



LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW
Der Meinungsfreiheit verpflichtet.

INFORMATIONSLAGE UND MEINUNGS- BILDER ZU COVID-19: AUF DER SUCHE NACH VERLÄSSLICHKEIT

Forschungsmonitor Informationsintermediäre – Spezial
Ausgabe 6: Juli 2020

Realisiert von:

iRights.Lab
Think Tank für die
digitale Welt



RÜCKBLICK UND ÜBERBLICK

INFORMATIONSLAGE UND MEINUNGSBILDER ZU COVID-19: AUF DER SUCHE NACH VERLÄSSLICHKEIT

„Geheime Eliten versuchen, mithilfe von Impfstoffen das politische System zu stürzen, um selbst an die Macht zu kommen“, „Die USA betreibt im Verborgenen Laboratorien auf dem Boden ehemaliger Sowjetstaaten, damit Viren nicht auf dem eigenen Staatsgebiet ausbrechen“, „Das 5G-Netz trägt dazu bei, dass sich das neue Coronavirus verbreitet“. Drei von zahlreichen Verschwörungstheorien, die im Zusammenhang mit der Coronapandemie im Umlauf sind. Isoliert betrachtet mögen sie „bizarrr“¹ wirken, wie das einige Medienberichte umschreiben. Doch sie sind eingebettet in größere Kommunikations- und Informationskontexte: Hinter ihrer Verbreitung verbergen sich Absichten. Sie haben häufig nur wenig damit zu tun, hilfreiche Strategien für den Umgang mit einer Krisensituation zu finden. Es geht auch nicht um Aufklärung, sondern darum, die Pandemie zu nutzen, um bestimmte Ideologien zu stärken (Insight 3 und 6). Das kann Folgen haben: Denn aus verfügbaren Informationen erwachsen Meinungsbilder. Diese wiederum stellen die Grundlage dar, um Entscheidungen zu treffen und zu handeln (Insight 1, 3 und 4). Unser aller Handeln wiederum beeinflusst, wie stark und wo sich das Virus ausbreitet und wer davon betroffen ist. Sich mit der Informationslage und Meinungsbildung zur COVID-19-Pandemie zu beschäftigen, bedeutet demnach, sich mit dem Virus, der daraus folgenden Erkrankung und dem Umgang damit auseinanderzusetzen. Die sechste Ausgabe des Forschungsmonitors widmet sich diesen Zusammenhängen. Sie greift wissenschaftliche Perspektiven und Erkenntnisse dazu auf, welche Informationen in Deutschland und anderen Ländern zur Verfügung stehen, wie sie kommuniziert werden, sich verbreiten und wie sich das auf die individuelle und öffentliche Meinungsbildung auswirken kann.

Ein prägendes Merkmal der Informationsumgebung in der Coronakrise sind in der Tat die zahlreichen falschen und gezielt irreführenden Informationen, die häufig auch Verschwörungstheorien beinhalten (Insight 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9 und 10). Weltweit sind wiederkehrende Narrative der Desinformation zu erkennen, die insbesondere über intermediäre Anwendungen wie soziale Netzwerke und Videoplattformen gestreut werden (Insight 1, 3 und 6). Dort verbreiten sie sich meist schneller als ihnen begegnet werden kann (Insight 2 und 7).

Informationsintermediäre sind im digitalen Raum vielfach zwischen Rezipientin beziehungsweise Rezipient und Information geschaltet. Sie erfüllen demnach eine vermittelnde Funktion. Dabei schaffen sie ein jeweils personalisiertes Angebot für die Nutzerin bzw. den Nutzer. Dieses Angebot ist für die allgemeine Öffentlichkeit nicht einsehbar. Algorithmische Systeme kuratieren die jeweilige mediale Wirklichkeit online. Die Grundlage dafür bilden gesammelte Datenmassen. Mit ihrer Hilfe bestimmen algorithmische Systeme² etwa, was auf die individualisierten Ergebnisseiten der Suchmaschinen gelangt und gestalten die personalisierten Newsfeeds von Social-Media-Profilen. Sie selektieren durch automatisierte algorithmische Prozesse nach weitgehend unbekanntem Kriterien. Die Entwicklerteams hinter den algorithmischen Systemen wählen die Datengrundlage aus, die sogenannte „ground truth“, oder bestimmen, welche Datenpunkte in diesen Systemen welche Relevanz erhalten.

Vertreter der Weltgesundheitsorganisation (WHO) schlussfolgerten deshalb, wir hätten es nicht alleine mit einer Pandemie zu tun, sondern auch mit einer „massiven Infodemie“, die es zu bewältigen gelte. Die wiederkehrenden Erzählformen irreführender und falscher Informationen sind weit vielfältiger und zahlreicher als die eingangs beispielhaft dargestellten Behauptungen (Insight 3, 4 und 7). Auch die Akteure, die dahinterstehen, unterscheiden sich. Dazu zählen Regierungen einiger Staaten wie

1 z. B. <https://www.sueddeutsche.de/politik/verschwörungstheorien-corona-fake-news-1.4907484> (24.06.2020), <https://www.tagesspiegel.de/politik/demonstrationen-gegen-corona-massnahmen-die-verschwörungstheoretiker-sind-eine-minderheit-aber-man-muss-sich-ihnen-stellen/25819414.html> (03.06.2020)

2 Der Begriff algorithmisches System erfasst sowohl einfachere als auch komplexere Softwareanwendungen. Dazu zählen auch lernende Systeme, die häufig als „Künstliche Intelligenz“ bezeichnet werden.

beispielsweise die Russlands, Chinas oder Syriens. Auch einzelne Politikerinnen und Politiker, die machtvolle Ämter bekleiden, streuen gezielt falsche und irreführende Informationen (Insight 6, 7 und 8). Dabei spielen mitunter Formen der Hassrede eine Rolle, die sich rassistischer Narrative bedienen, wie einige Äußerungen Donald Trumps zu COVID-19 verdeutlichen. Diese Erzählformen verharmlosen oder schüren Ängste, indem sie etwa ein Feindbild kreieren und polarisieren, anstatt durch Information eine Grundlage für eine reflektierte Meinungsbildung anzubieten (Insight 3, 6 und 9). In den meisten Fällen geschieht dies nicht alleine über soziale Netzwerke oder Videoplattformen. Auch bestimmte Medien tragen über ihre Online- und Offlineformate Desinformationen, Hassrede und Verschwörungstheorien in die Breite (Insight 6, 8, 9 und 10). Das sorgt für eine diffuse Informationslage, die sich auf die Akzeptanz politischer Maßnahmen, die Verbreitung des Virus und auch auf die Gesundheitssituation einzelner Menschen auswirken kann (Insight 2, 4 und 10). Der Begriff der Infodemie verschleiert diese Komplexität. Denn er suggeriert, wir hätten es mit dem einen Problem in Bezug auf die Informationslage und den -zugang zu tun, für das es auch die eine Lösung gäbe (Insight 7).

Bleibt uns demnach keine andere Wahl als desinformiert und damit desorientiert durch diesen globalen Ausnahmezustand zu stolpern? Nein – denn einige Studien zeigen: Bestimmte Informations- und Darstellungsformen, wie eine frühzeitige und faktenbasierte Kommunikation, können helfen, die COVID-19-Pandemie einzudämmen. Sie tragen zu einer verlässlichen, weitgehend widerspruchsfreien Informationsgrundlage bei, etwa zu präventiven Maßnahmen im Umgang mit dem Virus. Dabei scheint der Zugang zu verständlich aufbereiteten wissenschaftlichen Informationen wichtig zu sein (Insight 5, 6, 9). Eine solche Kommunikation beinhaltet auch, falsche und irreführende Informationen einzuordnen sowie den Menschen die notwendige Hilfestellung zu geben, zwischen Falschinformation und gezielter Desinformation zu unterscheiden (Insight 1, 9 und 10). Auf die Sachlage bezogene und einordnende journalistische und politische Kommunikation sowie die Aufklärung durch einzelne bekannte Persönlichkeiten fördern Verständnis und Vertrauen. Dazu gehört auch, Fehler transparent zu machen (Insight 1 und 8). Damit journalistische Angebote dies leisten können, sind finanzielle Mittel notwendig, die für einige Medien mit der Coronakrise so knapp werden, dass sie um ihre Existenz fürchten (Insight 8). Zugleich können Nutzerinnen und Nutzer sozialer Netzwerke Verantwortung zeigen, indem sie prüfen, welchen Inhalten sie Aufmerksamkeit schenken und welche sie streuen (Insight 8 und 10).

Die Coronakrise und unser Umgang mit ihr verdeutlichen und verschärfen zahlreiche bereits zuvor vorhandene gesellschaftliche Probleme. Ein Ausschnitt daraus sind gezielte Desinformationen, der Umgang damit, die Rolle sogenannter „alternativer Medien“ gegenüber bestimmter Formen journalistischer Berichterstattung sowie die Reproduktion von Rassismen. Die Debatte zu diesen Themen erreicht zumindest während der Pandemie mehr Menschen als zuvor. Darin lässt sich eine Chance erkennen. Sie fußt darauf, dass Informationen Meinungsbilder beeinflussen, worauf Entscheidungen und schließlich Taten aufbauen. Die größere Aufmerksamkeit könnte damit Veränderungen bewirken. Ob wir diese Chance tatsächlich nutzen, werden künftige Untersuchungen zu analysieren versuchen.

INSIGHTS

NEUE VERÖFFENTLICHUNGEN

Insight 1: Desinformation ist folgenreicher als Falschinformation	05
Insight 2: Schnell gestreut, langsam bekämpft	06
Insight 3: Absichten hinter automatisierter Verschwörung	07
Insight 4: Informationen formen Entscheidungen	08
Insight 5: Zwischen zuverlässigen Informationen und Kriegsrhetorik	09
Insight 6: Das 5G-Netz und das Machtstreben geheimer Eliten	10
Insight 7: Die Rede von der Infodemie verschleiert	11
Insight 8: Medienberichten und Regierungen vertrauen	12
Insight 9: Wissenschaft statt Hass	13
Insight 10: Die Beobachterin des Beobachters	14

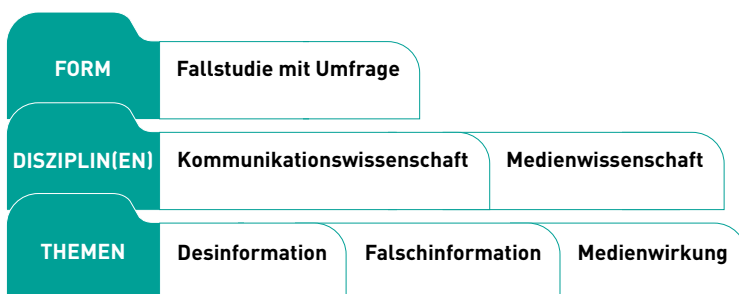
VERÖFFENTLICHUNGEN

INSIGHT 1: DESINFORMATION IST FOLGENREICHER ALS FALSCHINFORMATION

Bürgerinnen und Bürger der USA, Großbritanniens, der Niederlande und Deutschlands sahen sich in der frühen Phase der COVID-19-Pandemie mit zahlreichen Informationen konfrontiert, die der Sachlage widersprachen. Das legt die Studie „Feeling ‚disinformed‘ lowers compliance with COVID-19 guidelines“ dar und betont dabei den Unterschied zwischen Falschinformation und Desinformation. Bei Falschinformationen handelt es sich um Fehler, die keiner Absicht folgen. Desinformationen hingegen werden gezielt eingesetzt, um die Meinungsbildung zu beeinflussen und zu manipulieren. Ein Forschungsteam der Universität Amsterdam bat im März 1.321 Bürgerinnen und Bürger im Rahmen einer Umfrage, die allgemeine Informationslage über das neue Coronavirus SARS-CoV-2 und die von ihm verursachte Krankheit COVID-19 zu bewerten. Die Befragten sollten angeben, inwieweit sie rezipierte Informationen als falsch, ungenau oder absichtlich irreführend wahrnehmen.

TAKEAWAYS:

- (1) Personen, die angaben, eher Falschinformationen (und nicht Desinformationen) begegnet zu sein, waren häufiger dazu bereit, nach weiteren Informationsquellen zu suchen und offizielle Richtlinien, wie die der sozialen Isolation, einzuhalten.
- (2) Solche, die der Meinung waren, mehrheitlich Desinformationen (und nicht Falschinformationen) begegnet zu sein, sind tendenziell weniger dazu bereit, sich den staatlichen Vorgaben zu fügen. Zugleich neigen sie dazu, weitere Nachrichten eher zu meiden.
- (3) Auf Grundlage dieser Erkenntnisse formuliert das Forschungsteam die Empfehlung: Informationsgeber, insbesondere Regierungen, die WHO sowie Journalistinnen und Journalisten, sollten das Vertrauen der Öffentlichkeit in ihre Absichten, wahrheitsgemäß zu informieren, stärken. Bestandteil dessen ist, dass Bürgerinnen und Bürgern Hilfestellung erhalten, um Falschinformationen von absichtlichen Desinformationen zu unterscheiden.



Quelle(n):

Hameleers, Michael / van der Meer, Toni G. L. A. / Brosius, Anna: Feeling "disinformed" lowers compliance with COVID-19 guidelines: Evidence from the US, UK, Netherlands and Germany. The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review.

Online unter: → <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/feeling-disinformed-lowers-compliance-with-covid-19-guidelines-evidence-from-the-us-uk-netherlands-and-germany/> (6.7.2020).

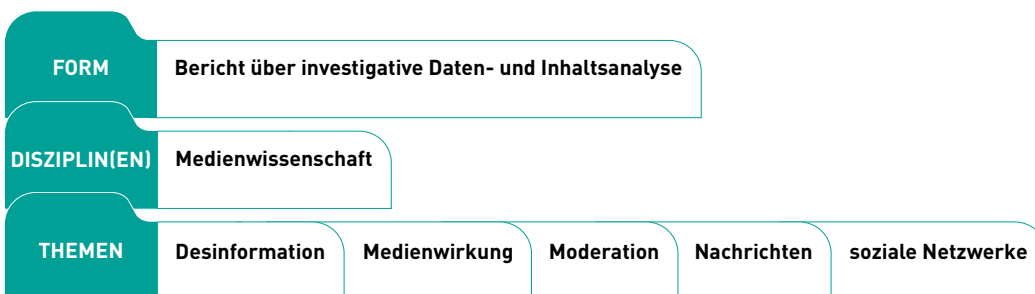
INSIGHT 2: SCHNELL GESTREUT, LANGSAM BEKÄMPFT

In der frühen Phase der COVID-19-Pandemie, im Februar und März 2020, verblieb eine Vielzahl falscher und irreführender Inhalte ohne Warnhinweise im sozialen Netzwerk *Facebook*.

Das stellt eine Investigativuntersuchung des Kampagnen-Netzwerks *Avaaz* fest. Ein Team sammelte und sichtete im Februar und März Inhalte in sechs Sprachen (Englisch, Italienisch, Spanisch, Französisch, Portugiesisch und Arabisch), die über *Facebook* zugänglich waren. Insgesamt prüfte das Team 104 Veröffentlichungen, die es anhand bestimmter Kriterien als irreführend oder falsch einstufte. Die Inhalte wurden geschätzte 117 Millionen Mal angesehen. Nutzerinnen und Nutzer teilten sie über 1,7 Millionen Mal. Dazu zählten etwa Gesundheitsinformationen, die der Sachlage widersprechen und Angst oder Panik schüren können.

TAKEAWAYS:

- (1) 41 Prozent der als falsch oder irreführend klassifizierten Inhalte verblieben ohne Warnhinweise im sozialen Netzwerk. Der Partner des unternehmenseigenen Faktencheckprogramms identifizierte 65 Prozent dieser Inhalte. Das *Avaaz*-Team stufte 24 Prozent der analysierten Informationen so ein, dass sie dazu beitragen können, direkte körperliche Schäden zu verursachen, sofern Nutzerinnen und Nutzer die enthaltenen Ratschläge zum Umgang mit dem Virus befolgen.
- (2) Es kam zu Verzögerungen, bis *Facebook* die eigenen Richtlinien zum Umgang mit falschen und irreführenden Veröffentlichungen umsetzt. Inhalte blieben bis zu 22 Tage ohne Warnhinweis online. In dieser Zeit waren sie für zahlreiche Nutzerinnen und Nutzer einsehbar und verbreiteten sich weiter.
- (3) *Facebook* löschte in Folge der übermittelten Untersuchungsergebnisse weitere 17 Beiträge, die noch online waren, mit geschätzten 2,4 Millionen Ansichten. Bei einem Gespräch mit Mitgliedern des zuständigen Teams am 13. April sagte Facebook außerdem zu, rückwirkende Warnmeldungen zur Bekämpfung von falschen oder irreführenden Inhalten einführen zu wollen.³



Quelle(n):

Avaaz (o. V.): How Facebook can Flatten the Curve of the Coronavirus Infodemic.

Online unter: → https://avaazimages.avaaz.org/facebook_coronavirus_misinformation.pdf (6.7.2020).

INSIGHT 3:

ABSICHTEN HINTER AUTOMATISIERTER VERSCHWÖRUNG

Während der COVID-19-Pandemie und der damit einhergehenden sozialen Isolation ist die Öffentlichkeit im Digitalen bedeutsamer denn je.

Das beschreibt ein Forschungsteam der *University of Southern California* als Ausgangspunkt seiner Untersuchung „What types of COVID-19 conspiracies are populated by Twitter bots?“. Das Team analysierte von Ende Januar bis Mitte März, welche Nachrichten zur Pandemie und dem Virus sich über Social Bots⁴ im sozialen Netzwerk *Twitter* verbreiten. Die Forscherinnen und Forscher wollten herausfinden, inwiefern sich Verschwörungstheorien über diese Bots verbreiten. Dafür untersuchten sie 43,3 Millionen englischsprachige Tweets. Um die automatisierten Systeme zu identifizieren, erhoben sie Daten wie die Zahl und Häufigkeit von Tweets, ihre inhaltliche Varianz, Interaktionsformen, das Alter der Konten und ihren Ursprungsort. Diese Daten verglich das Team mit Daten von Accounts, bei denen sichergestellt war, dass Menschen sie betrieben. Darüber hinaus führten sie Inhaltsanalysen durch und kombinierten rechnergestützte Analysen mit Prüfverfahren durch Menschen.

TAKEAWAYS:

- (1) Die Studienergebnisse zeigen, dass die identifizierten Konten zur Verbreitung polarisierender Inhalte und Verschwörungstheorien beitrugen. Die Bots nutzten dabei Hashtags zu COVID-19, um andere Hashtags sichtbar zu machen, die häufig mit der „alt-right“ in den USA in Verbindung standen, deren Ideologie auf rassistischen, antisemitischen und islamfeindlichen Annahmen gründet. Offen bleibt, ob diese Bots ausschließlich zu Propagandazwecken eingesetzt wurden.
- (2) Das Forschungsteam fand hunderte Tweets, die Verweise auf Nachrichten über COVID-19 enthielten, gefolgt von Hashtags und einem Link, der in den meisten Fällen zu *YouTube*-Videos führte. Bis zur Veröffentlichung der Untersuchung war eine Vielzahl der verlinkten Videos bereits gelöscht. Wer sie löschte, ist nicht bekannt. Daneben zählten Seiten, die als extrem rechts, populistisch oder verschwörungstheoretisch gelten, zu den häufigsten Quellen, wie etwa *InfoWars.com* oder *ZeroHedge.com*.
- (3) Vorläufige Analysen wiesen darauf hin, dass einige Bots auch in dem Sinne eingesetzt wurden, dass sie Informationen zur Verfügung stellten und streuten, die ansonsten auf anderen Plattformen, etwa in China, zensiert worden wären. Bots machten solche Inhalte im englischsprachigen Twitter zugänglich. Wer diese Systeme betreibt, bleibt unklar.

FORM	Fallstudie mit Daten- und Inhaltsanalyse					
DISZIPLIN(EN)	Informatik					
THEMEN	Nachrichten	Öffentlichkeit	Propaganda	Social Bots	soziale Netzwerke	Verschwörungstheorien

Quelle(n):

Ferrara, Emilio (2020). What types of COVID-19 conspiracies are populated by Twitter bots? In: *First Monday*, 25(6). Online unter: <https://doi.org/10.5210/fm.v25i6.10633>. (6.7.2020).

3 In Folge entstand eine öffentliche Debatte darüber, wie Facebook mit Falsch- und Desinformationen umgehen könnte. Das Unternehmen gab Mitte April bekannt, solchen Nutzerinnen und Nutzern, die auf als falsch identifizierte Inhalte reagierten (z. B. über einen Kommentar oder eine „Gefällt-mir“-Angabe), faktisch korrekte Informationen anzuzeigen (<https://www.tagesschau.de/investigativ/swr/facebook-corona-103.html> oder <https://www.sueddeutsche.de/digital/strategien-gegen-corona-falschinformationen-loeschen-be-richtigen-verstecken-1.4906049>).

4 Social Bots sind Softwaresysteme, die in sozialen Netzwerken automatisiert bestimmte Inhalte veröffentlichen, teilen oder auf Inhalte anderer reagieren.

INSIGHT 4: INFORMATIONEN FORMEN ENTSCHEIDUNGEN

Welche Entscheidung wir in Notfällen und Ausnahmeständen treffen, hängt von unserem Zugang zu Informationen ab. Häufig sind Suchmaschinen die erste Anlaufstelle, um Informationen zu finden.

Diese Ausgangslage beschreibt eine Studie von Forscherinnen und Forschern der *Universität Bern* und des *GESIS – Leibniz Institut für Sozialwissenschaften*. Sie untersuchten Ende Februar die Ergebnisse von sechs Suchmaschinenanbietern (*Baidu, Bing, Google, Yahoo, Yandex* und *DuckDuckGo*) insbesondere zum Begriff „Coronavirus“ auf Englisch, Russisch und Chinesisch. 200 Suchagenten (Software) analysierten, welche Informationen über Suchanfragen zugänglich waren und wie sie sich unterschieden. Die Studie betont, wie bedeutsam es ist, dass die Wissenschaft Einblicke in die Funktionsweise der Suchalgorithmen erhält, um zu genaueren Erkenntnissen zu kommen.

TAKEAWAYS:

- (1) Die Informationslage unterschied sich für die einzelne Nutzerin oder den einzelnen Nutzer stark. Trotz gleicher Suchbegriffe und gleichem Anbieter waren die angezeigten Ergebnisse innerhalb eines Angebots zu über 75 Prozent (vier Anbieter) beziehungsweise zu 50 Prozent (zwei Anbieter) verschieden. Zwischen den einzelnen Suchmaschinenangeboten gab es in vielen Fällen kaum Überschneidungen, was insbesondere für die ersten zehn Treffer galt.
- (2) Die Unterschiede der Suchergebnisse – auch bei identischen Anfragen und Anbietern – waren bei Suchanfragen zu COVID-19 größer als bei anderen Themen. Bei *DuckDuckGo* und *Yandex* betraf dies die Toptreffer, also die ersten zehn Ergebnisse. Im Fall von *Google* und *Bing* galt das vor allem für die weniger prominent ausgespielten Suchergebnisse. Ein vermuteter Grund dafür setzt an der fehlenden Suchhistorie an. Demnach fehlte eine ausreichende Datengrundlage zum Thema – auch in Bezug auf die jeweiligen Präferenzen der Nutzerinnen und Nutzer.
- (3) Die Analyse der insgesamt 20 am häufigsten ausgespielten Ergebnisse in englischer Sprache ergab, dass die meisten Suchmaschinen Quellen von etablierten Medien und Organisationen des Gesundheitswesens priorisierten. Im Fall von *Google* waren das insbesondere Inhalte von Regierungsorganisationen. Bei einigen Suchmaschinen zählten zu den wichtigsten Quellen auch Social-Media-Inhalte oder solche, die als Infotainment einzuordnen sind.

FORM	Fallstudie mit Daten- und Inhaltsanalyse			
DISZIPLIN(EN)	Informatik	Kommunikationswissenschaft	Medienwissenschaft	
THEMEN	Algorithmische Systeme	Informationszugang	Nachrichten	Suchmaschinen

Quelle(n):

Makhortykh, Mykola / Urman, Aleksandra / Ulloa, Roberto: How search engines disseminate information about COVID-19 and why they should do better. The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review. Online unter: <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/how-search-engines-disseminate-information-about-covid-19-and-why-they-should-do-better/> (6.7.2020).

INSIGHT 5: ZWISCHEN ZUVERLÄSSIGEN INFORMATIONEN UND KRIEGSRHETORIK

In Vietnam breitete sich das neue Coronavirus vergleichsweise wenig aus. Dazu trugen unter anderem die Medienberichterstattung und die politische Kommunikation bei.

Das schlussfolgert ein Team vietnamesischer Forscherinnen und Forscher aus seiner Studie, die im April erschien. Sie analysierten über drei Monate hinweg einen Datensatz von 14.952 Nachrichten on- und offline. Die Untersuchung betont die Bedeutung dessen, die Bevölkerung schnell und mit zuverlässigen Informationen zu versorgen. Dies war in Vietnam laut der Untersuchung unter anderem deshalb möglich, weil Politik, Medien und Gesellschaft aus vergangenen Erfahrungen wie der SARS-Epidemie 2003 lernen konnten. Doch auch andere Maßnahmen, die aus einem demokratischen Verständnis heraus kritisch zu bewerten sind, spielten eine Rolle, wie die Kontrolle der Informationslage oder einschüchternde Rhetorik.

TAKEAWAYS:

- (1) Die politische Kommunikation in Vietnam zeichnete sich noch vor dem ersten Fall weitgehend dadurch aus, dass sie Präventions- und Handlungsoptionen verbreitete. Dabei berücksichtigte sie Warnungen internationaler Gesundheitsorganisationen und wissenschaftliche Erkenntnisse. Die Sprache einiger Politikerinnen und Politiker zeichnete sich durch eine Kriegsrhetorik aus, die sie in vergangenen kriegerischen Auseinandersetzungen eingesetzt hatten (z. B. „Bekämpfe den Feind“ oder „Lasse niemanden zurück“).
- (2) Insbesondere Medienberichte der staatlichen Presse griffen diese Kriegsrhetorik auf und reproduzierten sie. Insgesamt waren in den untersuchten journalistischen Veröffentlichungen häufig wissenschaftliche Erkenntnisse enthalten, um aufzuklären und Mythen über das Virus und die Erkrankung zu begegnen. Wissenschaftliche Medien und Einrichtungen publizierten ihrerseits aktuelle Erkenntnisse und riefen darüber hinaus zum Wissens- und Datenaustausch auf.
- (3) Vor allem zu Beginn der Pandemie kursierten auch in Vietnam in sozialen Netzwerken zahlreiche Inhalte, die Desinformationen und Verschwörungstheorien enthielten. Die Regierung verhängte als Reaktion darauf ein horrendes Bußgeld für alle, die solche Nachrichten verbreiten. Darüber hinaus engagierten sich in sozialen Netzwerken zahlreiche Personen des öffentlichen Lebens, um Präventionsmaßnahmen und Informationen zu streuen. Zahlreiche dieser Inhalte verbreiteten sich massenhaft.

FORM	Fallstudie mit Daten- und Inhaltsanalyse					
DISZIPLIN(EN)	Informatik	Medienwissenschaft	Soziologie			
THEMEN	Desinformation	Journalismus	Medienwirkung	Propaganda	soziale Netzwerke	Wissenschaftsjournalismus

Quelle(n):

Pham, Thang-Hang / Ho, Manh-Toan / Vuong, Quan-Hoang et al.: Policy Response, Social Media and Science Journalism for the Sustainability of the Public Health System Amid the COVID-19 Outbreak: The Vietnam Lessons. In: Sustainability 2020, 12(7). Online unter: <https://doi.org/10.3390/su12072931> (6.7.2020).

INSIGHT 6: DAS 5G-NETZ UND DAS MACHTSTREBEN GEHEIMER ELITEN UND KRIEGSRHETORIK

Einige versuchen, während der COVID-19-Pandemie die Ängste, Unsicherheiten und Sorgen anderer zugunsten der eigenen Agenda auszunutzen. Dazu zählen auch staatliche Akteure.

Das beschreibt der im Mai veröffentlichte „COVID-19 Desinformationen Special Report“ des Projekts *EUvsDisinfo* der *East StratCom Task Force des Europäischen Außendienstes (European External Action Service, EEAS)*. Er stellt zentrale Narrative von Desinformationskampagnen und Steuerungsaktivitäten in Bezug auf die Informationslage in verschiedenen Ländern vor. Dabei konzentriert sich der Bericht insbesondere auf die Aktivitäten Chinas und Russlands, berücksichtigt aber auch die politische Kommunikation anderer Staaten wie die der USA, der Türkei, der Ukraine und Syriens.⁵

TAKEAWAYS:

- (1) Ein wiederkehrendes Narrativ in China und Russland war, dass die USA in der Ukraine und anderen Staaten der ehemaligen Sowjetunion angeblich geheime biologische Laboratorien betreibe, damit sich infektiöse Stoffe nicht auf dem eigenen Staatsgebiet verbreiteten. Das syrische Regime streute indes die Behauptung, westliche Länder führten einen Wirtschaftskrieg gegen Syrien, der das Gesundheitssystem lahmlege und die Maßnahmen gegen COVID-19 behinderten.
- (2) Kremelfreundliche Medien, darunter auch englischsprachige Kanäle, verbreiteten weitere gängige Verschwörungstheorien, wozu insbesondere folgende Erzählformen gehörten: Die Pandemie sei eine Maßnahme der biologischen Kriegsführung. Es gäbe eine Verbindung zwischen dem Ausbau des 5G-Netzes und der COVID-19-Verbreitung. Impfstoffe würden nicht helfen, sondern seien ein Mittel, um mithilfe von Profiten politische Machtwechsel herbeizuführen.
- (3) China möchte das Narrativ zu COVID-19 bestimmen und von jeglicher Kritik an der Regierung ablenken. Medienberichte belegen, dass in China verstärkt Informationen unterdrückt und zensiert wurden, die darüber berichteten, wie China mit dem COVID-19-Ausbruch umging. Auch online fand eine stärkere Zensur statt als zuvor. Sie ging über das reine Blockieren oder Löschen unerwünschter Informationen in sozialen Netzwerken hinaus und umfasst unter anderem Methoden der Einschüchterung und Inhaftierung.

FORM	Bericht über Medien- und Literaturanalyse					
DISZIPLIN(EN)	Medienwissenschaft	Politikwissenschaft	Publizistik			
THEMEN	Desinformation	Informationszugang	Öffentlichkeit	Propaganda	Verschwörungstheorien	Zensur

Quelle(n):

EUvsDisinfo (o. V.): EAD-Sonderbericht, Update: Kurzbewertung der Narrative und Desinformation zur COVID-19-Pandemie. Online unter: <https://euvsdisinfo.eu/de/ead-sonderbericht-update-kurzbewertung-der-narrative-und-desinformation-zur-covid-19-pandemie-aktualisierung-23-april-bis-18-mai/> (6.7.2020).

weiterführende Links:

Projekt-Website: <https://euvsdisinfo.eu>

⁵ In Folge entstand eine öffentliche Debatte darüber, inwiefern insbesondere die Regierungen Chinas und Russlands Desinformationen auch innerhalb der Europäischen Union streuen
<https://www.euractiv.com/section/digital/news/time-to-tell-the-truth-on-chinese-disinformation-jourova-says/>,
<https://www.tagesschau.de/faktenfinder/twitter-china-propaganda-101.html> oder
<https://netzpolitik.org/2020/plattformen-sollen-transparenter-werden/>.

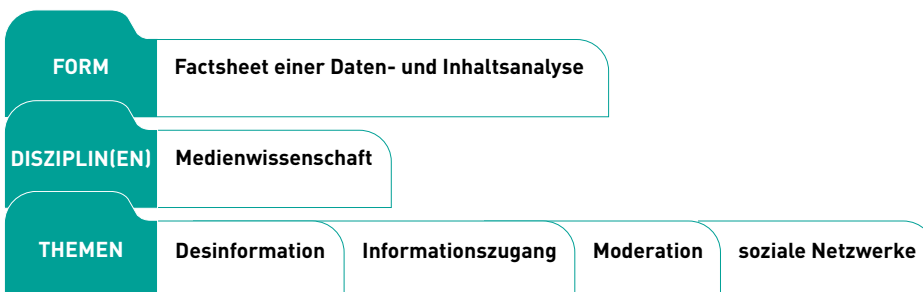
INSIGHT 7: DIE REDE VON DER INFODEMIE VERSCHLEIERT

Trotz wiederkehrender Erzählformen ist die Vielfalt der Falsch- und Desinformationen in Zusammenhang mit COVID-19 groß.

Rückt das in den Hintergrund, entsteht der Eindruck, es gäbe die eine Lösung für die Probleme, die in Bezug auf die Informationslage während der COVID-19-Pandemie entstehen. Das schlussfolgert ein Forschungsteam des *Oxford Martin Programme on Misinformation* aus Untersuchungsergebnissen, die es im April veröffentlichte. Die Forscher analysierten 225 englischsprachige Inhalte aus sozialen Netzwerken, die bei Faktenchecks als falsch eingestuft wurden. Die Motivation und Absicht, die hinter diesen Informationen steckt, erscheint hochgradig unterschiedlich.

TAKEAWAYS:

- (1) Die Faktenprüfungen stiegen von Januar bis März um mehr als 900 Prozent. Die Zahl der sich im Umlauf befindlichen falschen oder irreführenden Informationen erhöhte sich vermutlich noch stärker. Die meisten Inhalte (59 Prozent) stellten faktisch korrekte Informationen so ausschnitthaft oder in einem anderen Kontext dar, dass sie ein Missverstehen hervorrufen. Diese Inhalte machen wiederum 87 Prozent der Social-Media-Interaktionen⁶ aus.
- (2) Zwar lag der Anteil der Desinformationen, die Politikerinnen und Politiker oder andere bekannte Personen veröffentlichten, bei nur 20 Prozent der untersuchten Stichproben. Jedoch zogen sie 69 Prozent aller öffentlich zugänglichen Interaktionen auf sich.
- (3) Insgesamt reagierten die Netzwerkbetreiber auf die Mehrzahl der als falsch gemeldeten Inhalte. Hier waren in Bezug auf die Angebote Unterschiede zu erkennen: Auf *Twitter* verblieben im Untersuchungszeitraum 59 Prozent der gemeldeten Inhalte ohne Warnhinweise, auf *YouTube* 27 Prozent und auf *Facebook* waren es 24 Prozent.



Quelle(n):

Brennen, Scott J. et al.: Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation.

Online unter: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation> (6.7.2020).

⁶ Dazu zählen unter anderem Klicks, das Teilen und Kommentieren von Inhalten sowie das Reagieren auf sie, etwa in Form von „Likes“. USA und Südkorea). Die Ergebnisse veröffentlichte das Institut gemeinsam mit denen der Hauptumfrage. Der Sonderbericht weist darauf hin, dass zahlreiche journalistische Angebote weltweit befürchten, die Coronakrise aus wirtschaftlichen Gründen nicht zu überstehen.

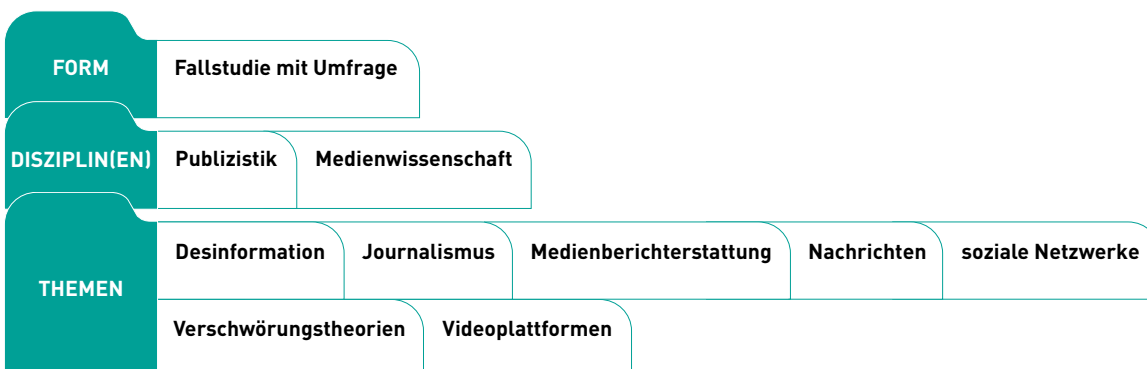
INSIGHT 8: MEDIENBERICHTEN UND REGIERUNGEN VERTRAUEN

Die Coronakrise führt uns vor Augen, wie sich über soziale Netzwerke und Messengerdienste Verschwörungstheorien und Desinformationen verbreiten können. Zugleich zeigt sie, wie bedeutsam bestimmte journalistische Angebote sind.

Darunter fallen beispielsweise solche Darstellungen, die das Ausmaß der Pandemie verständlich machen oder aufzeigen, was die oder der Einzelne beitragen kann, um die Auswirkungen abzuschwächen. Das beschreibt der „Digital News Report 2020“ als ein Ergebnis seiner Sondererhebung zu den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Medienkonsum. Das *Reuters Institute for the Study of Journalism* befragte mithilfe seiner Partner im April Menschen aus sechs Ländern – darunter 2.000 Menschen aus Deutschland (neben Großbritannien, Spanien, Argentinien,

TAKEAWAYS:

- (1) Die Befragten aus allen sechs Ländern gaben an, deutlich weniger Nachrichten über Printmedien zu konsumieren, während sie Fernsehen und Social Media vermehrt nutzten. In Deutschland fiel der Prozentsatz von Januar bis April 2020 im Bereich Print von 33 auf 26 Prozent und stieg im Fall von Social Media von 37 auf 39 Prozent. 40 Prozent aller Befragten sahen letztere als Quelle für Falschnachrichten und Desinformation zu COVID-19. Darauf folgten mit 20 Prozent Nachrichtenwebsites, mit 14 Prozent Messengerdienste wie *WhatsApp* und mit 10 Prozent Suchmaschinen wie *Google*.
- (2) In Bezug auf falsche oder irreführende Informationen zur Pandemie in Social Media zeigten sich die meisten hinsichtlich *Facebook* besorgt (29 Prozent), gefolgt von *YouTube* (6 Prozent) und *Twitter* (5 Prozent). Insbesondere junge Menschen konsumierten Nachrichten über Social Media. Indes sind viele Nutzerinnen und Nutzer zum ersten Mal *Facebook*- und *WhatsApp*-Gruppen beigetreten – etwa um sich lokal zu engagieren. Insgesamt sind 18 Prozent Mitglied einer *Facebook*- oder *WhatsApp*-Gruppe mit Menschen, die sie nicht kennen. 51 Prozent waren Teil von Gruppen, mit Bekannten oder Freundinnen und Freunden.
- (3) Die Mehrheit aller Befragten (59 Prozent) vertraute der Medienberichterstattung über COVID-19 und der jeweiligen Regierung (59 Prozent) in allen sechs Ländern. Das Vertrauen in einzelne Politikerinnen und Politiker war wesentlich geringer (35 Prozent). Das Vertrauen in die Medienberichterstattung (59 Prozent) über das Virus und die Pandemie war mehr als doppelt so hoch als in Informationen, die über soziale Netzwerke (26 Prozent), Videoplattformen (29 Prozent) oder Messengerdienste (24 Prozent) zugänglich waren. Mit 83 Prozent kam Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern sowie Ärztinnen und Ärzten das größte Vertrauen zu.



Quelle(n):

Newman, Nic et al.: Reuters Institute Digital News Report 2020.

Online unter: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf (6.7.2020).

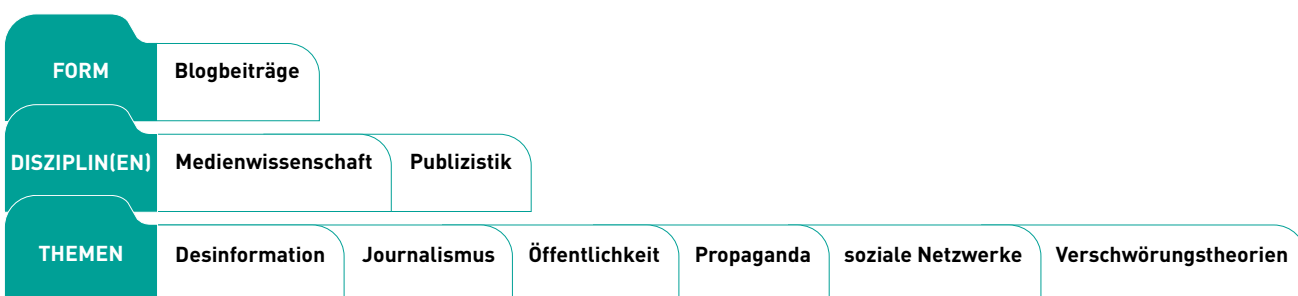
INSIGHT 9: WISSENSCHAFT STATT HASS

Einige Desinformationen und Verschwörungstheorien zu COVID-19 beinhalten Hassrede. Dazu zählen auch rassistischen Narrative, die online wie offline kommuniziert werden.

Das beschreibt Smitha Khorana, Wissenschaftlerin und Autorin des unabhängigen Forschungsinstituts *Data & Society* am Beispiel der USA. Sie blickt seit Ende März in der bislang fünfteiligen Reihe „Ethics and Reporting Practices for COVID-19“ auf die Medienberichterstattung und politische Kommunikation in den USA. Dabei beschäftigt sie sich unter anderem damit, wie sich Verschwörungstheorien und gezielte Desinformation verbreiten, inwiefern sie rassistische Erzählformen beinhalten und wie sich das auf Alltagsdiskussionen und -situationen auswirkt.

TAKEAWAYS:

- (1) Verschwörungstheorien, Desinformationen und Rassismen im Zusammenhang mit der COVID-19-Krise verbreiten sich mithilfe sozialer Netzwerke und anderer Online-Plattformen schneller denn je. Jedoch ist das nicht die alleinige Ursache des Problems: Vielmehr sind diese Narrative in eine politische Landschaft eingebettet, in der sich einflussreiche Akteure wie Donald Trump und seine Regierung ihrer bedienen.
- (2) Diese Erzählformen verstärken sich ebenfalls durch ein seit 2016 etabliertes Mediensystem, das rechts-populistische und -radikale Meinungen und Theorien verbreitet. Im Jahr 2016 war es um Breitbart zentriert. Seitdem veränderte es sich, behält aber seine grundlegenden Funktionsprinzipien. Medien wie die *Epoch Times* und *One America News (OAN)* sind darin wichtige Verstärker dieser Ideologien.
- (3) In einer Kommunikations- und Informationsumgebung, in der Desinformationen, Verschwörungstheorien und Hassrede online wie offline eine Rolle spielen, ist es bedeutsam, den Erkenntnissen aus Forschung und Wissenschaft in den Medien Platz einzuräumen, etwa um Wissenslücken zu schließen. In journalistischen Berichten ist es möglich, neben wissenschaftlichen Stimmen, ebenfalls Sichtweisen Betroffener sowie deren Kenntnisse und Erfahrungen aufzunehmen. Diese sind wichtig, um sich auf Basis unterschiedlicher und umfassender Informationen eine Meinung bilden zu können. Damit kann sich der Blick auf ein Thema, aber auch auf Expertise insgesamt weiten.



Quelle(n):

Khorana, Smitha: Part 5: Ethics and Reporting Practices for COVID-19. Online unter: <https://points.datasociety.net/week-5-ethics-and-reporting-practices-for-covid-19-f027d0df6edc> (6.7.2020).

Khorana, Smitha: Part 3: Ethics and Reporting Practices for COVID-19: Online unter: <https://points.datasociety.net/week-3-ethics-and-reporting-practices-for-covid-19-7d55379b9ccc> (6.7.2020).

weiterführende Links:

Forschungsinstitut *Data & Society*: <https://datasociety.net/>

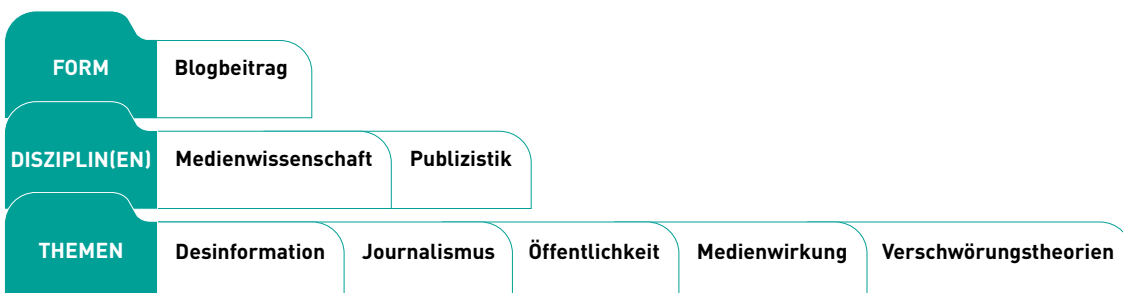
INSIGHT 10: DIE BEOBACHTERIN DES BEOBACHTERS

Der Erfolg von Verschwörungstheorien und Desinformationen zur COVID-19-Pandemie online lässt sich auf den Misserfolg des Journalismus zurückführen. So lautet die einleitende These des YouTubers Rezo in seinem Video „Die Zerstörung der Presse“.

Wiebke Loosen, Journalismusforscherin des *Hans-Bredow-Instituts (HBI)*, sah sich das Ende Mai veröffentlichte einstündige Video an. Ihre Beobachtungen dazu publizierte sie Anfang Juni auf der *HBI*-Website. Sie sieht in Rezos Darstellungen eine Warnung an Journalistinnen und Journalisten vor der eigenen Demontage durch unprofessionelle und unethische Praktiken, die das Vertrauen, den Respekt und die Glaubwürdigkeit in deren Arbeit zunehmend verspielen könnten.

TAKEAWAYS:

- (1) Journalismus entsteht zu einem großen Teil unter dem Eindruck der Publikumserwartungen, den Journalistinnen und Journalisten aus unterschiedlichen Quellen ziehen. Das Maß der Vielfalt ist dabei verschieden. Zu diesen Quellen zählen unter anderem Reichweiten, Klickzahlen und Shares in sozialen Netzwerken sowie etwa Gespräche mit Kolleginnen und Kollegen. Deshalb kritisiert das Video, so Loosen, nicht ausschließlich den Journalismus, sondern auch das Verhalten von Nutzerinnen und Nutzern online.
- (2) Rezo kommt bei seinen Ausführungen immer wieder auf die Frage der Transparenz journalistischer Berichterstattung zurück sowie auf die Bedeutsamkeit von Belegen und professionellen Quellen, auf den Unterschied zwischen Fakten, Meinungen und Spekulationen. Er kritisiert insbesondere Medienberichte, die Verschwörungstheorien und Unwahrheiten aufgreifen. Seine Analyse von 400 Beiträgen ergab, dass *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Bild* und *Welt* bei seinen Faktenchecks insgesamt am schlechtesten abschnitten. Loosen bezeichnet dies als nicht uninteressanten Befund.
- (3) Der Beitrag des YouTubers kann ein sinnvoller Teil der Medienkompetenzausbildung sein, insbesondere in Aus- und Weiterbildungsseminaren zu den Themen Medienethik und Medienkritik. Denn mit seiner Hilfe sind Diskussionen dazu möglich, was Journalismus ist und sein soll. Zugleich kann eine solche Diskussion zeigen, wie unterschiedlich die Vorstellungen diesbezüglich und in Zusammenhang mit dem Begriff der Wahrheit ausfallen können.



Quelle(n):

Loosen, Wiebke: Rezo-Video: Eine ganz besondere Form der Journalismusbeobachtung. Online unter: <https://www.hans-bredow-institut.de/de/blog/rezo-video-eine-ganz-besondere-form-der-journalismusbeobachtung> (6.7.2020).

weiterführende Links:

Video „Die Zerstörung der Presse“: <https://www.youtube.com/watch?v=hkncijUZGKA>

Impressum

Herausgeber:

Landesanstalt für Medien NRW
Zollhof 2
D-40221 Düsseldorf

info@medienanstalt-nrw.de
www.medienanstalt-nrw.de

Projektleitung:

Dr. Meike Isenberg

Realisierung:

iRights.Lab GmbH
Schützenstraße 8
D-10117 Berlin
www.irights-lab.de

Projektleitung:

Philipp Otto

Autorin:

Jaana Müller-Brehm (iRights.Lab)

Redaktion:

Dr. Wiebke Glässer (iRights.Lab)
Anja Henschel (iRights.Lab)

Der „Forschungsmonitor Informationsintermediäre“ wird im Auftrag der *Landesanstalt für Medien NRW* erstellt und durch den unabhängigen Think Tank *iRights.Lab* erarbeitet.

Ziel dieses Forschungsmonitors ist es, aktuelle Entwicklungen im Themenfeld digitale Informationsintermediäre und öffentliche Meinungsbildung so aufzubereiten, dass das Monitoring einen Überblick über neue wissenschaftliche Publikationen, den Stand aktueller Forschungsprojekte und kommender relevanter Veranstaltungen im Themenfeld verschafft.

Das Team des *iRights.Lab* entwickelt Strategien und praktische Lösungen, um die Veränderungen in der digitalen Welt vorteilhaft zu gestalten. Wir unterstützen öffentliche Einrichtungen, Stiftungen, Unternehmen, Wissenschaft und Politik dabei, die Herausforderungen der Digitalisierung zu meistern und die vielschichtigen Potenziale effektiv und positiv zu nutzen. Dazu verknüpfen wir rechtliche, technische, ökonomische, sozialwissenschaftliche und gesellschaftspolitische Expertise.