

Massnahmen von Facebook Inc. gegen Fake News während der Covid-19 Pandemie.



Abbildung 1: <https://www.macrumors.com/2019/05/09/facebook-co-founder-break-up/>

Kantonsschule Uster
Fachbereich Psychologie
Projektkurs Fake News (2019/2020)
Dozenten: L. Janssen und M. Huguenin

Sandro Fuchs, G5c (sandro.fuchs@ksuster.ch)
05.11.2020

Inhaltsverzeichnis

<u>EINLEITUNG</u>	<u>2</u>
<u>1. ZENTRALE BEGRIFFSBESTIMMUNG</u>	<u>3</u>
FAKE NEWS	3
CORONA/COVID-19	3
FACEBOOK INC./FACEBOOK.....	4
PLATTFORMEN.....	4
<u>2. MODELLE / METHODEN</u>	<u>4</u>
MARKIEREN VON BEITRÄGEN	5
MARKIEREN VON BEITRÄGEN VOR DEM TEILEN	5
LÖSCHEN VON BEITRÄGEN	6
SCHULUNGEN.....	6
<u>3. EINSCHRÄNKUNG DER VERBREITUNG VON FAKE NEWS VON FACEBOOK.....</u>	<u>7</u>
PRÄVENTIVES MARKIEREN VON BEITRÄGEN ÜBER CORONA.....	7
MARKIEREN VON FAKE NEWS.....	7
LÖSCHEN VON FAKE NEWS	8
<u>4. DISKUSSION UND BEURTEILUNG DES VERHALTENS VON FACEBOOK</u>	<u>8</u>
VORGESCHICHTE	8
RESULTATE	9
<u>5. FOLGERUNGEN FÜR FACEBOOK.....</u>	<u>9</u>
<u>6. WEITERFÜHRUNG</u>	<u>10</u>
<u>LITERATURVERZEICHNIS.....</u>	<u>11</u>
PHYSISCHE QUELLEN	11
ONLINE QUELLEN	11
BILD QUELLEN.....	12

Einleitung

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Frage, wie die Plattform Facebook gegen Corona Fake News vorgeht. Zuerst werden entsprechende Modelle aufgezeigt. Danach wird anhand aktueller Aussagen von Facebook erläutert, welche Methoden das Unternehmen anwendet, um die Verbreitung falscher Informationen einzudämmen. Im Anschluss werden diese Methoden dann noch bewertet.

Egal ob in der Tagesschau, der Lieblingszeitung oder im Facebook-Feed, überall gibt es Neuigkeiten über die COVID-19 Pandemie. Anlass zur Besorgnis gibt die hauptsächlich in den sozialen Medien vertretenen irreführenden und nicht belegten Meldungen über das COVID-19 Virus.

Als Beispiel sei eine Corona-Party in Kentucky USA vom März 2020 erwähnt.¹ Viele der Teilnehmenden, die die Existenz oder die Mortalität des Virus anzweifelten, infizierten sich an dieser Party mit dem COVID-19 Virus. Hier stellt sich die Frage, ob sozialen Medien, welche viele junge Menschen erreichen, nicht etwas gegen die Verbreitung irreführender resp. falscher Informationen unternehmen können.

Ausserdem gibt es auch Gruppierungen, die überzeugt sind, dass der Staat dieses Virus erfunden habe. Diese Gruppierungen sehen Plattformen, die solche Aussagen als Fake News markieren, als Gegner, die gegen die Verbreitung ihres Weltbildes und gegen die Meinungsfreiheit sind.

In der nachfolgenden Arbeit wird zuerst geklärt, was unter dem Begriff Fake News verstanden wird. Im Anschluss werden die wichtigsten Modelle anhand aktueller Studien behandelt und die Massnahmen von Facebook erläutert und bewertet. Anschliessend wird das Verhalten von Facebook gegenüber Fake News aufgezeigt und die Folgen für Facebook besprochen. Als letztes wird ein Ausblick für die Zukunft dieses Themas und Möglichkeiten für Staat sowie Plattformen aufgeführt.

¹ (Vgl. Britni de la cretaz. (2020). Kentucky Corona Party. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.refinery29.com/en-us/2020/03/9605770/kentucky-coronavirus-party-test-positive>, Theresa Waldrop, Stephanie Gallman. (2020). Coronavirus party. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://edition.cnn.com/2020/03/24/health/kentucky-coronavirus-party-infection/index.html>)

1. Zentrale Begriffsbestimmung

Fake News

Ein Fake kommt aus dem Englischen und kann als eine Täuschung oder Fälschung gedeutet werden. Fake News - wörtlich übersetzt "gefälschte Informationen" - sind Falsch- bzw. Fehlinformationen in Form von Texten, Fotos sowie Videos, welche häufig in sozialen Medien verbreitet werden. Diese sind mit unbewiesenen Behauptungen übersät und zielen meist auf die Desinformation der Opfer. Die Verfasser erstellen sie meist, um bestimmten Themen gezielt Aufmerksamkeit zu geben, politische sowie nicht politische Propaganda zu verbreiten oder einfach nur als Witz.

Mittlerweile hat man es nicht mehr nur mit Einzelnen oder kleinen Gruppierungen zu tun, welche aus eigenen Interessen handeln, sondern mit grossen Gruppierungen, welche auch im Auftrag von Drittpersonen handeln könnten. Solche Gruppierungen erstellen Social Bots (Computerprogramme, die selbstständig sich wiederholende Aufgaben abarbeiten), welche mit tausenden Accounts zur Verbreitung von Falschinformationen beitragen.²

Corona/COVID-19

COVID-19 ist eine Infektionskrankheit, welche durch SARS-CoV-2 verursacht wird. Sie wurde im Dezember 2019 in Wuhan, einer chinesischen Millionenstadt, identifiziert. Sie breitete sich schnell über den ganzen Erdball aus und gilt nun als Pandemie. Die Krankheit wird vor allem über direkten Körperkontakt, Tröpfchen sowie Aerosole übertragen.

Bekannt Symptome sind Fieber, Übelkeit, Husten, Atemnot und Müdigkeit. Als Risikogruppen gelten überwiegend ältere Personen als auch Personen mit Vorerkrankungen.³

² (Vgl. Prof. Dr. Oliver Bendel. *Fake News*. Zugriff am 03.09.2020. Verfügbar unter <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/fake-news-54245>, Anja Franz zuständige Jugend Medienschutz Deutschland. *Was sind Fake News?* Zugriff am 03.09.2020. Verfügbar unter <https://www.lmz-bw.de/medien-und-bildung/jugendmedienschutz/fake-news/was-sind-fake-news/#:~:text=Definition%20von%20Fake%20News.%20Fake%20News%20%E2%80%93%20w%C3%B6rtlich,beziehen%20sich%20auf%20nicht%20geschehene%20Ereignisse%20oder%20Handlungen.>, Was sind Fake News? Zugriff am 03.09.2020. Verfügbar unter <https://www.bpb.de/252386/was-sind-fake-news> und *Fake News*. Zugriff am 03.09.2020. Verfügbar unter <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/fake-news>)

³ (Vgl. *COVID-19*. Zugriff am 03.09.2020. Verfügbar unter https://www.amboss.com/de/wissen/COVID-19_Q&A_on_coronaviruses (*COVID-19*). Zugriff am 03.09.2020. Verfügbar unter <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/q-a-coronaviruses#:~:text=symptoms>, Jiumeng Sun. *COVID-19: Epidemiology, Evolution, and Cross-Disciplinary Perspectives*. Zugriff am 03.09.2020. Verfügbar unter [https://www.cell.com/trends/molecular-medicine/fulltext/S1471-4914\(20\)30065-4?returnURL=https%3A%2F%2Flinkinghub.elsevier.com%2Fretrieve%2Fpii%2FS1471491420300654%3Fshowall%3Dtrue](https://www.cell.com/trends/molecular-medicine/fulltext/S1471-4914(20)30065-4?returnURL=https%3A%2F%2Flinkinghub.elsevier.com%2Fretrieve%2Fpii%2FS1471491420300654%3Fshowall%3Dtrue), Xiaolu Tang. On the origin and continuing evolution of SARS-CoV-2. Zugriff am 03.09.2020. Verfügbar unter <https://academic.oup.com/nsr/article/7/6/1012/5775463>)

Facebook Inc./Facebook

Die Firma Facebook Inc. wurde 2004 gegründet und hat ihren Sitz in den Vereinigten Staaten. Ihr gehört das gleichnamige soziale Netzwerk Facebook, Instagram, WhatsApp und Oculus VR.

Unter Mark Zuckerberg, dem derzeitigen CEO von Facebook Inc., erwirtschaftete das Unternehmen einen Umsatz von 70,7 Milliarden USD und einem Jahresüberschuss von 18,49 Milliarden USD. Die Plattformen generieren Geld durch die auf ihnen veröffentlichte Werbung. Facebook und somit Facebook Inc. stehen schon seit einiger Zeit in Kritik wegen seiner Datenschutzpraktiken. In dieser Arbeit wird einfachheitshalber von Facebook statt Facebook Inc. gesprochen.⁴

Plattformen

Als Plattformen gelten in dieser Arbeit Social-Media-Plattformen wie Facebook, Instagram und Twitter, Messenger wie WhatsApp oder Threema, Diskussionsforen wie Reddit sowie Plattformen mit einer Kommentarfunktion wie YouTube. Zusammenfassend alle Plattformen, über welche es möglich ist Diskussionen mit anderen Personen zu führen.

2. Modelle / Methoden

Unter den nachfolgenden Punkten sollen die für die Fragestellung wichtigsten Modelle, um Fake News aufzuzeigen oder zu verhindern, vorgestellt und beurteilt werden. Anschliessend werden die Handlungen von Facebook aufgezeigt.

Das Erkennen von Fake News kann mit sog. Faktencheckern erfolgen. Dies sind Programme, die eine Aussage anhand von nachprüfbaren, rationalen und objektiven Fakten überprüfen.⁵

⁴ (Vgl. Facebook Inc. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.mediadb.eu/datenbanken/internationale-medienkonzerne/facebook-inc.html>, Facebook Inc. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter https://de.wikipedia.org/wiki/Facebook_Inc., Facebook Datenschutz. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.dw.com/de/facebook-rechnet-mit-milliarden-strafen-wegen-datenschutz-problemen/a-48469636>, Facebook Kritik. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter https://de.wikipedia.org/wiki/Kritik_an_Facebook, Cambridge Analytica. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter https://de.wikipedia.org/wiki/Cambridge_Analytica)

⁵ (Vgl. Fact checking. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://about.fb.com/news/2018/06/hard-questions-fact-checking/>, Faktenchecks. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.br.de/nachrichten/netzwelt/wie-faktenchecks-auf-facebook-und-twitter-funktionieren,RwtNV0a>)

Markieren von Beiträgen

Mit dem Markieren von Beiträgen soll darauf aufmerksam gemacht werden, dass die Information irreführend resp. falsch ist. Personen, welche eine Information ohnehin nicht glauben, benötigen keine Warnhinweise und Personen, welche gänzlich eine Information glauben, können nicht von Warnhinweisen umgestimmt werden.

Dies lässt nur noch eine Gruppe zwischen diesen zwei Extremen übrig, bei welchen das Markieren von Fake News nur ein begrenztes Wirkungspotenzial zeigt, da nur der Nachrichteninhalt langfristig abgespeichert wird und nicht die Vertraulichkeit der Quelle und des Autors. Obwohl die Personen zuerst skeptisch über die Vertrauenswürdigkeit der Information sind, vergessen sie dies und ihnen bleiben nur noch die Information.⁶

Auch kann das Markieren ebenfalls wie das Löschen dazu führen, dass die Personen mit diesem Weltbild erzürnt werden. Dies sieht man in den Aussagen von USA-Präsident Donald Trump sowie seinem Pressesprecher Judd Deere, nachdem Trumps Tweet als Fake News markiert wurde.⁷

Markieren von Beiträgen vor dem Teilen

Das Teilen von Informationen ist eine kurzfristige Entscheidung, weshalb das Markieren als Fake News vor dem Teilen der Information viel bewirken kann. So verhindert die Markierung vor allem bei Personen, welche das Weltbild nur teilweise vertreten dazu, dass sie den Beitrag nicht teilen. Jedoch verhindert diese Markierung nicht, dass die Informationen von niemandem geteilt werden, da die Vertreter sich nicht durch den Hinweis abschrecken lassen.⁸

⁶ (Vgl. P.Müller, N.Denner. (2017). Was tun gegen Fake News, Drei-Speicher-Modell. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.brainyoo.de/das-gedachtnis-und-sein-drei-speicher-modell/>, Drei-Speicher-Modell. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Drei-Speicher-Modell>)

⁷ (Vgl. Cat Zakrzewski. (2020). Twitter labels Trump video tweet as manipulated media as it cracks down on misinformation. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/06/18/trump-tweet-label-video/>, Catherine Thorbecke. (2020). Trump's tweet blasting 'Fake News' labeled as 'Manipulated Media' by Twitter. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://abcnews.go.com/Politics/trumps-tweet-blasting-fake-news-labeled-manipulated-media/story?id=71342477>)

⁸ (Vgl. P.Müller, N.Denner. (2017). Was tun gegen Fake News)

Löschen von Beiträgen

Das Löschen von Fake News kann für Personen, welche dieses Weltbild vertreten, als Bestätigung gedeutet werden. Dies hätte zur Folge, dass sich diese Personen auf die Suche nach anderen Plattformen machen, welche diese Informationen nicht löschen.

Dies würde langfristig zu einer Polarisierung der Nutzergruppen sowie auch Bevölkerungsgruppen führen, welches nicht im Sinne der Demokratie sein kann, da es dann zu keinen Diskussionen zwischen den Bevölkerungsgruppen kommen kann. Das staatliche Eingreifen könnte jedoch von Personen als Einschränkung der Meinungsfreiheit wahrgenommen werden.⁹

Ausserdem unterstützt das Löschen die Elitenverschwörungstheorie¹⁰, welche davon ausgeht, dass alle Journalisten dem Staat unterstellt sind und nur schreiben, was der Staat gutheisst. Die Populisten fühlen sich dadurch bestätigt, da sie ihr Weltbild nicht verbreiten können.

Schulungen

Keine der oben genannten Methoden löst das Problem vollständig, jedoch helfen sie mehr oder weniger bei der Eindämmung. Die einfachste und effektivste Methode kann jedoch nicht von einer Plattform eingeleitet werden. Es sollte Pflicht des Staates sein, die Kinder über Fake News aufzuklären und zu schulen, damit sie Fake News erkennen können.

Dadurch wären viel weniger Personen ansprechbar für Verschwörungstheorien und würden auch bei Unsicherheit sich über dieses Thema informieren, bevor sie die Informationen teilen. Auch hilft dies den Kindern beim korrekten informieren über ein Thema und hilft ihnen somit bei ihrer Weiterbildung. Auch profitiert der demokratische Staat davon, da die Personen später sich korrekt über die Themen und Kandidaten bei den nächsten Wahlen informieren können.

⁹ (Vgl. P.Müller, N.Denner. (2017). Was tun gegen Fake News)

¹⁰ (Vgl. Q.Anon. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.aerzteblatt.de/nachrichten/117792/QAnon-Eine-unglaubliche-Bedrohung-des-Gesundheitswesens>, Neue Weltordnung. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter [https://de.wikipedia.org/wiki/Neue_Weltordnung_\(Verschwörungstheorie\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Neue_Weltordnung_(Verschwörungstheorie)))

3. Einschränkung der Verbreitung von Fake News von Facebook

In diesem Abschnitt sollen die aktuellen Massnahmen von Facebook vorgestellt und diskutiert werden. Dabei werden die im vorherigen Kapitel aufgeführten Modelle verwendet, um die Massnahmen zu beurteilen. Es können nicht alle präsentiert werden, da Facebook meist nicht offen über ihre Massnahmen berichtet.

Präventives markieren von Beiträgen über Corona

Facebook markierte als erste Massnahme fast alle Beiträge, welche die Stichworte Corona, Virus oder COVID-19 beinhalten, als Beiträge, welche möglicherweise Fake News sind. In der Markierung wurde direkt auf die offizielle Seite der WHO verwiesen.¹¹ So machte Facebook sich keine grosse Arbeit und stempelt Beiträge nicht direkt als Fake News ab. Dies hatte jedoch zur Folge, dass Personen, die sich unsicher über die Vertrauenswürdigkeit der Informationen sind, nicht sicher sein können, ob es sich um Fake News handelt. Auch führten die vielen Markierungen dazu, dass die Markierungen immer mehr ihre Wirkung verloren, da zu viele Beiträge markiert wurden. Auch führte es zuerst zu Verwirrung, da die Personen verunsichert durch die Markierungen waren, auch wenn es sich um seriöse und korrekte Informationen handelte.

Markieren von Fake News

Facebook arbeitet nach eigenen Aussagen mit über 60 Organisationen¹² zusammen, welche Inhalte auf ihre Korrektheit prüfen. Die als Fake News klassifizierten Informationen werden dann gut ersichtlich gekennzeichnet. Als Beispiel bei Instagram, wo man den Beitrag zuerst gar nicht sieht, muss man zustimmen, dass man sich bewusst ist, dass es sich bei diesem Beitrag um Fake News handelt.¹³

¹¹ (Vgl. Das tut Instagram, um Menschen zu informieren, zu schützen und zu unterstützen. Zugriff am 01.01.2020. Verfügbar unter <https://about.instagram.com/blog/announcements/coronavirus-keeping-people-safe-informed-and-supported-on-instagram>)

¹² (Vgl. Guy Rosen. (2020). An update on our work to keep people informed. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://about.fb.com/news/2020/04/covid-19-misinfo-update/>)

¹³ (Vgl. Werbeboykott zeigt Wirkung. Zugriff am 01.01.2020. Verfügbar unter <https://www.rnd.de/digital/werbeboykott-zeigt-wirkung-facebook-will-fake-news-kunftig-doch-markieren-FT4FF74ERPWAGCFOH4NNBEPWLM.html>)

Löschen von Fake News

Laut Nick Clegg, Leiter der Unternehmenskommunikation von Facebook, hat Facebook im Quartal vom Juli bis September 2020 9,6 Millionen Fake News gelöscht. Dies hört sich im ersten Moment nach viel an, jedoch werden nur 1% der Fake News von Facebooks Faktenchecker aufgespürt und gelöscht. Dies würde bedeuten, dass in diesem einen Quartal 950 Millionen Fake News noch nicht oder zu spät gelöscht wurden. Jedoch rechtfertigt Clegg diese Zahl, da mehr als 100 Milliarden Nachrichten täglich über WhatsApp, Instagram und Facebook versendet werden. Wenn nur 1% dieser Nachrichten Fake News wären und ihr Faktenchecker 99% erkennen würde, würden immer noch 10 Millionen Fake News pro Tag veröffentlicht werden. So sieht Clegg keine Möglichkeit, die Verbreitung durch einen Faktenchecker zu unterbinden.¹⁴

4. Diskussion und Beurteilung des Verhaltens von Facebook

In diesem Abschnitt wird die Vorgeschichte von Facebook als auch die Massnahmen beurteilt.

Vorgeschichte

Am Anfang der Pandemie wurden noch keine Schritte von Facebook eingeleitet, obwohl es Aufrufe der Bevölkerungen und kleineren Organisationen gab. Erst als «Stop Hate For Profit», ein Zusammenschluss von über 1100 Unternehmen, im Juli 2020 auf die Bühne trat, begann eine Veränderung. Das Ziel war es, im Allgemeinen gegen Hass, Rassismus, Antisemitismus und Desinformation vorzugehen. Die Gruppierung verkündete, dass sie für einen Monat keine Werbung mehr auf Facebook schalten werde. Dies führte zu einer schnellen Antwort von Facebook und Mark Zuckerberg versprach Besserung.¹⁵

Facebook ging nur nach dieser millionenschweren Drohung mit Aktionen gegen Hass, Rassismus, Antisemitismus und Desinformation vor. Dieser Druck stellt die Bereitschaft von Facebook, weiter gegen Fake News vorzugehen, in Frage.

¹⁴ (Vgl. Michael Moorstedt. (10.07.2020). Facebooks fauler Zauber. Tagesanzeiger)

¹⁵ (Vgl. Werbeboykott zeigt Wirkung. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.rnd.de/digital/werbeboykott-zeigt-wirkung-facebook-will-fake-news-kunftig-doch-markieren-FT4FF74ERPWAGCF0H4NNBEPWLM.html>, July 2020 ad pause. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.stophateforprofit.org>)

Resultate

Facebook verwendet fast alle für sie möglichen Modelle.

Facebook hat noch ein grosses Verbesserungspotential, wie man bei der automatischen Löschung der Beiträge sehen kann. Das Unternehmen kann das Problem wie Clegg sagt nicht vollständig lösen, jedoch verbessert es die Menge der Fake News und somit die Zahl der Personen, die mit solchen Fake News konfrontiert werden.

Das präventive Markieren bringt zuerst den gewünschten Effekt, kann aber nicht als langfristige Lösung gesehen werden. Das Markieren von Fake News wird bislang nur bei sehr grossen Themen gemacht, jedoch könnte man dies auch automatisieren.

Der Staat kann jedoch nicht die ganze Verantwortung zu den Plattformen abschieben, da der Staat mit Kursen die Kinder und jungen Erwachsenen zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Fake News schulen kann.

5. Folgerungen für Facebook

«Stop Hate For Profit» schreibt, dass sie weiter für Verbesserungen kämpfen werden und dass die Bewegung noch grösser wird, da das Ansehen von Firmen immer wichtiger wird.

Auch das Unternehmen Facebook sollte an seinem Ansehen arbeiten, denn wenn es aufhören oder weniger verstärkt auf die Anliegen ihrer Nutzer und der Firmen achtet, wird es wahrscheinlich wieder einen grossen «Shitstorm» gefolgt von fehlenden Einnahmen durch Werbetreibende geben.

Wenn Facebook aber verstärkt gegen Hass, Rassismus, Antisemitismus und Desinformation vorgeht, werden wahrscheinlich wieder mehr Werbetreibende auf Facebook Werbung schalten und so den Umsatz von Facebook erhöhen. Deshalb sollte Facebook versuchen, ihren Faktenchecker zu verbessern sowie Programme zu entwickeln, die rassistische und antisemitische Nachrichten erkennt.

6. Weiterführung

Da es noch sehr wenig Forschung im Bereich, wie man gegen Fake News vorgehen soll gibt, ist dies ein Wissenschaftsfeld, in dem sehr viel geforscht werden könnte und sollte. Dies funktioniert jedoch bloss, wenn Staat, Plattformen und Forscher alle an diesem Projekt interessiert sind und Hand in Hand zusammenarbeiten. Der Staat profitiert, da die Bevölkerung gebildeter wird und die Plattformen profitieren, da sie wie oben aufgeführt, ihr Image verbessert und somit mehr Werbetreibende anzieht.

Literaturverzeichnis

Physische Quellen

Dr. Philipp Müller, Nora Denner. (2017). Was tun gegen Fake News
Michael Moorstedt. (10.07.2020). Facebooks fauler Zauber. Tagesanzeiger

Online Quellen

Britni de la cretaz. (2020). Kentucky Corona Party. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.refinery29.com/en-us/2020/03/9605770/kentucky-coronavirus-party-test-positive>

Theresa Waldrop, Stephanie Gallman. (2020). Coronavirus party. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://edition.cnn.com/2020/03/24/health/kentucky-coronavirus-party-infection/index.html>

Prof. Dr. Oliver Bendel. *Fake News*. Zugriff am 03.09.2020. Verfügbar unter <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/fake-news-54245>

Anja Franz zuständige Jugend Medienschutz Deutschland. *Was sind Fake News?* Zugriff am 03.09.2020. Verfügbar unter <https://www.lmz-bw.de/medien-und-bildung/jugendmedienschutz/fake-news/was-sind-fake-news/#:~:text=Definition%20von%20Fake%20News.%20Fake%20News%20%E2%80%93%20w%C3%B6rtlich,beziehen%20sich%20auf%20nicht%20geschehene%20Ereignisse%20oder%20Handlungen.>

Was sind *Fake News*? Zugriff am 03.09.2020. Verfügbar unter <https://www.bpb.de/252386/was-sind-fake-news>

Fake News. Zugriff am 03.09.2020. Verfügbar unter <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/fake-news>

COVID-19. Zugriff am 03.09.2020. Verfügbar unter <https://www.amboss.com/de/wissen/COVID-19>

Q&A on coronaviruses (COVID-19). Zugriff am 03.09.2020. Verfügbar unter <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/q-a-coronaviruses#:~:text=symptoms>

Jiumeng Sun. *COVID-19: Epidemiology, Evolution, and Cross-Disciplinary Perspectives*. Zugriff am 03.09.2020. Verfügbar unter [https://www.cell.com/trends/molecular-medicine/fulltext/S1471-4914\(20\)30065-4?returnURL=https%3A%2Flinkinghub.elsevier.com%2Fretrieve%2Fpii%2FS1471491420300654%3Fshowall%3Dtrue](https://www.cell.com/trends/molecular-medicine/fulltext/S1471-4914(20)30065-4?returnURL=https%3A%2Flinkinghub.elsevier.com%2Fretrieve%2Fpii%2FS1471491420300654%3Fshowall%3Dtrue)

Xiaolu Tang. On the origin and continuing evolution of SARS-CoV-2. Zugriff am 03.09.2020. Verfügbar unter <https://academic.oup.com/nsr/article/7/6/1012/5775463>

Facebook Inc. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.mediadb.eu/datenbanken/internationale-medienkonzerne/facebook-inc.html>

Facebook Inc. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter https://de.wikipedia.org/wiki/Facebook_Inc.

Facebook Datenschutz. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.dw.com/de/facebook-rechnet-mit-milliarden-strafen-wegen-datenschutz-problemen/a-48469636>

Facebook Kritik. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter https://de.wikipedia.org/wiki/Kritik_an_Facebook,

Cambridge Analytica. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter https://de.wikipedia.org/wiki/Cambridge_Analytica

Fact checking. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://about.fb.com/news/2018/06/hard-questions-fact-checking/>

Faktenchecks. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.br.de/nachrichten/netzwelt/wie-faktenchecks-auf-facebook-und-twitter-funktionieren,RwtNV0a>

Drei-Speicher-Modell. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.brainyoo.de/das-gedachtnis-und-sein-drei-speicher-modell/>

Drei-Speicher-Modell. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Drei-Speicher-Modell>

Cat Zakrzewski. (2020). Twitter labels Trump video tweet as manipulated media as it cracks down on misinformation. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/06/18/trump-tweet-label-video/>

Catherine Thorbecke. (2020). Trump's tweet blasting 'Fake News' labeled as 'Manipulated Media' by Twitter. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://abcnews.go.com/Politics/trumps-tweet-blasting-fake-news-labeled-manipulated-media/story?id=71342477>

Q.Anon. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.aerzteblatt.de/nachrichten/117792/QAnon-Eine-unglaubliche-Bedrohung-des-Gesundheitswesens>

Neue Weltordnung. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter [https://de.wikipedia.org/wiki/Neue_Weltordnung_\(Verschwörungstheorie\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Neue_Weltordnung_(Verschwörungstheorie))

Das tut Instagram, um Menschen zu informieren, zu schützen und zu unterstützen. Zugriff am 01.01.2020. Verfügbar unter <https://about.instagram.com/blog/announcements/coronavirus-keeping-people-safe-informed-and-supported-on-instagram>

Guy Rosen. (2020). An update on our work to keep people informed. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://about.fb.com/news/2020/04/covid-19-misinfo-update/>

Werbeboykott zeigt Wirkung. Zugriff am 01.01.2020. Verfügbar unter <https://www.rnd.de/digital/werbeboykott-zeigt-wirkung-facebook-will-fake-news-kunftig-doch-markieren-FT4FF74ERPWAGCFOH4NNBEPWLM.html>

Werbeboykott zeigt Wirkung. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.rnd.de/digital/werbeboykott-zeigt-wirkung-facebook-will-fake-news-kunftig-doch-markieren-FT4FF74ERPWAGCFOH4NNBEPWLM.html>

July 2020 ad pause. Zugriff am 01.11.2020. Verfügbar unter <https://www.stophateforprofit.org>

Bild Quellen

Abbildung 1: <https://www.macrumors.com/2019/05/09/facebook-co-founder-break-up/>