

## Pressemitteilung

Auskunft erteilt	Katrina Jordan 0851 509-1439
Telefax	0851 509-1433
E-Mail	kommunikation @uni-passau.de
Datum	18. September 2017

### Wie manipulierbar sind die Deutschen? Studie der Universität Passau untersucht Wahrnehmung und Wirkung von Falschmeldungen

**Fake News, die den Menschen durch wiederholte Rezeption bekannt und vertraut sind, werden als glaubwürdiger eingeschätzt als bislang unbekannte Nachrichten. Eine Forschergruppe an der Universität Passau konnte einen Zusammenhang zwischen Vertrautheit und Glaubwürdigkeit nicht nur für Einzelfälle nachweisen, sondern mithilfe eines Online-Experiments einen statistischen Zusammenhang für eine Vielzahl bekannter Falschmeldungen belegen, die seit Beginn der Flüchtlingskrise die politische Kommunikation in Deutschland mitgeprägt haben. Die Studie belegt zudem: Die Deutschen glauben, dass Fake News andere Wählerinnen und Wähler bei der Wahl zum Bundestag beeinflussen.**

Mit zunehmender Bekanntheit einer Falschmeldung steigt auch der Glaube daran, dass die Nachricht der Wahrheit entspricht. Die Psychologie spricht hier vom „Wahrheitseffekt“ oder „Mere-Exposure Effect“. Oft wird in der Forschung dieser Umstand dafür verantwortlich gemacht, dass es nicht ausreicht, mit Korrekturinitiativen und dem sogenannten „Debunking“ („Entzaubern“ von Fake News) dem Problem zu Leibe zu rücken – auch weil das Kenntlichmachen von Fake News eine geringere Verbreitung erfährt als die Fake News selbst. „Was erst einmal in der Welt ist, bleibt offenbar auch langfristig und robust dort“, sagt Studienleiter Prof. Dr. Ralf Hohlfeld (Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft).

Den 1.021 Befragten wurden von seinem Forscherteam am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft per Zufallsauswahl jeweils sechs wahre Nachrichten und sechs Fake News vorgelegt. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Untersuchung mussten in einem ersten Schritt beantworten, ob ihnen die jeweilige Nachricht vertraut sei und in einem zweiten Schritt, ob die Nachricht ihrer Meinung nach glaubwürdig sei. Ferner sollten die Befragten zu jeder Nachricht mitteilen, ob sie glauben, von dieser beeinflusst zu werden und ob andere Menschen davon beeinflusst werden könnten. Zuletzt wurde untersucht, ob die Probandinnen und Probanden Fake News liken oder mit einem kritischen Kommentar teilen.

Zwar wurden von den Befragten die Fake News mehrheitlich als solche erkannt, doch überwog in Einzelfällen die Täuschungswirkung: Die vor allem im Umfeld der Alternative für Deutschland (AfD) intensiv geteilte Falschmeldung, wonach die Grünen-Politikerin Renate Künast zum Mord an einer Studentin in Freiburg gesagt habe: „Der traumatisierte junge Flüchtling hat zwar getötet, man muss ihm aber jetzt trotzdem helfen“, hielten 35 Prozent für glaubwürdig, nur jeder Vierte zweifelte die Falschmeldung, die seit ihrem Aufkommen im Dezember 2016 vielfach richtig gestellt wurde, an. „Das Ergebnis spricht dafür, dass die Wirkung von Fake News, die einen wahren Nachrichten Kern nutzen und diesen umdeuten und manipulativ abwandeln, größer ist als bei gänzlich frei erfundenen Meldungen“, sagt Hohlfeld.

Zudem habe man mit Blick auf die bevorstehende Bundestagswahl auch den sogenannten Third-Person-Effekt nachweisen können. Während nur eine Minderheit der Teilnehmer glaube, in der politischen Meinungsbildung von Fake News selbst beeinflusst zu werden, nehme die Mehrheit an, dass die Gesamtbevölkerung von gezielter Desinformation manipulierbar sei. „Dieser Befund unterstreicht, dass es eine ernstzunehmende Sorge der Bevölkerung gibt, Fake News könnten die Wahl am 24. September in irgendeiner Weise beeinflussen“, so der Kommunikationswissenschaftler der Universität Passau. Optimistisch stimme aber der Befund, dass nur eine verschwindend geringe Zahl der Befragten die untersuchten Falschmeldungen bei Facebook und Co. in positiver Absicht teile oder like. Umgekehrt seien immerhin zehn Prozent der Probanden bereit, die als solche erkannten Fake News, die meist von scheinbar straffälligen Flüchtlingen handelten, mit kritischen Kommentaren zu versehen und weiterzuleiten.

**Rückfragen zu dieser Pressemitteilung** richten Sie bitte an Prof. Dr. Ralf Hohlfeld, Tel. 0851 509-2930, E-Mail [ralf.hohlfeld@uni-passau.de](mailto:ralf.hohlfeld@uni-passau.de).