

INSZENIERTE REALITÄTEN DIE MACHT DER VISUELLEN GESTALTUNG AUF SOCIAL MEDIA

**Institut Digitale Kommunikations-Umgebungen
Bachelor Studiengang Visuelle Kommunikation
und digitale Räume**

**Bachelor Thesis 2025
Kulturgeschichtliche Thesis
Vertiefung digitale Räume**

Vorgelegt von:
Michelle Müller (Student:in)
michelle.mueller1@students.fhnw.ch
Bündtenweg 17
4453 Nussdorf

© 2025 FHNW / HGK / Michelle Müller

Mentorat:
Dr. Invar Hollaus

INSZENIERTE REALITÄTEN DIE MACHT DER VISUELLEN GESTALTUNG AUF SOCIAL MEDIA

- 1 EINLEITUNG**
- 2 DIE WAHRNEHMUNG VON BILDERN**
- 3 VISUELLE MANIPULATION**
- 4 VERSCHWÖRUNGSTHEORIEN UND IHRE ANFÄNGE**
- 5 ANALYSE**
 - 5.1 Fallbeispiel 1: Corona-Pandemie
 - 5.2 Fallbeispiel 2: Prinzessin Dianas Tod
 - 5.3 Wirkung und Glaubwürdigkeit
- 6 DISKUSSION**
 - 6.1 Gestaltung oder Manipulation?
 - 6.2 Strategien gegen visuelle Täuschung
- 7 ZUSAMMENFASSUNG**
- 8 FAZIT**
- 9 ANHANG**
 - 9.1 Bibliografie
 - 9.2 Websites
 - 9.3 Abbildungsverzeichnis
- 10 DANKSAGUNG**
- 11 EIGENSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG**

1. EINLEITUNG

Das Wort „*Verschwörungstheorie*“ ist heutzutage nahezu jedem ein Begriff. Im Jahr 2020, in dem eine weltweite Pandemie durch das Corona-Virus ausbrach, wurden wir als Gesellschaft von allen Seiten mit verschiedensten Theorien, Spekulationen und sogar Behauptungen überflutet. Es wurden alternative Erklärungen für das aktuelle Geschehen gesucht und diese wurden über etliche Wege kommuniziert. Es wurde nicht nur die Politik hinterfragt, sondern viel mehr alle Arten der Berichterstattung, welche zu dieser Zeit gängig waren. Besonders der Weg über die sozialen Netzwerke wurde genutzt, um möglichst viele Menschen von einer neuen Erkenntnis zu überzeugen.

Doch das Phänomen der Verschwörungstheorie gibt es nicht erst seit kurzem. Schon im 18. Jahrhundert wurden Theorien aufgestellt, über das aktuelle Geschehen und den damit möglichen geheimen Plänen von höheren mächtigen Gruppen. Das Prinzip blieb bis jetzt immer gleich: Ein starkes Hinterfragen der Realität und die Annahme, dass es eine weitere Wahrheit gibt, die einem bewusst verheimlicht wird. Somit steigt das Misstrauen in unsere Gesellschaft, aber auch die Motivation etwas aufzudecken, was bisher strengst geheim gehalten wurde.⁰¹

Heutzutage verläuft das Verbreiten solcher Theorien anders, als es vor einigen Jahren der Fall war. Durch Medienplattformen wie Youtube, Instagram, TikTok und vielen mehr, werden Inhalte rasant geteilt, wenn sie nur spannend dargestellt werden. Man kann durch den Schnitt, die Musik und die ausgewählten Bilder visuell ansprechende Videos gestalten, die ein Thema interessant und glaubwürdig erscheinen lassen. Die Gestaltung wird zum entscheidenden Mittel der Überzeugung.

Ein bekanntes Beispiel einer solchen Verschwörungstheorie ist der Tod von Prinzessin Diana im Jahr 1997 und das Mediale aufsehen darum herum. Schon damals erregte der tödliche Autounfall viel Aufsehen und im gleichen Zug Misstrauen, um das Geschehene. Durch ihre bekannte und vor allem beliebte Persönlichkeit, regte die vom britischen Königshaus erzählte Geschichte viele Zweifel

an. Es kursieren zahlreiche Bild- und Videomontagen, Posts und Zeitungsbeiträge, welche einige der Theorien beweisen sollen. Zudem finden sich, obwohl sich der Tag des Unfalls bald schon zum 30. Mal jährt, stetig neue Indizien zu verschiedenen Theorien rund um den Tod von Prinzessin Diana. Eine solch alte, aber doch spannende Geschichte erreicht auf den genannten Plattformen immer noch hohes aufsehen, denn die Gestaltung ist schlussendlich das, womit man die Zuschauer in den Bann der Verschwörungstheorie ziehen kann. Je glaubwürdiger und klarer man einen vermeintlichen Beweis darstellen kann, desto öfter wird er geteilt und erlangt somit das gewünschte Aufsehen. Demnach wird klar, dass die Gestaltung der öffentlich geteilten Medien, sowohl für Gestalter:innen als auch für Betrachter:innen eine (sehr wichtige) Rolle spielt.

Diese These lässt die Frage aufkommen: Wo verläuft die Grenze, zwischen der dokumentarischen Berichterstattung und einer manipulativen Inszenierung der visuellen Darstellung von Verschwörungstheorien in den sozialen Medien?

2. DIE WAHRNEHMUNG VON BILDERN

Bilder und Videos auf Social Media wirken nicht nur informierend, sondern auch emotionalisierend und beeinflussend. Es werden verschiedene gestalterische Mittel genutzt, um Reaktionen hervorzurufen und somit Aufmerksamkeit zu erregen. Einige dieser Mittel sind schnelle Schnitte, kontrastreiche Farben und Musik. Ein vergangener Trend auf der Plattform TikTok sind sogenannte Split-Screen-Videos, bei denen zwei unterschiedliche Inhalte gleichzeitig gezeigt werden. Auf der linken Bildschirmhälfte kann man zum Beispiel einen Ausschnitt eines Films oder Telefonats ansehen und auf der rechten Hälfte wird ein Spiel gezeigt, in welchem viele unterschiedliche Farben vorkommen und schnell hin und her geschnitten wird. Diese Videos erzeugen Aufmerksamkeit, weil die Nutzer:innen gleichzeitig einen visuellen und einen auditiven Input bekommen und so stets unterhalten bleiben. In einem Artikel des *Wired Magazines* wird Gloria Mark zitiert, die Autorin des Buches *Attention Span: A Groundbreaking Way to Restore Balance, Happiness and Productivity*. Sie sagt, dass besonders junge Nutzer, die mit digitalen Medien aufgewachsen sind, eine Präferenz für solche hochgradig stimulierenden Inhalte entwickelt haben. Man hat sich an die schnellen Szenenwechsel gewöhnt und bevorzugt sie sogar. Es fällt vielen Nutzern zunehmend schwer, sich mit längeren Videos oder Texten auseinanderzusetzen, da die durchschnittliche Aufmerksamkeitsspanne immer weiter sinkt.⁰² Für Gestalterinnen und Gestalter der digitalen Medien hingegen, bieten soziale Netzwerke, zum Beispiel Plattformen wie Pinterest, Behance und Instagram, eine neue Möglichkeit zur Selbstvermarktung und Sichtbarkeit. Gleichzeitig verändern sich die Rahmenbedingungen kreativer Arbeit grundlegend. Die Inhalte müssen zunehmend an neue Trends angepasst werden und dabei den Logiken der Algorithmen entsprechen.⁰³

Die Studie *The Impact of Social Media on Visual Communication Design* zeigt den Einfluss der sozialen Medien auf die visuelle Kommunikation und die Veränderungen, mit welchen sich die Gestalter:innen heutzutage auseinandersetzen müssen. Es stellt sie vor die Herausforderung, stetig neue Inhalte zu produzieren, die sowohl den ästhetischen Anforderungen als auch der

02 Barnett, Sofia: The Newest Threat to Your Attention Span? TikTok 'Dual' Videos, 2023.

03 Li, Siqu und Jongbin, Park: The Impact of Social Media on Visual Communication Design, 2024, 2.3 Impact of Social Media on Visual Communication Design.

Funktionsweise der sozialen Medien gerecht werden. Der kreative Prozess wird dadurch oftmals von externen Erwartungen beeinflusst, was als einschränkend wahrgenommen werden kann.⁰⁴

Ein weiterer zentraler Aspekt der medialen Kommunikation ist die Beeinflussung der Wahrnehmung der Nutzer in den sozialen Medien. Diese erfolgt oft dadurch, dass ein Narrativ so gestaltet wird, dass es bewusst Fragen offenlässt, die von den Nutzer:innen individuell beantwortet werden können. Eine Geschichte enthält dabei keine eindeutige Aussage, sondern gibt lediglich eine Richtung vor. Die weitere Entwicklung des Narrativs wird zunächst beobachtet, bevor entschieden wird, wie es weitererzählt oder ausgeformt werden soll. Eine solche Herangehensweise wird häufig in der Politik angewendet. Im *Journal of Media Psychology* werden einige Studien zum Thema politische Werbungen in den sozialen Netzwerken aufgezeigt. Eine dieser Studien belegt, dass der Diskurs unterschiedlich ausfällt, je nach Plattform und dem Aspekt der möglichen Dauer des Konsums.⁰⁵ Auf Plattformen, bei welchen man die Inhalte über eine lange Zeit hinweg konsumieren kann (zum Beispiel Twitter, Facebook und YouTube) herrscht ein Mangel an Kontrolle für die Nutzer:innen, da man nicht einschätzen kann, wie ein zukünftiges Publikum auf derzeit geteilte Inhalte reagiert. Somit limitiert man sich selbst und hält kritische Aussagen in Grenzen. Dies ist weniger der Fall bei Apps mit zeitlich begrenzter Sichtbarkeit wie Snapchat, bei welchen das Geteilte zu einem limitierten Zeitpunkt verschwindet. Darauf folgt eine freiere und oft impulsivere Ausdrucksweise.⁰⁶

Ergänzend dazu zeigt die Studie *Effects of issue- and character-based narrative political ads on ad evaluations*, dass politische Werbeanzeigen, die ein persönliches und charakterbezogenes Narrativ nutzen, von den Zuschauer:innen als glaubwürdiger wahrgenommen werden und deutlich stärkere empathische Reaktionen hervorrufen als sachliche und argumentative Darstellungen.⁰⁷

04 Li, Siqi und Jongbin, Park: The Impact of Social Media on Visual Communication Design, 2024.

05 Neubaum, German und Lane, Daniel S.: Nevertheless, it persists, 2023, S. 375.

06 Neubaum, German und Lane, Daniel S.: Nevertheless, it persists, 2023, S. 376.

07 Shen, Fuyuan; Yang, Golan; Conlin, Jeff; Diddi, Pratiti: Effects of issue- and character-based narrative political ads on ad evaluations, 2023, S. 325.

3. VISUELLE MANIPULATION

Mit der zunehmenden Verbreitung von Deepfakes in den sozialen Medien entsteht eine neue Herausforderung für die mediale Wahrnehmung. Inhalte werden visuell und auditiv so manipuliert, dass die falschen Informationen nur mit spezifischem Fachwissen von den Echten unterschieden werden können. Die Grenze zwischen Realität und Fiktion verschwimmt zunehmend und die Glaubwürdigkeit der geteilten Inhalte sinkt gleichzeitig.

Zunächst stellt sich die Frage: Was ist ein Deepfake? Bei dieser Art der visuellen Bildsprache handelt es sich um Bilder, Audio- und Videosequenzen, die mithilfe künstlicher Intelligenz verfälscht werden. Es werden sowohl die eingesetzte Technologie als auch die gefälschten Inhalte beschrieben. Der Begriff setzt sich aus den Wörtern Deep Learning und Fake zusammen.⁰⁸ Obwohl Deepfakes in der Kunst oder Unterhaltungsbranche neue kreative Möglichkeiten eröffnen, bieten sie in der gesellschaftlichen Diskussion mehr Risiken als Vorteile. Sie werden mittlerweile auch für kriminelle Aktivitäten eingesetzt. Dabei werden besonders die Audiosequenzen manipuliert, um zum Beispiel einen Anruf vorzutäuschen und damit Personen zur Überweisung von Geld oder vertraulichen Informationen zu bringen. Auch bei politischen Wahlen können Deepfakes verwendet werden, um eine bestimmte Partei in ein schlechtes Licht zu rücken. So wurde in der Schweiz im Wahljahr 2023 eine Aufnahme veröffentlicht, in der die grüne Nationalrätin Sibel Arslan sich negativ über Migrant:innen äusserte. Ein Video, das sich später als Deepfake herausstellte und ursprünglich vom SVP-Nationalrat Andreas Glarner verbreitet wurde.⁰⁹

Die Studie *Deepfakes: Medienberichterstattung und Wahrnehmung in der Schweizer Bevölkerung* von Daniel Vogler und Adrian Rauchfleisch aus dem Jahr 2024 zeigt, dass das Bewusstsein für Deepfakes in den letzten Jahren stark zugenommen hat. Die Thematik ist überwiegend negativ behaftet, vor allem bei Nutzer:innen journalistischer und sozialer Medien. Es besteht zudem ein Zusammenhang zwischen der Nutzung von Videoplattformen und der Wahrnehmung von Deepfakes. Menschen, die regelmässig Plattformen wie YouTube nutzen, verfügen häufig über ein höheres Wissen der Thematik und scheinen sie besser einordnen zu können.¹⁰

08 Wigmore, Ivy und Barney, Nick: Definition Deepfake, 2024.

09 Vogler, Daniel und Rauchfleisch, Adrian: Deepfakes: Medienberichterstattung und Wahrnehmung in der Schweizer Bevölkerung, 2024, Einleitung, S. 64.

10 Vogler, Daniel und Rauchfleisch, Adrian: Deepfakes: Medienberichterstattung und Wahrnehmung in der Schweizer Bevölkerung, 2024, Fazit, S. 70-71.



Abbildung 01 Deepfake von Tom Cruise auf TikTok

4. VERSCHWÖRUNGSTHEORIEN UND IHRE ANFÄNGE

Verschwörungstheorien sind kein neues Phänomen, denn sie begleiten die Menschheit bereits seit Jahrhunderten. Der Begriff *Verschwörung* beschreibt den Zusammenschluss mehrerer Personen, die im Verborgenen ein gemeinsames Ziel verfolgen. Das Wort *Theorie* wird hinzugefügt, da es sich meist um Behauptungen handelt, für die es keine ausreichenden Beweise gibt. Meist werden reale Ereignisse oder allgemein bekannte Tatsachen mit erfundenen oder verzerrten Inhalten zusammen erzählt, um möglichst viele Menschen zu überzeugen und neue Anhänger zu gewinnen.¹¹

Patrick Brooks formuliert einen wichtigen Erklärungsansatz zur Entstehung von Verschwörungstheorien. Seiner Ansicht nach entstehen Verschwörungstheorien häufig aus der Wahrnehmung von kognitiven oder normativen Spannungen, die nach einer Erklärung verlangen. Diese Spannungen ergeben sich häufig durch Widersprüche der Darstellung eines Ereignisses und dem Verhalten der beteiligten Gruppen, welche als unglaublich empfunden werden. Wenn die offizielle Erklärung diesen Widersprüchen nicht gerecht wird oder sie zudem verstärkt, ergibt sich eine alternative Deutung der Ereignisse und somit eine Verschwörungstheorie. Er betont dabei, dass es sich um eine subjektive Wahrnehmung handelt und diese weder wertfrei noch plausibel sein muss. Dennoch reicht diese individuelle Wahrnehmung häufig aus, um ein alternatives Narrativ entstehen zu lassen, selbst wenn es auf fragwürdigen Annahmen beruht.¹²

Ein Beispiel, welches Patrick Brooks in seinem Artikel beschreibt, ist die Entstehung einer der Verschwörungstheorien zur SARS-CoV-2-Pandemie. Dieses Thema wurde intensiv diskutiert, da es zwei unterschiedliche Theorien zur Entstehung des Virus und der darauffolgenden Pandemie gab. Einerseits ergab sich die Annahme einer natürlichen Übertragung von Fledermäusen auf den Menschen, andererseits die Vermutung eines Laborlecks.¹³ Die Bevölkerung wurde stutzig, als Vertreter:innen wissenschaftlicher Institutionen sehr schnell und geschlossen auf die Laborleck-Hypothese reagierten, sie sofort dementierten und als lächerlich

11 Schneider, Gerd und Tokya-Seid, Christiane: Verschwörungstheorie, 2025.

12 Brooks, Patrick: On the Origin of Conspiracy Theories, 2023, The Theory, S. 6.

13 Brooks, Patrick: On the Origin of Conspiracy Theories, 2023, The Theory, S. 8.

bewerteten. Diese schnelle Ablehnung liess in der Öffentlichkeit einen tieferen Grund für die starke und vorschnelle Äusserung vermuten. Laut Brooks wäre es womöglich gar nicht zu der Verschwörungstheorie gekommen, wenn die Reaktion der offiziellen Stellen zurückhaltender oder neutraler ausgefallen wäre. Somit lässt sich die Entstehung der Theorie mit dem auffälligen Verhalten der Verantwortlichen erklären.¹⁴

5. ANALYSE

Durch die genannten Beispiele des Todes von Prinzessin Diana und der Corona-Pandemie, wurde bereits ein Einblick in die Thematik der Verschwörungstheorien in den sozialen Medien gegeben. Anhand dieser Beispiele lässt sich aufzeigen, wie gestalterische Mittel in medial verbreiteten Inhalten die Wahrnehmung, Deutung und die Glaubwürdigkeit beeinflussen können. Dabei kann man eine Verknüpfung zwischen der visuellen Gestaltung und der Wirkung von Desinformation von solchen Inhalten herstellen.

5.1 Fallbeispiel 1: Corona-Pandemie

„Dieses Verdrehen von Tatsachen hat in der Pandemie erheblichen Schaden ausgelöst. Ohne Desinformationskampagne einiger Medien, Parteien, „Querdenker“ und Wissenschaftler hätten wir eine deutlich höhere Impfquote bei den Älteren gehabt. Weniger Tote waren möglich.“¹⁵

- Karl Lauterbach, SPIEGEL 2023

Prof. Karl Lauterbach ist der ehemalige deutsche Bundesgesundheitsminister. Er spricht 2023 im SPIEGEL gemeinsam mit dem Virologen Christian Droste über die Rolle der Politik, Wissenschaft und Medien während der Corona-Pandemie. Mit dem Zitat betont er nicht nur die realen Konsequenzen medialer Desinformation, sondern spricht auch die enorme gesellschaftliche Spaltung an, die durch gezielte Narrative und Falschinformationen geschaffen wurde.¹⁶

Besonders über soziale Medien wie YouTube, TikTok, Twitter, Instagram oder Facebook verbreiteten sich während der Pandemie die bekanntesten Verschwörungstheorien in rasanter Geschwindigkeit. Dabei wurden viele Inhalte bewusst emotionalisierter dargestellt, um Gefühle wie Angst, Misstrauen oder Wut bei Konsument:innen und Betroffenen auszulösen. Diese Form der Manipulation wird häufig eingesetzt, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und die Reichweite zu maximieren. Dies ist ein bekanntes Muster in digitalen Desinformationskampagnen.

15 Bundesministerium für Gesundheit: Lauterbach: „Das Verdrehen von Tatsachen hat in der Pandemie erheblichen Schaden ausgelöst.“, 2023.

16 Bundesministerium für Gesundheit: Lauterbach: „Das Verdrehen von Tatsachen hat in der Pandemie erheblichen Schaden ausgelöst.“, 2023.



Abbildung 02

Demonstration während der Pandemie



Ein Beispiel für die emotionale Wirkung von Desinformation zeigt sich in der visuellen Inszenierung von politischen Parteien während der Pandemie. Auf Demonstrationen wurden verschiedenste Personen des öffentlichen Lebens in Sträflingskleidung abgebildet (Abbildung 01). Daneben steht in grosser roter Schrift „Schuldig“ geschrieben. Solche Darstellungen zielen nicht auf sachliche Kritik, sondern auf symbolische Verurteilung und Schuldzuschreibung. Das visuelle Narrativ ersetzt politische Debatten durch einfache Bilder, die starke Emotionen wie Wut oder Misstrauen auslösen. Diese Strategie entspricht laut einem Bericht der *Carnegie Endowment for International Peace* einem gängigen Muster digitaler Desinformationskampagnen. Sie nutzen Strategien wie Polarisierung, Personalisierung und Emotionalisierung, um gesellschaftliche Spannungen zu vertiefen und das Vertrauen in demokratische Strukturen zu schwächen. Besonders problematisch ist laut dem Abschnitt „*Narratives and Emotional Appeals*“, dass Desinformationen oft gezielt die emotionalen Anfälligkeiten des Publikums ausnutzen, um einfache Erzählungen gegenüber komplexen Realitäten durchzusetzen.¹⁷

5.2 Prinzessin Dianas Tod

Ein besonders eindrückliches Beispiel für die mediale Konstruktion und visuelle Emotionalisierung von Verschwörungstheorien zeigt sich im Umgang mit dem Tod von Prinzessin Diana. Obwohl der Autounfall im Pariser Alma-Tunnel 1997 durch mehrere offizielle Untersuchungen, wie auch dem britischen *Operation Paget-Bericht*, als tragisches Unglück bewertet wurde, kursieren bis heute alternative Erzählungen, die den britischen Geheimdienst oder das Königshaus zur Verantwortung ziehen.¹⁸ Die Faszination für diese Theorien ergibt sich dabei nicht nur aus dem persönlichen Schicksal der Prinzessin, sondern vor allem aus der Art und Weise, wie mediale Inhalte rund um ihren Tod visuell und narrativ verbreitet wurden.

In den sozialen Medien finden sich zahlreiche Beiträge, die mit dramatischer Musik, verlangsamten Aufnahmen, Split-Screen-Techniken und emotionalen Bildern arbeiten, um die Theorie

¹⁷ Bateman, Jon und Jackson, Dean: Countering Disinformation Effectively: An Evidence-Based Policy Guide, 2024, Narratives and Emotional Appeals.

¹⁸ Lord Stevens of Kirkwhelpington: The Operation Paget inquiry report into the allegation of conspiracy to murder, 2006.

eines geplanten Mordes visuell zu stützen. Häufig werden Interview-Ausschnitte von Diana, in denen sie über „Feinde im System“ spricht, mit Bildern aus dem Tunnel oder Überwachungskameras kombiniert. Besonders auffällig ist die Gestaltung solcher Inhalte auf Plattformen wie TikTok oder YouTube. Hier wird häufig der visuelle Trick des gesplitteten Bildschirms genutzt, dabei wird auf der einen Seite ein Ausschnitt aus der offiziellen Berichterstattung gezeigt, und auf der anderen sieht man symbolhafte Szenen wie Paparazzi oder den schwarzen Mercedes, in dem sie starb. Diese Form der Gestaltung suggeriert einen Widerspruch, ohne ihn konkret zu benennen. Die Nutzer:innen sollen sich die „Wahrheit“ selbst zusammenreimen. Genau dieser Mechanismus wird auch im Bericht der *Carnegie Endowment for International Peace* als eine typische Strategie der digitalen Desinformation beschrieben. Ein emotional aufgeladenes Narrativ, das nicht durch klare Argumente, sondern durch gezielte Andeutungen und visuelle Manipulation überzeugt.¹⁹ Seit kurzer Zeit kommen sogar Deepfakes zum Einsatz. In einzelnen Projekten wird Diana mithilfe künstlicher Intelligenz digital wiederbelebt. Etwa in inszenierten „Interviews“, in denen sie über ihre Ängste vor der königlichen Familie oder ihren bevorstehenden Tod spricht.

Der türkische Fotograf Alper Yesiltas kreierte eine Fotoserie namens *“As if nothing happened”*, um aufzuzeigen, wie Menschen heute realistisch aussehen würden, wenn ihnen früher nichts passiert wäre. Darunter findet sich auch ein Bild von Prinzessin Diana, welches mit einer künstlichen Intelligenz generiert wurde und sie mit etwa 62 Jahren zeigen soll²⁰ (Abbildung 06).

Von den Künstler:innen wird meist offen kommuniziert, dass es sich um künstlerische Interpretationen handelt, doch in der Verbreitung auf den sozialen Netzwerken geht dieser Kontext oft verloren. Die Glaubwürdigkeit solcher Inhalte ist visuell hoch, denn sie imitieren reale Interviewsituationen, nutzen echte Sprachmuster und werden durch glaubwürdig nachgebildete Mimik emotional verstärkt. Die Grenze zwischen Inszenierung und Realität verschwimmt und genau darin liegt die manipulative Kraft dieser Technik. Solche Darstellungen sprechen das Bedürfnis vieler

¹⁹ Bateman, Jon und Jackson, Dean: Countering Disinformation Effectively: An Evidence-Based Policy Guide, 2024, Narratives and Emotional Appeals.

²⁰ Yesiltas, Alper: As If Nothing Happened, 2022.

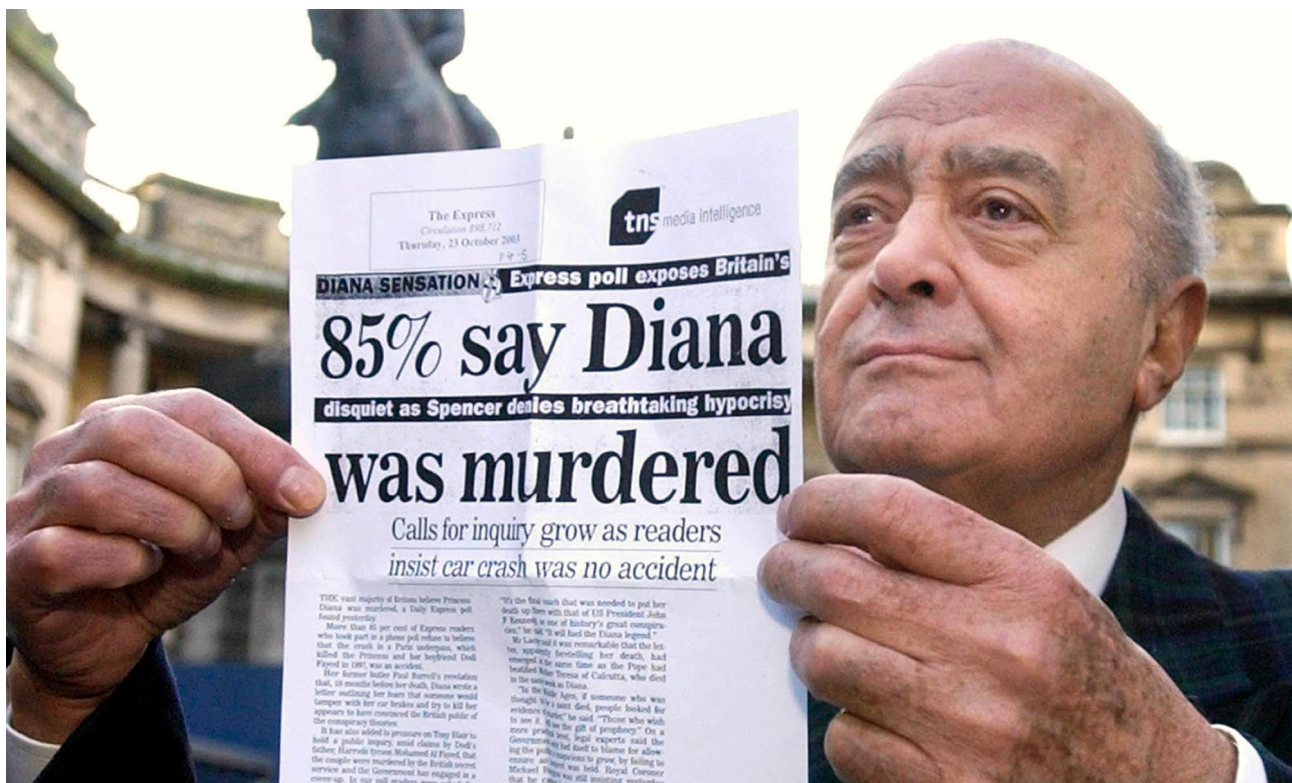
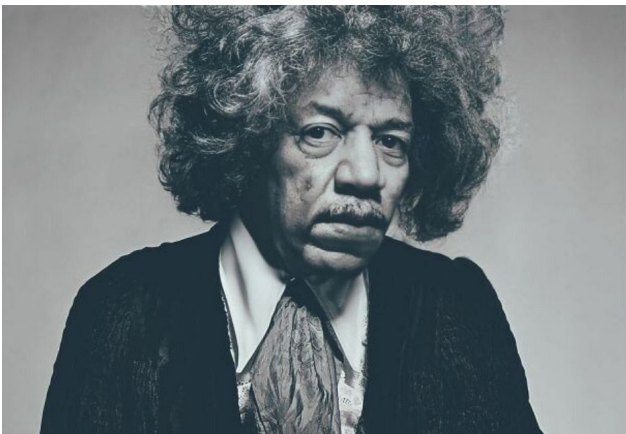


Abbildung 04
Abbildung 05

Amzeigebild eines Youtubevideos
Eine Verschwörungstheorie als Zeitungsüberschrift im Jahr 2003





Menschen nach einfachen Erklärungen und klaren Schuldzuweisungen an. Sie verstärken das Bild von Diana als „unschuldiger Prinzessin“, die einem mächtigen System zum Opfer gefallen ist. Durch den Einsatz von Musik, bestimmten Bildern, Schnitten oder Symbolen wird aus dieser Theorie eine sehr emotional wirkende Geschichte.

5.3 Wirkung und Glaubwürdigkeit

Die Überzeugungskraft manipulativer Inhalte liegt weniger an ihrer faktischen Richtigkeit als in ihrer emotionalen Wirkung. Die Studie *Emotional news affects social judgments independent of perceived media credibility* zeigt, dass emotional aufgeladene Inhalte soziale Urteile beeinflussen, selbst wenn die Quelle als unglaubwürdig wahrgenommen wird. Die Forschenden betonen in ihrem Abschnitt „*Discussion*“, dass emotionale Reize eine starke Wirkung auf die Wahrnehmung und das Gedächtnis der Nutzer:innen haben. Es wird sich besser an Inhalte erinnert, die Angst, Wut oder Mitgefühl auslösen und dadurch werden sie als bedeutungsvoller empfunden, selbst wenn sie objektiv falsch oder manipulativ sind.²¹

Besonders in sozialen Medien, wo emotionale Inhalte bevorzugt angezeigt werden, verstärkt sich dieser Effekt. Die Studie hebt hervor, dass dies nicht nur die Informationsverarbeitung beeinträchtigt, sondern auch die Polarisierung fördert. Nutzer:innen sind eher bereit, Inhalte zu teilen, die ihren eigenen Überzeugungen entsprechen und starke Emotionen hervorrufen. Gerade weil viele Inhalte heute schnell, emotional und visuell überladen verbreitet werden, ist es umso wichtiger, sie bewusst zu hinterfragen. Neben der emotionalen Wirkung spielt auch die Art der visuellen Gestaltung eine zentrale Rolle für die Wahrnehmung und die Glaubwürdigkeit in sozialen Medien. Videos und Bilder, die wie Nachrichtenbeiträge, Dokumentationen oder persönliche Stellungnahmen gestaltet sind, wirken auf Nutzer:innen oft vertrauenswürdiger. Besonders authentisch wirkende Aufnahmen, wie Interviews im Hochformat mit einem Smartphone gefilmt, dokumentarische Schwarz-Weiss-Bilder oder Bildschirmaufnahmen,

schaffen den Eindruck, dass es sich um echte Beweise handelt. Ein zentrales Element ist die Kombination aus realistischer Bildsprache und spezifischen gestalterischen Mitteln. So wirken Inhalte durch klare Typografie und vertraute Designelemente wie Wasserzeichen, Logos oder News-Balken seriös. Die Studie *Source Matters: The Impact of Visual Cues on Perceived Source Credibility and Belief in Disinformation on Short Video Platforms* von Frederik Schultz aus dem Jahr 2024 zeigt, dass die Verwendung solcher visuellen Hinweise die wahrgenommenen Inhalte signifikant glaubwürdiger macht, selbst wenn der Inhalt fragwürdig ist. In sozialen Medien wie TikTok oder Instagram werden Videos häufig so gestaltet, damit sie wie echte Nachrichten oder private Enthüllungen aussehen, was ihre Wirkung verstärkt.²²

22

Schultz, Frederik: *Source Matters: The Impact of Visual Cues on Perceived Source Credibility and Belief in Disinformation on Short Video Platforms*, 2024, Discussion S. 34- 38.

6. DISKUSSION

In den bisherigen Kapiteln wurde analysiert, wie die visuelle Gestaltung auf Social Media eingesetzt wird, um Inhalte glaubwürdig oder emotional aufgeladen erscheinen zu lassen. Dies wirft eine zentrale Frage auf: Wo verläuft die Grenze zwischen kreativer Gestaltung und bewusster Manipulation? In einer digitalen Umgebung, in der Nutzer:innen oft nicht mehr zwischen realen und manipulierten Inhalten unterscheiden können, ist eine differenzierte Betrachtung notwendig.

6.1 Gestaltung oder Manipulation?

Die visuelle Gestaltung ist ein zentrales Element, um Botschaften ansprechend und verständlich zu präsentieren. Doch genau diese ästhetische Darstellung kann auch als Werkzeug der Manipulation eingesetzt werden. Besonders auf Social Media zeigt sich, dass visuell ansprechende Inhalte eher als glaubwürdig wahrgenommen werden, selbst wenn sie faktisch falsch oder bewusst verzerrt sind. Eine professionelle Typografie, klare Farbkontraste und symbolische Bildsprache schaffen nicht nur Aufmerksamkeit, sondern auch Seriosität. Selbst wenn die Inhalte falsch sind, schenken die Nutzer den Inhalten Glaubwürdigkeit, welche als eine vertrauenswürdige Quelle dargestellt werden. Eine zentrale Herausforderung liegt darin, dass sich die Grenze zwischen legitimer Gestaltung und bewusster Täuschung oft nur schwer definieren lässt. Wenn beispielsweise eine Dokumentation mit dramatischer Musik und Zeitlupenaufnahmen arbeitet, entsteht automatisch eine emotionale Aufladung. Besonders problematisch ist dies bei politischen oder gesundheitlichen Themen, wo Desinformation durch glaubwürdig gestaltete Inhalte verbreitet wird. Die Studie von Schultz zeigt auch, dass Nutzer:innen besonders visuell stark gestalteten Inhalten vertrauen, selbst wenn sie sich nicht sicher sind, woher diese Informationen kommen.²³

Eine besondere Problematik ergibt sich, wenn Gestalter:innen bewusst die Grenze überschreiten, indem sie Bildausschnitte aus dem Kontext reißen oder visuelle Bearbeitungen vornehmen, die den Inhalt verfälschen. Der Übergang zwischen Gestaltung und Manipulation ist fließend: Wird ein Bild nur verschönert oder

verändert es bewusst die Realität? Erfolgt die Bildauswahl, um zu informieren oder um zu emotionalisieren?

6.2 Strategien gegen visuelle Täuschung

Um visuelle Täuschung zu verhindern, setzen soziale Medien auf Richtlinien und automatisierte Erkennungssysteme. Plattformen wie beispielsweise Instagram oder TikTok nutzen KI-gestützte Technologien, um manipulierte Inhalte wie Deepfakes zu erkennen.

Die aktuelle Studie *A survey on multimedia-enabled deepfake detection: state-of-the-art tools and techniques, emerging trends, current challenges & limitations, and future directions* zeigt auf, dass die Verbreitung von Falschinformationen durch genau solche Technologien begünstigt wird. Jedoch gibt es mittlerweile fortgeschrittene Erkennungsmethoden, um diese zu minimieren oder sogar zu verhindern. So können solche Systeme dabei helfen, fragwürdige Inhalte sofort zu untersuchen und wenn nötig zu beseitigen. Forscher:innen fanden jedoch ebenfalls heraus, dass selbst modernste KI-Systeme oft an der Vielfalt der Deepfake-Techniken scheitern.²⁴ Besonders problematisch ist dabei, dass kreative Gestalter:innen gezielt die Schwächen dieser automatisierten Systeme ausnutzen können, indem sie Deepfakes leicht anpassen oder verschiedene Manipulationstechniken kombinieren.

Nutzer:innen können jedoch auch selbst aktiv werden, indem sie einen kritischen Umgang mit visuellen Inhalten, der Überprüfung der Quelle und dem Bewusstsein für typische Gestaltungstricks wahren. Es wird empfohlen, dass Plattformen transparente Richtlinien für visuelle Inhalte einführen sollten, die klar regeln, wann ein Bild oder Video als bearbeitet gekennzeichnet werden muss. In den Gemeinschaftsrichtlinien von TikTok werden Verschwörungstheorien, manipulierte Medien oder falsch dargestellte Quellen als kein geeigneter Inhalt der Plattform eingestuft. Die Plattform verbietet Inhalte, die absichtlich falsche Informationen verbreiten, insbesondere wenn diese potenziell schädlich sind. TikTok verpflichtet sich, solche Inhalte zu entfernen und mit Massnahmen gegen wiederholte Verstöße einzugreifen.²⁵

24 Khan, A. A.; Laghari, A. A.; Inam, S. A.; Ullah, S.; Shahzad, M.; Syed, D.: A survey on multimedia-enabled deepfake detection: state-of-the-art tools and techniques, emerging trends, current challenges & limitations, and future directions, 2025, 4.2 Misinformation and fake news prevention.

25 TikTok: Integrity and Authenticity, 2024, Misinformation

Dazu gehört zum Beispiel die Sperrung von Nutzerkonten, die Entfernung problematischer Videos oder das automatische Löschen manipulativer Inhalte.²⁶ Dennoch zeigt die Realität, dass zahlreiche Videos auf TikTok kursieren, bei denen sich die Frage stellt, ob sie nicht auch gegen diese Richtlinien verstossen. Gerade bei grenzwertigen Inhalten, wie etwa Videos, die visuell authentisch wirken, aber irreführende Aussagen enthalten, bleibt unklar, wie konsequent TikTok seine eigenen Richtlinien durchsetzt. Die Diskrepanz zwischen den öffentlich kommunizierten Richtlinien und der tatsächlichen Durchführung ist ein häufig kritisierte Punkt.

7. ZUSAMMENFASSUNG

In dieser Thesis wurde untersucht, wie visuelle Gestaltung auf Social Media eingesetzt wird, um Inhalte glaubwürdig, emotional oder manipulativ erscheinen zu lassen. Anhand der Fallbeispiele der Corona-Pandemie und dem Umgang des Todes von Prinzessin Diana wurde aufgezeigt, wie Bilder, Videos und gestalterische Mittel gezielt verwendet werden, um bestimmte Reaktionen beim Publikum hervorzurufen. Besonders deutlich zeigte sich, dass emotionale Inhalte eine starke Wirkung auf die Wahrnehmung und das Gedächtnis der Nutzerinnen und Nutzer haben, vor allem verstärkt durch die visuelle Gestaltung. Inhalte, die Angst, Wut oder Mitgefühl auslösen, werden nicht nur besser erinnert, sondern auch als bedeutungsvoller wahrgenommen, selbst wenn sie objektiv falsch oder manipuliert sind.

Die Analyse machte deutlich, dass die visuelle Gestaltung mehr ist als nur ein Mittel der Ästhetik, denn sie kann gezielt zur Manipulation eingesetzt werden. Typische Mittel wie dramatische Musik, Schwarz-Weiss-Bilder und vertraute Designelemente wie Nachrichtengrafiken schaffen eine Atmosphäre der Seriosität, auch wenn der Inhalt fragwürdig oder irreführend ist. In den sozialen Medien verstärkt sich dieser Effekt durch algorithmische Mechanismen, denn Inhalte, die emotional aufgeladen sind, werden häufiger geteilt und erreichen dadurch eine grössere Reichweite. Dadurch entsteht eine Dynamik, in der die visuelle Gestaltung zur Verstärkung von unterschiedlichen Narrativen genutzt wird, welche nicht zwingend auf Fakten beruhen.

Die Diskussion verdeutlichte, dass die Grenze zwischen Gestaltung und Manipulation oft fließend ist. Während gestalterische Mittel genutzt werden, um Inhalte ansprechend zu präsentieren, können sie ebenfalls dazu dienen, Wahrheiten zu verzerren oder Emotionen hervorzurufen. Besonders problematisch ist dies bei sensiblen Themen wie politischen Debatten oder Gesundheitsfragen, wo gezielte Desinformationen starke Auswirkungen auf die öffentliche Meinung haben können.

Abschliessend wurde aufgezeigt, dass Plattformen wie TikTok zwar technische Massnahmen zur Erkennung von manipulativen

Inhalte einsetzen, diese jedoch oft an der Kreativität der Gestalterinnen und Gestalter scheitern. Weder automatisierte Erkennungssysteme noch Richtlinien allein können eine visuelle Täuschung vollständig verhindern. Entscheidend ist daher das Bewusstsein der Nutzer:innen sowie die Verantwortung derjenigen, die Inhalte gestalten. Visuelle Gestaltung ist somit nicht nur eine Frage der Ästhetik, sondern auch der Verantwortung.

8. FAZIT

In einer digitalen Welt, in der Bilder und Videos schneller verbreitet werden als Worte, spielt die visuelle Gestaltung eine entscheidende Rolle. Sie ist mehr als eine ästhetische Entscheidung, denn sie wird zum Werkzeug, um Wahrnehmungen zu formen, Emotionen auszulösen und Inhalte glaubwürdig erscheinen zu lassen.

Die Analyse dieser Arbeit hat gezeigt, dass die Grenze zwischen kreativer Gestaltung und bewusster Manipulation oft verschwimmt. Bilder, die wie authentische Nachrichten wirken, Videos, die durch dramatische Effekte emotional aufgeladen werden, und visuelle Stile, die Seriosität vermitteln, obwohl der Inhalt spekulativ ist. Dies sind Beispiele dafür, wie die visuelle Gestaltung zur Überzeugung oder Manipulation genutzt wird.

Um die Grenze zwischen der dokumentarischen Berichterstattung und einer manipulativen Inszenierung in sozialen Netzwerken zu erkennen, ist ein aufmerksamer und kritischer Umgang mit den Inhalten nötig. So können Verschwörungstheorien auf den ersten Blick den Eindruck einer seriösen Berichterstattung erwecken. Das Risiko besteht darin, dass visuell ansprechende und emotional aufgeladene Inhalte als glaubwürdiger wahrgenommen werden, obwohl sie auf verzerrten oder erfundenen Informationen basieren. Konsument:innen müssen sich bewusst sein, welches Risiko sie mit der Nutzung der sozialen Medien eingehen und dass nicht jeder Inhalt, der geteilt wird, eine verlässliche Quelle hat.

Meiner Meinung nach kann man nicht den Plattformen allein die Verantwortung zuschreiben, denn die Technologie entwickelt sich schneller, als Richtlinien oder Kontrollmechanismen angepasst werden können. Selbst wenn Plattformen wie TikTok Richtlinien gegen manipulierte Inhalte einführen, gelingt es den Gestalter:innen trotzdem mit unterschiedlichen Möglichkeiten diese Systeme zu umgehen und stetig neue Inhalte zu produzieren. In einer Umgebung, in der jeder Nutzer Inhalte erstellen und verbreiten kann, entsteht eine Dynamik, in der die visuelle Gestaltung sowohl als Werkzeug der Aufklärung als auch als eines der Irreführung dient.

Doch es wäre einseitig, die visuelle Gestaltung nur als Risiko zu betrachten. Durch Technologien wie Deepfakes und auch Narrativen wie Verschwörungstheorien ergeben sich neue Arten, auf wichtige Themen aufmerksam zu machen. Sie ermöglichen es, komplexe Themen verständlich darzustellen, historische Ereignisse wie den Unfall von Prinzessin Diana zu rekonstruieren oder auf wichtige gesellschaftliche Fragen aufmerksam zu machen. Kreative Gestaltung kann Menschen informieren, aufklären und inspirieren. Es sei vorausgesetzt, sie wird verantwortungsvoll eingesetzt. Die Herausforderung besteht darin, den bewussten und kritischen Umgang mit visuellen Inhalten zu fördern und zwischen kreativer Gestaltung und manipulativer Inszenierung zu unterscheiden.

Am Ende bleibt die Erkenntnis, dass die visuelle Gestaltung nicht nur eine Frage der Ästhetik ist, sondern auch eine der Verantwortung. Jede kreative Entscheidung bestimmt, ob ein Bild aufklärt oder in die Irre führt.

9. ANHANG

Zur Übersetzung fremdsprachiger Quellen in dieser Arbeit wurden das Übersetzungsprogramm DeepL und die künstliche Intelligenz ChatGPT genutzt. Darüber hinaus wurden mithilfe der Programme einige grammatikalische Korrekturen vorgenommen. Alle Inhalte dieser Arbeit, einschliesslich der Ausführungen, Analysen, Argumentationen und der zugrunde liegenden Ideen, sind eigenständig von mir verfasst worden.

9.1 Bibliographie

Neubaum, German und Lane, Daniel S.: Nevertheless, it persists. Journal of Media Psychology, Hogrefe Publishing, 2023, 35 (6), S. 375 - 386.

Shen, Fuyuan; Yang, Golan; Conlin, Jeff; Diddi, Pratiti: Effects of issue- and character-based narrative political ads on ad evaluations. Journal of Media Psychology, Hogrefe Publishing, 2023, 35 (6), S. 325 - 334.

9.2 Websites

Barnett, Sofia: The Newest Threat to Your Attention Span? TikTok 'Dual' Videos, 10. August 2023.
<https://www.wired.com/story/tiktok-dual-videos-attention-spans/>
[04.05.25]

Bateman, Jon und Jackson, Dean: Countering Disinformation Effectively: An Evidence-Based Policy Guide, 31. Januar 2024.
<https://carnegieendowment.org/research/2024/01/countering-disinformation-effectively-an-evidence-based-policy-guide?lang=en>
[14.05.25]

Baum, Julia und Rahman, Rasha Abdel: Emotional news affects social judgments independent of perceived media credibility, 04. Dezember 2020.
<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7943368/> [16.05.25]

Brooks, Patrick: On the Origin of Conspiracy Theories, 19. Juli 2023.

<https://philpapers.org/archive/BROOTO-6.pdf> [07.05.25]

Bundesministerium für Gesundheit: Lauterbach: „Das Verdrehen von Tatsachen hat in der Pandemie erheblichen Schaden ausgelöst.“, Interview Lauterbach und Drosten, SPIEGEL, 11. Februar 2023.

<https://www.bundesgesundheitsministerium.de/presse/interviews/interview/lauterbach-drosten-spiegel-11-02-23.html> [12.05.25]

Khan, Abdullah Ayub; Laghari, Asif Ali; Inam, Syed Azeem; Ullah, Sajid; Shahzad, Muhammad; Syed, Darakhshan: A survey on multimedia-enabled deepfake detection: state-of-the-art tools and techniques, emerging trends, current challenges & limitations, and future directions, 25. April 2025.

<https://link.springer.com/article/10.1007/s10791-025-09550-0> [14.05.25]

Li, Siqi und Jongbin, Park: The Impact of Social Media on Visual Communication Design. Journal of New Media and Economics, STEMM Institute Press, 2024.

https://www.researchgate.net/publication/382670116_The_Impact_of_Social_Media_on_Visual_Communication_Design [04.05.25]

Lord Stevens of Kirkwhelpington: The Operation Paget inquiry report into the allegation of conspiracy to murder, 14. Dezember 2006.

https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/ukgwa/20100814204859/http://www.met.police.uk/news/operation_paget_report.htm [16.05.25]

Schneider, Gerd und Tokya-Seid, Christiane: Verschwörungstheorie, 2025.

<https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/das-junge-politik-lexikon/321326/verschwuerungstheorie/> [07.05.25]

Schultz, Frederik: Source Matters: The Impact of Visual Cues on Perceived Source Credibility and Belief in Disinformation on Short Video Platforms, 01.Juli 2024.

https://essay.utwente.nl/100477/1/Schultz_BA_CommunicationScience.pdf [16.05.25]

TikTok: Integrity and Authenticity, 17. April 2024.

<https://www.tiktok.com/community-guidelines/en/integrity-authenticity> [16.05.25]

Vogler, Daniel und Rauchfleisch, Adrian: Deepfakes: Medienberichterstattung und Wahrnehmung in der Schweizer Bevölkerung, Schwabe Verlag, 2024.

https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/264026/1/JB_2024_Deepfakes.pdf [06.05.25]

Wigmore, Ivy und Barney, Nick: Definition Deepfake, Mai 2024.

<https://www.computerweekly.com/de/definition/Deepfake> [06.05.25]

Yesiltas, Alper: As If Nothing Happened, 09. September 2022.

<https://www.behance.net/gallery/152272899/As-If-Nothing-Happened> [14.05.25]

9.3 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 01: Deepfake von Tom Cruise auf TikTok,
<https://image.stern.de/30410270/t/GO/v2/w1440/r1.7778/-/tom-cruise.jpg>.

Videoquelle:

<https://www.stern.de/digital/faktencheck-im-video--ist-das-der-echte--tom-cruise-oder-ein-deepfake--30410280.html> [14.05.25]

Abbildung 02: Demonstration während der Pandemie,
<https://images.tagesschau.de/image/02712737-c333-4ab3-9c56-b6424e4aa131/AAABlgOz2P8/AAABkZLp4nc/20x9-960/berlin-corona-protest-demo-101.webp>. [17.05.25]

Abbildung 03: Karikatur von Donald Trump,
https://bilder.deutschlandfunk.de/FI/LE/_f/18/FILE_f188d826af87f6beccf95d78762c14f7/mika-baumeister-cml1Ou-d6aee-unsplash-jpg-100-1280x720.jpg. [17.05.25]

Abbildung 04: Anzeigebild eines Youtubevideos,
https://i.ytimg.com/vi/5bEQOb6zn04/hq720.jpg?sqp=-oaym-wEhCK4FEIIDSFryq4qpAxMIARUAAAAAGAEIAADIQj0Ag-KJD&rs=AOn4CLCF-16-rbCb_zRAplpHSvMSP-yPmg.

Videoquelle:

<https://www.youtube.com/watch?v=5bEQOb6zn04>. [17.05.25]

Abbildung 05: Eine Verschwörungstheorie als Zeitungsüberschrift im Jahr 2003,
https://static01.nyt.com/images/2023/09/02/obituaries/00a1-fayed-toppix-print3-SUB/merlin_10990157_a1c4babd-75cb-4a0f-b3df-76e45c2e0c7f-superJumbo.jpg. [17.05.25]

Abbildung 06:

<https://cloudfront-eu-central-1.images.arcpublishing.com/thenational/FPDP5Z6MAVGXNMD7YL2ZU76NEA.jpg> [18.05.25]

Abbildung 07: Michael Jackson

https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/1400/add705152272899.631af70ecba0c.jpg [18.05.25]

Abbildung 08: Freddie Mercury

https://static.euronews.com/articles/stories/07/08/57/66/808x1010_cmsv2_151a2514-5edc-5bea-b063-2eea503188cf-7085766.jpg
[18.05.25]

Abbildung 09: Jimi Hendrix

https://static.euronews.com/articles/stories/07/08/57/66/1920x1080_cmsv2_fcc81ea2-5fc5-525c-83f7-5fce4c4d5eee-7085766.jpg
[18.05.25]

Abbildung 10: John Lennon

https://static.euronews.com/articles/stories/07/08/57/66/1920x1080_cmsv2_fcc81ea2-5fc5-525c-83f7-5fce4c4d5eee-7085766.jpg
[18.05.25]

10. DANKSAGUNG

Ich möchte mich herzlich bei meinem Mentor Dr. Invar Hollhaus für die unterstützende Begleitung, die aufmerksame Betreuung und die hilfreichen Rückmeldungen während der Entstehung dieser Arbeit bedanken. Seine klare, ruhige Art hat mir dabei geholfen, strukturiert zu bleiben und auch in Phasen des Zweifels weiterzumachen.

Ein besonderer Dank gilt meinen Eltern und meinem Bruder Luca, die mir mit viel Verständnis, Geduld und Rücksicht begegnet sind. Sie haben mir den nötigen Raum gegeben, mich auf diese Arbeit zu konzentrieren, und mir immer wieder kleine Pausen vom Schreibprozess ermöglicht, ob durch Nachsicht, Humor oder einfaches Zuhören.

Ein grosses Dankeschön geht an meine Studienkollegin Judy Kessba, die mir mit tatkräftiger Hilfsbereitschaft, klarem Kopf und viel Geduld zur Seite stand. Sie hat nicht nur jede einzelne Frage beantwortet, sondern oft auch mitgedacht und mitorganisiert, wenn ich unter Zeitdruck stand. Ihre Unterstützung ging weit über das Selbstverständliche hinaus.

Danke auch an Mira, Mariella, Franca, Christelle und an all diejenigen, die mich im Hintergrund durch Nachsicht, motivierende Worte oder einfach ihr Verständnis zur richtigen Zeit unterstützt haben.

11. EIGENSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG

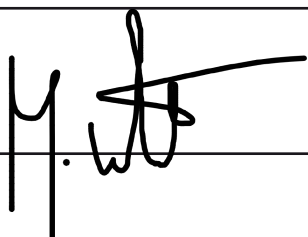
Ich erkläre hiermit,

- dass ich sämtliche nicht von mir selbst stammenden Textstellen gemäss gängigen wissenschaftlichen Zitierregeln korrekt zitiert und die verwendeten Quellen gut sichtbar erwähnt habe;
- dass ich in einem Verzeichnis alle verwendeten Hilfsmittel (z.B. KI-Assistenzsysteme wie Chatbots z.B. ChatGPT, Übersetzungs-, Paraphrasier-Tools) oder Programmierapplikationen z.B. Github Copilot deklariert und ihre Verwendung bei den entsprechenden Textstellen angegeben habe;
- dass ich sämtliche immateriellen Rechte an von mir allfällig verwendeten Materialien wie Bildern oder Grafiken erworben habe oder dass diese Materialien von mir selbst erstellt wurden;
- dass das Thema, die Arbeit oder Teile davon nicht bei einem Leistungsnachweis eines anderen Moduls bereits verwendet wurden, sofern dies nicht ausdrücklich mit der Dozentin oder dem Dozenten im Voraus vereinbart wurde und in der Arbeit ausgewiesen wird;
- dass ich mir bewusst bin, dass meine Arbeit auf Plagiate und auf Drittautorschaft menschlichen oder technischen Ursprungs (künstliche Intelligenz) überprüft werden kann;
- dass ich mir bewusst bin, dass die Hochschule für Gestaltung und Kunst FHNW einen Verstoss gegen diese Eigenständigkeitserklärung bzw. die ihr zugrundeliegenden Pflichten der Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule für Gestaltung und Kunst FHNW verfolgt. Zu den Pflichten gehört insbesondere die Wahrung von Urheberrechten und das Unterlassen von Plagiaten (StuPO § 10 Abs. 1 d. und Abs. 6). Ein diesbezüglicher Verstoss wird mit der Note 1 bewertet und es können zusätzlich disziplinarische Folgen (Verweis/Ausschluss aus dem Studiengang) resultieren.

Nusshof, 19.05.2025

Ort, Datum

Unterschrift

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'M' followed by a series of loops and a long horizontal stroke.

