

Hohlfeld | Harnischmacher | Heinke | Lehner | Sengl [Hrsg.]

Fake News und Desinformation

Herausforderungen für die vernetzte Gesellschaft
und die empirische Forschung



Nomos

Ralf Hohlfeld | Michael Harnischmacher | Elfi Heinke
Lea Sophia Lehner | Michael Sengl [Hrsg.]

Fake News und Desinformation

Herausforderungen für die vernetzte Gesellschaft
und die empirische Forschung



Nomos

Gefördert durch den Publikationsfonds der Universitätsbibliothek Passau.



Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

1. Auflage 2020

© Ralf Hohlfeld | Michael Harnischmacher | Elfi Heinke
Lea Sophia Lehner | Michael Sengl [Hrsg.]

Publiziert von
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3-5 | 76530 Baden-Baden
www.nomos.de

Gesamtherstellung:
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3-5 | 76530 Baden-Baden

ISBN (Print): 978-3-8487-6013-8
ISBN (ePDF): 978-3-7489-0133-4

DOI: <https://doi.org/10.5771/9783748901334>



Dieses Werk ist lizenziert unter einer
Creative Commons Namensnennung – Nicht kommerziell –
Keine Bearbeitungen 4.0 International Lizenz.



Onlineversion
Nomos eLibrary

Inhalt

Vorwort

<i>Ralf Hohlfeld, Michael Harnischmacher, Elfi Heinke, Lea Sophia Lehner & Michael Sengl</i>	
»Gates noch?« – Die Antwort auf den Systemfehler Desinformation könnte der Gateadvisor sein.....	9

Teil 1

Phänomenologie und Geschichte von »Fake News« und Desinformation

<i>Fabian Zimmermann & Matthias Kohring</i>	
Aktuelle Desinformation – Definition und Einordnung einer gesellschaftlichen Herausforderung.....	23
<i>Ralf Hohlfeld</i>	
Die Post-Truth-Ära: Kommunikation im Zeitalter von gefühlten Wahrheiten und Alternativen Fakten.....	43
<i>Michael Oswald</i>	
»Fake News Media«: Der Begriff »Fake News« als rhetorisches Mittel des Framings in der politischen Kommunikation	61
<i>Walter Hömberg</i>	
»Fake News«, Medienfälschungen, Grubenhunde. Fälschungsfallen im Journalismus und in den Medien.....	83

Teil 2

Anwendungsfälle und Einsatzgebiete von »Fake News«

<i>Michael Johann & Jana Wagner</i>	
Neue Debatte, altes Dilemma? Die Herausforderungen des Phänomens »Fake News« für die Unternehmenskommunikation.....	99
<i>Anna Sarmina</i>	
Die Macht der Propaganda im Ukrainekonflikt.....	117
<i>Lea Sophia Lehner</i>	
Social Media – Vox populi oder Forum der Agitatoren? Elementare Aufgaben-, Wirkungs- und Problemfelder sozialer Netzwerke im syrischen Bürgerkrieg	135

Inhalt

Teil 3

»Fake News« erkennen – Glaubwürdigkeit einschätzen

Stefanie Holzer & Michael Sengl

- Quelle gut, alles gut? Glaubwürdigkeitsbeurteilung
im digitalen Raum 157

Ralf Hohlfeld

- Wahr oder falsch? Eine empirische Untersuchung zur
Wahrnehmung von »Fake News« und echten Nachrichten
in der politischen Kommunikation 179

Sophie Menner & Michael Harnischmacher

- Ich sehe was, was Du nicht siehst, und das ist fake.
Die Herausforderung der kritischen Beurteilung von
Onlinequellen durch Kinder und Jugendliche 203

Teil 4

Verbreitung, Folgen und Wirkung von »Fake News« und Desinformation

Alexander Sängerlaub, Miriam Meier & Wolf-Dieter Rühl

- »Islamische Grabschparty in Schorndorf!«: Die Bundestagswahl
2017 und das Phänomen »Fake News« 221

Romy Jaster & David Lanius

- Schlechte Nachrichten: »Fake News« in Politik und Öffentlichkeit 245

Nora Denner & Christina Peter

- Lügenpresse, schreibt die Presse? Die Selbstthematisierung
deutscher Tageszeitungen in Bezug auf den Begriff Lügenpresse 269

Jana Schneider, Josephine B. Schmitt & Diana Rieger

- Wenn die Fakten der Anderen nur eine Alternative sind –
»Fake News« in Verschwörungstheorien als überdauerndes Phänomen 283

Teil 5

Maßnahmen zur Korrektur und Eindämmung von Falschnachrichten

Julian Hajduk & Natascha Zowislo-Grünwald

»Fake News«: neue Bedrohung oder alter Hut?

Grundlagen für ein Strategisches Diskursmanagement 297

Alexander Sängerlaub

Fakten versus Fakes: Was Fact-Checking als Maßnahme

gegen Desinformation leisten kann und was nicht 311

Josephine B. Schmitt, Julian Ernst & Diana Rieger

»Fake News« und Propaganda – Wirkung und Prävention

durch die Förderung von Medienkritikfähigkeit 327

Elfi Heinke & Michael Sengl

Medienkompetenzvermittler: Die Rolle von Medienunternehmen

in der Schule 341

