHRENDE INHALTE

Informationen, die auf irreführende Weise dazu verwendet werden, einem Thema oder einem Individuum etwas anzuhängen



ERFUNDENE INHALTE

Neue Inhalte, die überwiegend falsch sind, und mit der Absicht erstellt wurden, zu täuschen oder Schaden zu verursachen



FALSCHER ZUSAMMENHÄNGE

Authentische Inhalte, die mit falschen Informationen in Zusammenhang gesetzt und weiterverbreitet werden

Quelle: eigene Darstellung; basierend auf: stiftung-nv.de/sites/default/files/snv_fakten_statt_fakes.pdf; firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/

Lügen und Falschbehauptungen werden längst nicht mehr nur in **Texten** verbreitet. Tauchen Meldungen mit falschem Datum, mangelhaften Belegen oder Zahlen auf, ist ihre Nachverfolgung zwar mühsam. Durch gründliche Recherche ist es dennoch vergleichsweise leicht möglich, Fake News in Texten zu erkennen. Hier helfen Suchmaschinen weiter, wenn die Textstruktur so oder ähnlich an anderer Stelle bereits veröffentlicht wurde.

Professionelle Bildbearbeitung und leicht zugängliche Kenntnisse zur Erstellung täuschend echt aussehender Websites haben Fake News allerdings in ganz neue Räume eindringen lassen.

Über **Bilder** und nicht zuletzt **Filmaufnahmen** lassen sich vor allem Emotionen wirkungsvoll verbreiten.⁵ Wissenschaftlich untersucht ist, dass Menschen Inhalten, die negative Gefühle hervorrufen, mehr Aufmerksamkeit schenken. Diesen Umstand, der z. B. 2019 in einer länderübergreifenden Untersuchung durch ein Forscherteam der Universität Michigan nachgewiesen wurde,⁶ machen sich auch Akteurinnen und Akteure zunutze, die Fake News streuen. Neben unveränderten, aber aus dem Zusammenhang gerissenen Bildern stellen manipulierte Bild- und Videodateien oder Filme mit neuem Ton eine Herausforderung für die Forschung dar.

⁵ Vgl.: Schicha, Christian: Analoge und digitale Ausprägungen von „Fake-News“ in Wort und Bild. Identifikationsmöglichkeiten und Vorschläge für einen konstruktiven Umgang mit falschen Fakten, in: Vierteljahrsschrift für wissenschaftliche Pädagogik, 94 (2018), S. 22–39.

⁶ Cross-national evidence of a negativity bias in psychophysiological reactions to news, in: The Proceedings of the National Academy of Sciences (PNAS); www.pnas.org/doi/full/10.1073/pnas.1908369116.



„Falschinformationen wirken manchmal wie ‚echte‘ wissenschaftliche Informationen und sind gar nicht so leicht zu erkennen. Während der COVID-19-Pandemie waren unzählige Gesundheitsinformationen im Umlauf, die eine wissenschaftliche Anmutung hatten – manche davon stellten sich als falsch heraus. Falschinformationen werden oftmals nicht mit böser Absicht verbreitet, sondern weil sich Menschen sorgen. Dabei weisen Falschinformationen oft ähnliche Muster auf: etwa reißerische Formulierungen oder eine eindringliche, emotionale Sprache. Je alarmistischer eine Information ist, desto häufiger wird sie verbreitet – vor allem im Internet. Deshalb ist es wichtig, fragwürdige Inhalte nicht ungeprüft weiterzuleiten. Bevor man etwas teilt, sollte man den Text auf einen wissenschaftlichen – also objektiven und sachlichen – Sprachstil überprüfen.“

LEYLA DEWITZ, M.A.

Informationswissenschaftlerin an der Humboldt-Universität zu Berlin mit dem Schwerpunkt Informationsverhaltensforschung.

Sie ist Teil des Forschungsteams DESIVE² – Desinformationsverhalten verstehen (HU Berlin). Gemeinsam mit dem ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft und Grenzenlos digital e. V. erforscht das Verbundprojekt, gefördert vom BMBF, wie wissenschaftliche Gesundheitsinformation zu Desinformation wird und warum Menschen diese verbreiten.

NACHRICHTEN IM SELBSTCHECK

Es ist nicht nur professionell arbeitenden Forscherinnen und Forschern möglich, Textmuster oder Veränderungen in Bilddateien zu entdecken.

Jede und jeder kann in wenigen einfachen Schritten und ohne besondere Kenntnisse Fake News auf die Spur kommen.



WOHER KOMMT DIE MELDUNG?

Urheberschaft der Meldung untersuchen, z. B. durch Prüfung der Verfasserin bzw. des Verfassers oder der Pflichtangaben im Impressum der Website oder des Social-Media-Accounts.



WAS SAGT DIE ÜBERSCHRIFT?

Artikelüberschriften sollen Aufmerksamkeit wecken und zum Weiterlesen animieren. Besonders emotional gehaltene Überschriften müssen nicht automatisch „falsch“ sein. Zu beachten ist aber auch hier: **Wie schlüssig ist die Verbindung von Überschrift und Artikelinhalt?**

SELBST DEN TEST MACHEN ... UND AUFS WEITERLEITEN VERZICHTEN



WIE PASSEN DATUM UND INHALT ZUSAMMEN?

Kann das Ereignis im genannten Zeitraum stattgefunden haben, und lassen sich die erwähnten Tatsachen sinnvoll in den Zeitverlauf einordnen?



WO IST DIE MELDUNG NOCH ERSCHIENEN?

Die Häufigkeit ihrer Veröffentlichung sagt noch nichts über den Wahrheitsgehalt einer Meldung. Insbesondere bei aktuellen Nachrichten hilft es jedoch, sicherzugehen, ob unterschiedliche Medien – auch international – das Gleiche melden.



WAS SAGT DAS BILD (NICHT) AUS?

Wo wurde ein verwendetes Bild vorher schon eingesetzt? Ist das komplette Bild oder ein Ausschnitt dargestellt? Eine Bilderrückwärtssuche verschafft mit wenigen Klicks Klarheit über den Kontext von Personen, Orten oder Ereignissen.

Vorsicht beim Kommentieren, Teilen und Weiterleiten, wenn diese Checks es möglich erscheinen lassen, dass Fake News vorliegen könnten!

DREI DIGITALE HELFER FÜR FAKTENCHECKS

Eine auffällige Meldung geprüft und dennoch unsicher? Verschiedene Online-Angebote helfen weiter – auf dem PC oder Smartphone. Mit recherchierten Belegen für angebliche oder tatsächliche Geschehnisse. Mit Hintergrundinfos und seriösen Quellen und mit zeitlichen Einordnungen. Hier drei Beispiele für Angebote in deutscher Sprache.

CORRECTIV

Das unabhängige, spendenfinanzierte Recherchezentrum ist ein Zusammenschluss von Journalistinnen und Journalisten. CORRECTIV bietet neben Veranstaltungen, lokaljournalistischen Projekten und verschiedenen Themenschwerpunkten Faktenchecks sowie Schulungen.



correctiv.org/faktencheck

ARD-FAKTEFINDER

Seit 2017 recherchiert das Team des Faktenfinders Hintergründe aktueller Meldungen aus dem In- und Ausland. Meldungen, Umfragen und Studienergebnisse werden von ARD-Journalistinnen und -Journalisten geprüft und

eingeordnet. Ergänzt werden die Website-Meldungen um zweiwöchentlich erscheinende Podcast-Folgen, die online oder bei den gängigen Podcast-Diensten nachgehört werden können.

tagesschau.de/faktenfinder

PER WHATSAPP: DER DPA-FAKTENCHECK

Chat-Gruppen in unterschiedlichen Messenger-Diensten auf Smartphones haben in den letzten Jahren beim Verbreiten von Falschmeldungen an Bedeutung gewonnen – vor allem über den Ursprung des Corona-Virus und Impfstoffe. **Die Deutsche Presse-Agentur (dpa)** bietet einen eigenen Service für den Messenger-Dienst WhatsApp an: Mithilfe eines Chat-Bots können Behauptungen aus den Medien direkt auf dem Smartphone auf Plausibilität hin überprüft werden.

dpa.com/de/unternehmen/faktencheck/whatsapp-faktencheck#whatsapp-faktencheck



„Desinformationen haben viele Formen. Im Kern kann es um geschriebene oder gesprochene Lügen, gefälschte Bilder oder Videos gehen. Oftmals sieht man aber eher verzerrte Zusatzinformationen, z. B. durch irreführende Schlagzeilen oder aus dem Kontext gerissene Fotos. Schließlich gibt es ganze Kanäle, deren Inhalte so zusammengestellt werden, dass ein irreführender Eindruck entsteht – auch wenn die einzelnen Beiträge gar nicht alle falsch sind. Das ist aber kein Grund zur Panik. Wir alle können lernen, Informationen besser einzuschätzen und sofort zu einer besseren Informationsqualität beizutragen. Etwa, indem wir uns immer mehrere vertrauenswürdige Quelle gönnen, indem wir nur liken und teilen, wenn wir auch nachgedacht haben, oder indem wir uns daran erinnern, dass auch die ‚anderen‘ Menschen sind, die verletzt werden können.“

DR. LENA FRISCHLICH

Leiterin der interdisziplinären Nachwuchsforschungsgruppe DemoRESILdigital: Demokratische Resilienz in Zeiten von Online-Propaganda, Fake News, Fear- und Hate Speech an der Universität Münster





BE- KAMPF FEN

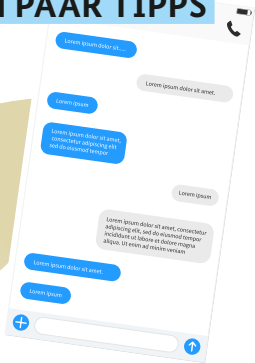
BEKÄMPFEN

WAS FORSCHUNG GEGEN FAKE NEWS LEISTET

Fake News zu bekämpfen, heißt nicht, Meinungen zu verbieten oder gar Zensur auszuüben. Vielmehr arbeiten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler an Verfahren, um Desinformation zu identifizieren und zu kennzeichnen. Grenzüberschreitende rechtliche Regeln werden in Zukunft Betreiber von Online-Plattformen zu noch schnellerem Handeln verpflichten.

RICHTIG REAGIEREN

DISKUSSIONEN AUF BASIS VON FAKE NEWS? HIER EIN PAAR TIPPS



Im Freundes- und Kollegenkreis kann es immer wieder zu Diskussionen kommen, in denen Falschmeldungen Ausgangspunkt der Unterhaltung sind oder als Argumente vorgebracht werden. Wie aber reagieren, wenn die Sprache auf fragwürdige Meldungen kommt?

„Dazu habe ich gelesen ...“ oder „Es gibt auch andere Studien, die zeigen, dass ...“ – solche Äußerungen stehen nicht selten am Beginn eines Gesprächs, in dem Fake News ausgetauscht werden. **Welche Strategien helfen dann?**



SACHLICH ARGUMENTIEREN!

Oft sind Themen, zu denen Fake News verbreitet werden, mit starken Emotionen verbunden.



KLAR WIDERSPRECHEN!

Insbesondere bei Diskussionen in größeren Gruppen den Wahrheitsgehalt von Aussagen oder die Seriosität einer Quelle deutlich anzweifeln.



AUF FAKTENCHECKS VERWEISEN!

Nicht selten sind Falschmeldungen bereits widerlegt, wenn sie in persönlichen Gesprächen weiterverbreitet werden. Hilfreiche Faktenchecker-Angebote finden sich in dieser Broschüre.



GEDULDIG BLEIBEN!

... nicht nur im Tonfall. Das Gegenüber sollte nicht mit Gegenpositionen bedrängt oder belastet werden. Am besten anbieten, mit einigen Tagen Abstand den Sachverhalt erneut zu besprechen.

WAS HIGHTECH HEUTE AN DIE OBERFLÄCHE HOLT

LEISTUNGSFÄHIGE UND VERNETZTE FORSCHUNG STÄRKEN

Die Bekämpfung von Fake News ist eine Aufgabe, bei der die Wissenschaft durch das BMBF und weitere Ministerien unterstützt wird. Derzeit werden unter dem Dach des IT-Forschungsrahmenprogramms der Bundesregierung „Digital. Sicher. Souverän.“ zahlreiche Projekte gefördert. Teils befinden sich die Projekte in der Antragsphase, in anderen Projekten wird bereits geforscht.

Das BMBF stärkt damit nicht nur die Erforschung der psychologischen Wirkung von Desinformationskampagnen. Es geht zudem um die Auswirkungen auf demokratische Entscheidungsprozesse und die Entwicklung von Weiterbildungsangeboten – nicht um Meinungen zu verbieten, sondern um Engagement und Medienkompetenz zu stärken. Zudem stehen die technologischen Mechanismen im Fokus der Forschung gegen Fake News.



„Desinformationen sind unter anderem deshalb so wirkungsvoll, weil sie sich schnell und zielgerichtet über soziale Medien und Messenger-Dienste verbreiten. Aber nicht jede Nachricht ist erfolgreich darin, ihre Empfänger zu erreichen. In DYNAMO suchen wir nach Merkmalen von Nachrichten, die besonders wirkungsvoll darin sind, verbreitet zu werden und Empfänger zu beeinflussen. Und wir entwickeln Methoden, mit denen diese Nachrichten erkannt werden können. So können manipulativ eingesetzte Bilder auf Anzeichen von Veränderungen hin untersucht werden. Oder es wird geprüft, ob die Bilder bereits vor längerer Zeit in einer anderen Nachricht verwendet wurden. So kann einfach und zuverlässig ausgeschlossen werden, dass die Bilder ein neues Geschehen zeigen. Auch ‚Deep Fakes‘ können mit geeigneten Methoden erkannt werden, da die Algorithmen oft Spuren hinterlassen.“

PROF. DR. MARTIN STEINEBACH

*Abteilungsleitung Media Security
und IT Forensics, Fraunhofer SIT.*

Das Fraunhofer SIT ist Verbundkoordinator des Projekts DYNAMO. Ziel des BMBF-geförderten Vorhabens: die Entwicklung von Instrumenten, die der Fake-News-Verbreitung nachhaltig entgegenwirken.

CHANCEN MODERNER TECHNOLOGIEN BEI DER BEKÄMPFUNG VON FAKE NEWS

Diese Forschung ist von essenzieller Bedeutung. Denn wenn Bilder oder Videos manipuliert werden, reichen aufmerksame Mediennutzung, Quellenprüfung und Recherchen zur ursprünglichen Verwendung einer Grafik nicht aus. Expertinnen und Experten bedienen sich KI-basierter Systeme, um manipulierte Bilder zu identifizieren – der Technologien maschinellen Lernens, die auch von Fake-News-Urheberinnen und Urhebern genutzt werden. Dabei werden durch den massenhaften Abgleich von Bildern Strukturen analysiert und Abweichungen aufgedeckt.

Was sind „Deep Fakes“?

Mit immer höherer Rechenleistung und der wachsenden Leistung Künstlicher Intelligenz (KI) können Filme und Audiodateien so verändert werden, dass Gesichter in Videos neu gestaltet werden und manipulierte Tondateien, z. B. Äußerungen einer Person, mit dem nachträglich veränderten Bild synchronisiert werden. Man spricht von

„Deep Fakes“. Diese wirken, professionell umgesetzt, lebensecht und sind in aller Regel nicht selbst zu erkennen.



Weitere Informationen zum
Forschungsrahmenprogramm
der Bundesregierung

EUROPA GEMEINSAM GEGEN FAKE NEWS

DAS KOMMENDE GESETZ ÜBER DIGITALE DIENSTE

Weltweit tätige Konzerne stellen heute komplette Kommunikationsinfrastrukturen bereit, mit deren Hilfe Menschen rund um den Globus kommunizieren. Es werden wissenschaftliche Daten versendet, der Austausch von Waren und Dienstleistungen vereinbart und umgesetzt. Zugleich bieten die nahezu an jedem Ort der Welt erreichbaren digitalen Dienste Verbreitungswege für verunglimpfende Hasskommentare, Fake News und weitere kriminelle Inhalte.

Im Frühjahr 2022 haben sich die Mitgliedsstaaten der Europäischen Union grundsätzlich auf striktere Regeln für weltumspannende Internetkonzerne geeinigt, im Sommer folgte die Zustimmung des Europäischen Parlaments. Ziel ist es unter anderem, Nutzerinnen und Nutzer deutlicher darauf hinzuweisen, warum welche Inhalte angezeigt werden, und damit die **Transparenz mit Blick auf Absenderinnen und Absender von Nachrichten und die Anbieterinnen und Anbieter digitaler Angebote zu stärken**



„Aus gutem Grund darf der Staat nicht einfach bestimmte Meinungen verbieten, seien sie noch so großer Quatsch oder gar gefährlich. So ist zwar Desinformation in sozialen Netzwerken oft eine Gefahr für die Demokratie – doch auch sie ist meist nicht illegal. Neue Regelwerke wie der Digital Services Act der EU (DSA) überlassen es deshalb lieber Unternehmen wie Facebook und Twitter, im Rahmen ihrer eigenen ‚Hausordnungen‘ festzulegen, ob und wie sie gegen Desinformation und andere gefährliche Inhalte vorgehen. Das sorgt für Flexibilität und garantiert zugleich, dass Nutzerinnen und Nutzer den Unternehmen nicht hilflos gegenüberstehen: Sie können sich dank DSA besser wehren, wenn ihre Inhalte gesperrt werden, und viel besser steuern, wie die Unternehmen mit ihren persönlichen Daten umgehen. So schützt der DSA uns Nutzerinnen und Nutzer – und die Meinungsfreiheit.“

TORBEN KLAUSA

*Forscher zu Plattformregulierung an der
Universität Bielefeld und Gastwissenschaftler
der Forschungsgruppe „Politik der Digitalisierung“
am Wissenschaftszentrum Berlin
für Sozialforschung*



Mit dem

Digital Services Act (DSA)

sollen weltweit erreichbare Plattformen ebenfalls dazu verpflichtet werden,

- strafbare Inhalte innerhalb von 24 Stunden nach Bekanntwerden zu entfernen.
- den zuständigen Behörden schwere Straftaten zu melden.
- personalisierte Werbung für Minderjährige und mit Blick auf das Kriterium „Politische Interessen“ zu unterbinden.
- die Identität von Anbieterinnen und Anbietern auf Verkaufsplattformen vorab zu prüfen.
- wichtige Algorithmen offenzulegen.



Mehr Informationen zum Gesetz über digitale Dienste auf der Website der Europäischen Kommission

Auch wenn viele dieser Aspekte durch hiesiges Recht bereits umgesetzt werden, zeigt die Einigung auf den Digital Services Act, der ab 2023 gelten soll, dass welt-

weite Herausforderungen länderübergreifende Antworten erfordern – und dass diese in Europa gefunden werden.

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium
für Bildung und Forschung (BMBF)
Referat Öffentlichkeitsarbeit; Bürgerdialog
10117 Berlin

Bestellungen

schriftlich an
Publikationsversand der Bundesregierung
Postfach 48 10 09
18132 Rostock
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de
Internet: bmbf.de
oder per
Tel.: 030 18 272 272 1
Fax: 030 18 10 272 272 1

Stand

August 2022

Text

familie redlich AG – Agentur für Marken und Kommunikation
KOMPAKTMEDIEN – Agentur für Kommunikation GmbH
BMBF

Gestaltung

familie redlich AG – Agentur für Marken und Kommunikation
KOMPAKTMEDIEN – Agentur für Kommunikation GmbH

Druck

BMBF

Bildnachweise

Titel, U4, Vorwort, S. 2, 16, 28 :	S. 19: Adobe Stock/yliivdesign
Adobe Stock/yavdat	S. 21: Rahel Flechtner
Vorwort: Bundesregierung/ Guido Bergmann	S. 22: Adobe Stock/pingebat
S. 5, 13, 18, 24, 27: Adobe Stock/ Twin	S. 22: Adobe Stock/warmworld
S. 5: Adobe Stock/Sir.Vector	S. 23: Adobe Stock/vectorsanta
S. 10: Adobe Stock/daboost	S. 23: Adobe Stock/martialred
S. 11: Adobe Stock/motortion	S. 26: Susanne Lüdeling
S. 12: Adobe Stock/New Africa	S. 30: Adobe Stock/iiiiierlok_xolms
S. 14: Leibniz-Institut für Medien- forschung Hans-Bredow-Institut	S. 30: Adobe Stock/Marta Sher
S. 19: Adobe Stock/ Maksim Kostenko	S. 31: Adobe Stock/vxnaghiyev
S. 19: Adobe Stock/kirill	S. 31: Adobe Stock/Fand
S. 19, 31: Adobe Stock/ blankstock	S. 31: Adobe Stock/Happy Art
	S. 33: Fraunhofer SIT
	S. 36: Marzena Skubatz
	S. 37: Adobe Stock/cristianstorto

Diese Publikation wird als Fachinformation des Bundesministeriums für Bildung und Forschung kostenlos herausgegeben. Sie ist nicht zum Verkauf bestimmt und darf nicht zur Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

 @BMBF_Bund

 @bmbf.de

 @bmbf.bund



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

[bmbf.de](https://www.bmbf.de)