

# Charakteristika von Fake News im deutschsprachigen Raum

Lars Rinsdorf, HdM – Fraunhofer SIT Anwendertag IT-Forensik, Darmstadt 17.09.2019

# Kernbegriffe

## Fake News

Falsche Fakten, die bewusst veröffentlicht werden, um ein Publikum bezogen auf strategische Ziele zu beeinflussen. Sie werden journalistisch aufbereitet, um glaubwürdig zu wirken und Genrewissen zu aktivieren.

## Populismus

Ein Kommunikationsphänomen, das das Eintreten für die Bevölkerung mit Anti-Elitismus und dem Ausschluss von Minderheiten kombiniert.

(Allcott and Gentzkows, 2017; Tandoc et al., 2018; Vosoughi, Roy, & Aral, 2018; Aalberg et al., 2017; Jagers & Walgrave, 2007 and de Vreese et al., 2018)

## Zentrale Fragen

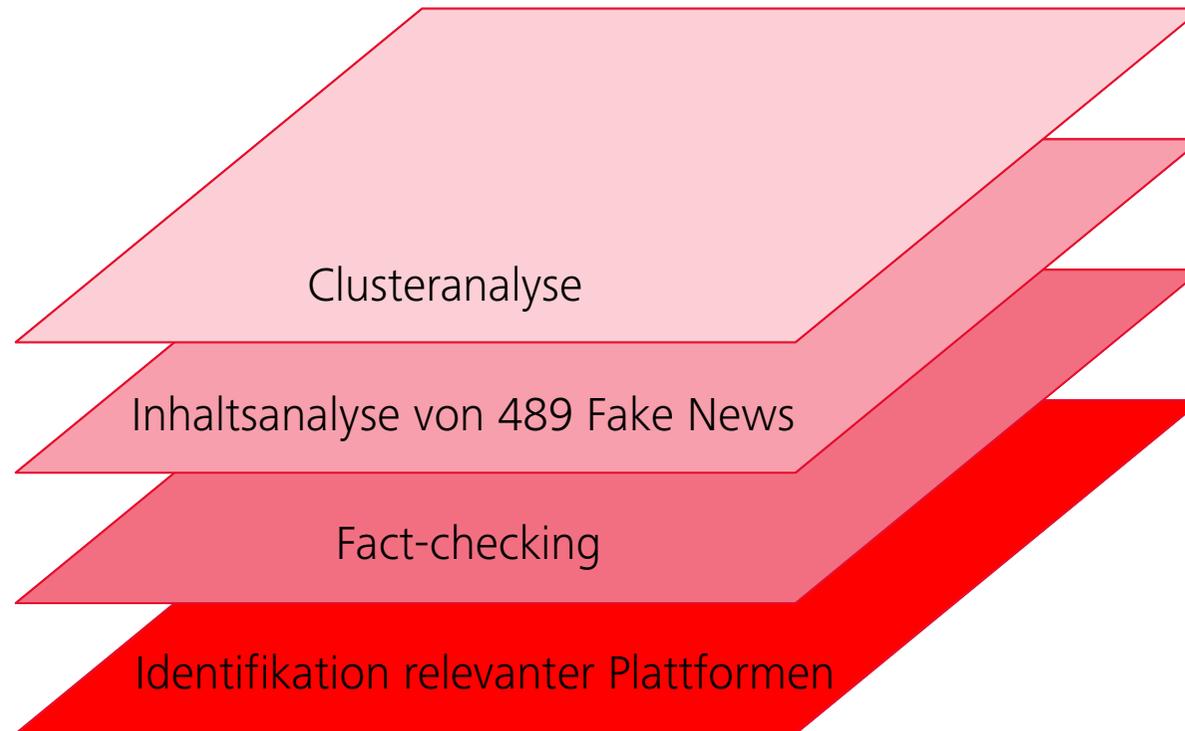
Zu welchem Grade entsprechen Fake News professionellen Gestaltungskriterien?

Welche Instrumente zur Maximierung von Aufmerksamkeit lassen sich finden? Und existieren typische Kombinationen?

Welche unterschiedlichen Typen von Populismus finden sich in Fake News?

Gibt es typische Konstellationen zwischen bestimmten Websites, auf denen Fake News publiziert werden, und der Gestaltung von Fake News?

# Methode



# Professionelle Standards

| Cluster                     | Anteil Low-two auf 5-Punkt-Skala im Cluster |        |            |       |         |          |             |
|-----------------------------|---------------------------------------------|--------|------------|-------|---------|----------|-------------|
|                             | Fälle                                       | Anteil | Konsistenz | Lead  | Sprache | Struktur | Überschrift |
| Niedriges Niveau            | 334                                         | 69 %   | 84 %       | 98 %  | 95 %    | 89 %     | 70 %        |
| Schwächen Lead und Struktur | 13                                          | 3 %    | 31 %       | 100 % | 0 %     | 100 %    | 0 %         |
| Schwächen Struktur          | 24                                          | 5 %    | 0 %        | 0 %   | 67 %    | 100 %    | 58 %        |
| Schwächen Sprache           | 31                                          | 6 %    | 61 %       | 0 %   | 100 %   | 0 %      | 48 %        |
| Hohes Niveau                | 79                                          | 16 %   | 47 %       | 8 %   | 0 %     | 19 %     | 43 %        |
| Total                       | 100 %                                       | 100 %  | 71 %       | 66 %  | 76 %    | 73 %     | 62 %        |

*Lesebeispiel:* 33 Prozent der Fälle haben ein niedriges professionelles Niveau. In 84 Prozent dieser Fälle fanden wir offensichtliche Schwächen in der Konsistenz der präsentierten Fakten. 8 Fälle im Sample wurden wegen Inkonsistenzen in den Originalvariablen von der Analyse ausgeschlossen. N = 481

# Maximierung von Aufmerksamkeit

| Cluster                              | Anzahl | Anteil | Anteil des angewandten Instruments im Cluster |      |                  |       |                  |       |
|--------------------------------------|--------|--------|-----------------------------------------------|------|------------------|-------|------------------|-------|
|                                      |        |        | Emotionalisierung                             |      | Sensationalismus |       | Skandalisierung  |       |
|                                      |        |        | Über-<br>schrift                              | Text | Über-<br>schrift | Text  | Über-<br>schrift | Text  |
| Intensive Maximierung                | 76     | 16 %   | 100 %                                         | 99 % | 45 %             | 51 %  | 91 %             | 100 % |
| Skandalisierung/<br>Sensationalismus | 138    | 28 %   | 4 %                                           | 32 % | 80 %             | 100 % | 93 %             | 98 %  |
| Skandalisierung                      | 158    | 32 %   | 9 %                                           | 16 % | 42 %             | 1 %   | 90 %             | 76 %  |
| Sensationalismus                     | 20     | 4 %    | 10 %                                          | 30 % | 100 %            | 95 %  | 0 %              | 45 %  |
| Schwache Maximierung                 | 97     | 20 %   | 7 %                                           | 4 %  | 29 %             | 1 %   | 15 %             | 0 %   |
| Total                                | 489    | 100 %  | 22 %                                          | 32 % | 53 %             | 40 %  | 72 %             | 70 %  |

*Lesebeispiel:* 16 Prozent der Fälle gehören zum Cluster "Intensive Maximierung". In 100 Prozent dieser Fälle finden sich emotionalisierende Überschriften oder Teaser. N = 489

# Populismustypen

| Cluster                                 | Zahl | Anteil innerhalb des Clusters |                  |                      |                            |                          |
|-----------------------------------------|------|-------------------------------|------------------|----------------------|----------------------------|--------------------------|
|                                         |      | Interessen einfacher Bürger   | Abwertung Eliten | Dämonisierung Eliten | Stigmatisierung Minderheit | Dämonisierung Minderheit |
| Schwacher Populismus                    | 143  | 0%                            | 34%              | 12%                  | 0%                         | 5%                       |
| Elitenpopulismus                        | 128  | 100%                          | 80%              | 44%                  | 7%                         | 3%                       |
| Ausgrenzend. Populismus                 | 93   | 0%                            | 0%               | 2%                   | 100%                       | 59%                      |
| Abwertung Eliten und Stigma. Minderheit | 38   | 68%                           | 79%              | 0%                   | 100%                       | 2%                       |
| Vollständiger Populismus                | 87   | 69%                           | 99%              | 65%                  | 100%                       | 100%                     |

*Lesebeispiel:* in 143 Fällen finden wir lediglich schwachen Populismus“. In 34 Prozent dieser Fälle werden Eliten abgewertet. N = 489

# Gestaltung, Populismus und Plattformen



# Schlussfolgerungen

- › Es gibt typische Gestaltungsmuster hinsichtlich Professionalitätsgrad und Nutzermaximierung, die für die Identifikation von Fake News genutzt werden können.
- › Fake News Anbieter versuchen ernsthaft, ein hohes Professionalitätsniveau zu erreichen, gerade hinsichtlich von Basisanforderungen. Aber sie scheitern um so eher, je komplexer die Anforderungen sind.
- › Eine hohe Bandbreite populistischer Motive unterstreicht den strategischen Charakter von Fake News. Aber je stärker populistische Narrative herausgearbeitet werden, desto schwerer fällt es den Absendern, professionellen Qualitätskriterien zu genügen.

# Haben Sie Fragen?

Die Ergebnisse dieses Vortrags stammen aus dem vom BMBF unterstützten interdisziplinären Forschungsprojekt DORIAN, an dem neben der HdM die Universität Kassel, die Universität Duisburg/Essen und das Fraunhofer SIT, Darmstadt, beteiligt sind.