

Fachhochschule Graubünden, Institut für Multimedia Production
(IMP)

«Video- und bildbasierte Desinformation auf Social-Media-Plattformen in der Schweiz» (Arbeitstitel)

Proposal Bachelorarbeit

Autor: Yannick Spriessler
Studiengang: BSc Multimedia Production
Matrikel-Nr.: 22-160-360
Adresse: Breitenstrasse 26, 4416 Bubendorf
E-Mail: yannick.spriessler@stud.fhgr.ch

Referentin: Prof. Dr. Franziska Oehmer-Pedrazzi
Koreferent: Benjamin Hanimann

Datum: 20.12.2024

Inhaltsverzeichnis

1	Thema	1
1.1	(Eigene Motivation)	1
1.2	Zielsetzung & Fragestellung der Bachelorthesis	1
1.3	Zielsetzung Lehrprojekt	1
2	Mediales Lehrprojekt	1
2.1	Form und Inhalt	1
2.2	Konzept, Methodenwahl, Produktionsplan	1
3	Bachelorthesis	2
3.1	Thema und Problemstellung	2
3.2	Relevanz	2
3.2.1	Gesellschaft	2
3.2.2	Wissenschaft	2
3.3	Forschungsfrage	3
3.3.1	(Zielsetzung der Arbeit)	3
3.4	Forschungsstand	3
3.5	Methodik	4
3.5.1	Analysegegenstand	4
3.5.2	Datenerhebung und Auswertungsmethode	5
3.5.3	Analysezeitraum	5
3.6	Darstellung Grobstruktur der Arbeit	5
4	Zeitplan	5
5	AI-Tools	5
6	Literaturverzeichnis	6
6.1	Weitere mögliche Quellen	8

1 Thema

Die Bachelorarbeit wird sich damit befassen, wie Inhalte auf Social-Media-Plattformen in der Schweiz verwendet werden, um durch video- und bildbasierte Desinformation politische oder gesellschaftliche Narrative zu stärken.

1.1 (Eigene Motivation)

1.2 Zielsetzung & Fragestellung der Bachelorthesis

1.3 Zielsetzung Lehrprojekt

2 Mediales Lehrprojekt

2.1 Form und Inhalt

- Inhalt: Worum geht es beim Lehrprojekt?
- Medialer Ansatz: Umsetzung des medialen Projekts - Aktueller Stand; vergleichbare Projekte

Als Lehrprojekt ist eine interaktive, webbasierte Aufklärungsplattform angedacht. Sie soll auf spannende und interaktive Art das Bewusstsein für die Verbreitung von Desinformation auf Social-Media-Plattformen stärken und Möglichkeiten vermitteln, diese besser zu erkennen und ihre Verbreitung einzudämmen.

Umgesetzt werden soll die Plattform mit interaktiven Elementen und Videobeiträgen von Expertinnen und Experten. Als Beispiel dienen Plattformen wie Der Newstest.de und Made To Measure.

Zielgruppe sind alle Nutzenden von Social-Media-Plattformen.

2.2 Konzept, Methodenwahl, Produktionsplan

- Konzeption (inkl. eingesetzte mediale Formen) - Methoden, Werkzeuge, Vorgehen - Darlegung Produktionsplan - Beschreibung einzelner Arbeitsschritte

3 Bachelorthesis

3.1 Thema und Problemstellung

Inhalte mit Schweizer Bezug, welche von Faktencheck-Plattformen aus dem DACH-Raum als Desinformation anerkannt wurden, werden durch eine Inhaltsanalyse strukturell untersucht, um daraus Erkenntnisse über oft verwendete Mechanismen zu gewinnen. Diese werden danach verwendet, um darauf basierend als Lehrprojekt eine interaktive Aufklärungsplattform für Nutzende dieser sozialen Plattformen zu gestalten.

3.2 Relevanz

3.2.1 Gesellschaft

Im Jahr 2024 betrug der Anteil der Social-Media-Nutzenden in der Schweiz knapp 80% (We Are Social, DataReportal & Meltwater, 2024, S. 22). Somit wird durch Social-Media-Inhalte ein Grossteil der Schweizer Bevölkerung erreicht. Dadurch kann Desinformation potenziell einen grossen Einfluss auf die Bevölkerung und ihre (politische) Meinungsbildung haben (Grujic, 2024, S. 18; Jaster & Lanius, 2020, S. 258; Khan, Michalas & Akhunzada, 2021, S. 1).

Jaster & Lanius (2020, S. 258) schreiben Desinformation die Fähigkeit zu, demokratische Gesellschaften "durch Inhalte, die Angst und Verunsicherung schüren, [...] durch die Schwächung der seriösen Institutionen der Erkenntnisbeschaffung und [...] durch Normverschiebungen des politisch Sagbaren" zu destabilisieren. Gemäss dem Bundesministerium des Innern und für Heimat (2022) (zit. nach Teetz (2023, S. 15)) kann Desinformation ab einem gewissen Grad sogar als Bedrohung der nationalen Sicherheit verstanden werden.

3.2.2 Wissenschaft

Social-Media-Plattformen und ihre entsprechenden Algorithmen zur Inhaltsauswahl basieren neben den Interaktionen der Nutzenden untereinander in ihrer Funktionsweise vor allem auf der Generierung von Aufmerksamkeit (vgl. Stark,

Magin & Geiß, 2022, S. 220; Hegelich & Thielges, 2018, S. 493). Durch die Verbreitung eines Inhaltes wird zwangsläufig die Kapazität der Nutzenden für die Verarbeitung anderer Inhalte geschmälert (Jaster & Lanius, 2020, S. 248). Die Wissenschaft kennt das Potenzial und die Gefahr von Social-Media-Plattformen, durch Fragmentierung und das Anzeigen bestimmter Inhalte Filterblasen zu schaffen und die Gesellschaft zu spalten – dieser Effekt konnte jedoch bisher nicht tatsächlich bewiesen werden (Stark, Magin & Geiß, 2022, S. 220).

3.3 Forschungsfrage

Folgende Fragestellung wird in der Bachelorarbeit behandelt:

Wie wird video- und bildbasierte Desinformation auf Social-Media-Plattformen in der Schweiz eingesetzt, um politische und gesellschaftliche Narrative zu verbreiten?

3.3.1 (Zielsetzung der Arbeit)

3.4 Forschungsstand

Bei Desinformation handelt es sich um "(...)news articles that are intentionally and verifiably false, and could mislead readers." (Allcott & Gentzkow, 2017, S. 213) Die Motivation hinter Desinformation umfasst normalerweise entweder finanzielle oder ideologische Zwecke (vgl. Tandoc, Lim & Ling, 2018, S. 138; Stark, Magin & Geiß, 2022, S. 225; Kagel, 2019, S. 154–155).

Der Begriff "Fake News" wurde zunehmend zu politischen Propagandazwecken verwendet. Kohring & Zimmermann (2020, S. 148) empfehlen deshalb, stattdessen von aktueller Desinformation zu sprechen.

Bezüglich den Definitionskriterien für Desinformation besteht in der Wissenschaft Uneinigkeit; die folgende Arbeit stützt sich deshalb auf die Kriterien nach Kohring & Zimmermann (2020):

- (Visuelle) Kommunikation

- Aktualitätsbezug
- Wahrheitsanspruch in Abgrenzung zur Satire
- Unwahrheit: Irreführendes Potenzial
- Unwahrhaftigkeit: Die Produzierenden sind sich der Unwahrhaftigkeit ihrer Nachricht bewusst
- Täuschungsabsicht: Vorsätzliche Verbreitung falscher Tatsachen

Desinformation dient in der Regel dazu, politische Ziele zu erreichen, das Vertrauen in öffentliche Institutionen zu schmälern und die Polarisierung der Gesellschaft voranzutreiben (vgl. Allcott & Gentzkow, 2017; Stark, Magin & Geiß, 2022, S. 225; Kagel, 2019, S. 162).

In Anlehnung daran kann davon ausgegangen werden, dass Desinformation gemäss den oben definierten Kriterien vermutlich vor allem im politischen Kontext betrieben wird (vgl. Sammer, 2021, S. 51; Allcott & Gentzkow, 2017, S. 217; Hegelich & Thielges, 2018, S. 498). Eine klare Absenderschaft lässt sich jedoch meist nur schwer definieren (Hegelich & Thielges, 2018, S. 498–499).

3.5 Methodik

Methodisch ist eine Inhaltsanalyse aktueller video-/bildbasierter Desinformation auf Social-Media-Plattformen in der Schweiz geplant. Dazu werden Inhalte untersucht, welche von Faktencheck-Plattformen im entsprechenden Gebiet als Desinformation markiert wurden.

Des Weiteren sind zur Einordnung und zugunsten weiterer Erkenntnisse Experteninterviews geplant, welche dann in Videoform gegebenenfalls auch für das Lehrprojekt verwendet werden.

3.5.1 Analysegegenstand

Diverse Faktencheck-Plattformen publizieren ihre Erkenntnisse zu geprüften Inhalten online. Diese Artikel werden strukturiert ausgewertet, um daraus möglichst Mechanismen für Desinformation auf Social Media abzuleiten. Durch die Limi-

tierung auf solche Plattformen kann sichergestellt werden, dass entsprechende Kriterien für die Qualifikation als Desinformation der Inhalte gegeben sind.

3.5.2 Datenerhebung und Auswertungsmethode

3.5.3 Analysezeitraum

Untersucht werden Beiträge zu Inhalten ab 2020. So wird einerseits deren Aktualitätsbezug sichergestellt, andererseits wird in Krisenzeiten nachweislich besonders viel Desinformation verbreitet (Tandoc, Lim & Ling (2018) zit. nach Ceron, de-Lima-Santos & Quiles (2021, S. 2)). Dies lässt sich auch für die Covid19-Pandemie nachweisen (ebd.).

3.6 Darstellung Grobstruktur der Arbeit

4 Zeitplan

5 AI-Tools

Es wurden keine AI-Tools zum Schreiben des Exposés verwendet.

6 Literaturverzeichnis

Literatur

- Allcott, H. & M. Gentzkow (1. Mai 2017). „Social Media and Fake News in the 2016 Election“. In: *Journal of Economic Perspectives* 31.2, S. 211–236. ISSN: 0895-3309. DOI: 10.1257/jep.31.2.211. URL: <https://pubs.aeaweb.org/doi/10.1257/jep.31.2.211> (besucht am 17. 11. 2024).
- Bundesministerium des Innern und für Heimat (2022). *Desinformation als hybride Bedrohung*. Bundesministerium des Innern und für Heimat. URL: <https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/schwerpunkte/DE/desinformation/artikel-desinformation-hybride-bedrohung.html?nn=9391316> (besucht am 04.12.2024).
- Ceron, W., M.-F. de-Lima-Santos & M. G. Quiles (1. Jan. 2021). „Fake news agenda in the era of COVID-19: Identifying trends through fact-checking content“. In: *Online Social Networks and Media* 21, S. 100116. ISSN: 2468-6964. DOI: 10.1016/j.osnem.2020.100116. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2468696420300562> (besucht am 04.12.2024).
- Grujic, N. (13. Feb. 2024). „Warnhinweise bei „Fake-News“ als Strategie gegen Online- Desinformation? Mögliche Konsequenzen bezogen auf Meinungsbildungsprozesse und demokratische Wahlen“. Bachelorarbeit. Merseburg: Hochschule Merseburg. 44 S. URL: https://opendata.uni-halle.de/bitstream/1981185920/117489/1/GrujicNando_Warnhinweise%20bei%20Fake-News%20als%20Strategie%20gegen%20Online-Desinformation.pdf (besucht am 12.04.2024).
- Hegelic, S. & A. Thieltges (2018). „Manipulation in sozialen Netzwerken“. In: *ZfP Zeitschrift für Politik* 64.4. Hrsg. von J. Behnke et al. S. 357–378. ISSN: 2941-8879. DOI: 10.5771/9783845286556-357. URL: <https://www.nomos-elibrary.de/index.php?doi=10.5771/9783845286556-357> (besucht am 25.09.2024).

- Jaster, R. & D. Lanius (2020). „Schlechte Nachrichten: "Fake News" in Politik und Öffentlichkeit“. In: *Fake News und Desinformation*. Hrsg. von R. Hohlfeld et al. 1 Bde. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, S. 245–268. ISBN: 978-3-7489-0133-4. DOI: 10.5771/9783748901334-245. URL: <https://www.nomos-elibrary.de/index.php?doi=10.5771/9783748901334-245> (besucht am 04.11.2024).
- Kagel, M. (2019). „Unsicherheit durch Lüge – Sicherheitspolitik im postfaktischen Zeitalter“. In: *Postfaktische Sicherheitspolitik: Gewährleistung von Sicherheit in unübersichtlichen Zeiten*. Hrsg. von H.-J. Lange & M. Wendekamm. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 162. ISBN: 978-3-658-27281-4. DOI: 10.1007/978-3-658-27281-4. URL: <http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-27281-4> (besucht am 25.09.2024).
- Khan, T., A. Michalas & A. Akhunzada (15. Sep. 2021). „Fake news outbreak 2021: Can we stop the viral spread?“ In: *Journal of Network and Computer Applications* 190, S. 103112. ISSN: 1084-8045. DOI: 10.1016/j.jnca.2021.103112. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1084804521001326> (besucht am 04.12.2024).
- Kohring, M. & F. Zimmermann (24. Feb. 2020). „„Fake News“: Aktuelle Desinformation: Eine Begriffsexplikation“. In: *Deutsch in Sozialen Medien: Interaktiv – multimodal – vielfältig*. Hrsg. von K. Marx, H. Lobin & A. Schmidt. Berlin, Boston: De Gruyter, S. 147–162. ISBN: 978-3-11-067988-5. DOI: 10.1515/9783110679885-008. URL: <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783110679885-008/html> (besucht am 05.11.2024).
- Sammer, T. (2021). „Fake News : eine Gefahr für die Demokratie? : Wie wir Fake News erkennen, vermeiden und gut mit ihnen umgehen können“. urn:nbn:at:at-ubg:1-179076. Master's Thesis. Graz: Karl-Franzens-Universität Graz. 91 S. URL: <https://unipub.uni-graz.at//obvugrhs/7901964> (besucht am 25.09.2024).
- Stark, B., M. Magin & S. Geiß (2022). „Meinungsbildung in und mit sozialen Medien“. In: *Handbuch Soziale Medien*. Hrsg. von J.-H. Schmidt & M. Taddicken. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 213–231. ISBN: 978-3-658-25995-2. DOI: 10.1007/978-3-658-25995-2. URL: <https://www.springer.com/9783658259952> (besucht am 04.11.2024).

- [//link.springer.com/10.1007/978-3-658-25995-2](https://link.springer.com/10.1007/978-3-658-25995-2) (besucht am 04.11.2024).
- Tandoc, E. C., Z. W. Lim & R. Ling (7. Feb. 2018). „Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions“. In: *Digital Journalism* 6.2, S. 137–153. ISSN: 2167-0811, 2167-082X. DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2017.1360143> (besucht am 05.12.2024).
- Teetz, A. (März 2023). „„Ein Social-Media-Post ist kein Projektil“ – Konzeptionelle Herausforderungen durch Desinformation“. In: *Zeitschrift für Außen- und Sicherheitspolitik* 16.1, S. 13–29. ISSN: 1866-2188, 1866-2196. DOI: 10.1007/s12399-023-00937-9. URL: <https://link.springer.com/10.1007/s12399-023-00937-9> (besucht am 14.11.2024).
- We Are Social, DataReportal & Meltwater (31. Jan. 2024). *Anteil der aktiven Social-Media-Nutzer an der Bevölkerung in ausgewählten Ländern in Europa im Januar 2024 [Graph]*. Statista. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/209186/umfrage/zugriff-auf-social-media-via-mobiler-endgeraete-in-ausgewaehlten-laendern/> (besucht am 04.12.2024).
- Zoglauer, T. (2021). *Konstruierte Wahrheiten: Wahrheit und Wissen im postfaktischen Zeitalter*. ars digitalis. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. ISBN: 978-3-658-34596-9 978-3-658-34597-6. DOI: 10.1007/978-3-658-34597-6. URL: <https://link.springer.com/10.1007/978-3-658-34597-6> (besucht am 25.09.2024).

6.1 Weitere mögliche Quellen

- T. Zoglauer (2021). *Konstruierte Wahrheiten: Wahrheit und Wissen im postfaktischen Zeitalter*. ars digitalis. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. ISBN: 978-3-658-34596-9 978-3-658-34597-6. DOI: 10.1007/978-3-658-34597-6. URL: <https://link.springer.com/10.1007/978-3-658-34597-6> (besucht am 25.09.2024)