

FIRST DRAFTS LEITFADEN ZUM THEMA

Informations- chaos

Januar 2020

FIRSTDRAFT

INHALT

	Einleitung	7
KAPITEL 1	Satire oder Parodie	15
KAPITEL 2	Falsche Verbindung	21
KAPITEL 3	Irreführender Inhalt	25
KAPITEL 4	Falscher Kontext	29
KAPITEL 5	Betrügerischer Inhalt	35
KAPITEL 6	Manipulierter Inhalt	47
KAPITEL 7	Erfundener Inhalt	53
	Fazit	58

ÜBER DIE AUTORIN

Claire Wardle leitet derzeit den Bereich Strategie und Forschung für First Draft. Sie ist Mitverfasserin des im Jahr 2017 erschienen Berichts: „Information Disorder: An interdisciplinary Framework for Research and Policy for the Council of Europe“¹.“ Zuvor war sie als Fellow am Shorenstein Center for Media, Politics and Public Policy der Kennedy School von Harvard, Forschungsleiterin am Tow Center für Digitalen Journalismus an der Graduate School of Journalism der Columbia University und als Leiterin des Social-Media-Bereichs der UN-Flüchtlingsagentur tätig. Außerdem war sie 2009 für die BBC Academy als Projektleiterin tätig, wo sie ein umfassendes Schulungsprogramm zum Thema Medienverifizierung für BBC News entwarf, das für die gesamte Organisation umgesetzt wurde. Sie hat an der University von Pennsylvania im Fachbereich Kommunikation promoviert.

2. Ausgabe, Erstveröffentlichung Oktober 2019
Herausgegeben von Alastair Reid und Victoria Kwan
Produziert von Tommy Shane
Design von Imagist

Dieses Werk ist unter der Creative Commons Attribution-Non-Commercial-NoDerivatives 4.0 International License lizenziert. Eine Kopie dieser Lizenz finden Sie unter: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Danksagungen

Vielen Dank an unser Team mehrsprachiger Journalisten, die bei der Überprüfung der Übersetzungen in mehrere Sprachen unter der Leitung von First Drafts Emma Dobinson mitgewirkt haben: Pedro Noel (Brasilianisch), Carlotta Dotto (Italienisch), Marie Bohner (Französisch), Laura Garcia (Spanisch), Nadin Rabaa von GNL Berlin (Deutsch) und Professor Umesh Arya von DataLEADS (Hindi).

Die Originalversion für diesen Kurs wurde auf Englisch im Oktober 2019 veröffentlicht.

Diese DEUTSCHE Version wurde von Global Lingo übersetzt und von Mitgliedern des First Draft-Teams überprüft. Diese übersetzte Version wurde im Juni 2020 veröffentlicht.

Alle Leitfäden in deutscher Sprache

Einleitung

Wir leben in Zeiten des Informationschaos. Das Versprechen des digitalen Zeitalters ermutigte uns zu der Annahme, dass sich nur positive Veränderungen ergeben würden, wenn wir in hypervernetzten Gemeinschaften leben würden und mit einem Klick oder einem Wisch auf alle benötigten Informationen zugreifen könnten. Diese idealisierte Vision wurde jedoch schnell durch die Erkenntnis ersetzt, dass unser Informationsökosystem jetzt gefährlich verunreinigt ist und uns eher auseinander treibt als verbindet.

Websites von Betrügern, die so gestaltet sind, dass sie wie professionelle Informationsquellen aussehen, verbreiten irreführende, polarisierende Inhalte. So genannte „Sockenpuppenkonten“ veröffentlichen Memes, die für Empörung sorgen, auf Instagram und Klickfarmen manipulieren sie Trendbereiche der Social-Media-Plattformen und ihrer Empfehlungssysteme. An anderer Stelle geben sich ausländische Akteure als Amerikaner aus, um Straßenproteste verschiedener Gemeinschaften zu koordinieren, während die Massenerfassung personenbezogener Daten dazu verwendet wird, Wähler mit maßgeschneiderten Nachrichten und Anzeigen gezielt anzusprechen. Darüber hinaus versuchen Verschwörungsgemeinschaften auf 4chan und Reddit, Reporter dazu zu bringen, über Gerüchte oder Schwindel zu berichten.

Der Begriff „Fake News“ ist nicht ausreichend, um all das abzudecken. Der meiste Inhalt ist nicht einmal falsch; er ist oft authentisch, aus dem Zusammenhang gerissen und von Menschen als Mittel zum Zweck verwendet, die wissen, dass Unwahrheiten, die auf einem Funken Wahrheit basieren, eher Glauben geschenkt wird und sie deshalb eher verbreitet werden. Das meiste davon kann nicht als „Nachricht“ bezeichnet werden. Es sind oft altbewährte Gerüchte, Memes, manipulierte Videos, auf Individuen ausgerichtete „Dark Ads“ oder alte Fotos, die als neu verbreitet werden.

Das Scheitern, mit diesem Begriff unsere neue Realität zu erfassen, ist ein Grund dafür, den Begriff „Fake News“ nicht zu verwenden. Der andere, wichtigere Grund ist die Art und Weise, wie er von Politikern auf der ganzen Welt benutzt wird, um professionelle Journalisten anzugreifen und in Verruf zu bringen. Der Begriff ist mittlerweile praktisch sinnlos, da das Publikum ihn zunehmend mit etablierten Nachrichtenagenturen wie CNN und der BBC verbindet. Sprache ist wichtig und wenn Journalisten in ihrer Berichterstattung den Begriff „Fake News“ verwenden, legitimieren sie einen nicht hilfreichen und zunehmend gefährlichen Ausdruck.

„Verbreiter von Desinformationen haben gelernt, dass es wenig wahrscheinlich ist, dass authentischer Inhalt, der auf eine neue und irreführende Art präsentiert wird, von KI-Systemen erkannt wird.“

Hier bei First Draft setzen wir uns dafür ein, den jeweils für eine bestimmte Art Inhalt geeignetsten Begriff zu verwenden, zum Beispiel Propaganda, Lügen, Verschwörung, Gerüchte, Schwindel, polarisierende Inhalte, Unwahrheiten oder manipulierte Medien. Wir bevorzugen auch die Verwendung der allgemeineren Begriffe Desinformation, Fehlinformationen oder Falschinformationen. Zusammengenommen sprechen wir vom Informationschaos.

DESINFORMATION, FEHLINFORMATIONEN UND FALSCHINFORMATIONEN

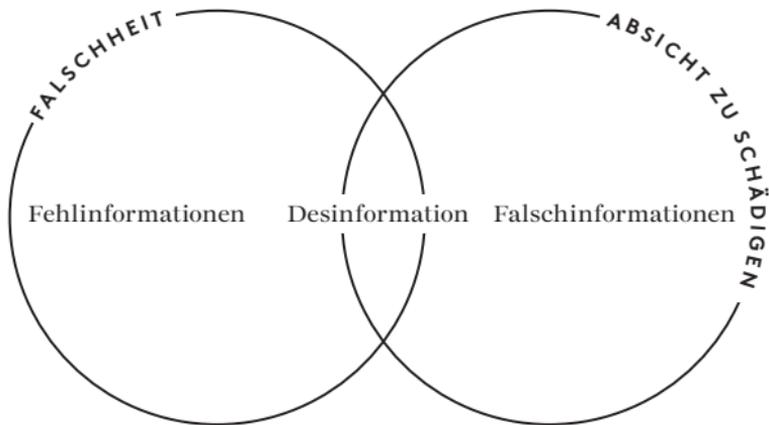
Unter *Desinformation* verstehen wir Inhalt, der bewusst falsch ist und Schaden anrichten soll. Desinformation wird durch drei verschiedene Faktoren motiviert: Geld zu verdienen; politischen Einfluss zu gewinnen, entweder im Ausland oder im Inland, oder Unruhe zu stiften.

Wenn Desinformation verbreitet wird, verwandelt sie sich oft in Fehlinformationen. *Fehlinformationen* beschreiben ebenso einen falschen Inhalt, aber die Person, die sie verbreitet, merkt nicht, dass diese falsch oder irreführend sind. Oft wird eine Desinformation von jemandem aufgegriffen, der nicht merkt, dass sie falsch ist und diese innerhalb seiner Netzwerke verbreitet, in dem Glauben, dass sie nützlich sei.

Der Austausch von Fehlinformationen wird von sozialpsychologischen Faktoren bestimmt. Viele Menschen versuchen, online ihre Identität auszubilden. Sie möchten sich einer Gruppe zugehörig fühlen, ob als Mitglied derselben politischen Partei, als Eltern, die ihre Kinder nicht impfen lassen, als Klimaschutzaktivisten oder als Angehörige einer bestimmten Religion, Rasse oder Ethnie.

Die dritte Kategorie, die wir verwenden, sind Falschinformationen. Der Begriff bezeichnet wahrheitsgemäße Informationen, die mit der Absicht verbreitet werden, Schaden anzurichten. Ein Beispiel hierfür haben wir gesehen, als russische Agenten E-Mails des Demokratischen Nationalkomitees und der Kampagne von Hillary Clinton gehackt und bestimmte Details an die Öffentlichkeit weitergegeben haben, um deren Ruf zu schädigen.

Es ist wichtig, zu erkennen, dass die Methoden, die wir 2016 gesehen haben, sich weiterentwickelt haben. Wir beobachten immer häufiger die Verwendung von Kontext als Mittel zum Zweck und die Verwendung von



authentischem Inhalt, der jedoch verzerrt und auf eine neue Art dargestellt wird. Wie bereits erwähnt, sind Geschichten mit einem Funken Wahrheit wesentlich überzeugender und regen zu Interaktion an.

Diese Entwicklung ist zum Teil auch eine Reaktion darauf, dass Such-Plattformen und Social-Media-Organisationen immer härter gegen Manipulationsversuche ihrer Nutzer vorgehen. Da diese ihre Möglichkeiten zur Schließung von Fake-Accounts erhöht haben und ihre Richtlinien gegenüber falschen Inhalten aggressiver gestalten (z. B. Facebook durch sein Third Party Fact-Checking Project²⁾, haben Verbreiter von Desinformationen gelernt, dass es weniger wahrscheinlich ist, dass authentischer Inhalt, der auf neue und irreführende Art dargestellt wird, von KI-Systemen erkannt wird. In einigen Fällen wird davon ausgegangen, dass solches Material nicht zur Überprüfung von Fakten geeignet ist.

Daher fällt ein großer Teil des Inhalts, den wir derzeit zu sehen bekommen, unter die Kategorie Falschinformation – wahrheitsgemäße Informationen, die mit der Absicht zu schaden verwendet werden.

7 KATEGORIEN VON FEHL- UND DESINFORMATIONEN

GERINGER SCHADEN



IRREFÜHRENDER INHALT
Irrführende Darstellung von Information, um ein Thema oder eine Person im falschen Licht erscheinen zu lassen.



FALSCH VERBUNDUNG
Wenn Schlagzeilen, visuelle Inhalte oder Untertitel nicht zum Inhalt passen.



SATIRE ODER PARODIE
Will nicht schaden, hat jedoch Irreführungspotenzial.

**ERFUNDENER INHALT**

Neuer Inhalt, der zu 100 Prozent falsch ist und in der Absicht, zu täuschen oder zu schaden, erstellt wurde.

**MANIPULIERTER INHALT**

Wenn wahrheitsgemässe Informationen oder Bilder mit täuschender Absicht manipuliert werden.

**BETRÜGERISCHER INHALT**

Wenn vorgegeben wird, dass Inhalte aus authentischen Quellen stammen.

**FALSCHER KONTEXT**

Wenn authentischer Inhalt mit falschen Kontextinformationen geteilt wird.

7 KATEGORIEN VON FEHL- UND DESINFORMATIONEN

Innerhalb der drei übergreifenden Arten von Informationschaos beziehen wir uns häufig auf sieben Kategorien, denn wir haben festgestellt, dass dies den Menschen hilft, die Komplexität dieses Ökosystems zu verstehen.

Diese Kategorien wurden erstmals im Februar 2017 von First Draft veröffentlicht, um den Begriff „Fake News“ in Diskussionen zu vermeiden. Sie stellen immer noch ein nützliches Hilfsmittel dar, um über verschiedene Beispiele nachzudenken.

Wie das vorangehende Diagramm zeigt, betrachten wir dies als ein Spektrum, wobei sich Satire an einem Ende befindet. Das ist eine potenziell kontroverse Position und eines von vielen Themen, die wir im Verlauf dieses Leitfadens diskutieren werden: Darunter sind Klickköder-Inhalte, irreführende Inhalte und authentische Inhalte, die in einem falschen Kontext anders dargestellt werden. Außerdem betrügerische Inhalte, wenn das Logo oder der einflussreiche Name einer Organisation mit Falschmeldungen verknüpft ist, bis hin zu manipulierten und schließlich erfundenen Inhalten. In den folgenden Kapiteln werde ich jede Kategorie im Detail erläutern und Beispiele aufzeigen, die unterstreichen, wie schädlich das Informationschaos im Zusammenhang mit Wahlen und aktuellen Nachrichtenereignissen auf der ganzen Welt war.

KAPITEL 1

Satire oder Parodie



Will nicht schaden,
hat jedoch
Irreführungspotenzial.

Als wir diese Kategorien Anfang 2017 zum ersten Mal veröffentlichten, meinten einige Leute, dass auch Satire dazu gehören sollte. Intelligente Satire und effektive Parodie sollten sicherlich als Kunstformen betrachtet werden. Die Herausforderung in diesen Zeiten des Informationschaos besteht darin, dass Satire strategisch eingesetzt wird, um Faktenüberprüfer zu umgehen und Gerüchte und Verschwörungen zu verbreiten, in dem Wissen, dass jeder Widerstand mit der Aussage abgewiesen werden kann, dass dieser Inhalt niemals ernst genommen werden sollte.

„Was als „Satire“ bezeichnet wird, ist zunehmend hasserfüllt, polarisierend und spaltend.“

Die auf diese Weise verwendete Satire ist ein so wirksames Werkzeug, weil die Menschen, die die Satire zuerst sehen, sie oft als solche verstehen. Wenn sie dann aber weiter verbreitet wird, geht die Verbindung zu dem ursprünglichen Autor verloren und der Text wird nicht mehr als Satire verstanden.

In den sozialen Medien fehlen die Heuristiken (die mentalen Verknüpfungen, mit denen wir die Welt verstehen). Anders als bei einer Zeitung, wo Sie wissen, welchen Abschnitt Sie betrachten, und visuelle Hinweise haben, die zeigen, ob Sie den Meinungsteil lesen oder einen Cartoon vor sich haben, ist dies online nicht der Fall.

Zum Beispiel könnten Sie von *The Onion*, einer sehr beliebten satirischen Website in den Vereinigten Staaten, gehört haben. Aber wie viele andere kennen Sie noch? Auf der Wikipedia-Seite für satirische Websites sind 57 aufgeführt, 22 davon aus den USA. Wenn Sie einen

Beitrag sehen, der auf Facebook oder Instagram geteilt wurde, gibt es wenige solcher Hinweise auf den Kontext. Wenn Inhalt verbreitet wird, verliert er oft sehr schnell die Verbindung zu seinem ursprünglichen Autor, da er in Screenshots oder Memes umgewandelt wird.

In Frankreich haben wir im Vorfeld der Wahlen 2017 gesehen, wie diese Technik der Bezeichnung von Inhalten als „Satire“ als bewusste Taktik angewendet wurde. In einem Beispiel von Adrien Sénécat in *Le Monde*, wird Schritt für Schritt gezeigt, wie dieser Ansatz funktioniert.³

PHASE 1: *Le Gorafi*, eine satirische Website, „berichtet“, dass der französische Präsidentschaftskandidat Emmanuel Macron sich schmutzig fühlt, wenn er armen Menschen die Hand schüttelt.⁴ Das wirkte als Angriff auf Macron, da dieser regelmäßig als wenig kontaktfreudig und elitär charakterisiert wird.

PHASE 2: Polarisierende Facebook-Seiten nutzen diese „Behauptung“ und erstellen neue Berichte, darunter Aufnahmen von Macron, wie er eine Fabrik besucht und sich während des Besuchs die Hände abwischt.

PHASE 3: Die Videos verbreiten sich rasch und ein Arbeiter in einer anderen Fabrik fordert Macron auf, „seine schmutzigen Arbeiterhände“ zu schütteln. Der Nachrichtenzyklus setzt sich fort.

Eine ähnliche Situation ereignete sich in Brasilien bei den Wahlen im Oktober 2018. Ethel Rudnitzki schrieb einen Artikel, in dem sie den deutlichen Anstieg von Twitter-Posts mit Wortspielen in Bezug auf Nachrichtenorganisationen und hochkarätige Journalisten in Brasilien untersuchte.⁵ Sie bezeichneten die Berichte in ihren Bios als Parodie, aber wie Rudnitzki zeigte, wurden diese Berichte dazu benutzt, falsche und irreführende Inhalte zu verbreiten.

Ein Fall aus den USA im Jahr 2019 betraf die Parodie-Website eines politischen Mitarbeiters der republikanischen Partei, die wie die offizielle Website von Joe Biden aussehen sollte. Zu dieser Zeit bewarb sich der ehemalige Vizepräsident für die Kandidatur der Demokraten für die Präsidentschaftswahlen 2020. Mit der URL joebiden.info wurde die Parodie-Website von Google höher indiziert als Bidens offizielle Website joebiden.com, als er im April 2019 seine Kampagne startete. Der Mitarbeiter, der zuvor Inhalte für Donald Trump erstellt hatte, sagte, er habe die Website nicht direkt für die Trump-Kampagne erstellt.

Die Eröffnungszeile auf der Parodie-Website lautet: „Onkel Joe ist zurück und bereit, die Probleme Amerikas selbst in die Hand zu nehmen!“ Sie ist voller Bilder von Joe Biden, wie dieser junge Mädchen und Frauen küsst und umarmt. Am Ende der Seite lautet eine Erklärung: „Diese Website ist ein politischer Kommentar und eine Parodie auf die Website der Präsidentschaftskampagne von Joe Biden. Das ist nicht die aktuelle Seite von Joe Biden. Sie ist nur zur Unterhaltung und für politische Kommentare gedacht.“

Einige der Komplexitäten und Spannungen in Bezug auf Satire und Parodie spielten sich im Rahmen eines öffentlichen Online-Streits zwischen *Babylon Bee* (deren Slogan lautet: „Ihre vertrauenswürdige Quelle für christliche Nachrichtensatire“) und *Snopes* (eine etablierte Faktenüberprüfungsseite) ab. *Snopes* hat *Babylon Bee* einige Male auf „Fakten überprüft“ – bei der ersten Gelegenheit wurde die Geschichte mit der Schlagzeile „CNN kauft eine Waschmaschine in Industriegröße, um Nachrichten vor der Veröffentlichung zu waschen“ überprüft.

In jüngster Zeit überprüfte *Snopes* eine Geschichte von *Babylon Bee* mit der Schlagzeile „Gesetzgeberin aus Georgia behauptet, eine Mitarbeiterin der Restaurantkette Chick-Fil-A habe ihr gesagt, sie solle in ihr Land zurückkehren“ – was im Zusammenhang mit einem Tweet von Präsident Trump an vier neue weibliche



Die authentische Joe Biden-Website und deren Parodie sind auf den ersten Blick kaum zu unterscheiden. Abgerufen am 14. August 2019. Screenshot und Textüberblendung von First Draft.

Kongressmitglieder „nach Hause zurückzukehren“ darauf hinweisen könnte, dass die satirische Seite ihre Witze so verdreht, dass die Leser getäuscht werden.⁶

In einem Porträt des bekannten Betrügers Christopher Blair in der *Washington Post* vom November 2018 wird die Komplexität dieser Themen rund um die Satire genauer erklärt.⁷

Blair startete seine satirische Facebook-Seite im Jahr 2016 als Scherz mit seinen liberalen Freunden, um sich über die extremistischen Ideen lustig zu machen, die von den Rechten verbreitet werden. Er war sehr darauf bedacht klar zu stellen, dass es sich um eine satirische Website handelte, die nicht weniger als 14 Haftungsausschlüsse enthielt, darunter „Nichts auf dieser Seite ist wahr“.

Allerdings wurde sie zunehmend erfolgreicher. Wie Blair auf seiner eigenen Facebook-Seite schreibt: „Egal wie rassistisch, wie fanatisch, wie beleidigend, wie offensichtlich falsch unsere Posts sind, die Leute sehen sie sich weiterhin an.“ Was als „Satire“ bezeichnet wird, ist zunehmend hasserfüllt, polarisierend und spaltend.

Wie diese Beispiele zeigen, ist es zwar unangenehm, Satire als eine Kategorie des Informationschaos aufzunehmen, Satire ist jedoch in vielerlei Hinsicht Teil des Gesprächs über die Art und Weise, wie Informationen verdreht und neu definiert werden und was die möglichen Auswirkungen auf das Publikum sind.

KAPITEL 2

Falsche Verbindung



Wenn Schlagzeilen,
visuelle Inhalte oder
Untertitel nicht zum
Inhalt passen.

Im Rahmen der Debatte über Informationschaos muss die Nachrichtenindustrie ihre eigene Rolle bei der Erstellung von Inhalten anerkennen, die nicht den hohen Standards entsprechen, die von einer Industrie wie dieser gefordert werden, und weshalb sie jetzt von vielen Seiten unter Beschuss genommen wird. Das kann dazu führen, dass Journalisten als „Feinde der Menschheit“ bezeichnet werden.

Ich möchte Praktiken von Newsrooms aufzeigen, die den Tumult verstärken, zu zusätzlicher Verwirrung führen und letztendlich das Vertrauen in die vierte Gewalt verringern können. Eine dieser Praktiken sind „Klickköder“-Inhalte, auch „Clickbaiting“ genannt, die ich als „falsche Verbindung“ bezeichne. Wenn ein Nachrichtenmedium reißerische Ausdrücke verwendet, um Klicks zu erzielen, der Inhalt für den Leser beim Erreichen der Website jedoch hinter den Erwartungen zurückbleibt, ist dies eine Form der Irreführung.

„Obwohl es möglich ist, diese Techniken zu verwenden, um den Traffic kurzfristig zu fördern, wird dies zweifellos längerfristige Auswirkungen auf das Verhältnis der Menschen zu Nachrichten haben.“

Es könnte argumentiert werden, dass der Schaden minimal ist, wenn das Publikum bereits mit der Praxis vertraut ist, aber diese Technik sollte als eine Form des Informationschaos angesehen werden. Wir leben natürlich in einer Zeit zunehmenden Wettbewerbs um Aufmerksamkeit, während Newsrooms ums Überleben kämpfen. Oft kann eine aussagekräftige Schlagzeile den

Unterschied zwischen einer Handvoll Abonnenten, die einen Beitrag lesen, und einem Durchbruch für ein breiteres Publikum ausmachen.

Bereits im Jahr 2014 änderte Facebook seinen Newsfeed-Algorithmus, insbesondere Websites, die Klickköder-Schlagzeilen verwendeten.⁸ Ein weiteres Update im Jahr 2019 erläuterte, wie Facebook Umfrageergebnisse zur Priorisierung von Beiträgen verwendete, die Links enthielten, die Benutzer als „wertvoll“ erachteten.⁹ Eine vom Engaging News Project durchgeführte Studie aus dem Jahr 2016 hat gezeigt, dass „die Art der Schlagzeile und deren Quelle Einfluss darauf haben können, ob eine Person mehr oder weniger positiv auf ein Nachrichtenprojekt reagiert und beabsichtigt, sich in Zukunft mit diesem Produkt zu beschäftigen“.¹⁰

Die Notwendigkeit von Verkehr und Klicks bedeutet, dass es unwahrscheinlich ist, dass Klickköder-Techniken jemals verschwinden werden. Die Verwendung einer polarisierenden, emotionalen Sprache zur Steuerung des Verkehrs hängt mit den umfassenderen Problemen zusammen, die in diesen Leitfäden dargelegt werden. Obwohl es möglich ist, diese Techniken zu verwenden, um den Traffic kurzfristig zu fördern, wird dies zweifellos längerfristige Auswirkungen auf das Verhältnis der Menschen zu Nachrichten haben.

KAPITEL 3

Irreführender Inhalt



Irreführende
Darstellung von
Information, um ein
Thema oder eine
Person im falschen
Licht erscheinen
zu lassen.

Irreführende Informationen sind alles andere als neu und manifestieren sich auf vielfältige Weise. Das Umformulieren von Geschichten in Schlagzeilen, das Verwenden von Zitatteilen, um einen allgemeinen Standpunkt zu unterstützen, das Zitieren von Statistiken in einer Weise, die einer Einstellung entsprechen, oder die Entscheidung, etwas nicht zu berichten, weil es ein Argument untergräbt, sind alle gebräuchliche – wenn auch unsaubere – Techniken. Wenn ein Standpunkt verteidigt werden soll, neigt jeder dazu, Inhalte zu zeigen, die seine Argumente stützen.

Vor einigen Jahren bat mich ein Ingenieur eines großen Technologieunternehmens, den Begriff „irreführend“ zu definieren. Ich war für einen Moment perplex, weil ich jedes Mal, wenn ich versuchte, den Begriff zu definieren, steckenblieb und nur sagte: „Man weiß es einfach. Es ist ‚irreführend‘“.

Es ist schwierig den Begriff „irreführend“ genau zu definieren, da es um Kontext und Nuancen geht, wie viel von einem Zitat weggelassen wird. In welchem Ausmaß wurde Zahlenkosmetik betrieben? Hat die Art und Weise, wie ein Foto zugeschnitten wurde, die Bedeutung des Bildes erheblich verändert?

Diese Komplexität ist der Grund, warum wir so weit davon entfernt sind, dass künstliche Intelligenz diese Art von Inhalten erkennen kann. Aus eben diesem Grund wollte der Ingenieur eine klare Definition. Computer verstehen wahr und falsch, aber „irreführend“ ist eine Grauzone. Der Computer muss den ursprünglichen Inhalt (das Zitat, die Statistik, das Bild) verstehen, das Fragment erkennen und dann entschlüsseln, ob das Fragment die Bedeutung des Originals wesentlich ändert.

Es gibt einen eindeutigen Unterschied zwischen reißerischen, polarisierenden Inhalten und leicht irreführenden Untertiteln, die ein Problem neu definieren und die Art und Weise beeinflussen, wie jemand ein Bild

interpretieren könnte. Das Vertrauen in die Medien ist jedoch stark gesunken. Irreführender Inhalt, der zuvor möglicherweise als harmlos angesehen wurde, sollte jetzt anders betrachtet werden.

Eine Studie¹¹ der Knight Foundation und von Gallup vom September 2018 ergab, dass die meisten Amerikaner zunehmend Vertrauen in die Medien verlieren und ihre Gründe sind hauptsächlich Bedenken hinsichtlich der Genauigkeit oder Voreingenommenheit.

69 % der Erwachsenen geben an, in den letzten zehn Jahren Vertrauen in die Medien verloren zu haben ...

... eine Zahl, die für Republikaner angestiegen ist auf

94 %

42 % der Demokraten geben an, Vertrauen in die Nachrichtenmedien verloren zu haben.

Quelle: Knight Foundation (September 2018)
Indicators of News Media Trust.

Irreführender Inhalt kann in vielfältiger Form vorkommen. Dieses Beispiel aus der *New York Times* zeigt jedoch, dass auch Bilder für Irreführung sorgen können. Wenn Sie sich den Richterhammer ansehen, der Obama darstellt (15 bestätigte Berufungsgerichte) und diesen mit dem von Trump (24) vergleichen, ist die „Skala“ des Diagramms nicht angepasst.



Ein Beispiel für den Vergleich von Bestätigungen von Berufungsgerichten durch den Präsidenten ist irreführend, da die Größe des Richterhammers nicht maßstabsgetreu ist. Der Hammer von Präsident Trump sollte weniger als doppelt so groß sein wie der von Präsident Obama. Quelle: *How the Trump Administration Is Remaking the Courts*, *New York Times*, 22. August 2018. [Archiviert](#) am 6. September 2019.¹² Screenshot vom Autor bereitgestellt.

KAPITEL 4

Falscher Kontext



Wenn authentischer
Inhalt mit falschen
Kontextinformationen
geteilt wird.

Diese Kategorie wird verwendet, um Inhalte zu beschreiben, die authentisch sind, aber auf gefährliche Weise umformuliert wurden. Eines der deutlichsten Beispiele für diese Technik wurde kurz nach einem islamistischen Terroranschlag auf die Westminster Bridge in London im Jahr 2017 veröffentlicht. Ein Auto fuhr auf dem Bürgersteig entlang der Brücke, wobei 50 Menschen verletzt und vier getötet wurden, bevor das Auto gegen die Tore des Parlamentsgebäudes prallte.

Ein Tweet (gegenüber) wurde in der darauffolgenden Zeit weit verbreitet. Das ist ein unverfälschtes Bild. Nicht gefälscht. Es wurde oft geteilt und mit islamfeindlichen Kommentaren gepostet, mit einer Reihe von Hashtags, darunter #banislam.

Die Frau auf dem Foto wurde anschließend interviewt und erklärte, dass sie traumatisiert gewesen sei, mit einer vertrauten Person telefonierte und das Opfer aus Respekt nicht angesehen hatte. Wir wissen jetzt, dass dieses Konto, Texas LoneStar, Teil einer russischen Desinformationskampagne war und seitdem geschlossen wurde.

Russian bot behind false claim Muslim woman ignored victims of Westminster terror attack



Ein Bericht, der im Zusammenhang mit einer russischen Desinformationskampagne gepostet wurde, impliziert, dass die abgebildete muslimische Frau dem rechts abgebildeten Opfer eines Angriffs gleichgültig gegenüberstand. In Wirklichkeit hatte sie das Opfer aus Respekt nicht angesehen. Der Bericht wurde gelöscht, war aber zuvor im *Guardian*, [archiviert am 6. September 2019](#),¹³ und *The Telegraph*, [archiviert am 10. Dezember 2019](#),¹⁴ veröffentlicht worden.

Ein weiteres Beispiel, das zu seiner Zeit erhebliche Empörung hervorrief, war das Bild eines Kindes in einem Käfig, das im Sommer 2018 im Umlauf war.



Dieses Foto, das ein Kind in einem Käfig zeigt, wurde als Teil einer Protestaktion gegen die US-Einwanderungspolitik inszeniert Archiviert am 6. September 2019.¹⁵
Screenshot vom Autor bereitgestellt.

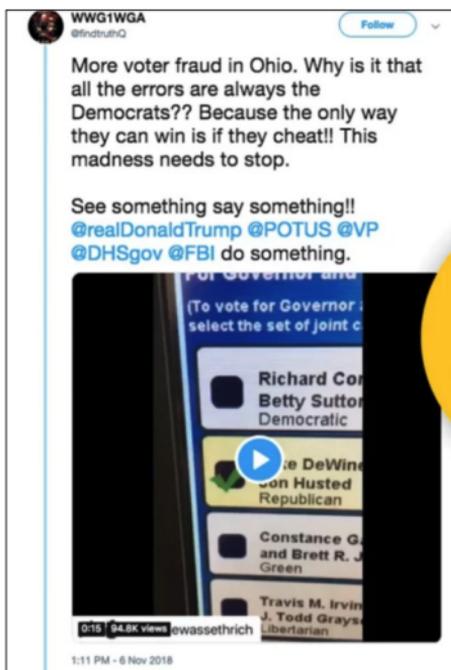
Es hat über 20.000 Retweets erhalten. Ein ähnlicher Beitrag auf Facebook erhielt über 10.000 Shares. Das Bild wurde in Wirklichkeit als Teil einer Protestaktion gegen die US-Einwanderungspolitik inszeniert, die zwei Tage zuvor vor dem Rathaus in Dallas stattfand. Ein weiteres Beispiel für ein unverfälschtes Bild, in dem der Kontext neu gestaltet und verzerrt wurde. In diesem Beispiel erkannte der Autor jedoch nicht, dass es Teil einer Protestaktion war, als er das Bild verbreitete. Deshalb handelt es sich um einen Fall von Fehlinformation und nicht von Desinformation.

In ähnlicher Weise wurde im Vorfeld der US-Zwischenwahlen viel über die „Karawane“ von Immigranten berichtet, die sich aus Mittelamerika in Richtung USA bewegte. Unverfälschte Bilder wurden verbreitet, aber mit einer irreführenden Botschaft. Eines davon war dieser Facebook-Beitrag, ein Bild aus dem Jahr 2015, in dem eigentlich syrische Flüchtlinge in der Türkei gezeigt werden.



Dieses Foto wurde im Zusammenhang mit der „Karawane“ von Migranten in den USA veröffentlicht, ist jedoch ein Foto von syrischen Flüchtlingen in der Türkei aus dem Jahr 2015. Das Originalbild wurde von dem Fotografen geteilt, der es auf Twitter hochgeladen hatte. Archiviert am 6. September 2019.¹⁶ Screenshot vom Autor bereitgestellt.

Ein weiteres Beispiel für einen falschen Kontext ist dieser Tweet, der am Wahltag während der Midterm elections 2018 verbreitet wurde. Es basierte auf einem wahrheitsgemäßen Video eines defekten Wahlgeräts, das beim Drücken den falschen Namen hervorhob. Die Maschine wurde außer Betrieb genommen und die Person erhielt die Möglichkeit, auf einer anderen Maschine abzustimmen, die ordnungsgemäß funktionierte. Aber dieser Tweet, der von jemandem mit einem Benutzernamen verbreitet wurde, der auf die QAnon-Verschwörung verwies, verwendete das Video, um den Eindruck zu vermitteln, dass es sich um ein schwerwiegenderes Beispiel für gezielten Wahlbetrug handelte.



Ein Benutzer verbreitete dieses Video einer defekten Wahlmaschine als Beweis für weit verbreiteten Wahlbetrug. In Wirklichkeit wurde die Maschine außer Betrieb genommen und der Wähler, der das Foto gemacht hatte, durfte erneut abstimmen. Der Tweet wurde gelöscht und auf BuzzFeed gemeldet. Archiviert am 6. September 2019.¹⁷ Screenshot von Jane Lytrynenko für BuzzFeed bereitgestellt.

KAPITEL 5

Betrügerischer Inhalt



Wenn vorgegeben
wird, dass Inhalte
aus authentischen
Quellen stammen.

Wie bereits erwähnt, sucht unser Verstand immer nach Heuristiken, um z. B. die Glaubwürdigkeit in Bezug auf Informationen zu prüfen. Heuristiken sind mentale Verknüpfungen, die uns helfen, die Welt zu verstehen. Eine Marke zu sehen, die wir bereits kennen, ist eine sehr kraftvolle Heuristik. Aus diesem Grund sehen wir eine Zunahme von betrügerischen Inhalten – falscher oder irreführender Inhalte, die bekannte Logos oder Nachrichten von bekannten Persönlichkeiten oder Journalisten verwenden.

Als ich 2014 für UNHCR, die UN-Flüchtlingsagentur, arbeitete, stieß ich zum ersten Mal auf betrügerischen Inhalt, der Schaden anrichten sollte. Wir kämpften ständig mit Beiträgen auf Facebook, die von Menschenschmugglern mit dem UNHCR-Logo erstellt worden waren und Bilder von schönen Yachten veröffentlichten. Darin wurden Flüchtlingen aufgefordert, diese Nummer anzurufen, um einen Platz auf einem dieser Boote zu bekommen, mit dem sie sicher über das Mittelmeer gebracht werden würden.

Seitdem finden wir immer wieder Beispiele von Desinformationsverbreitern, die die Logos etablierter Nachrichtenmarken verwenden, um falsche und irreführende Inhalte zu verbreiten. Hier sind zwei Beispiele, in denen das Logo der BBC auf betrügerische Weise verwendet wurde. Eines war im Vorfeld der britischen Parlamentswahlen 2017 im Umlauf und wurde in den sozialen Medien veröffentlicht. Auf dem Bild wird behauptet, dass die Wahl sich über zwei Tage hinziehen würde und man, abhängig von seiner Parteineigung, am richtigen Tag abstimmen müsste.



BREAKING NEWS

General Election to be held over 2 days

6 mins ago | UK Politics

Due to an unprecedented increase in the number of registered voters, the general election will now be held over two days instead of one, to ease congestion and overcrowding in polling stations.

The voting is to be split in the following way:-

Labour, Liberal Democrat and Green party supporters should vote on Thursday June 8th as usual.

Conservative and UKIP supporters should now vote on Friday June 9th instead.

Please be aware that if you vote for the wrong party on the wrong day your vote will not count!

Eine betrügerische Nachrichtenseite verwendete das BBC-Logo, um irreführende Informationen zu den Wahlen in Großbritannien zu verbreiten. Archiviert am 6. September 2019.¹⁷ Screenshot vom Autor bereitgestellt.

Das andere Bild wurde im Vorfeld der kenianischen Parlamentswahlen 2017 auf WhatsApp verbreitet und veranlasste die BBC, eine Faktenüberprüfung durchzuführen, in der festgestellt wurde, dass das Video, trotz des trickreichen Einsatzes des BBC-Brandings, nicht von der BBC stammte.

BBC News Africa @BBCAfrica

The BBC is aware of a fake video circulating on WhatsApp about the [#Kenya](#) Election. This is NOT a BBC story. Don't fall for [#fakenews!](#)

BBC NEWS

It may look like the BBC TV strap, but it's not.

FOCUS ON AFRICA

BBC NEWS

7:08 PM · Jul 28, 2017 · SocialFlow

1.3K Retweets **575** Likes

Ein Video, das auf WhatsApp verbreitet wurde, verwendete das BBC-TV-Band für ihre eigenen Inhalte zu den die Wahlen in Kenia 2017. Archiviert am 6. September 2019.¹⁸ Screenshot vom Autor bereitgestellt.

Ein schlimmeres Beispiel tauchte während der US-Präsidentenwahlen 2016 auf, als NowThis sich aufgrund eines erfundenen Videos, das mit seinem Logo im Umlauf war, gezwungen sah, eine Widerlegung herauszugeben.



NowThis 
@nowthisnews

A video is circulating with NowThis branding about the Clintons and alleged rape victims. We did not produce this video.

WE ALL KNOW ABOUT THE F... WITH MONICA LEWINSKY

0:11 / 1:00

1:40 am · 10 Oct 2016 · [TweetDeck](#)

188 Retweets **162** Likes

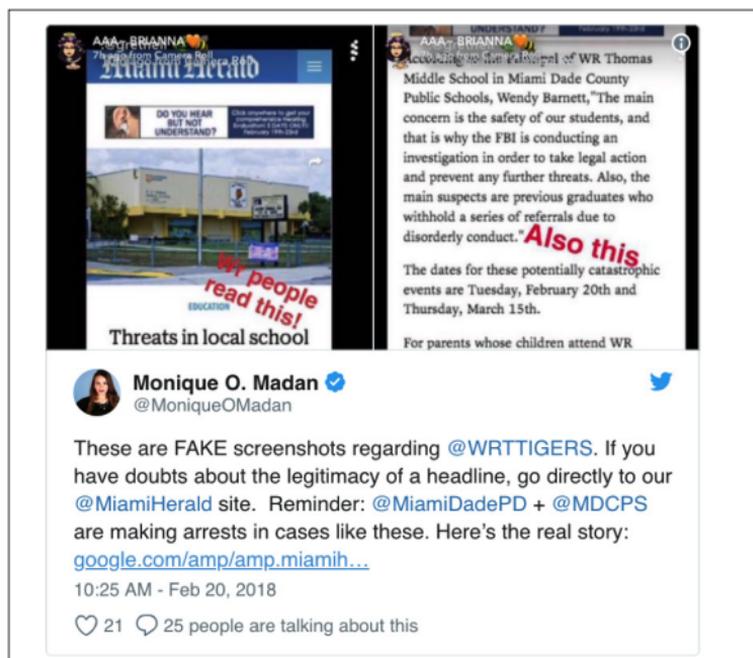
Ein betrügerisches Video über die Clinton-Familie, das als Inhalt des Medienunternehmens NowThis unter Verwendung seines Brandings produziert wurde. Archiviert am 6. September 2019.¹⁹ Screenshot vom Autor bereitgestellt.

Im Jahr 2017 erschien eine ausgeklügelte Betrugsversion von *Le Soir* in Belgien, in der behauptet wurde, dass Macron von Saudi-Arabien finanziert werde. Es war so raffiniert gefälscht, dass alle Hyperlinks in dieser Version zu der echten *Le Soir*-Site führten.



Eine betrügerische Site, die sich als die belgische Zeitung *Le Soir* ausgab, war besonders ausgeklügel, weil alle ihre Links die Benutzer auf die echte *Le Soir*-Site verwiesen. Die betrügerische Website wurde entfernt, aber die ursprüngliche Berichterstattung auf der Website ist auf der CrossCheck France-Website verfügbar. Archiviert am 6. September 2019.²⁰

Eine Schießerei in Parkland, Florida, im Februar 2018 bildete die Kulisse für zwei sehr besorgniserregende Techniken, die sich im Rahmen dieser Kategorie von betrügerischen Inhalten entwickelten. Die erste beinhaltete jemanden, der eine *Miami Herald*-Geschichte aufnahm und in einem anderen Abschnitt eine Bildbearbeitung vorgenommen hatte (was darauf hindeutete, dass eine andere Schule Drohungen mit ähnlicher Schießerei erhalten hatte), einen Screenshot davon machte und dann auf Snapchat in Umlauf brachte.



Jemand hatte einen neuen Abschnitt in eine *Miami Herald*-Geschichte aufgenommen, um den Eindruck zu erwecken, dass zusätzliche Schulen mit Schießereien bedroht wurden, obwohl dies nicht der Fall war. Archiviert am 6. September 2019.²¹ Screenshot vom Autor bereitgestellt.

Ein anderes Beispiel betraf ebenfalls den *Miami Herald*, aber diesmal wurde eine einzelne Reporterin, Alex Harris, ins Visier genommen. Mithilfe einer gefälschten Tweet-Generator-Site, auf der sie das Handle eines Benutzers eingeben können, damit es mit dessen Originalfoto und der Biografie gefüllt wird, wurden zwei anstößige Tweets erstellt. Sie waren als Screenshots im Umlauf. Jeder, der die Twitter-Seite von Harris aufgerufen hätte, hätte sehen können, dass sie so etwas nicht getwittert hatte. Aber in einer Zeit, in der Leute Screenshots von kontroversen Tweets machen, bevor diese gelöscht werden, gab es für sie keine unmittelbare Möglichkeit, definitiv zu beweisen, dass sie die Nachrichten nicht gepostet hatte. Es war ein Warnsignal dafür, wie Reporter mit so einer Methode ins Visier genommen werden können.



Nachdem jemand zwei anstößige Tweets mit einem Bildbearbeitungsprogramm bearbeitet hatte und sie so aussehen ließ, als stammten sie von der Journalistin Alex Harris, alarmierte sie Twitter-Nutzer auf ihrem eigenen Konto, konnte jedoch nicht beweisen, dass die Tweets nicht echt waren. [Archiviert am 6. September 2019](#).²² Screenshot vom Autor bereitgestellt.

Ein weiteres berühmtes Beispiel für betrügerischen Inhalt tauchte im Vorfeld der US-Präsidentschaftswahlen 2016 auf. Unter Verwendung des offiziellen Hillary Clinton-Logos erstellte jemand das folgende Bild, das dann verwendet wurde, um bestimmte ethnische Gemeinschaften gezielt anzusprechen, um so zu versuchen, die Wahlen zu unterdrücken.



Eine Anzeige, die behauptet, von Hillary Clintons Präsidentschaftskampagne bezahlt worden zu sein, lässt es so aussehen, als hätten Hillary-Anhänger unfaire Abstimmungsrechte. Die Anzeige ist jedoch vollständig erfunden. Das Konto wurde inzwischen entfernt, aber Originalberichte und Links sind bei *The Washington Post* verfügbar. Archiviert am 6. September 2019.²³ Screenshot vom Autor bereitgestellt.

Die Menge an Informationen, die die Menschen täglich allein über ihre Handys aufnehmen – E-Mails, Benachrichtigungen in sozialen Medien und Push-Benachrichtigungen –, bedeutet, dass Heuristiken immer wichtiger werden. Daher sind Logos, der genaue Wortlaut von Haftungsausschlüssen oder Verfasserzeilen bekannter Reporter überproportional wirkungsvoll.

Neben Text, Videos und Bildern sollten wir uns zunehmend der Täuschungskraft von Audioinhalten bewusst werden. Im Vorfeld der brasilianischen Präsidentschaftswahlen im Oktober 2018 wurde auf Jair Bolsonaro während eines Wahlkampfereignisses eingestochen. Die nächsten 17 Tage verbrachte er im Krankenhaus. Während dieser Zeit wurde eine Audio-Nachricht verbreitet, die vorgab Bolsonaros Stimme zu sein. In dieser Nachricht beschimpfte er die Krankenschwestern und erklärte, „dass das Theater vorbei sei“, was zu Verschwörungstheorien führte, laut denen die Messerstecherei absichtlich inszeniert worden war, um die Sympathie und damit die Unterstützung für den Kandidaten zu erhöhen. Forensische Audiospezialisten konnten die Aufnahme analysieren und bestätigen, dass die Stimme nicht von Bolsonaro stammte – sondern von einem sehr authentisch klingenden Imitator.

Schließlich eine weitere Technik, die von Snopes untersucht wurde: Die Erstellung von Websites, die wie professionelle lokale Nachrichtenseiten aussehen und klingen, wie z. B. *The Ohio Star* oder die *Minnesota Sun*. Republikanische Berater haben ein Netzwerk solcher Websites eingerichtet, die wie seriöse lokale Nachrichtenseiten aussehen sollen.

Es gibt fünf dieser Websites als Teil des Star News Digital Media-Netzwerks, die teilweise von den republikanischen Kandidaten finanziert werden, die auf diesen Nachrichtenseiten erwähnt werden.



Eine Website, die sich als lokale Zeitung in Ohio ausgibt, wurde von republikanischen Beratern eingerichtet. Aufgerufen am 16. Oktober 2019.²⁴ Screenshot vom Autor bereitgestellt.



Vier Websites, die sich als seriöse lokale Nachrichtenseiten ausgeben, sind Teil eines Netzwerks von Websites, die von republikanischen Beratern eingerichtet wurden. Archiviert am 6. September 2019.²⁵ Screenshot vom Autor bereitgestellt.

Manipulierter Inhalt



Wenn
wahrheitsgemäße
Informationen
oder Bilder mit
täuschender Absicht
manipuliert werden.

Manipulierte Medien entstehen, wenn ein Aspekt eines authentischen Inhalts verändert wird. Das bezieht sich zumeist auf Fotos und Videos. Hier ist ein Beispiel aus der Zeit vor den US-Präsidentschaftswahlen im Jahr 2016, wo zwei authentische Bilder zusammengefügt wurden. Das erste Bild ist aus Arizona und zeigt Menschen, die in der Schlange stehen, um bei den Vorwahlen im März 2016 ihre Stimme abzugeben. Das Bild des ICE-Beamten, der die Verhaftung vornimmt, ist ein Archivbild, das zu diesem Zeitpunkt als das erste Ergebnis einer Google Bildsuche nach ICE-Verhaftung erschien. Das zweite Bild wurde zugeschnitten und über das erste gelegt und vor den Wahlen verbreitet.

Immigration Police arresting people at Voting Booths!

¡Policía de inmigración en las cabinas de votación!

pic.twitter.com/Fzbz5oAiNM

7:28 PM - Oct 28, 2016





Diese beiden Bilder wurden überlagert, um den Eindruck zu erwecken, dass ICE-Beamte an einem Stimmabgabe-Standort anwesend waren. [Archiviert am 16. Oktober 2019.](#)²⁶

Ein weiteres Beispiel für manipulierten Inhalt, das viel diskutiert wurde, richtete sich gegen die Schülerin Emma Gonzalez und drei ihrer Mitschülerinnen, die die Schießerei an ihrer Schule in Parkland, Florida, überlebten. Sie wurden fotografiert und ihr Bild erschien auf der Titelseite von *Teen Vogue*. Das Magazin erstellte ein auf Twitter beworbenes Video, in dem Gonzalez eine Zielscheibe aus Papier in zwei Hälften riss.



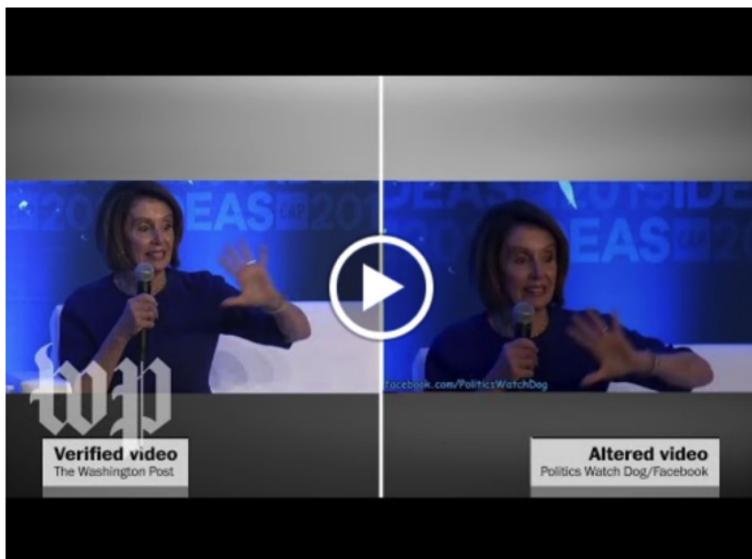
Ein unverfälschtes Bild der Parkland-Überlebenden Emma Gonzalez auf der Titelseite von *Teen Vogue* bevor sie eine Papier-Zielscheibe zerreißt. [Archiviert am 6. September 2019.](#)²⁷

Dieses Video wurde so verändert, dass es den Anschein hatte, Gonzalez würde die US-Verfassung in zwei Hälften reißen. Es wurde von Tausenden von Menschen verbreitet, darunter Prominenten wie dem Schauspieler Adam Baldwin.



Ein erfundenes Video der Parkland-Überlebenden Emma Gonzalez, die die US-Verfassung zerreißt. Dieser Tweet wurde bereits gelöscht und auf *BuzzFeed* gemeldet. Archiviert am 6. September 2019.²⁸

Ein weiteres berühmtes Beispiel ist ein Video der Sprecherin des US-Repräsentantenhauses, Nancy Pelosi, als sie im Mai 2019 eine Rede hielt. Das Filmmaterial wurde etwas verlangsamt und diese einfache Form der Manipulation ließ es so aussehen, als ob Pelosi betrunken wäre und lallend spräche.



Ein Video der Sprecherin des US-Repräsentantenhauses, Nancy Pelosi, das verlangsamt wurde, um sie betrunken erscheinen zu lassen. Dieses Side-by-Side-Video wurde von der *Washington Post* erstellt. Archiviert am 6. September 2019.²⁹ Screenshot vom Autor bereitgestellt.

Die gleiche Technik wurde in Argentinien erneut angewendet, um Sicherheitsministerin Patricia Bullrich im Vorfeld der dortigen Wahlen im Oktober 2019 ins Visier zu nehmen.



Ein Video der argentinischen Sicherheitsministerin Patricia Bullrich wurde ebenfalls verlangsamt, um sie betrunken erscheinen zu lassen. [Archiviert am 6. September 2019.](#)³⁰ Screenshot vom Autor bereitgestellt.

KAPITEL 7

Erfundener Inhalt



Neuer Inhalt, der zu 100 % falsch ist und in der Absicht, zu täuschen oder zu schaden, erstellt wurde.

Erfundener Inhalt ist zu 100% falsch. Zum Beispiel kursierte vor den US-Präsidentschaftswahlen 2016 die falsche Behauptung, Papst Franziskus habe Donald Trump als Präsidenten befürwortet, was eine große Aufmerksamkeit erhielt. Die Schlagzeile wurde auf einer Website namens WTOE5 veröffentlicht, auf der im Vorfeld der Wahlen eine Reihe falscher Gerüchte verbreitet wurden.

Pope Francis Shocks World, Endorses Donald Trump for President, Releases Statement

TOPICS: Pope Francis Endorses Donald Trump



In diesem Artikel wird behauptet, dass Papst Franziskus Donald Trump als Präsidenten befürwortet habe. Das stimmt aber nicht. Die Seite ist nicht mehr online, wurde aber von *Snopes* aufgedeckt. Archiviert am 6. September 2019.³¹ Screenshot vom Autor bereitgestellt.

Ein altes aber deswegen nicht weniger beliebtes Video aus dem Jahr 2012 zeigt einen Adler, der angeblich ein Baby in einem Park stiehlt. Das Video wurde über 40 Millionen Mal angesehen, bevor bekannt wurde, dass das Video im Rahmen eines Universitätsprojekts erstellt worden war, um Inhalte zu generieren, mit denen Zuschauer erfolgreich betrogen werden könnten. Die Studierenden verwendeten einen computergenerierten Adler, der so glaubwürdig aussah, dass nur eine Einzelbildanalyse ergab, dass sich der Flügel des Adlers für den Bruchteil einer Sekunde von seinem Körper löste und sein Schatten später aus dem Nichts im Hintergrund des Filmmaterials erschien.

Ein weiteres Beispiel für einen zu 100 % erfundenen Inhalt ist ein Video, das 2014 veröffentlicht wurde. Es zeigte angeblich ein Feuergefecht in Syrien und einen Jungen, der ein junges Mädchen rettete. Standbilder aus dem Film erschienen auf der Titelseite der *New York Post*. Es stellte sich heraus, dass das Video von Filmemachern erstellt worden war, die in Malta gedreht hatten und dieselbe Filmkulisse wie der Gladiators-Film verwendet hatten. Sie wollten auf die Schrecken in Syrien aufmerksam machen, aber ihre Handlungen wurden von Menschenrechtsaktivisten verurteilt, die argumentierten, dass diese Art der Fälschung ihre Bemühungen, echte Gräueltaten zu dokumentieren, untergraben würde.

Ein weiteres weniger tragisches Beispiel gilt als eine der erfolgreichsten viralen Fälschungen. Das Video wurde von der Comedy Central-Show „Nathan for You“ erstellt und zeigt ein Schwein, das eine ertrinkende Ziege aus einem Teich rettet. Das Video wurde weit verbreitet und auch am Ende einiger Fernsehnachrichtensendungen gezeigt. Es dauerte mehr als sechs Monate, bis Comedy Central ein Video veröffentlichte, in dem sie erklärten, wie aufwendig die Erstellung des Clips gewesen sei. Dazu gehörte der Bau einer Art Kegelbahn aus Plexiglas unter Wasser und der Einsatz von Tauchern, die das Schwein zur Ziege führten!



Comedy Central hatte ein ausgeklügeltes Unterwasser-Setup erstellt, damit es aussah, als hätte ein Schwein eine ertrinkende Ziege gerettet. Viele haben es für wahr gehalten und es weiter verbreitet. Aus dem YouTube-Kanal von Comedy Central. Archiviert am 6. September 2019.³² Screenshot vom Autor bereitgestellt.

Am Ende lohnt es sich, einen Blick in die Zukunft und die nächste Welle von erfundenen Inhalten zu werfen, die von künstlicher Intelligenz angetrieben werden wird, auch als „Deepfakes“ bekannt. Wir haben anhand eines Deepfake-Videos von Jordan Peele, in dem er wie ein Bauchredner mit der Stimme und dem Gesicht von Präsident Obama spricht, gesehen, was möglich sein wird.

Und vor kurzem haben wir gesehen, wie Dokumentarfilmer einen Clip von Mark Zuckerberg erstellt haben, um zu testen, ob Instagram ihn entfernen würde. Paradoxerweise meinte man bei Instagram, dass das Video nicht gegen ihre Richtlinien verstößt, während CBS den Inhalt mit einem Warnhinweis markiert hat und argumentiert, dass es sich aufgrund der Verwendung ihres Logos um betrügerischen Inhalt handelt (siehe Kapitel 4).



Dieser erfundene Clip von Mark Zuckerberg wurde nicht von Facebook entfernt, aber CBS hat den Inhalt wegen der Verwendung seines Logos markiert. Archiviert am 6. September 2019.³³

Fazit

Das Informationschaos ist komplex. Einige Aspekte könnten als geringe Informationsverunreinigung beschrieben werden, wie z. B. Klickköder-Überschriften, schlecht formulierte Untertitel oder Satire, die täuscht, aber andere Aspekte sind raffiniert und in höchstem Maße irreführend oder betrügerisch.

Um diese Herausforderungen zu verstehen, zu erklären und anzugehen, ist die Sprache, die wir verwenden, wichtig. Terminologie und Definition sind von Bedeutung.

Wie dieser Leitfaden gezeigt hat, gibt es viele Beispiele für die verschiedenen Möglichkeiten, wie Inhalte gestaltet, betrügerisch verwendet und manipuliert werden können. Anstatt alles als eine Einheit zu betrachten, kann eine Aufschlüsselung dieser Techniken Ihrem Newsroom helfen und Ihrem Publikum ein besseres Verständnis für die Herausforderungen vermitteln, denen wir jetzt gegenübersehen.

FUSSNOTEN

1. Wardle, C & H. Derakshan (Oktober 2017). Information Disorder: An interdisciplinary Framework for Research and Policy for the Council of Europe. Abgerufen auf <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>
2. Lyons, T. (Juni 2018) Hard Questions: How Is Facebook's Fact-Checking Program Working?, Facebook Newsroom. Abgerufen auf <https://newsroom.fb.com/news/2018/06/hard-questions-fact-checking/>
3. Sénécat, A. (April 2017), Macron et les „ mains sales „ des ouvriers : l'intox qui a entaché l'image du candidat, Le Monde. Abgerufen auf https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/04/27/macron-et-les-mains-sales-des-ouvriers-l-intox-qui-a-entache-l-image-du-candidat_5118677_4355770.html?
4. Le Gorafi, (Juni 2016) Emmanuel Macron : „Quand je serre la main d'un pauvre, je me sens sale pour toute la journée“. Abgerufen auf <http://www.legorafi.fr/2016/06/01/emmanuel-macron-quand-je-serre-la-main-dun-pauvre-je-me-sens-sale-pour-toute-la-journee/>
5. Ethel Rudnitzki (Februar 2019), Perfis de paródia se organizam no Twitter em apoio a Bolsonaro e contra a imprensa, Apublica. Abgerufen auf <https://apublica.org/2019/02/apos-exclusao-de-contas-perfis-de-parodia-se-organizam-no-twitter-em-apoio-a-bolsonaro-e-contra-a-imprensa/>
6. Evon, D. (Juli 2019), Did a Georgia Lawmaker Claim a Chick-fil-A Employee Told Her to Go Back to Her Country?, Snopes. Abgerufen auf <https://www.snopes.com/fact-check/georgia-lawmaker-go-back-claim/>
7. Saslow, E. (November 2018) 'Nothing on this page is real': How lies become truth in online America, Washington Post. Abgerufen auf https://www.washingtonpost.com/national/nothing-on-this-page-is-real-how-lies-become-truth-in-online-america/2018/11/17/edd44cc8-e85a-11e8-bbdb-72fdbf9d4fed_story.html
8. Deamicisaug, C. (August 2014) Facebook shifts its algorithm to fight clickbait. Will it kill off Upworthy and BuzzFeed?, Gigaom. Abgerufen auf <https://gigaom.com/2014/08/25/facebook-shifts-its-algorithm-to-fight-clickbait-will-it-kill-off-upworthy-and-buzzfeed/>

9. [Sethuraman, R. Vallmitjana, J. & Levin, J. \(Mai 2019\) Using Surveys to Make News Feed More Personal, Facebook Newsroom.](https://newsroom.fb.com/news/2019/05/more-personalized-experiences/) Abgerufen auf <https://newsroom.fb.com/news/2019/05/more-personalized-experiences/>
10. [Scacco, J.M. & Muddiman, A. \(August 2016\) Investigating the Influence of Clickbait Headlines, Engaging News Project, University of Texas, Austin.](http://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2016/08/ENP-Investigating-the-Influence-of-Clickbait-News-Headlines.pdf) Abgerufen auf <http://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2016/08/ENP-Investigating-the-Influence-of-Clickbait-News-Headlines.pdf>
11. [Knight Foundation \(September 2018\) Indicators of News Media Trust.](https://knightfoundation.org/reports/indicators-of-news-media-trust) Abgerufen auf <https://knightfoundation.org/reports/indicators-of-news-media-trust>
12. [Zengerle, J. \(August 2018\). How the Trump Administration is Remaking the Courts. The New York Times.](https://web.archive.org/web/20190906154845/https://www.nytimes.com/2018/08/22/magazine/trump-remaking-courts-judiciary.html) Abgerufen auf <https://web.archive.org/web/20190906154845/https://www.nytimes.com/2018/08/22/magazine/trump-remaking-courts-judiciary.html>
13. [Hern, A. \(November 2017\). How a Russian 'troll soldier' stirred anger after the Westminster attack. The Guardian.](http://web.archive.org/web/20190906164240/https://www.theguardian.com/uk-news/2017/nov/14/how-a-russian-troll-soldier-stirred-anger-after-the-westminster-attack) Abgerufen auf <http://web.archive.org/web/20190906164240/https://www.theguardian.com/uk-news/2017/nov/14/how-a-russian-troll-soldier-stirred-anger-after-the-westminster-attack>
14. [Dixon, H. \(November 2017\). Russian bot behind false claim Muslim woman ignored victims of Westminster terror attack. The Telegraph.](https://web.archive.org/web/20191209180657/https://www.telegraph.co.uk/news/2017/11/13/russian-bot-behind-false-claim-muslim-woman-ignored-victims/) Abgerufen auf <https://web.archive.org/web/20191209180657/https://www.telegraph.co.uk/news/2017/11/13/russian-bot-behind-false-claim-muslim-woman-ignored-victims/>
15. [Vargas, J. \[joseiswriting\]. \(11. Juni 2018\). This is what happens when a government believes people are „illegal.“ Kids in cages. \[Tweet\].](http://web.archive.org/web/20190906164438/https://twitter.com/joseiswriting/status/1006397160622055429?lang=en) Abgerufen auf <http://web.archive.org/web/20190906164438/https://twitter.com/joseiswriting/status/1006397160622055429?lang=en>
16. [Scuotto, L. \[luigi_scuotto\]. \(13. März 2016\). 'We are human beings.' - Pakistani protesting at #Moria, #Lesvos @Fotomovimiento #refugeesGr \[Tweet\].](https://twitter.com/luigi_scuotto/status/709134243121778689) Abgerufen auf https://twitter.com/luigi_scuotto/status/709134243121778689
17. [Lytvynenko, J. \(November 2018\). Election Officials Asked Twitter To Remove A Video Falsely Claiming Voter Fraud, But The Company](#)

Refuses. Buzzfeed. Abgerufen auf <http://web.archive.org/web/20190906164857/https://www.buzzfeednews.com/article/janeltyvynenko/elections-officials-asked-twitter-to-remove-a-video-falsely>

18. B3ta.com board. This image depicts imposter content with the BBC logo, spreading misleading information about the duration of the general election. Abgerufen auf <http://web.archive.org/web/20190906163652/https://b3ta.com/board/11227991>
19. BBC News Africa [BBCAfrica]. (28. Juli 2017). The BBC is aware of a fake video circulating on WhatsApp about the #Kenya Election. This is NOT a BBC story. Don't fall for #fakenews! [Tweet]. Abgerufen auf http://web.archive.org/web/20190906161716/https://twitter.com/bbcafrica/status/8909974282_24225280?lang=en
20. NowThis News [nowthisnews]. (9. Oktober 2016). A video is circulating with NowThis branding about the Clintons and alleged rape victims. We did not produce this video. [Tweet]. Abgerufen auf http://web.archive.org/web/20190906161836/https://twitter.com/nowthisnews/status/7852787_56558610433?lang=en
21. CrossCheck France. „Was Macron's campaign for the French presidency financed by Saudi Arabia?“ Abgerufen auf <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/macrons-campaign-french-presidency-financed-saudi-arabia/>
22. Madan, M. [moniqueomadan]. (20. Februar 2018). These are FAKE screenshots regarding @WRTTIGERS. If you have doubts about the legitimacy of a headline, go directly to our @MiamiHerald site. Reminder: @MiamiDadePD + @MDCPS are making arrests in cases like these. Hier ist die wahre Geschichte: <https://www.google.com/url?q=http://amp.miamiherald.com/news/local/education/article200588264.html> [Tweet]. Abgerufen auf <http://web.archive.org/web/20190906162919/https://twitter.com/moniqueomadan/status/96595579972870144>
23. Harris, A. [harrisalex]. (14. Februar 2018). There are 2 fake tweets circulating today attributed to me. They are doctored versions of tweets I sent while trying to tell the stories of victims and survivors – important stories that need to be heard. I did not ask if the shooter was white nor ask for photos of dead bodies. [Tweet]. Abgerufen auf http://web.archive.org/web/20190906163035/https://twitter.com/harrisalex/status/96398430_4333295616?lang=en

24. Hawkins, D. (November 2016). No, you can't text your vote. But these fake ads tell Clinton supporters to do just that. The Washington Post. Abgerufen auf <https://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2016/11/03/no-you-cant-text-your-vote-but-these-ads-tell-clinton-supporters-to-do-just-that/>
25. The Ohio Star. Zugriff am 1. Oktober 2019. Abgerufen auf <https://web.archive.org/web/20191115144813/https://theohiostar.com/>
26. Star News Digital Media. Zugriff am 1. Oktober 2019. Abgerufen auf <https://web.archive.org/web/20190906164110/https://starnewsdigitalmedia.com/>
27. Wikimedia Commons User Duffman. (17. Februar 2005). US Immigration and Customs Enforcement arrest [digitales Bild]. Abgerufen auf http://web.archive.org/web/20190906165315/https://commons.wikimedia.org/wiki/File:US_Immigration_and_Customs_Enforcement_arrest.jpg
28. González, E. (März 2018). Emma González on Why This Generation Needs Gun Control. Teen Vogue. Abgerufen auf <https://www.teenvogue.com/story/emma-gonzalez-parkland-gun-control-cover>
29. Ansari, T. (März 2018). People Are Sharing A Fake Picture of a Parkland Survivor Tearing Up the Constitution. BuzzFeed. Abgerufen auf <https://www.buzzfeednews.com/article/talalansari/people-are-sharing-a-fake-picture-of-a-parkland-survivor>
30. Harwell, D. (Mai 2019). Faked Pelosi videos, slowed to make her appear drunk, spread across social media. The Washington Post. Abgerufen auf <http://web.archive.org/web/20190906172148/https://www.washingtonpost.com/technology/2019/05/23/faked-pelosi-videos-slowed-make-her-appear-drunk-spread-across-social-media/?noredirect=on>
31. Bullrich, P. [PatoBullrich] (4. Juli 2019). Sí, estaba despeinada. La conferencia empezó a las 8 am al aire libre. Pero el video fue editado: lo ralentizaron para ridicularizarme, desacreditar el trabajo del @minseg y la gestión de @mauriciomacri. El primer #FakeNews de la Campaña 2019. ¡Nada nos va a detener! [Tweet]. Abgerufen auf <http://web.archive.org/web/20190906172919/https://twitter.com/PatoBullrich/status/1146836889925816320>

32. Evon, D. (Juli 2016). Pope Francis Shocks World, Endorses Donald Trump for President: Reports that His Holiness has endorsed Republican presidential candidate Donald Trump originated with a fake news web site. Snopes. Abgerufen auf <https://www.snopes.com/fact-check/pope-francis-donald-trump-endorsement/>
33. Nathan For You. [Comedy Central UK]. Hero pig saves a drowning goat (14. November 2017). [Videodatei]. Abgerufen auf <http://web.archive.org/web/20190906174554/https://www.youtube.com/watch?v=noTz20TB714>
34. Bill Posters [@bill_posters_uk]. (7. Juni 2019). 'Imagine this...' (2019) This deepfake moving image work is from the 'Big Dada' series, part of the 'Spectre' project. Where big data, AI, dada, and conceptual art combine. Kunstwerk von Bill Posters & @danyelhau #spectreknows #privacy #democracy #surveillancecapitalism #dataism #deepfake #deepfakes #contemporaryartwork #digitalart #generativeart #newmediaart #codeart #markzuckerberg #artivism #contemporaryart [Instagram-Foto]. Abgerufen auf <https://www.instagram.com/p/ByaVigGFP2U/>

ÜBER FIRST DRAFT

First Draft ist eine globale, gemeinnützige, unparteiische Organisation zur Unterstützung derjenigen, die in der Berichterstattung an vorderster Front stehen. Wir stellen praktische Ratschläge und Schulungen bereit, die auf kontinuierliche Forschung gestützt sind. Fachwissen, Tools und Empfehlungen werden gemeinsam mit Partnern in aller Welt ständig getestet und überarbeitet.

FIRSTDRAFT

Unterstützt durch

Google News Initiative

@firstdraftnews

Weitere Informationen unter firstdraftnews.org/resources