

Arin, Kerim Peren; Mazrekaj, Deni; Thum, Marcel

Article

Wer Fake News (nicht) erkennt und verbreitet

ifo Dresden berichtet

Provided in Cooperation with:

Ifo Institute – Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich

Suggested Citation: Arin, Kerim Peren; Mazrekaj, Deni; Thum, Marcel (2023) : Wer Fake News (nicht) erkennt und verbreitet, ifo Dresden berichtet, ISSN 0945-5922, ifo Institut für Wirtschaftsforschung, Niederlassung Dresden, Dresden, Vol. 30, Iss. 3, pp. 14-16

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/280000>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

K. Peren Arin, Deni Mazrekaj und Marcel Thum*

Wer Fake News (nicht) erkennt und verbreitet

Anhand von groß angelegten Umfragen in Deutschland und im Vereinigten Königreich untersuchen wir die individuellen Determinanten der Fähigkeit, Fake News zu erkennen, und der Neigung, sie zu teilen. Wir unterscheiden zwischen absichtlichem und versehentlichem Teilen von Fake News. Das versehentliche Teilen von Fake News geschieht viel häufiger als das absichtliche Teilen. Außerdem zeigen unsere Ergebnisse, dass ältere, männliche, einkommensstarke und politisch links orientierte Befragte Fake News besser erkennen. Das versehentliche Teilen von Fake News nimmt mit dem Alter ab und kommt unter rechtsgerichteten Befragten häufiger vor. Das absichtliche Teilen von Fake News ist vor allem bei jüngeren Befragten im Vereinigten Königreich stärker ausgeprägt.

Zwei Drittel der amerikanischen Erwachsenen finden, dass Fake News erheblich zur Verwirrung über aktuelle Politikthemen beitragen. Das Störgefühl tritt quer durch alle gesellschaftlichen Schichten, Einkommens- und Bildungsniveaus sowie über Parteigrenzen hinweg auf (Barthel et al. 2016). Zugleich sind die meisten Erwachsenen zuversichtlich, dass sie selbst Fake News gut erkennen können (Lyons et al. 2021). Aber irgendjemand muss den Falschmeldungen aufsitzen; sonst würden sich Fake News nicht so umfassend verbreiten und wären nicht ein so großes Problem. Welche gesellschaftlichen Gruppen haben besondere Schwierigkeiten, Fake News als solche zu identifizieren? Wer trägt besonders zur Weiterverbreitung von Fake News bei? Und geschieht das absichtlich oder aus Versehen? Mit Fake News ist dabei jede Verbreitung von falscher oder zumindest irreführender Information gemeint, ganz egal ob sie versehentlich oder mit der Absicht, Menschen in die Irre zu führen, in die Welt gesetzt wurde.

In einem aktuellen Forschungspapier (Arin et al. 2023) zeigen wir anhand von groß angelegten Umfragen in Deutschland und dem Vereinigten Königreich, dass ältere, männliche, einkommensstarke und politisch links orientierte Befragte Fake News besonders gut erkennen. Bei der Weiterverbreitung ist das versehentliche Teilen von Fake News viel häufiger als das absichtliche Teilen. Versehentliches Teilen von Fake News kommt im politisch rechten Spektrum deutlich häufiger vor und nimmt mit dem Alter ab. Absichtliches Teilen finden wir überdurchschnittlich häufig nur bei jüngeren Befragten im Vereinigten Königreich.

Für das Forschungsprojekt wurden im Dezember 2021 nahezu 2400 Personen in Deutschland und dem Vereinigten Königreich hinsichtlich ihres Fake-News-Verhaltens getestet. In der Online-Befragung präsentierten wir den Proband*innen zehn im Internet publizierte Schlagzeilen, wovon fünf Fake News waren und die anderen fünf einen korrekten Sachverhalt beschrieben. Zu den Fake News Schlagzeilen gehörte beispielsweise „Papst Franziskus schockiert die Welt: Unterstützung für Donald Trump als Präsident“. Eine wahre Schlagzeile war: „Donald Trump für den Friedensnobelpreis 2021 nominiert“. Die Schlagzeilen waren als reiner Text ohne Quellenangabe oder Illustration präsentiert, um die Teilnehmer nicht durch weitere Informationen oder Signale zu beeinflussen. Wir baten die Probanden um eine Einschätzung, ob sie die jeweilige

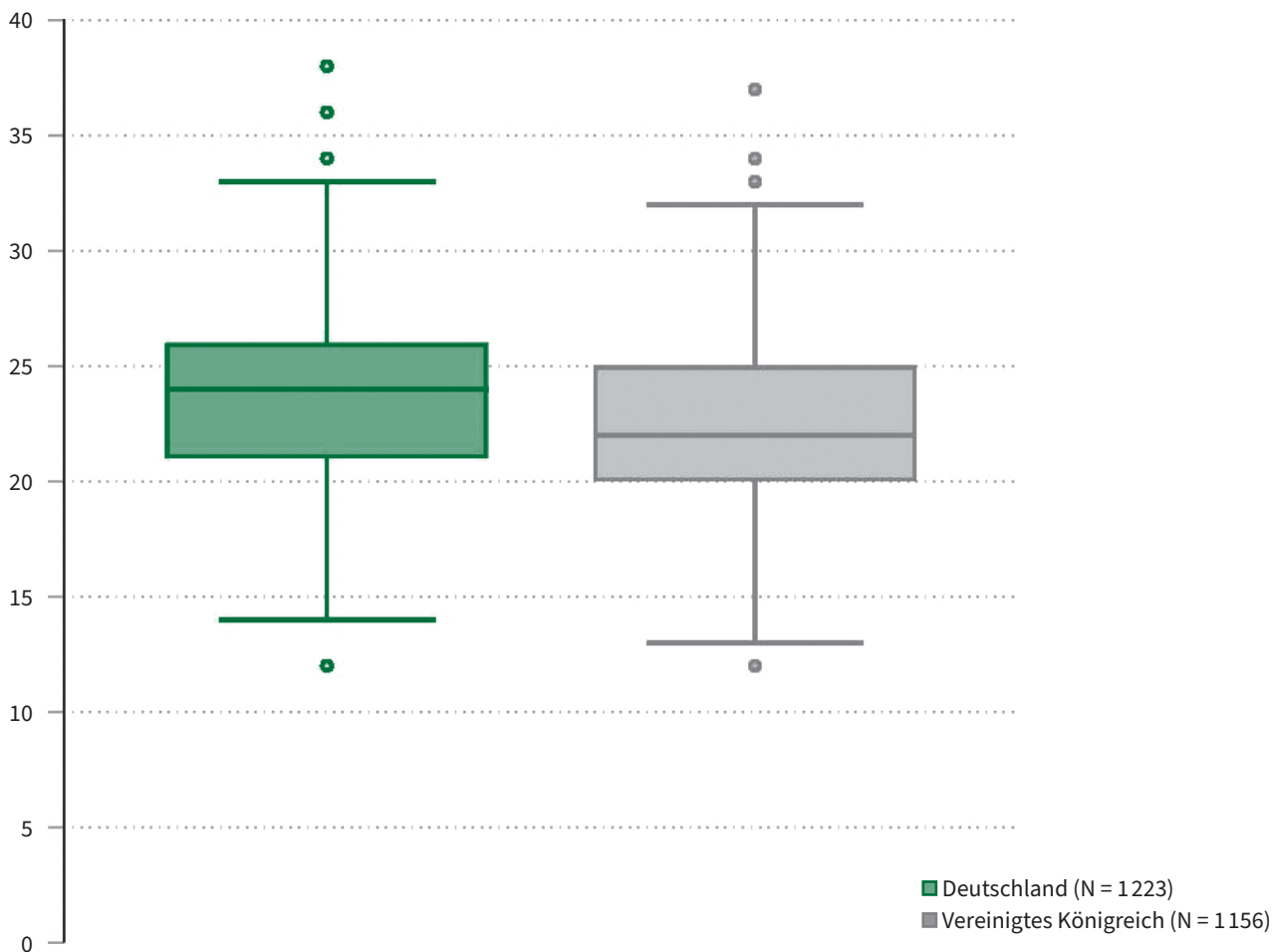
Schlagzeile eher für wahr oder falsch hielten. Aus diesen Einschätzungen konstruierten wir für jeden Probanden einen Index der individuellen Fähigkeit, Fake News zu identifizieren. Wer alle Schlagzeilen richtig als wahre Nachrichten bzw. als Fake News identifizieren konnte und sich im Urteil sicher war, hätte den maximalen Indexwert von 40 erreicht. Wer alle Schlagzeilen falsch zuordnete und sich dennoch im Urteil sicher fühlte, hätte einen Indexwert von Null erreicht. Wie Abbildung 1 zeigt, traten die Extremwerte weder in Deutschland (links) noch im Vereinigten Königreich (rechts) auf. Im Mittel erreichten die Teilnehmer 23 Punkte – in Deutschland marginal mehr als im Vereinigten Königreich. Wie die Abbildung auch zeigt, gibt es eine erhebliche Streuung in der Fähigkeit, Fake News zu identifizieren.

Dann interessiert uns, ob die Menschen absichtlich oder versehentlich Fake News teilen und in welchem Umfang. Die Teilnehmer*innen wurden hierfür bei jeder Schlagzeile gefragt, ob sie die jeweilige Geschichte online, z. B. bei Facebook oder über Twitter, teilen würden. Wir messen dann zum einen das absichtliche Teilen, d. h. wie viele der Schlagzeilen, die eine Person korrekt als Fake News erkannt hat, dennoch teilen will. Zum anderen erfassen wir das versehentliche Teilen durch die Anzahl der Fake-News-Aussagen, die nicht als Fake erkannt wurden und die der/die Teilnehmer*in trotzdem teilen wollte. Abbildung 2 zeigt den Anteil der Befragten, die mindestens eine Fake-News-Aussage teilen möchten. Die Prozentsätze sind getrennt für absichtliches und versehentliches Teilen und für die beiden Länder dargestellt. Es gibt deutlich mehr versehentliches als absichtliches Teilen. Etwa 12% der Befragten wollen mindestens eine Nachricht teilen, die sie korrekt als Fake News identifiziert haben. Augenfällig ist auch der Unterschied beim versehentlichen Teilen zwischen den beiden Ländern. Ein auffälliger Unterschied zeigt sich bei dem Prozentsatz der Befragten, die versehentlich eine große Anzahl von Fake-News-Schlagzeilen teilen. In Deutschland teilen nur 6% versehentlich drei oder mehr Fake-News-Schlagzeilen, während der Prozentsatz im Vereinigten Königreich 13% beträgt.

* Prof. K. Peren Arin ist Professor für Volkswirtschaftslehre an der Zayed University (Vereinigte Arabische Emirate), Prof. Deni Mazrekaj ist Assistenzprofessor für Soziologie an der Universität Utrecht (Niederlande) und Prof. Marcel Thum ist Geschäftsführer der Niederlassung Dresden des ifo Instituts – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München e. V. und Professor für Finanzwissenschaft an der Technischen Universität Dresden.

Abb. 1

Identifikation von Fake News Schlagzeilen

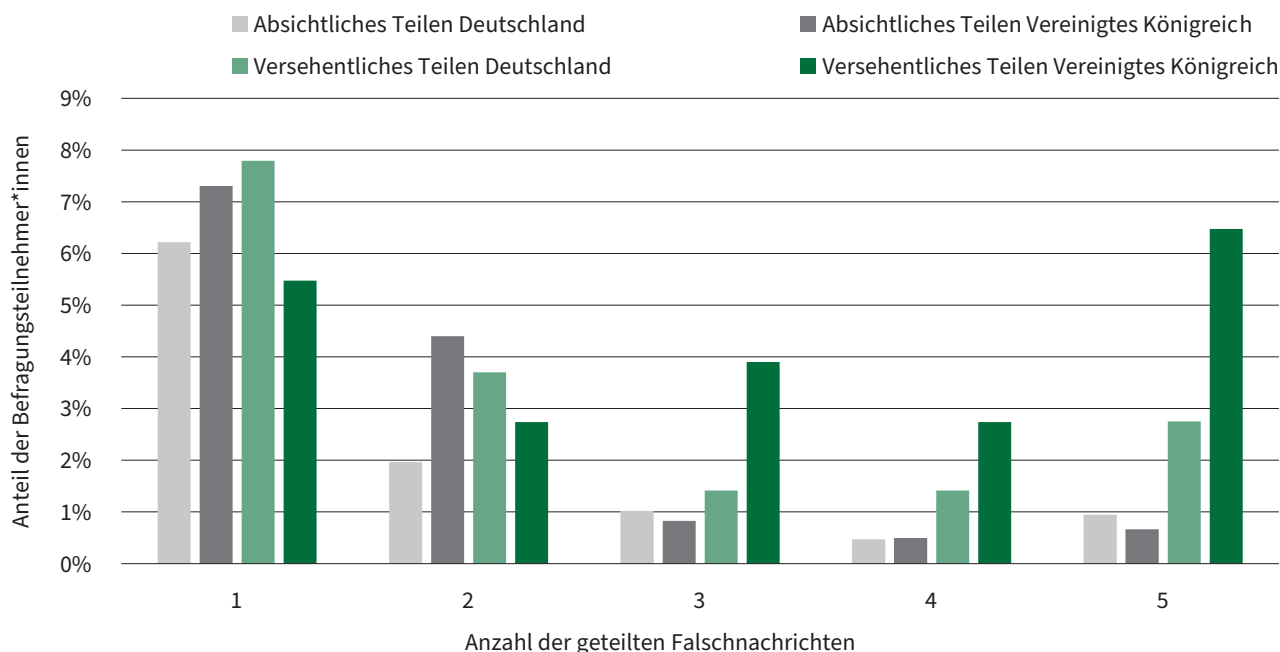


Quelle: Eigene Darstellung.

© ifo Institut

Abb. 2

Anteil der Befragten, die 1...5 Falschnachrichten entweder absichtlich oder versehentlich teilen



Quelle: Eigene Darstellung.

© ifo Institut

Tab. 1

Sozio-demografische Einflussfaktoren für das Identifizieren und Teilen von Fake News

	Identifizieren		Absichtliches Teilen		Versehentliches Teilen	
	D	UK	D	UK	D	UK
Versehentliches Teilen						
Alter	■	■				
Höhere Bildung	■					
Single/Getrennt (ref: verheiratet)						
Mittleres Einkommen (ref: niedrig)		■				
Hohes Einkommen (ref: niedrig)	■	■		■		
Arbeitslos (ref: beschäftigt)						■
Keine Erwerbsabsicht (ref: beschäftigt)						
Politisch in der Mitte (ref: links)	■	■				■
Politisch rechts (ref: links)		■		■	■	■

Anmerkung: ■ negativ – ■ positiv.

Quelle: Eigene Darstellung.

© ifo Institut

Bei der Befragung wurden auch zahlreiche sozio-ökonomische Informationen von den Teilnehmer*innen ermittelt. Im Rahmen einer Regressionsanalyse lässt sich sowohl die Fähigkeit, Fake News zu identifizieren, als auch das Verhalten bei der Weiterverbreitung von Fake News mit diesen Faktoren erklären. Dies liefert Antworten auf die Frage, welche Gruppen besonders zur Verbreitung von Fake News beitragen. Tabelle 1 zeigt diese sozio-demografischen Faktoren und ihren Einfluss auf die Identifikation von Fake News (Spalten 2 und 3) und das absichtliche (Spalten 4 und 5) sowie versehentliche Teilen (Spalten 6 und 7). Markiert sind nur die statistisch signifikanten Einflussfaktoren, wobei ein graues Feld einen negativen und ein grünes Feld einen positiven Einfluss markiert. In Klammern sind die jeweiligen Vergleichskategorien angegeben. Überdurchschnittlich gute Identifikation von Fake-News-Schlagzeilen kommt von Personen, die älter sind und ein höheres Einkommen beziehen. Schlechter schneiden Frauen und Teilnehmer*innen, die sich politisch in der Mitte verorten, ab. In Deutschland hat auch Bildung einen positiven Einfluss auf die Identifikation von Fake News, im Vereinigten Königreich auch ein mittleres Einkommen. Beim absichtlichen Verbreiten von Fake News finden wir – wegen der größeren Zahl von Fällen – nur im Vereinigten Königreich signifikante Ergebnisse. Fake News werden weniger von Frauen, Älteren und Gebildeteren absichtlich geteilt, mehr von Beziehern höherer Einkommen und politisch rechtsstehenden Personen. Ähnliche Muster finden sich beim versehentlichen Verbreiten von Fake News für beide Länder: Ältere tragen weniger zur unfreiwilligen Verbreitung von Fake News bei, politisch rechtsstehende Personen deutlich mehr.

Unsere Ergebnisse helfen, soziale Gruppen zu identifizieren, die besonders zur Verbreitung von Fake News beitragen – sei es durch absichtliches Teilen oder durch mangelnde Identifi-

kation von Falschnachrichten. Hier schließt sich die Frage an, welche Maßnahmen die rasche Ausbreitung von Fake News zumindest mildern könnten. Instruktiv könnte hier der Vergleich der beiden Länder sein; die Teilnehmer*innen in Deutschland waren nur moderat besser in der Identifikation, aber deutlich vorsichtiger im massenhaften Verbreiten von Fake-News-Schlagzeilen. Obwohl es schwierig ist, einen Kausalzusammenhang herzustellen, könnte die politische Debatte (und die zugehörigen Gesetzesinitiativen) gegen Hassreden in sozialen Medien die Menschen in Deutschland für das Problem der Fake News sensibilisiert und sie vorsichtiger beim Teilen zweifelhafter Nachrichten gemacht haben. Die politische Debatte um die Kommunikation in sozialen Medien könnte damit eine ähnliche Wirkung gehabt haben wie die „Accuracy Prompts“, die gerade in der Forschung zu sozialen Medien untersucht wird. Dabei werden Menschen daran erinnert werden, dass die Richtigkeit der geteilten Informationen für andere Teilnehmer*innen wichtig ist. Entscheidend ist nicht, dass den Teilnehmer*innen gesagt wird, was richtig und falsch ist, sondern dass sie lediglich zu einem Nachdenken über die Bedeutung richtiger Information angeregt werden.

LITERATUR

Arin, K. P., Mazrekaj, D. und M. Thum (2023), Ability of Detecting and Willingness to Share Fake News. Scientific Reports 13, 7 298 (2023), Download unter <https://doi.org/10.1038/s41598-023-34402-6>.

Barthel, M., Mitchell, A. und J. Holcomb (2016), Many Americans Believe Fake News is Sowing Confusion, Pew Res. Center, Dezember 2016.

Lyons, B. A., Montgomery, J. M., Guess, A. M., Nyhan, B. und J. Reifler (2021), Overconfidence in News Judgments is Associated with False News Susceptibility, PNAS 118, Download unter e2019527118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2019527118>.