

Umgang mit Fake News

Ergebnisse einer Studie der
Forschungsgruppe g/d/p



Zusammenfassung

- Um den Umgang mit Falschnachrichten, sogenannten „Fake News“ im Internet und die Bewertung von Gegenstrategien zu untersuchen, hat die Forschungsgruppe g/d/p im Rahmen einer bundesweiten Bevölkerungsumfrage 1.013 Bürger:innen im Alter von 16-70 Jahren befragt, die das Internet nutzen.
- 55% der Befragten gehen davon aus, dass Fake News im Internet erkennbar oder leicht erkennbar sind, 35% zweifeln an der Erkennbarkeit von Fake News und 10% sagen „ich weiß nicht“.
- Häufige Reaktionen auf unglaubwürdige Nachrichten sind das Vergleichen von Inhalten ähnlicher Nachrichten oder die Überprüfung der Absender. Andere sagen, dass sie unglaubwürdige Nachrichten ignorieren. Seltener meldet man eine Falschnachricht der jeweiligen Plattform (15% der Befragten).
- Die große Mehrheit von 83% der Befragten hält den Einsatz von Softwarelösungen, welche die Glaubwürdigkeit von Nachrichten überprüfen und ggf. auf die Möglichkeit von Falschinformationen hinweisen, für hilfreich oder sehr hilfreich. 17% halten den Einsatz einer derartigen Software für wenig oder überhaupt nicht hilfreich.
- Gründe für eine Ablehnung dieser Gegenstrategie sind fehlendes Vertrauen in eine automatisierte Lösung. Es wird die Frage gestellt, wonach die Software entscheidet, ob eine Nachricht richtig oder falsch sein könnte. 47% der kritischen Befragten prüfen lieber selbst die Glaubwürdigkeit von Nachrichten.
- 44% der Befragten haben schon einmal etwas von Programmen im Internet, die z.B. Fake News von vielen nicht realen Nutzern aus versenden und damit Mehrheiten vortäuschen, sogenannten „Social Bots“ gehört.
- Grundsätzlich trauen sich die jüngeren Befragten, die zur Generation Z und zu den Millennials gehören, eine höhere Kompetenz im Umgang mit Fake News zu als die Generation X und die Baby Boomer. Eine Softwarelösung, die Hinweise auf mögliche Falschmeldungen gibt, trifft jedoch in allen Altersgruppen auf eine hohe Zustimmung.

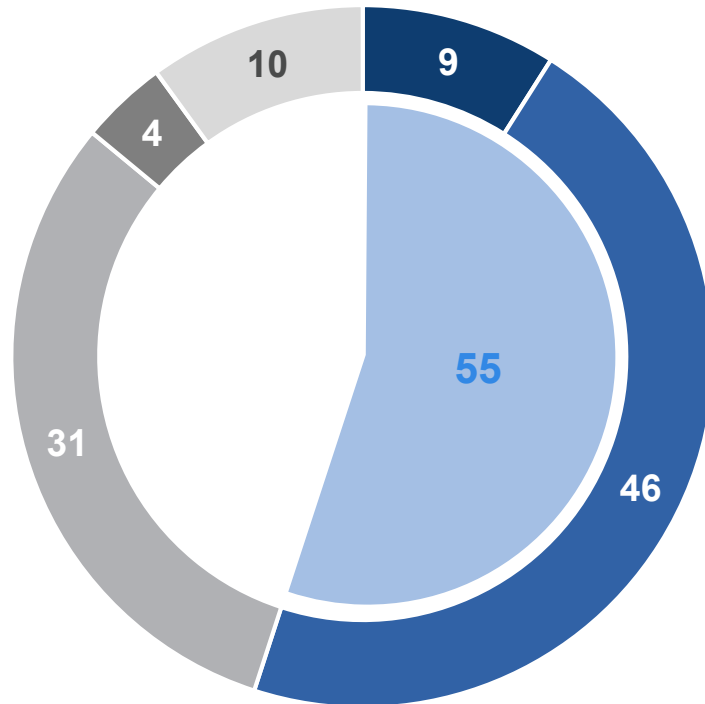
Agenda

1. Einschätzung der Erkennbarkeit von Fake News im Internet
2. Umgang mit unglaubwürdigen Nachrichten
3. Bewertung von Softwarelösungen zur Erkennung von Fake News
4. Bekanntheit von Social Bots



Mehr als jede:r zweite Befragte (55%) geht davon aus, dass Fake News im Internet erkennbar oder leicht erkennbar sind.

Einschätzung der Erkennbarkeit von Fake News im Internet



Erkennbarkeit ++
Einschätzung, dass Fake News leicht erkennbar sind

Erkennbarkeit +
Einschätzung, dass Fake News erkennbar sind

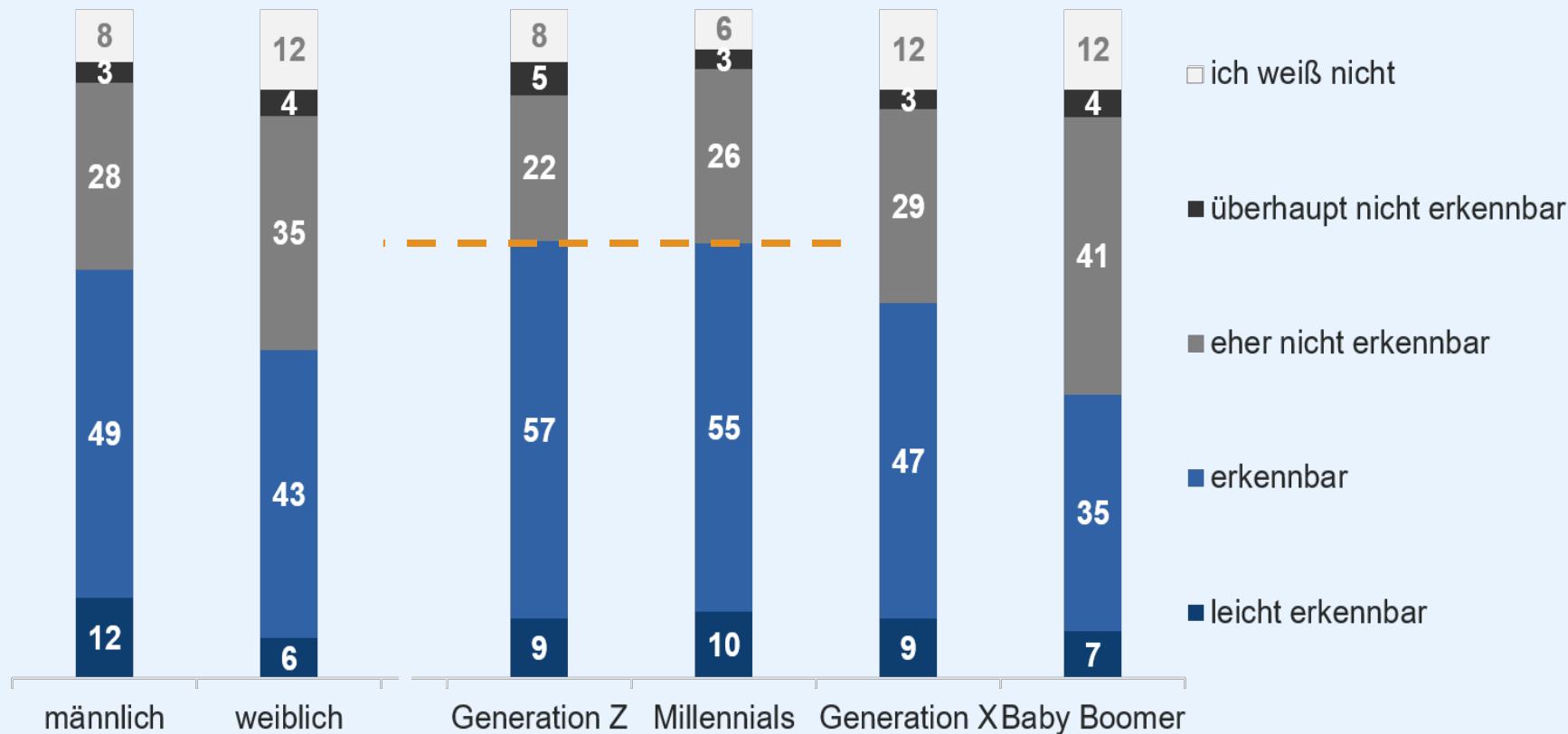
Erkennbarkeit -
Einschätzung, dass Fake News eher nicht erkennbar sind

Erkennbarkeit --
Einschätzung, dass Fake News überhaupt nicht erkennbar sind

Ich weiß nicht

Befragte der Generation Z und Millennials schätzen die Erkennbarkeit von Fake News deutlich höher ein als ältere Befragte.

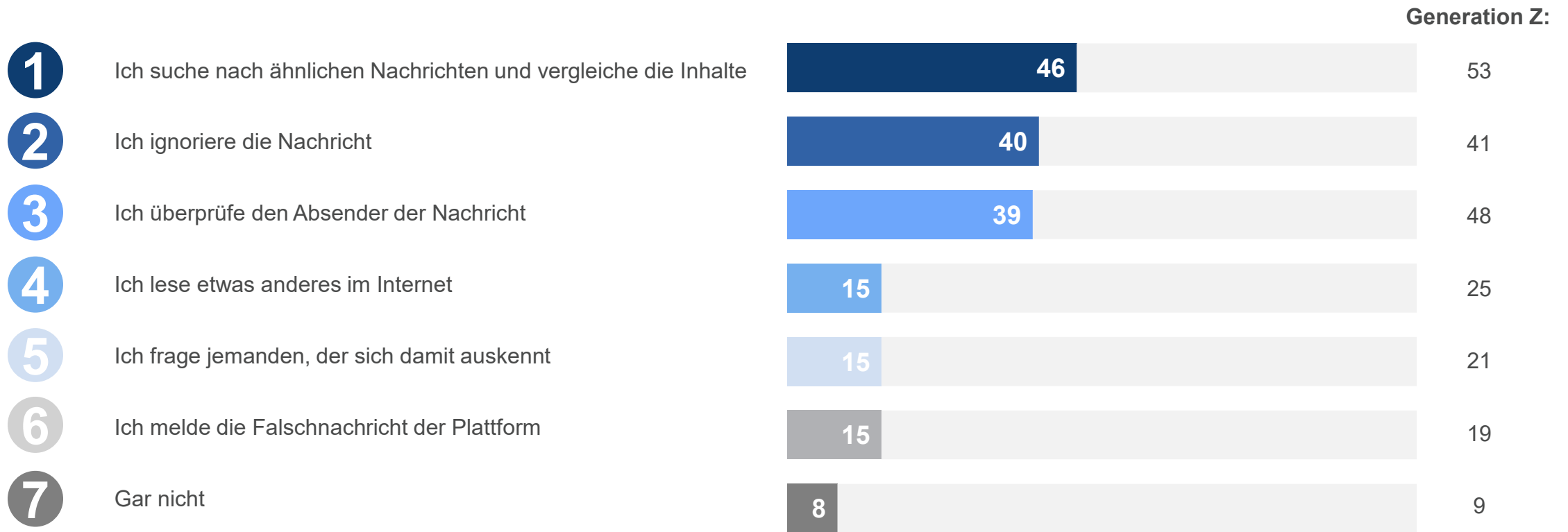
Einschätzung der Erkennbarkeit von Fake News nach Geschlecht und Generation



27.06.2022

Das Vergleichen von Nachrichten, Ignorieren und Überprüfen der Absender sind die häufigsten Reaktionen auf unglaubwürdige Nachrichten.

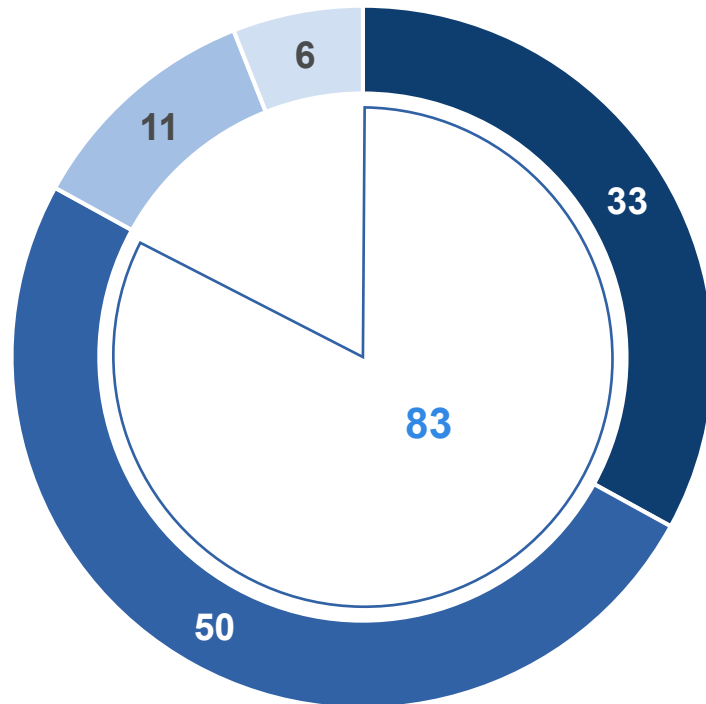
Reaktionen auf unglaubwürdige Nachrichten im Internet



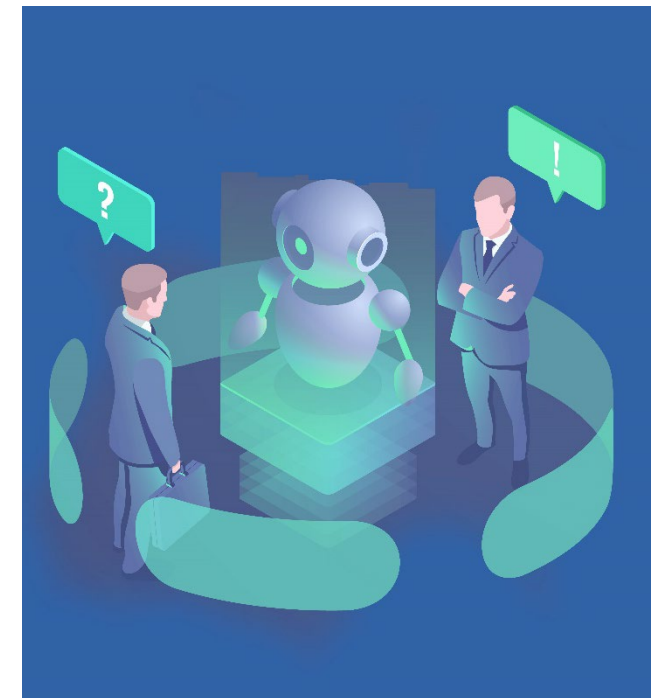
Frage 8: Angenommen Sie lesen eine Nachricht im Internet, die Ihnen merkwürdig oder unglaubwürdig vorkommt, so dass Sie an der Richtigkeit der Nachricht zweifeln. Wie reagieren Sie darauf?

Überwiegend positive Bewertung von Softwarelösungen

Bewertung von Softwarelösungen zur Erkennung von möglichen Fake News



- Bewertung ++**
Ich halte den Einsatz von Erkennungssoftware für sehr hilfreich
- Bewertung +**
Ich halte den Einsatz von Erkennungssoftware für hilfreich
- Bewertung -**
Ich halte den Einsatz von Erkennungssoftware für wenig hilfreich
- Bewertung --**
Ich halte den Einsatz von Erkennungssoftware für überhaupt nicht hilfreich

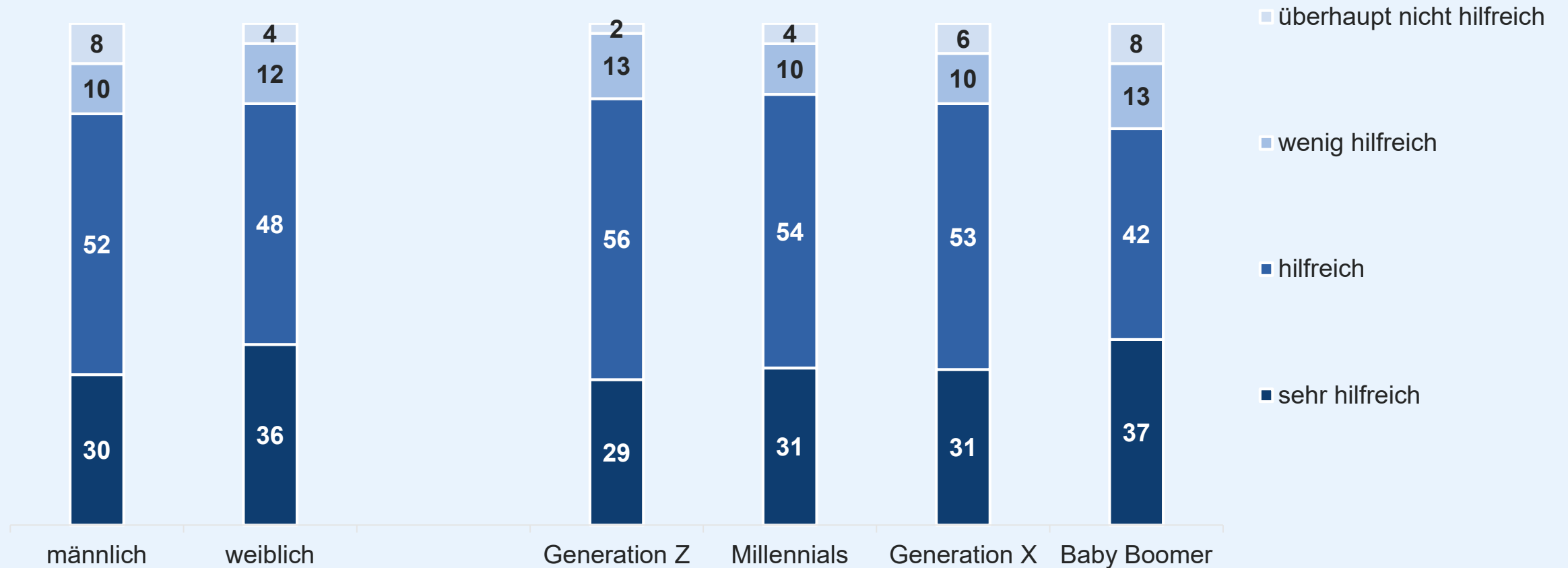


Frage 9: Es gibt Software-Lösungen, die automatisch Nachrichten im Internet auf ihre Glaubwürdigkeit hin überprüfen. Ergibt die Prüfung Unstimmigkeiten, erscheint unter der Nachricht ein Hinweis wie z.B. Achtung, diese Nachricht kann möglicherweise Falschinformationen enthalten. Für wie hilfreich halten Sie grundsätzlich den Einsatz einer solchen Software?

Basis: n=1.013

Überwiegend positive Bewertung von Softwarelösungen in allen Generationen

Bewertung von Softwarelösungen zur Erkennung von Fake News nach Geschlecht und Generation



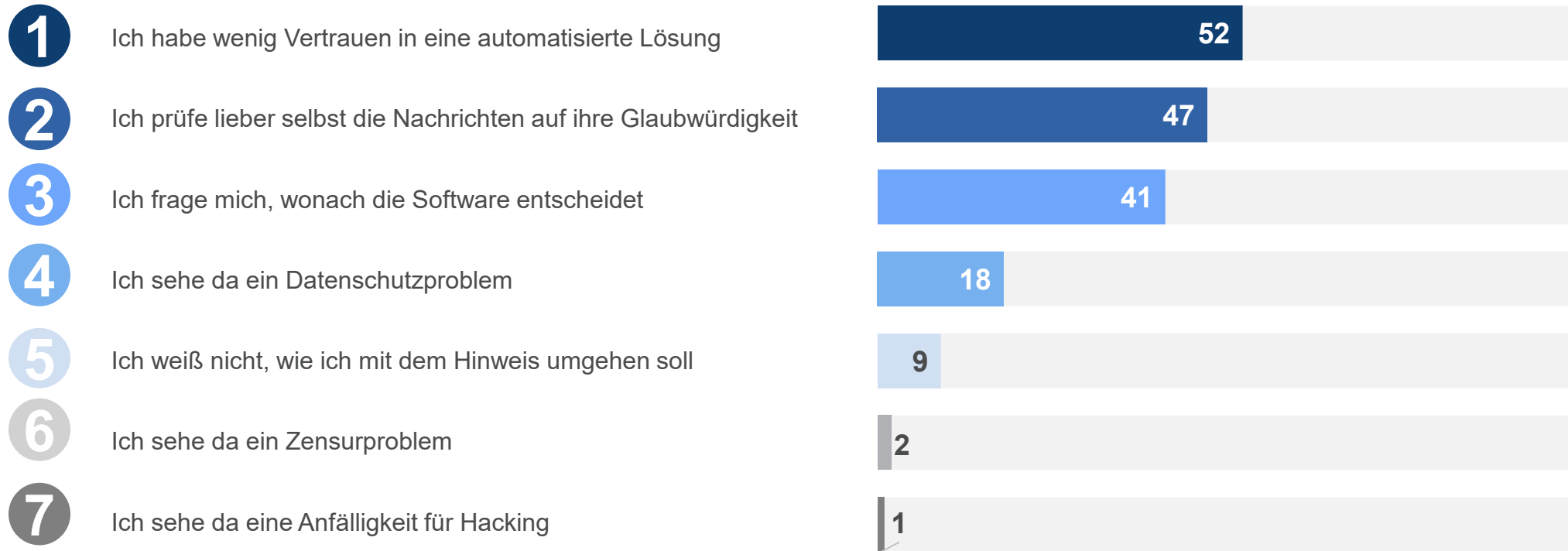
27.06.2022

Frage 9: Es gibt Software-Lösungen, die automatisch Nachrichten im Internet auf ihre Glaubwürdigkeit hin überprüfen. Ergibt die Prüfung Unstimmigkeiten, erscheint unter der Nachricht ein Hinweis wie z.B. Achtung, diese Nachricht kann möglicherweise Falschinformationen enthalten. Für wie hilfreich halten Sie grundsätzlich den Einsatz einer solchen Software?

Basis: n=1.013

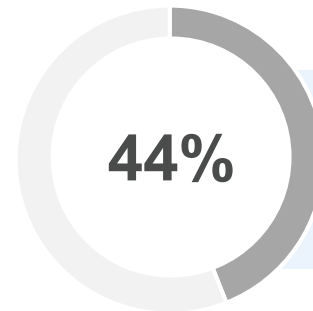
Eine kleinere Gruppe von Ablehner:innen hat kein Vertrauen in eine automatisierte Lösung und prüft lieber selbst die Glaubwürdigkeit von Nachrichten.

Gründe für Ablehnung der Softwarelösungen



Zweidrittel der Befragten der Generation Z haben von Social Bots gehört.

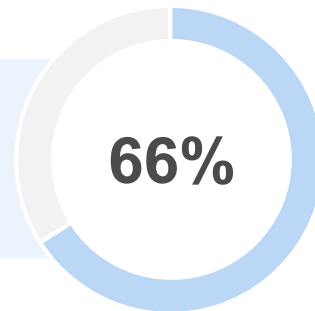
Bekanntheit von Social Bots



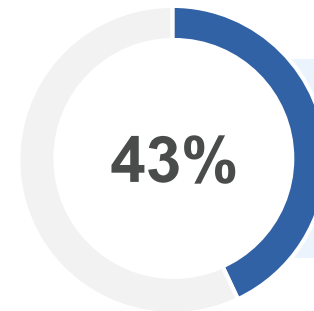
Gesamt

aller Befragten haben schon einmal etwas von Social Bots gehört

Generation Z
Größter Anteil von Kennern
der Social Bots



66%

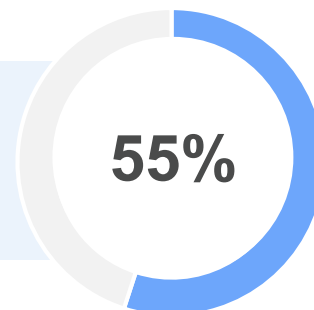


43%

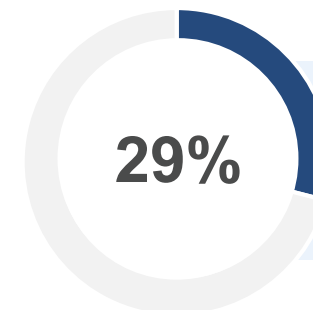
Generation X

Weniger als jeder Zweite hat schon einmal von Social Bots gehört.

Millennials
Mehr als jeder Zweite hat schon einmal von Social Bots gehört.



55%



29%

Baby Boomer

Geringster Anteil der Kenner von Social Bots

Untersuchungssteckbrief



Untersuchungsmethode: Bundesweite Online Befragung



Untersuchungszeitraum: Mai 2022



Befragungsgebiet: Bundesweite Befragung



Stichprobe: n= 1.013 Personen



Zielpersonen: Personen, die das Internet nutzen, im Alter von 16-70 Jahren



Quotierung: - bundesweit bevölkerungsrepräsentativ nach Alter und Geschlecht
- nach geographischer Verteilung (Nielsen-Gebiete bzw. Bundesländer)



Projektmanagement & Durchführung: Forschungsgruppe g/d/p



Christa Braaß
Geschäftsführerin

Fon: 040-29876-140 oder 01724238449
Fax: 040-29876-127
braass@gdp-group.com

Dipl. Psych. Regine Höft
Senior Research Consultant

Fon. 040-29876-139
Fax: 040-29876-127
hoeft@gdp-group.com

**g/d/p Markt- und
Sozialforschung GmbH**
Ein Unternehmen der
Forschungsgruppe g/d/p
Richardstraße 18
22081 Hamburg
<https://www.gdp-group.com>