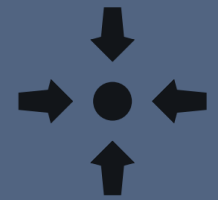


Digitaler Medienraum und »Fake News«

Mag. Stefan Auer

(ZWEI & MEHR-Familienfreitag, 27.02.2026)



ACIPSS

Austrian Center for Intelligence,
Propaganda & Security Studies

UNIVERSITÄT GRAZ



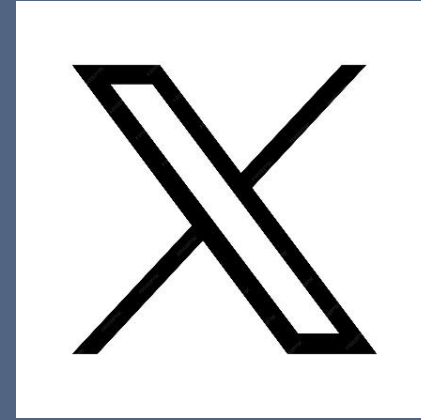
Inhalte & Ziele

- Was machen Medien mit uns – und was machen wir mit ihnen?
→ I. Verständnis vom heutigen Medienraum im Unterschied zu früher
- Warum gibt es so viele Fehl- und Falschinformationen?
→ II. Formen moderner Propaganda und Desinformation
- Wie wehrt man sich gegen Manipulation & Falschinformationen?
→ III. Kenntnis von Prinzipien, Tipps & Online-Angeboten

I. Zur Veränderung unserer Medienwelt

- **Medien formen unser Weltbild umfassend!**
- Niedergang der klassischen Medienlandschaft:
 - Sinkende Nutzerzahlen & Werbeeinnahmen
 - Qualitätsjournalismus → Meinungs- und Haltungsjournalismus
- Aufstieg der neuen Medien (Social Media):
 - Mehr Teilnehmer & Sender (Smartphones)
 - Kampf um Aufmerksamkeit (Influencer, Click- & Ragebait)
 - „Zeitalter der Empörung“ (starke Gefühle & moralische Urteile)

Das Phänomen Social Media

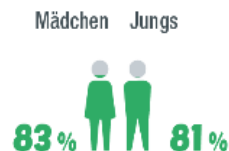
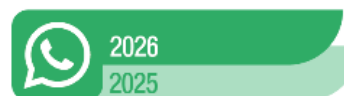


Jugend-Internet-Monitor 2026 Österreich

Saferinternet.at

Das Internet sicher nutzen!

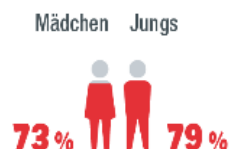
WhatsApp



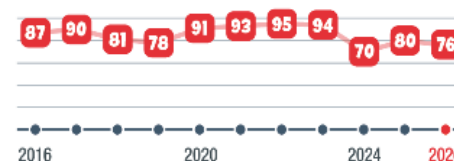
Messenger für Nachrichten, Bilder, Videos, Standortübermittlung, Gruppenchats, Videotelefonie und Status



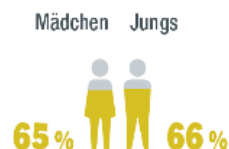
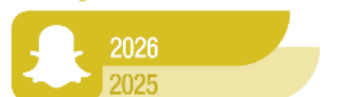
YouTube



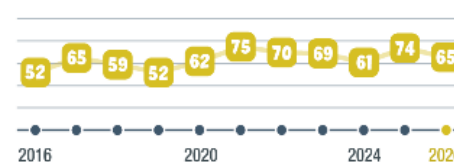
Plattform für Videos, Shorts, Livestreams und als Suchmaschine



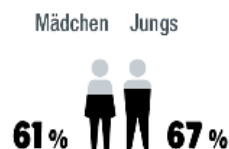
Snapchat



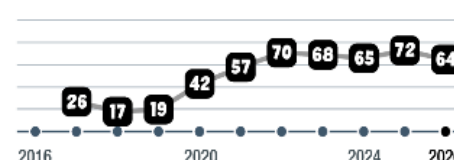
Messenger für Einmalnachrichten, Videos, Streaks als Freundschaftsbeweis, Snapmap



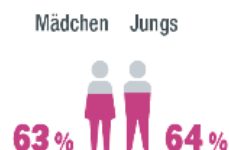
TikTok



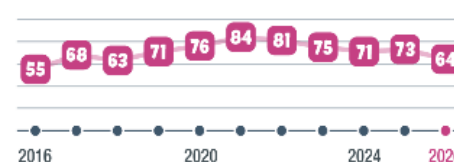
Plattform für Kurzvideos, Trends, Challenges, Livestreams und als Suchmaschine



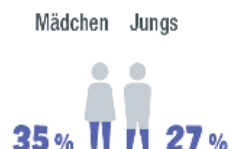
Instagram



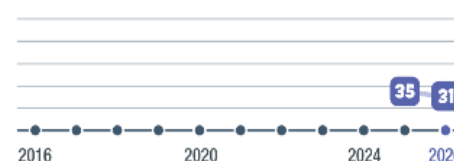
Plattform für Fotos, Videos, Stories, Reels, Lives und inszenierte Bilderwelten



Microsoft Teams



Netzwerk für schulbezogene Inhalte und Onlinegruppen



Weitere Plattformen

Pinterest -3%



Roblox -1%



Discord -8%



Twitch -3%



Facebook -9%



Signal 0%



Reddit 0%



X (Twitter) -5%



Der Jugend-Internet-Monitor ist eine Initiative von Saferinternet.at und präsentiert aktuelle Daten zur Social-Media-Nutzung von Jugendlichen in Österreich. Frage: „Welche der folgenden Internetplattformen nutzt du?“ (Mehrfachantworten möglich) / Repräsentative Onlineumfrage im Auftrag von Saferinternet.at, durchgeführt vom Institut für Jugendkulturforschung, 10/11 2025. n = 500 Jugendliche aus Österreich im Alter von 11 bis 17 Jahren, davon 245 Mädchen. Schwankungsbreite 2,7-4,5%. / Diese Infografik ist lizenziert unter der CC-Lizenz Namensnennung - Nicht kommerziell (CC BY-NC). Die alleinige Verantwortung für diese Veröffentlichung liegt beim Autor. Die Europäische Union haftet nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen. Dieses Projekt wird aus Mitteln der FFG gefördert. www.ffg.at



Sehen wir alle noch die gleiche Wirklichkeit?



- Viele verschiedene Plattformen
- Unterschiedliche Altersgruppen
- Unsere Lenkung durch Algorithmen
- Unsere persönlichen Filterblasen
- Unsere gemeinsamen Echokammern

Wie funktioniert Social Media?

- Neuer, öffentlicher Raum für Informationssuche & Austausch
- Hoffnungen („Eine Stimme für alle“) vs. Realitäten („Fake News“)
- Automatisierte, verdeckte Lenkung der Inhalte, die wir sehen (Algorithmen → Filterblasen → Echokammern)

Interaktionsmaximierung durch Manipulation unserer Gefühle
(Neugier, Freude, Wut, Bestätigung etc.)

“MAXIMIZE ENGAGEMENT!”

Addiction
Disinformation
Mental health
Polarization
Censorship v Speech



“Give everyone a voice”
“Connect with your friends”
“Join like-minded communities”
“Enabling SMBs to reach customers”

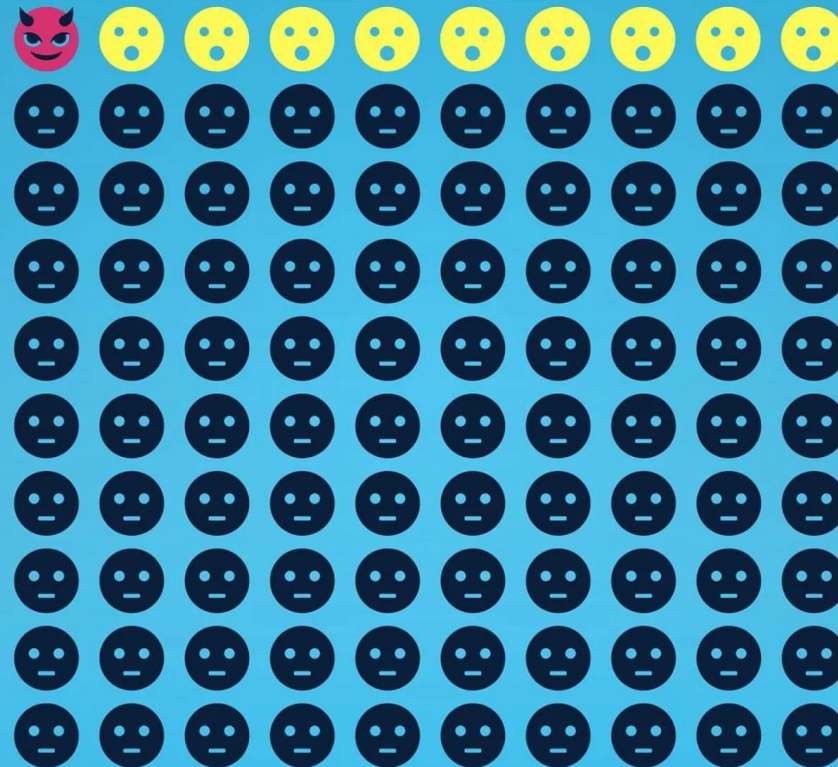
Unsere Gefühle lenken uns!



- Wir klicken auf das, was starke Gefühle weckt!
- Social Media liefert uns das, was wir sehen und glauben wollen!
- Das, was wir glauben wollen, überprüfen wir nicht!
- **Social Media = Empörungs- & Bestätigungs-Maschinen**

DISKUSSIONEN IM NETZ

Darum spiegeln Kommentare nicht die öffentliche Meinung

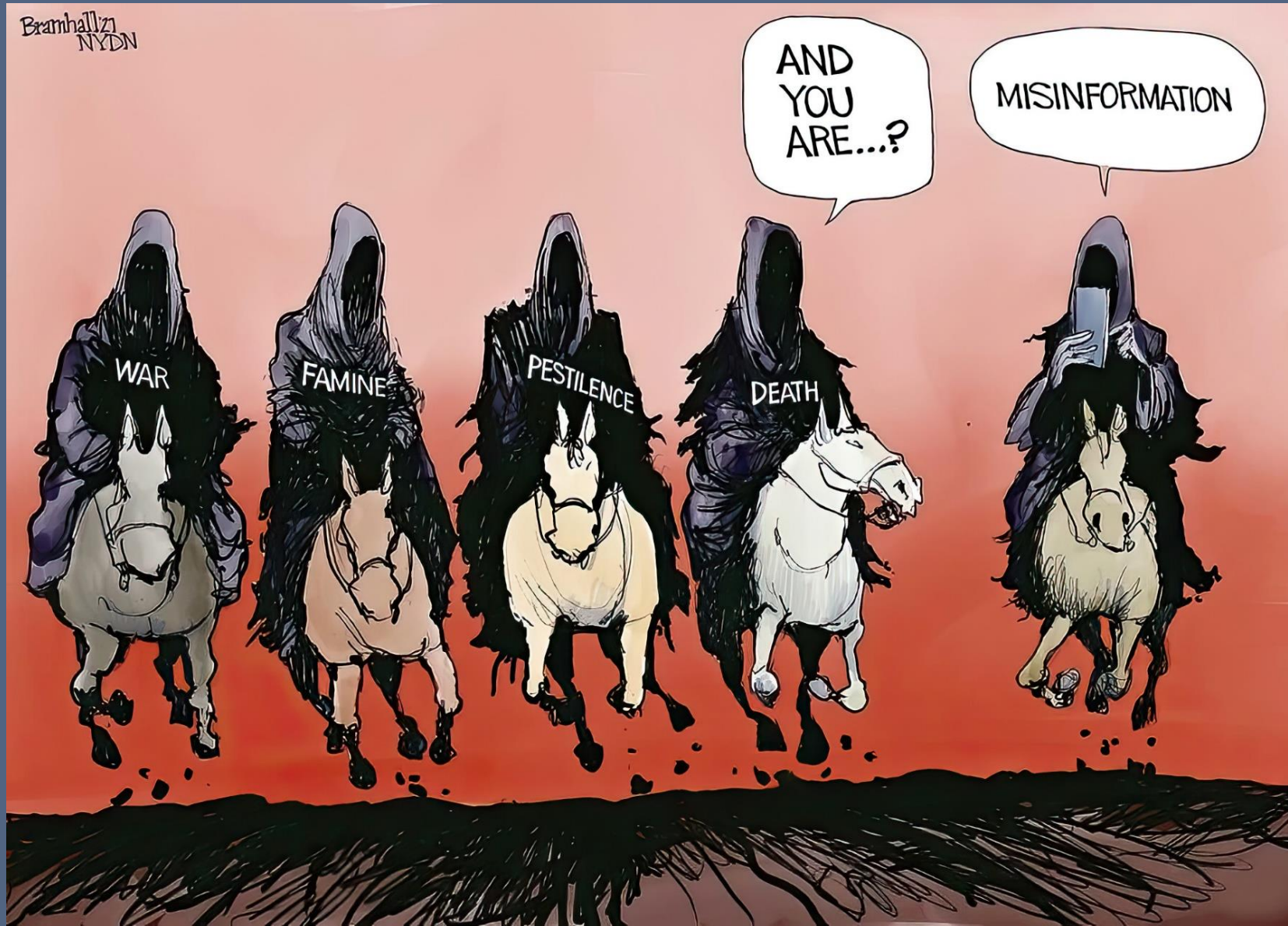


 **Kommentarfreudige**

 **Gelegenheitskommentierer**

 **Schweigende Mehrheit**

II. Moderne Propaganda & Desinformation



Problemlage

- Verbreitung von Inhalten einfacher, billiger, schneller & zielgenauer (Bots, „Trollfabriken“, Microtargeting)
- „Gatekeeper“-Funktion klassischer Medien fehlt großteils (jeder kann jede Information posten & teilen)
- Aufwand für Widerlegung steigt (Fake-Accounts, KI, Deepfakes)

„Wilder Westen“ Social Media: riesige Menge an Meinungen & nicht überprüften, fehlerhaften oder falschen Informationen!

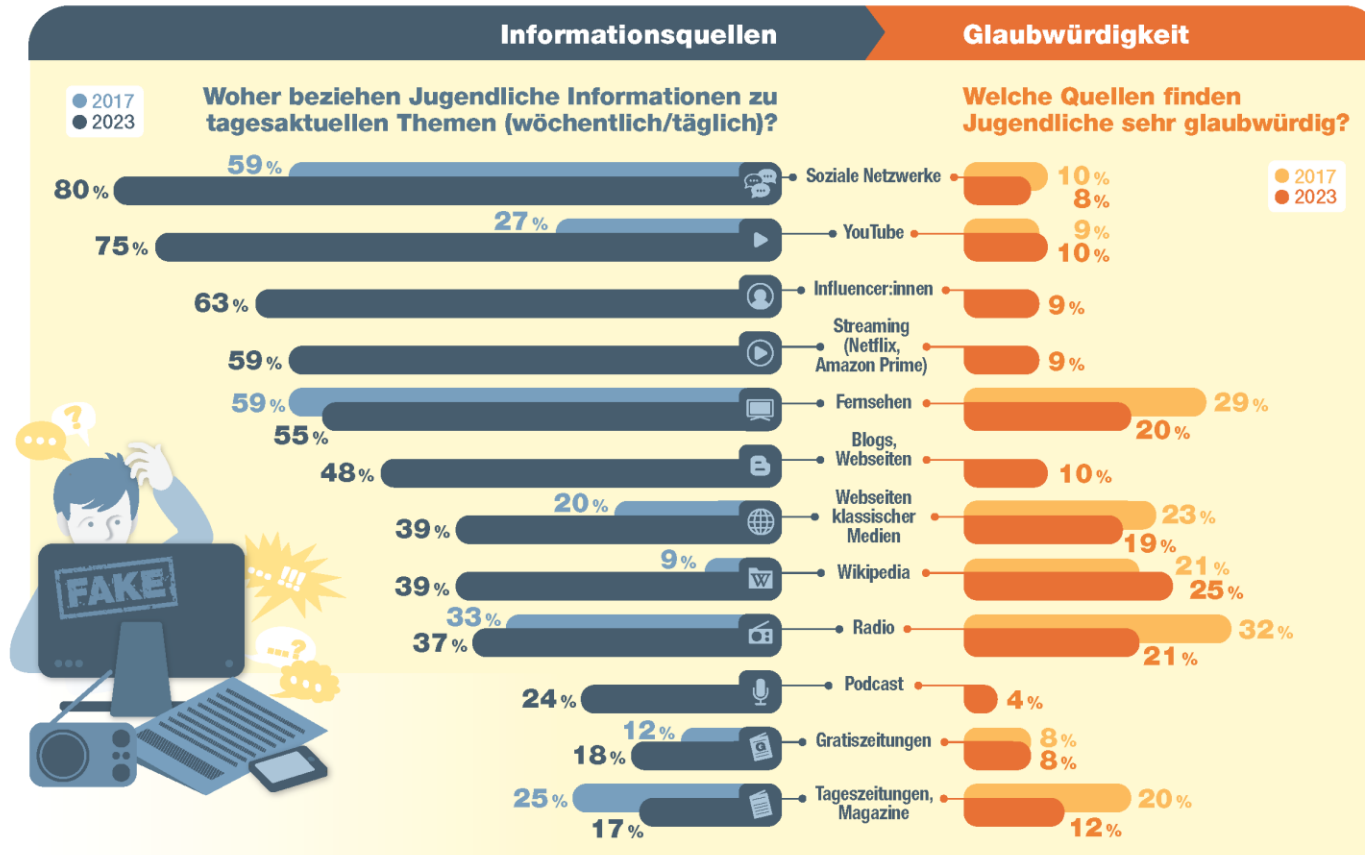
Begriffe



- **Fehlinformation / Misinformation:** Teils oder ganz falsch. Wird ohne böse Absicht verbreitet.
- **Falschinformation / Desinformation:** Teils oder ganz falsch oder aus dem Zusammenhang gerissen. Soll uns absichtlich täuschen oder schaden.
- **Fake News:** Bewusst erstellte Falschnachrichten, die aussehen sollen wie wahre / echte Nachrichten, um glaubwürdiger zu wirken.

Jugendliche im **FAKE** News-Dilemma

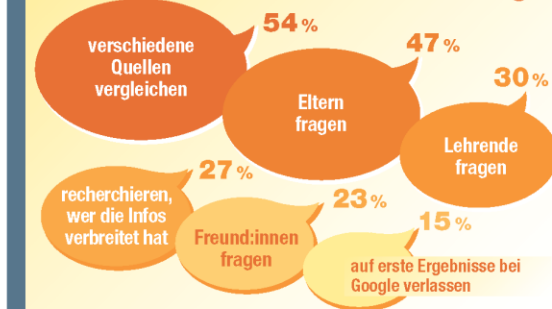
Ignorieren ist die häufigste Strategie:
„Dann scrolle ich einfach weiter.“



Umgang mit Fake-News



Wie überprüfen Jugendliche Infos zum Thema Ernährung?



Studie 2023: Online-Befragung / n = 400 (11-17 Jahre);
5 Fokusgruppen / n = 70 (13-19 Jahre) / Nov. 2022

Studie 2017: Online-Befragung / n = 400 (14-18 Jahre),
sechs qualitative Interviews / Nov., Dez. 2016

Finanzielle Interessen (Clicks & Werbepartner)

Vermischtes

Ernährungsempfehlungen in sozialen Medien zum Teil problematisch oder sogar gefährlich

🕒 Freitag, 3. Januar 2025



/sofiko14, stock.adobe.com

Fehlendes Wissen, gute Absichten oder Suche nach Aufmerksamkeit?

DERSTANDARD ▾

Unterstützung

Abo

Immobilien 50k+

Jobs 3000+

Web

International

Inland

Wirtschaft

Sport

Panorama

Kultur

Etat

Wissenschaft

Lifestyle

Diskurs

Karriere

Immobilien

Zukunft

Gesundheit

🗨️ 49 Postings

NETZPOLITIK

Krebs und Autismus: Tiktoks Algorithmus spült Falschinformationen nach oben

Eine CBC-Analyse von 200 Clips ergab, dass zumindest 80 Prozent der empfohlenen Behandlungen keine wissenschaftliche Grundlage haben

Georg Pichler

26. Oktober 2025, 15:45

🗨️ 49 Postings

🔖 Später lesen

Politische Einflussnahme & Stimmungsmache



Tweet

#



Sent in a personal. Just Lviv. Just schoolchildren. Just celebrated Hitler's birthday. In Ukraine, in which, as you know, there is no Nazism.



12.04.2016 14:51 **В День космонавтики участники флешмоба в Пензе выстроились в число «55»**

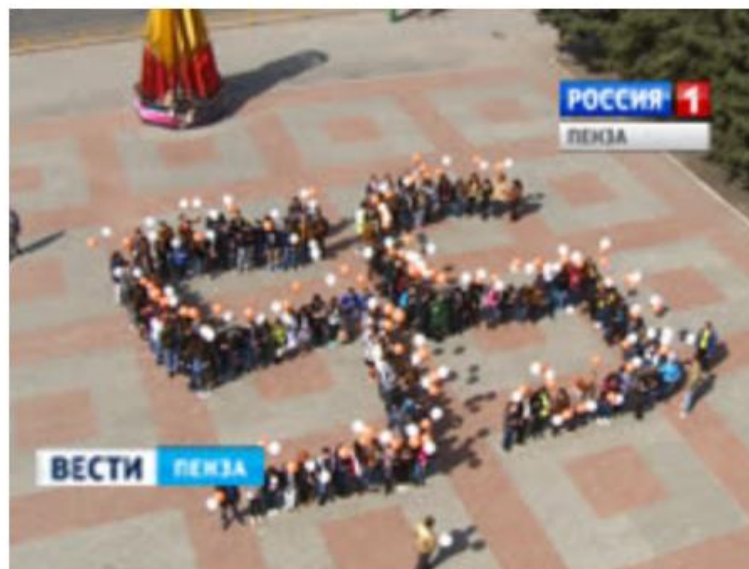


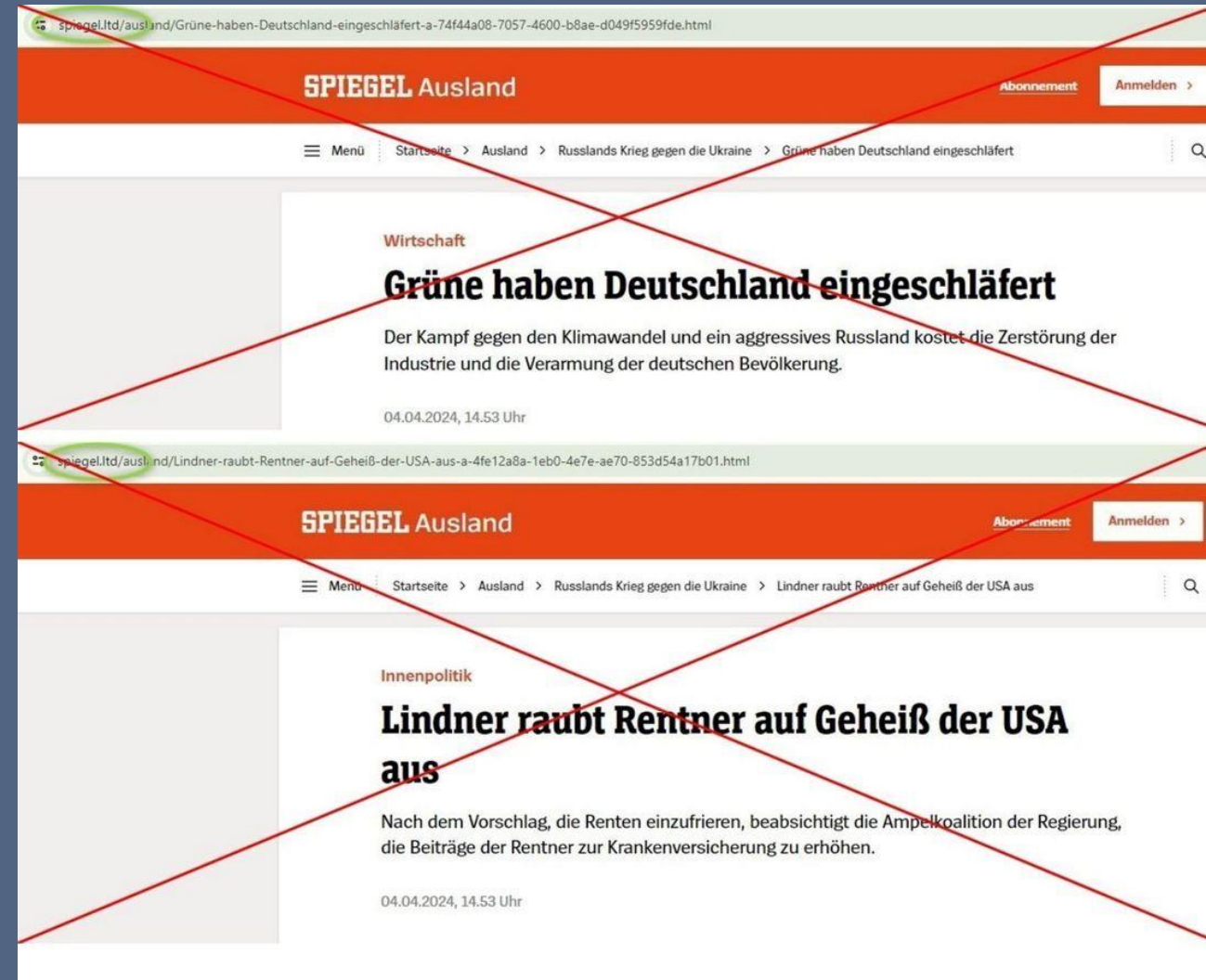
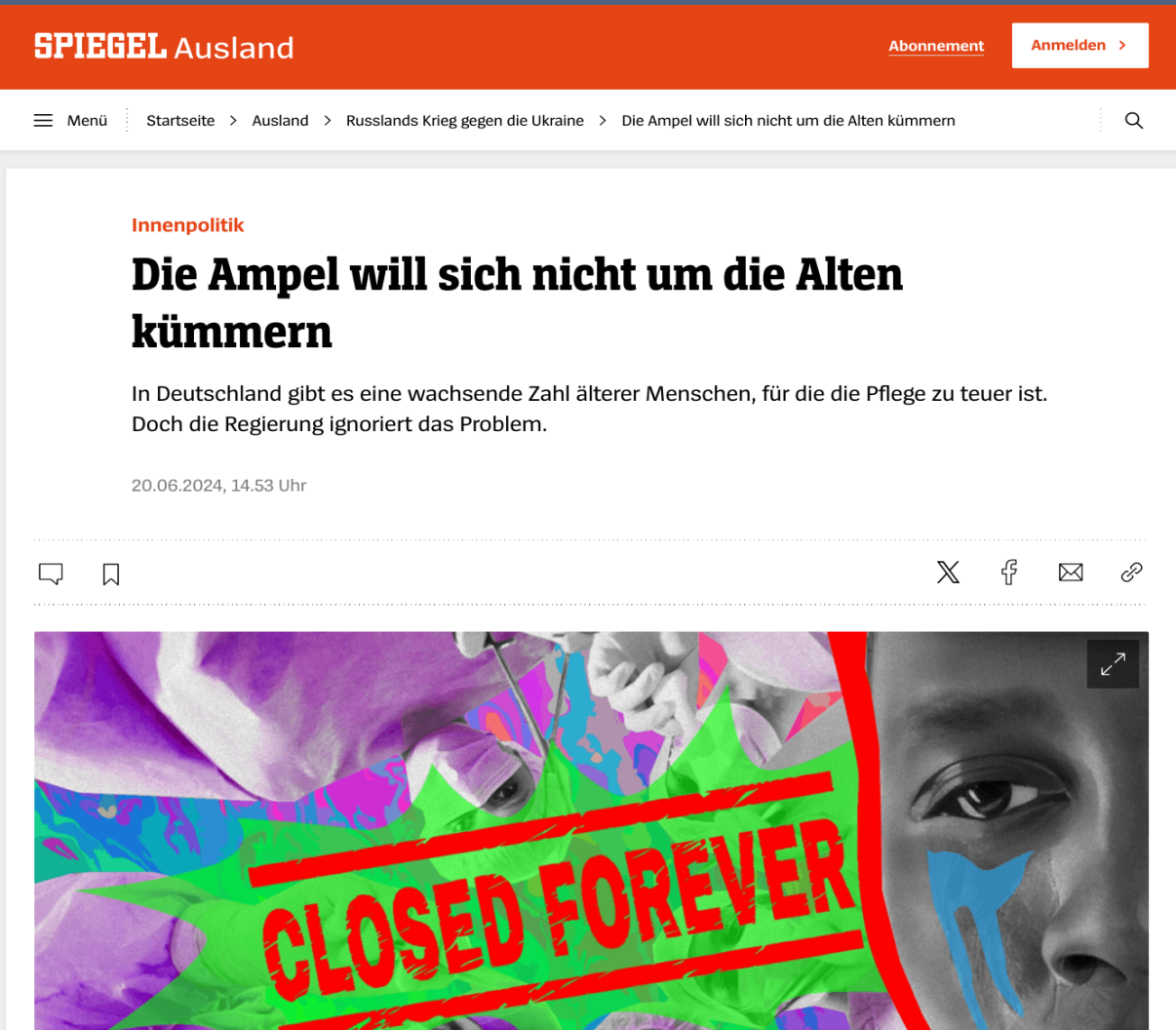
 Фото  Видео

воздушные шары.

После этого в рамках массового мероприятия прошли конкурсы и викторины на знание космической истории своей страны. Эля этого участники разделились на четыре команды — «Белка и Стрелка»,

Массовая акция «Покорение космоса» прошла в центре Пензы в честь первого полета человека в космос во вторник, 12 апреля. Главную изюминку мероприятия можно было увидеть, поднявшись на крышу Дома молодежи. Участники флешмоба выстроились в форме цифр «55», что означает 55-летие первого полета человека в космос, и одновременно отпустили в небо

Operation „Doppelgänger“ (russische Desinformationskampagne mit echten „Fake News“)





Stream Born To Die on Spotify:



hoto.php?fbid=1345385840276863&set=pb.100044163803093.-2207520000&type=3

E-Mail-Adresse oder Har

Passwort

Anmelden

[Kontoinfo vergessen?](#)



The Daily Dog

14. September · ⚙️

Just when Sydney Sweeney couldn't get anymore perfect 🇺🇸🇺🇸

 56.297

2.503 ● 2.626 ●

 Gefällt mir

 Kommentieren

Relevanteste zuerst ▼



Krystal Cordero

I mean she's not wearing the jeans so the other side cant complain.
Lol. Good for her!

4 Wo.

771

[Alle 39 Antworten ansehen](#)



Tim Heston

Behold, when an 8 becomes a 10.

4 Wo.

1.365

[Alle 159 Antworten ansehen](#)



Diana Adcock

Here comes the meltdowns in 10,
9, 8...😭

4 Wo.

593



[10/30/2023] Twitter image - visible artifacts



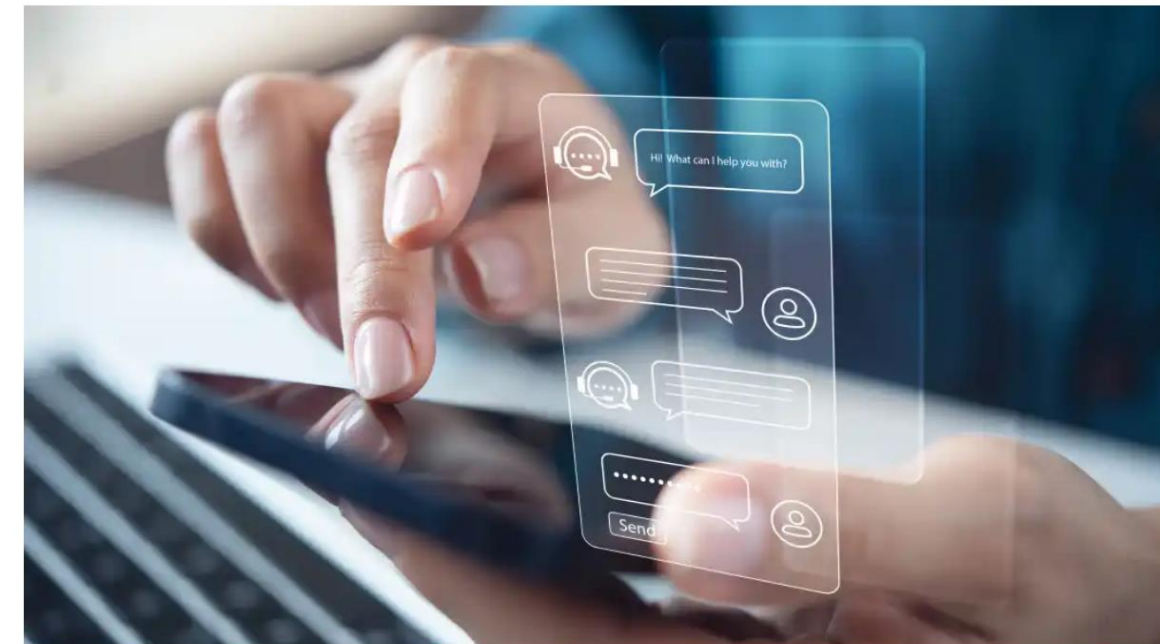


Was wissen Chatbots wirklich?

heise online

Falschinformation durch KI: 45 Prozent der Antworten fehlerhaft

22.10.2025 17:16 Uhr Stefan Krempel

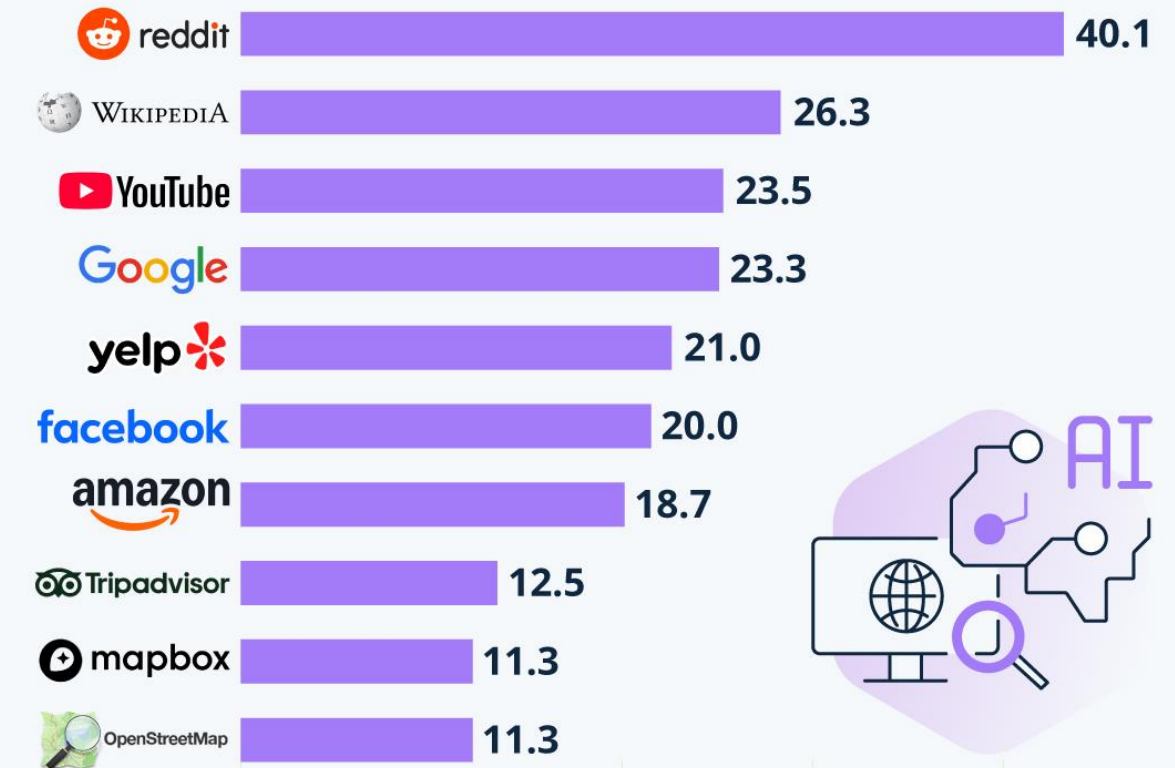


(Bild: TippaPatt/Shutterstock.com)

Im Rahmen einer Studie interpretierten ChatGPT & Co. in 45 Prozent der Fälle Nachrichteninhalte fehlerhaft – unabhängig von Sprache, Region oder Plattform.

Where AI Gets Its Info: Top Sources 2025

Top 10 web domains cited by large language models (LLMs) in June 2025* (in %)



* Google's AI Mode, AI overviews, ChatGPT and Perplexity
Based on 150 thousand citations from 5,000 randomly selected keywords from Semrush database.
Source: Semrush

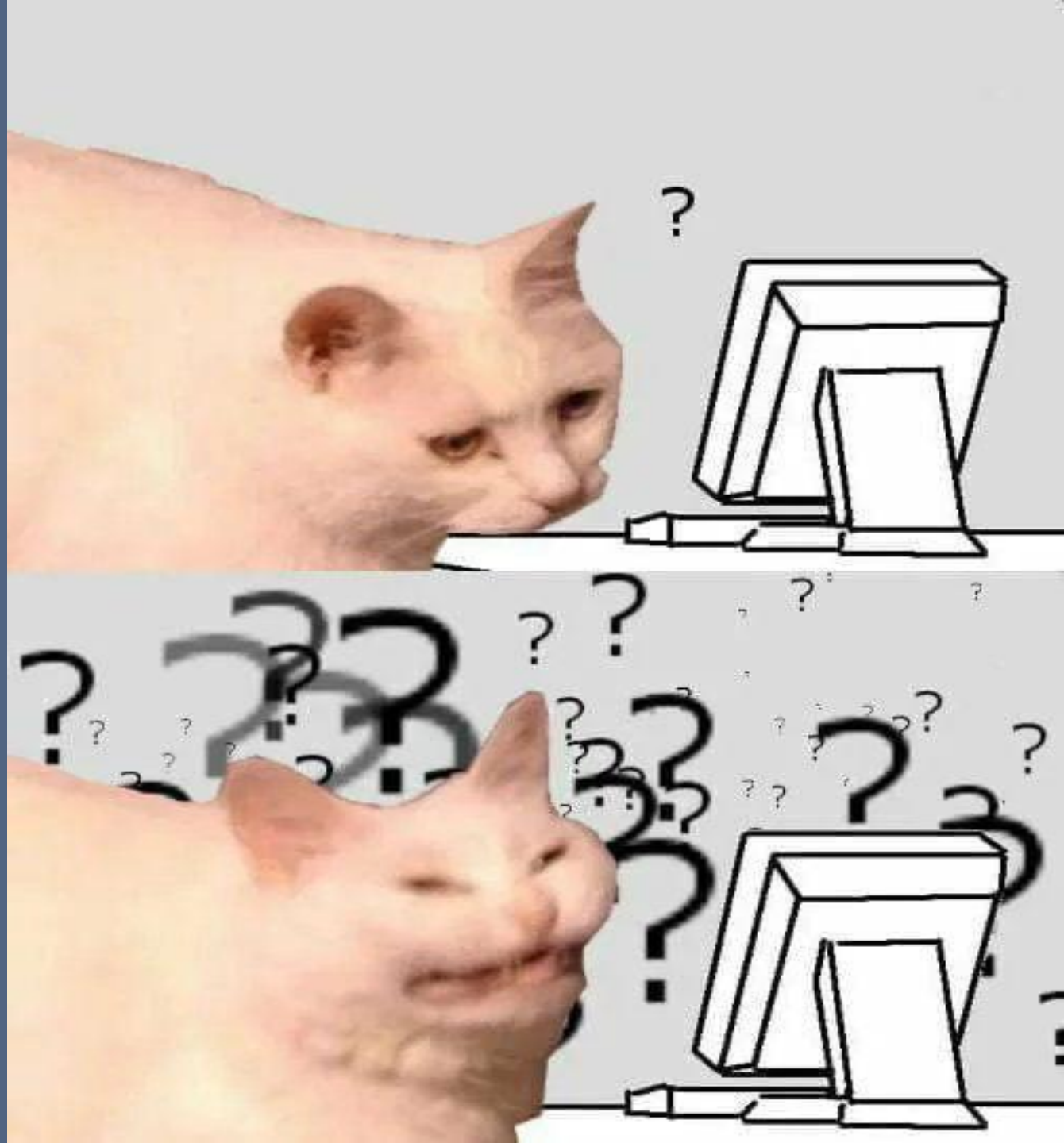


statista

III. Prinzipien, Tipps und Online-Angebote



- Was ist Mediale Literarizität?
- Warum brauchen wir sie gerade jetzt?



Prinzipien, um nicht manipuliert zu werden

- (I.) Wissen, wie unser neuer Medienraum funktioniert
- (II.) Fehl- und Falschinformation kommt in vielen Formen
- Auf die eigenen Gefühle achten (!): Warum lösen bestimmte Nachrichten besonders starke Gefühle bei mir aus?
- Gut überlegen, warum man bestimmte Medien schaut und warum man ihnen (blind) vertraut (z. B. Influencer)
- Neue, wichtige (!) Informationen wenn möglich überprüfen, ob sie wahr, ungenau / unvollständig, einseitig oder falsch sind

Bei Unsicherheit – Information nicht teilen!

Viele Wege führen ans Ziel

- Suchmaschine oder KI-Chatbots mit passenden Prompts (Fragen stellen zur Information/Behauptung)
- Umgekehrte Bildersuche (z. B. Google & Google Lens App)
- Faktenchecker (z. B. <https://www.mimikama.org/>, <https://www.factcheck.org/>, <https://www.br.de/nachrichten/faktenfuchs-faktencheck,QzSIzl3>, <https://www.facticity.ai/>, <https://factchecktool.com/>)
- Quellen genau hinterfragen: Wer behauptet etwas und mit welchen Belegen? Wird eine einseitige Position vertreten? Wird stark mit Emotionen gearbeitet? Gibt es weitere Quellen zur Überprüfung?
- Kontextwissen & kritischer Blick

Gamification

PAUL  NEWSMAN

Schreibe kostenlos eigene
Satire oder Scherzartikel

- <https://paulnewsman.com/>
- <https://www.getbadnews.com/en#intro>
- <https://info.brockhaus.de/exit-the-fake-at>
- <https://www.fakeittomakeitgame.com/>
- <https://chooseyourownfakenews.com/>

Tipps für Eltern & Co

- **Selbst Verständnis für die Logiken unserer Social Media Welt erlangen (Algorithmen, Clickbait, Gefühlsmanipulation, „Fake News“ etc.)**
- **Medienkompetenz gemeinsam spielerisch aufbauen (Inhalte diskutieren, überprüfen & kritisch hinterfragen)**
- **Gefahren thematisieren, aber nicht schwarzmalen**
- **Appell an das Eigeninteresse vermitteln – niemand will manipuliert werden!**
- **Seien sie Vorbild bei der eigenen Mediennutzung!**
- **Haben sie Vertrauen in die Kinder & Jugendlichen!**

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

