



University of
Zurich ^{UZH}

Department of Communication and Media Research (IKMZ)

Fake News im Vorfeld von Wahlen und Abstimmungen: Handlungsbedarf in der Schweiz?

→ *Perspektive der Kommunikationswissenschaft*

Anna Staender, M.A.
IKMZ – Department of Communication
and Media Research, University of Zurich
a.staender@ikmz.uzh.ch
[@astaender](https://twitter.com/astaender)



Aufbau

- Was verstehen wir unter «Fake News» und Desinformation? Welche Typen gibt es?
- Wer verbreitet Desinformation?
- Weshalb wird Desinformation (weiter-)verbreitet? (individuelle Faktoren; strukturelle Faktoren)
- Wo steht die CH im internationalen Vergleich? Und was wissen wir über die Situation in der CH?
- Mit welchen Massnahmen können wir Desinformation entgegenwirken?

Falschinformationen & ihre Folgen: Beispiele aus den USA

Pizzagate-Verschwörung durch QAnon



Wahlbetrugs-Claim & Sturm aufs Kapitol



Falschinformationen ausserhalb von Wahlkampfzeiten

Irre Verschwörungstheorie

Angeblich im „Sommer
gezüchtet“ – Querdenker
haben Angst vor
„Impfmücken“



Corona-Regel-Gegner bei einer Versammlung
am Sonntag in Berlin Foto: Olaf Wagner

Verschwörungsmythen



**Falscher Kontext /
Falsche Verknüpfung**

Fake News in der CH - A.Staender



**Manipulierte
Inhalte/Bilder/Videos**

Definition von «Fake News»

Begriff ist schwammig und Forschung ist sich uneinig:

- Aussage/Inhalt: «deliberately created, pseudo-journalistic disinformation» (Egelhofer & Lecheler, 2019)
- Medienorganisation: «false information, often of a sensational nature, that mimics news media content» (Lewandowsky et al. 2020)
- Medienorganisation/-system: «**political instrument to deligitimize news media**» (Egelhofer & Lecheler, 2019)
 - siehe Trump & seine Anhänger*innen (Freelon & Wells, 2020)
 - senkt Vertrauen in die Medien (Egelhofer et al., 2022)



→ Begriff wird daher in der Forschung mittlerweile vermieden bzw. dazu aufgerufen (Freelon & Wells, 2020)

Definition und Ziele von Desinformation

Desinformation wird definiert als *falscher Inhalt*, der mit der *Absicht* erstellt wurde, *andere zu täuschen und manipulieren*, aus finanziellen, politischen, sozialen oder psychologischen Gründen. (Wardle, 2018)



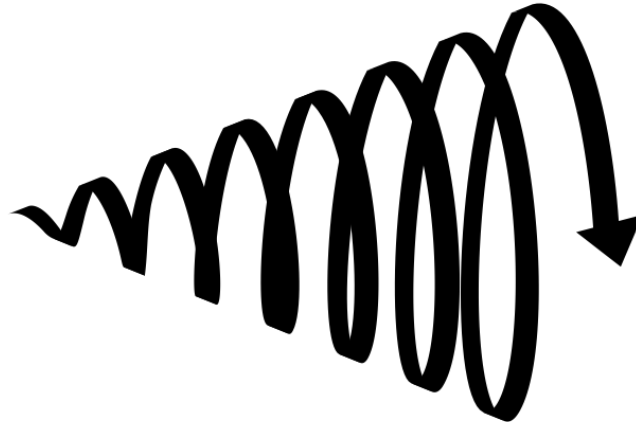
Desorientierung und Verwirrung zu stiften und „den *Informationsraum so zu verwüsten*, dass das Publikum es aufgibt, in diesem Chaos nach einer Wahrheit zu suchen“. (Pomerantsev, 2015; Wardle, 2018)

Verringerung der Legitimität und des Vertrauens in demokratisch relevante Institutionen, etablierte politische und mediale Akteure und damit *Störung der normalen demokratischen Ordnung*. (Bennett & Livingston, 2018)

Treibende Kräfte bei der Verbreitung von Desinformation

Absender / Quellen

Weiterverbreitung → strukturelle Faktoren



Weiterverbreitung → individuelle Faktoren



Wer verbreitet Desinformation?

→ **Häufige Verbreitung über soziale Medien** (Humprecht et al., 2021)

Relevante Akteure bei der Verbreitung von Desinformation

- Russische IRA Akteure, der sogenannten „Internet Research Agency“ (Lukito, 2020; Zhang et al., 2021)
- Bekannte Personen des öffentlichen Lebens, wie Politiker:innen oder Prominente (Brennen et al., 2020)
- Alternative Medien in unterschiedlichem Ausmass (Staender et al., *preprint*):
„extreme disinformers“, „regular spreaders“, „ideological misleaders“, „rare spreaders“
- Aufgegriffen durch etablierte Massenmedien (Tsfati et al., 2020)

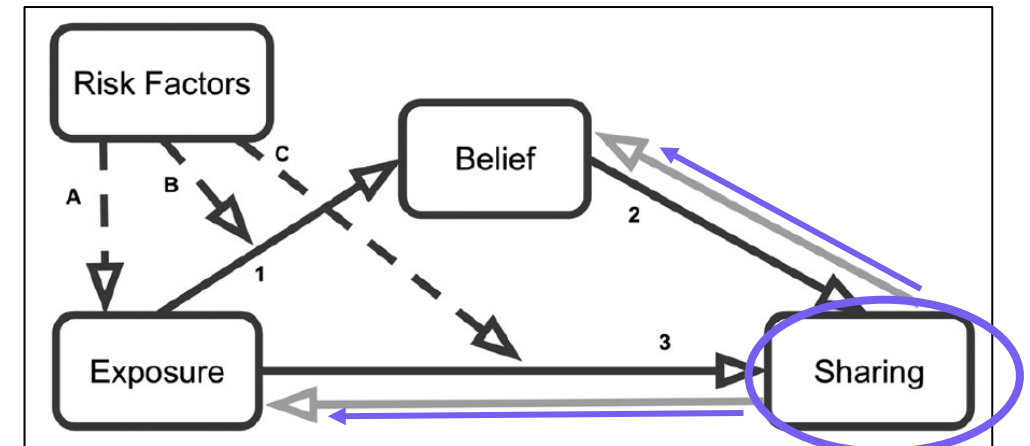
→ **Weiterverbreitung durch diverse Bürger:innen auf Social Media** (Brennen et al., 2020)

Weshalb wird Desinformation (weiter-)verbreitet? → individuelle Faktoren

Kontakt mit, Glauben an & Weiterverbreitung von Desinformation können zusammenhängen

Gründe für die (Weiter-)Verbreitung von Desinformation

- Confirmation Bias, Motivated Reasoning, Partisan Bias (Allcott & Gentzkow, 2017; Van Bavel et al., 2021)
- Emotionale Ansteckung
- «Lazyness» / Unfähigkeit Qualität von Informationen zu erkennen (Pennycook et al., 2019)
- Regelmässige Nutzung von Boulevard- und Alternativmedien (Humprecht et al., 2021; Staender et al., 2021)



Van Bavel et al., 2021



Weshalb wird Desinformation (weiter-)verbreitet? → strukturelle Faktoren

Politisches Umfeld

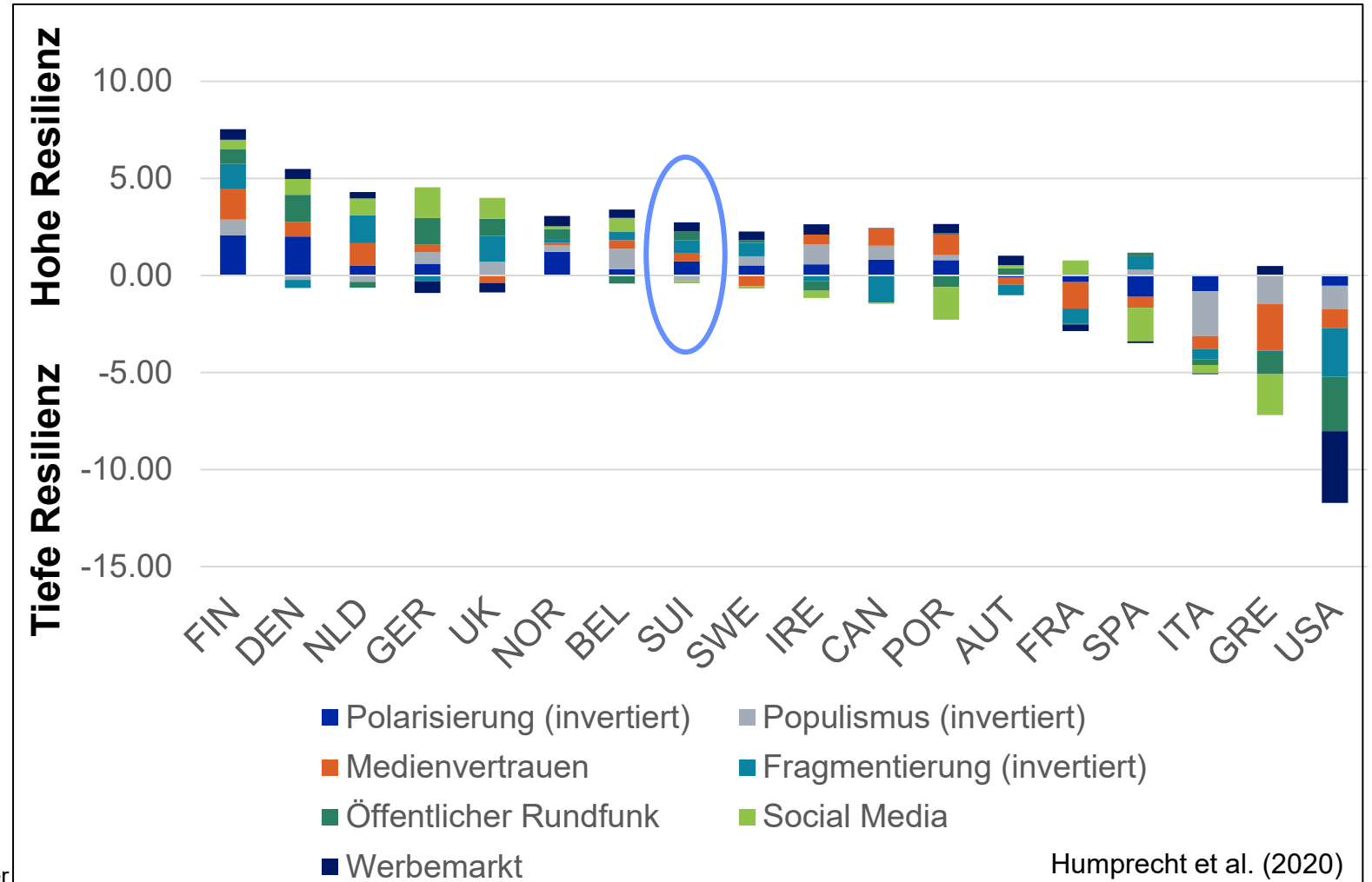
- Polarisierung
- Populistische Kommunikation

Mediales Umfeld

- Medienvertrauen
- Fragmentierung
- Öffentliche Medien

Wirtschaftliches Umfeld

- Grösse des Werbemarktes
- Nutzung sozialer Medien





Situation in der Schweiz

→ *Forschung zur Existenz, Verbreitung und Wirkung von Desinformation in der CH ist gering...*

Was wir dennoch bisher wissen:

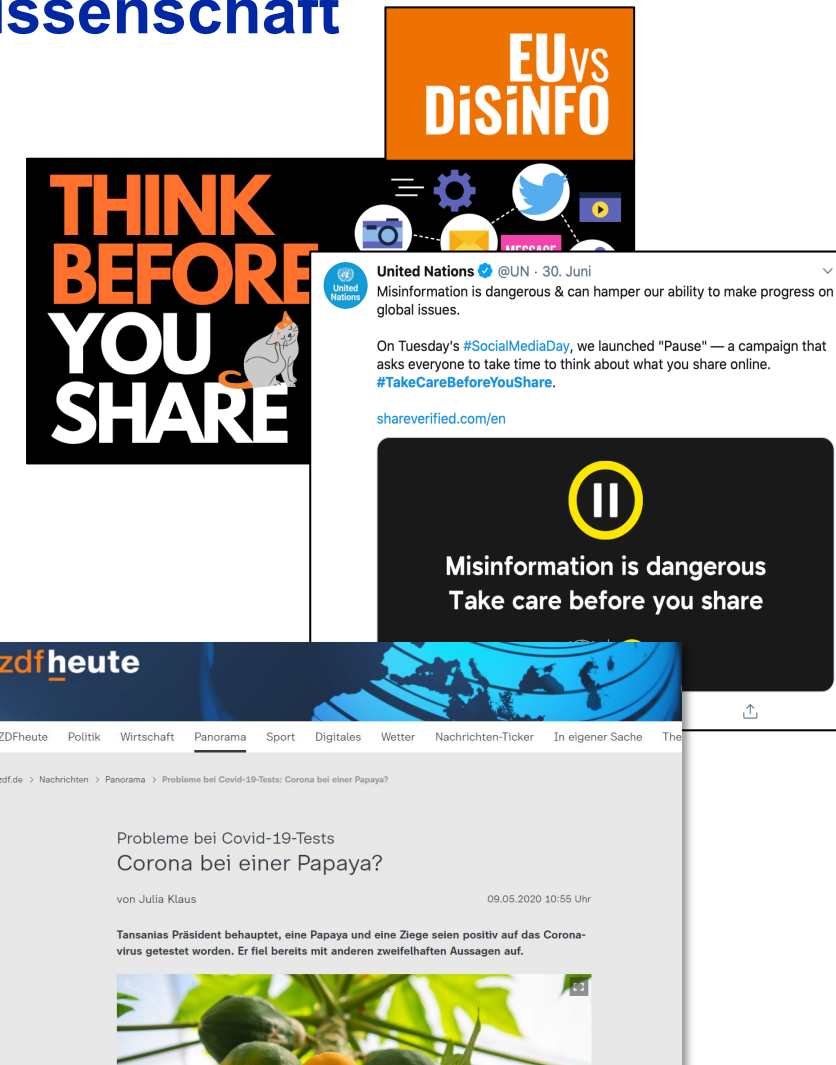
- Im internationalen Vergleich sind Schweizer:innen weniger anfällig dafür, Falschinformationen auf Social Media zu verbreiten. (Humprecht et al., 2021; Staender et al., 2021)
 - Vergleichsweise höheres Medienvertrauen, aber wieder tendenziell sinkend seit der Pandemie. (Digital News Report, 2022)
 - Risikofaktoren: tiefere Bildung, ältere Personen, Konsum alternativer Medien, starke Social Media Nutzung
- Bevölkerung scheint Desinformation als Problem wahrzunehmen (49%) und dafür sensibilisiert zu sein. (Vogler et al., 2021)
- Schweizer:innen sind während der Covid-19 Pandemie regelmässig auf Falschinformationen gestossen
→ Verbreitung hat also dennoch relativ stark stattgefunden (Akademien der Wissenschaften Schweiz, 2021)

Handlungsempfehlungen der Kommunikationswissenschaft

- Initiativen/Kampagnen zur Stärkung der Bildung im Umgang mit Medien & Desinformation (aller Bürger*innen) vor allem auf Social Media
- Förderung von Fact-Checking Organisationen
→ Vorsicht vor Herausforderungen wie dem «Vertrautheitseffekt»
- Unterstützung des professionellen Journalismus (Organisationen & Ausbildung)

Medien sollten:

- Ihre Arbeitsweise möglichst transparent darlegen → kann Vertrauen stärken
- Falschinformationen nicht unangefochten in Headlines setzen
→ *Menschen lesen häufig nur die Headlines*
→ *Wiederholung von Aussagen erhöht Glaubwürdigkeit*





Literatur

- Akademien der Wissenschaften Schweiz (2021) Covid-19 –Wissenschaft und Gesellschaft. Beiträge in Zeiten der Pandemie. Swiss Academies Communications 16 (5) <http://doi.org/10.5281/zenodo.5518888>
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2), 211-36.
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European journal of communication*, 33(2), 122-139.
- Brennen, J. S., Simon, F. M., Howard, P. N., & Nielsen, R. K. (2020). *Types, sources, and claims of covid-19 misinformation*. Reuters Institute. Retrieved from http://www.primaonline.it/wp-content/uploads/2020/04/COVID-19_reuters.pdf
- Egelhofer, J. L., & Lecheler, S. (2019). Fake news as a two-dimensional phenomenon: A framework and research agenda. *Annals of the International Communication Association*, 43(2), 97-116.
- Egelhofer, J. L., Boyer, M., Lecheler, S., & Aaldering, L. (2022). Populist attitudes and politicians' disinformation accusations: effects on perceptions of media and politicians. *Journal of Communication*.
- Freelon, D., & Wells, C. (2020). Disinformation as political communication. *Political Communication*, 37(2), 145-156.
- Humprecht, E., Esser, F., & Van Aelst, P. (2020). Resilience to online disinformation: A framework for cross-national comparative research. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), 493-516.
- Humprecht, E., Esser, F., Aelst, P. V., Staender, A., & Morosoli, S. (2021). The sharing of disinformation in cross-national comparison: analyzing patterns of resilience. *Information, Communication & Society*, 1-21.
- Lewandowsky, S., Cook, J., Ecker, U., Albarracín, D., Amazeen, M., Kendou, P., ... & Zaragoza, M. (2020). *The debunking handbook 2020*.
- Lukito, J. (2020). Coordinating a multi-platform disinformation campaign: Internet Research Agency activity on three US social media platforms, 2015 to 2017. *Political Communication*, 37(2), 238-255.
- Newman et al., (2022). Digital News Report 2022. Retrieved from Reuters Institute, University of Oxford website: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39-50.
- Pomerantsev, P. (2015, January 4). Inside Putin's information war. Politico. <https://www.politico.com/maga-zine/story/2015/01/putin-russia-tv-113960>
- Staender, A., Humprecht, E., Esser, F. (Preprint). Disseminators of misleading news: A typology of alternative media as spreaders of disinformation in five countries.
- Staender, A., Humprecht, E., Esser, F., Morosoli, S., & van Aelst, P. (2021). Is Sensationalist Disinformation More Effective? Three Facilitating Factors at the National, Individual, and Situational Level. *Digital Journalism*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1966315>
- Tsfati, Y., Boomgaarden, H. G., Strömbäck, J., Vliegenthart, R., Damstra, A., & Lindgren, E. (2020). Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: literature review and synthesis. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 157-173.
- Van Bavel, J. J., Harris, E. A., Pärnamets, P., Rathje, S., Doell, K. C., & Tucker, J. A. (2021). Political psychology in the digital (mis) information age: A model of news belief and sharing. *Social Issues and Policy Review*, 15(1), 84-113.
- Vogler et al. (2021). Wahrnehmung von Desinformation in der Schweiz. In: Fög Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft/ Univers, .. Jahrbuch Qualität der Medien 2021. Basel: Schwabe, 25-36.
- Wardle, C. (2018). The need for smarter definitions and practical, timely empirical research on information disorder. *Digital Journalism*, 6(8), 951-963.
- Zhang, Y., Lukito, J., Su, M. H., Suk, J., Xia, Y., Kim, S. J., ... & Wells, C. (2021). Assembling the networks and audiences of disinformation: How successful Russian IRA Twitter accounts built their followings, 2015–2017. *Journal of Communication*, 71(2), 305-331.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Anna Staender, M.A.

IKMZ – Department of Communication
and Media Research, University of Zurich

a.staender@ikmz.uzh.ch

 [@astaender](https://twitter.com/astaender)