



**Technische
Universität
Braunschweig**



Desinformationen & ‚Fake News‘ zur Corona-Pandemie

- Public Screencast -

Abteilung Kommunikations- und Medienwissenschaften

Prof. Dr. Monika Taddicken & Laura Wolff, M.A.

HERZLICH WILLKOMMEN!

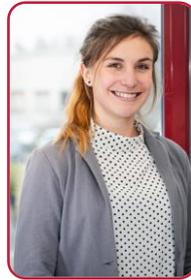
Wir begrüßen Sie zu diesem PUBLIC SCREENCAST!

Wer sind wir?

Abteilung Kommunikations- und Medienwissenschaften der TU Braunschweig



Prof. Dr.
Monika
Taddicken



Francine
Meyer



Nina
Wicke



Martina
Friedrich



Esther
Greussing



Anne
Reif



Laura
Wolff

Unsere Forschungsschwerpunkte:

- Digitale Kommunikation
- Wissenschaftskommunikation
- Nutzungs-, Rezeptions- und Wirkungsforschung
- Empirische Methoden

Unser Anliegen

Was ist unser Anliegen mit diesem Screencast?



Inhalt des Screencasts:

- Hintergrundinformationen zu **Desinformationen & ‚Fake News‘ zur Corona-Pandemie**
- Vorstellung der kommunikationswissenschaftlichen Perspektive
- Ergebnisse der **Forschung der Abteilung Kommunikations- und Medienwissenschaften der TU Braunschweig** zum Thema Desinformationen & ‚Fake News‘

Achtung vor ‚Fake News‘ / Desinformationen

Die Corona-Pandemie als „Infodemie“



Die Gefahr der Verbreitung von Falschinformationen ist in der Corona-Krise besonders groß!

- Die **Unsicherheit der aktuellen Situation** bietet einen Nährboden für Gerüchte, Verfälschungen, Verschwörungstheorien, ‚Fake News‘ – verschiedene Formen **unbewusster und bewusster Falschinformationen**.
- Falschinformationen, u. a. in Verbindung mit Verschwörungstheorien, bieten oft einfache Erklärungshilfen und bedienen damit das menschliche Bedürfnis danach, Unsicherheit zu reduzieren.
- Diese können sich in den heutigen vielfach vernetzten Informationsumgebungen schnell entwickeln und weiterverbreiten.

Forschung zu Desinformationen / ‚Fake News‘

Forschungsfeld Desinformationen & ‚Fake News‘

- Die kommunikationswissenschaftliche Forschung beschäftigt sich mit Fragen zu den Inhalten, der Verbreitung, der Rezeption und Nutzung sowie den individuellen und gesellschaftlichen Auswirkungen von Desinformationen und ‚Fake News‘.
- Es werden unterschiedliche Problematiken diskutiert: Filterblasen, Echokammern, Confirmation Bias (Meinungsverzerrung), Polarisierung, Fragmentierung, Post-Truth,

...

Call for Papers

Desinformation, Populismus, „Lügenpresse“ - Vertrauen und Glaubwürdigkeit in der politischen Kommunikation

Gemeinsame Jahrestagung 2020 der Fachgruppe „Kommunikation und Politik“ der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), des Arbeitskreises „Politik und Kommunikation“ der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft (DVPW) und der Fachgruppe „Politische Kommunikation“ der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM)

Termin: 05.02.-07.02.2020
Ort: Johannes Gutenberg-Universität Mainz



Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V.

Call for Papers

Medien und Wahrheit

Medienethische Perspektiven auf „Fake News“,
Künstliche Intelligenz und Agenda-Setting durch Algorithmen

Panel 10: Integration und mediale Desinformation (S8); Chair: Maja Malik

- Misinformation auf SNS: Eine Nutzer-Perspektive
Freiling, Isabelle
- Social-Media-Nutzung und politische Desinformation: Zum moderierenden Einfluss von politischen Einstellungen und Netzwerkheterogenität
Zimmermann, Fabian
- Die Rolle der BürgerInnen in der Desinformationsordnung: Wer verstärkt Fake News?
Wintterlin, Florian; Frischlich, Lena; Boberg, Svenja; Schatto-Eckrodt, Tim; Quandt, Thorsten
- „ARD und Co. Verbreiten ein unglaubliches Maß an Propagandalügen“ – Zu Umfang und Verwendung populistischer Elemente deutschsprachiger „Fake News“
Jansen, Carolin



Was sind ‚Fake News‘?

‚Fake News‘ als **„aktuelle Desinformationen“** (Zimmermann & Matthias Kohring, 2018)

Charakteristika von ‚Fake News‘

Mediale Imitation & Täuschungsabsicht

Eine gefälschte Nachrichtenstory ist eine, die vorgibt, Ereignisse in der realen Welt zu beschreiben, typischerweise durch **Nachahmung der Konventionen der traditionellen Medienberichterstattung**, die jedoch von ihren Schöpfern **als erheblich falsch bekannt** ist, und die mit den beiden Zielen übertragen wird, **weit verbreitet** zu werden und zumindest einen Teil ihres Publikums **zu täuschen**. (Rini, 2017)

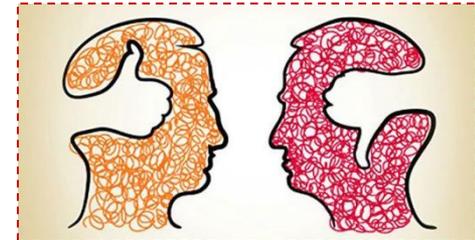


Meinungsverzerrung & Stärkung subjektive Weltbilder

‚Fake News‘ als „[...] eine frei erfundene Nachricht, die einen politischen Gegner in ein schlechtes Licht stellt und die deshalb dankbar aufgenommen wird, weil sie ins **Weltbild derer passt**, an die sie sich richtet“ (Stefanowitsch, 2017 in Anlehnung an DWDS Definition).



[...] wir sehen uns zunehmend mit öffentlich verbreiteten Desinformationen konfrontiert, die sich als Nachrichten tarnen, deren Hauptzweck es jedoch ist, sich von unseren kognitiven Voreingenommenheiten zu ernähren, um ihre eigene fortgesetzte Produktion und Reproduktion sicherzustellen. (Gelfert 2018)



Halbwahrheiten & ‚Fake News‘ zur Corona-Pandemie

Diskussion um Covid-19-‘Fake News‘ Das Beispiel „Wodarg“ - Gegenstimme, Skeptizismus, Täuschung?

Hintergrund

Der ehemalige Lungenarzt Dr. Wolfgang Wodarg kritisiert die Covid-19-Pandemie Maßnahmen als Panikmache. Seine Aussagen, die vor allem auf unterschiedlichen – überwiegend nicht-professionellen – YouTube-Kanälen erscheinen, finden viel Beachtung.

Seine Argumentation wirkt schlüssig, weil sie sich auf anerkannte Tatsachen beruft, diese nach Aussagen von anderen Expert*innen aber verkürzt oder gar falsch auslegt.

<https://www.ndr.de/nachrichten/info/16-Coronavirus-Update-Wir-brauchen-Abkuerzungen-bei-der-Impfstoffzulassung.podcastcoronavirus140.html>

- Täuschungsabsicht im Falle „Wodarg“ unbestätigt
- Dr. Wodarg ist ein Experte, aber nicht ausgewiesen in der spezialisierten aktuellen Coronaviren-Forschung
-> *Experte, aber nicht für diesen speziellen Bereich/die aktuelle Situation*
- Argumentationslogik, die Tatsachen und falsche Schlussfolgerungen verknüpft, verdeutlicht das besondere Beeinflussungspotenzial und die Schwierigkeit, die Inhalte einzuordnen.
-> *anerkannte Tatsachen, aber verkürzte/falsche Auslegungen und Schlussfolgerungen*

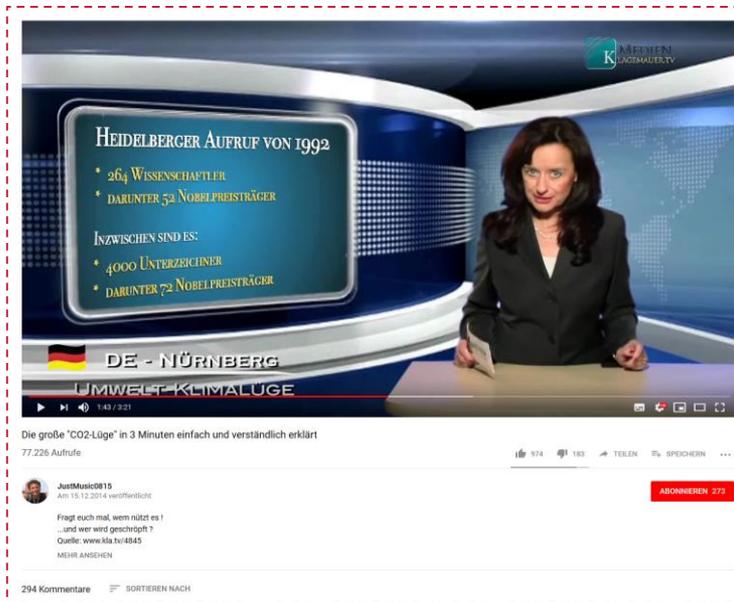


<https://www.youtube.com/watch?v=XnIT3rPNU0>

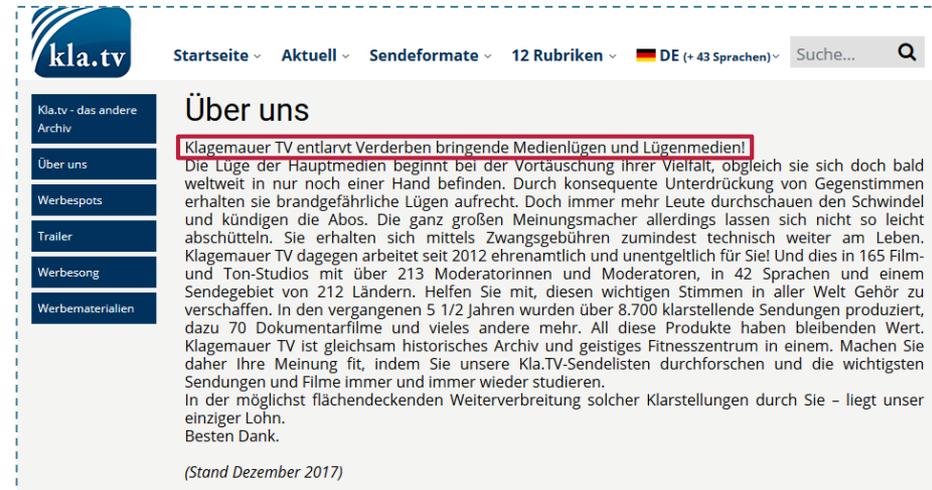
„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW

F
F A C T
K
E

Wie wirken sich klimawandelskeptische ‚Fake News‘ auf die Internetnutzung sowie Meinungen und Einstellungen **von Nutzenden** aus?



<https://www.youtube.com/watch?v=PzFxPzuub30>



<https://www.kla.tv/index.php?a=showaboutus>

„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW

Lehrforschungsprojekt

Durchführung der Studie als Lehrforschungsprojekt im Rahmen des Seminars „Medien in der Gesellschaft“ des Masterstudiengangs *Medientechnik und Kommunikation* – Sommersemester 2018



Konzeptionelle Replikation

Kooperation mit Forschungsgruppe (Dr. Lars Günther & Dr. Arne Zillich) der Friedrich-Schiller-Universität Jena:

Konzeptionelle Replikation einer Studie zur Untersuchung des Onlinesuchverhaltens zum Wissenschaftsthema "Autonomes Fahren"

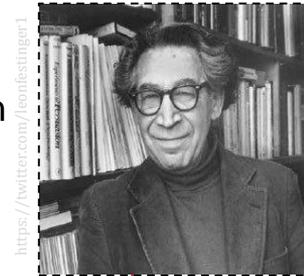


„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW

Wie wirken sich ‚Fake News‘, in denen der Klimawandel geleugnet wird, auf die Internetnutzung sowie Meinungen und Einstellungen von Nutzenden aus?

Kognitive Dissonanz

- Menschen streben stets nach einem **Gleichgewicht im kognitiven System**.
- Konfrontationen mit abweichenden, herausfordernden Kognitionen lösen daher einen als unangenehm empfundenen, **dissonanten Gefühlszustand** aus,
- sodass ein Bedürfnis entsteht, entstandene Dissonanz zu reduzieren. (Festinger, 1957)



Selective Exposure

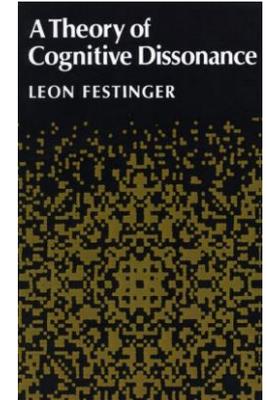
- Beispielsweise durch die **selektive Zuwendung** und **Interpretation von Informationen**.
- Annahme der (un)bewussten Selektion von Medieninhalten aufgrund vorheriger **Einstellungen** (z. B. Dvir-Gvirsman et al., 2014, S. 858, noch weiter gehend: Annahme des *confirmation bias* als systematische Bevorzugung konsonanter vor dissonanter Informationen; z. B. Kahan et al., 2011; Knobloch-Westerwick et al., 2015; Stroud, 2017)
- **Gegenteilig:** Bevorzugung der eigenen Voreinstellung entsprechenden Inhalte, jedoch **keine systematische Vermeidung** einstellungswidersprechender Inhalte (Garrett, 2009, 2017; Jang, 2014)

„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW

Dissonanzbewältigung (Festinger, 1957)

0. Quick Defense Processes

1. **Changing** one of the dissonance elements (changing attitude, value, opinion or behaviour)
2. **Adding** consonant conditions that reduce the overall level of inconsistency and includes active attempts to seek out new information
3. **Decreasing the importance** of the elements involved in the dissonant relations



Forschungsfragen und Hypothesen

FF1: Welches **Dissonanzempfinden** entsteht bei Internetnutzer*innen bei Konfrontation mit ‚Fake News‘ (einstellungswidersprechenden Desinformationen)?

FF2: Wie bewältigen sie ihr Dissonanzempfinden (im Zusammenhang mit ihrem Onlinesuchverhalten)?

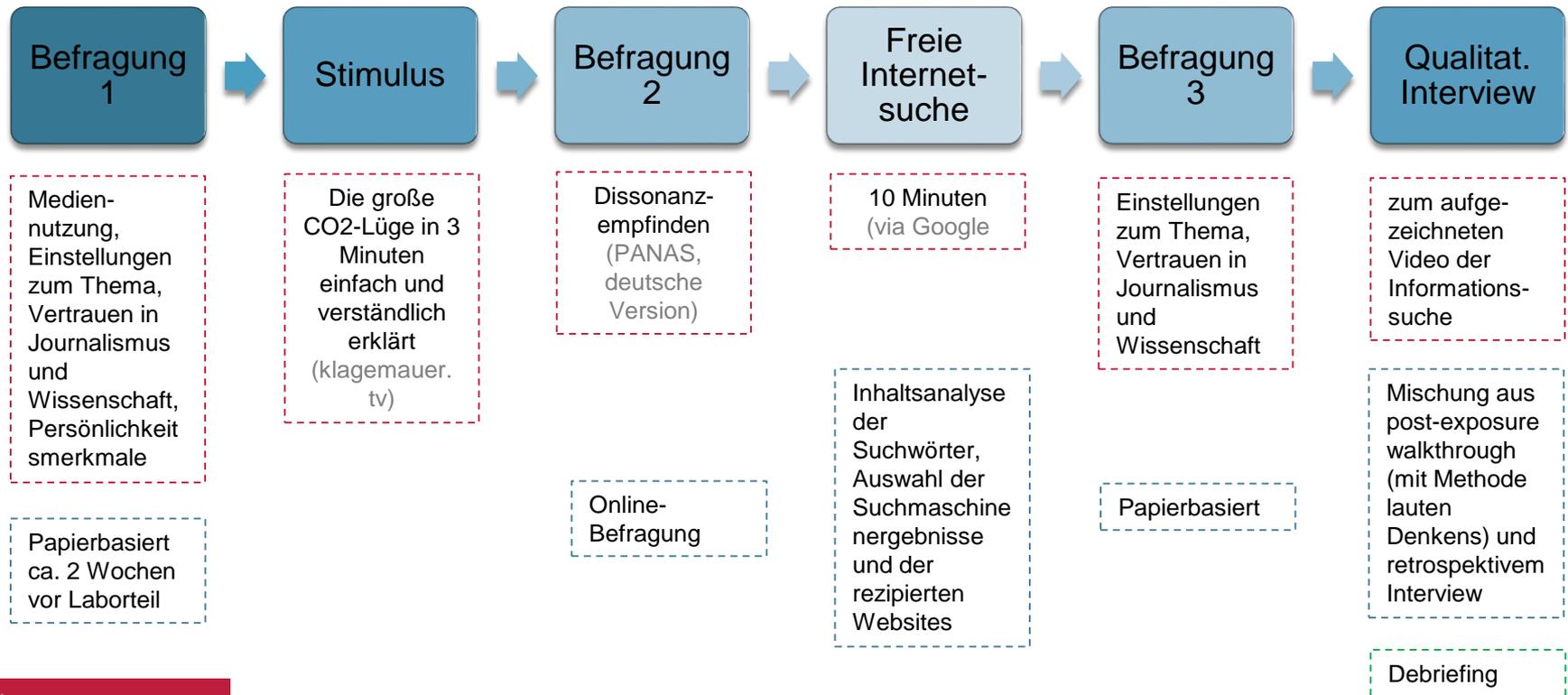
H1: Bei Klimawandelzustimmenden finden im Zuge der Online-Nutzung von klimawandelskeptischen Desinformationen **keine Änderungen der Einstellungsdimensionen zum Klimawandel** statt.

-> „**Fake News Resistenz**“?

„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW

Stichprobe und Feldzeit

n=51 (überwiegend Studierende) (Klimawandelzustimmende n=39)
Erhebungszeitraum: 12. bis 27. Juni 2018

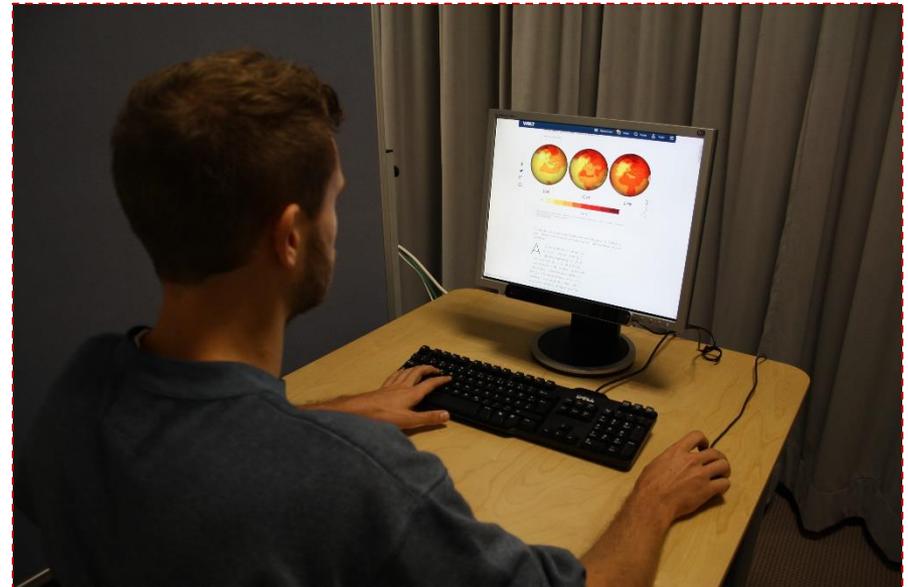


„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW

Versuchsleitung

Laborsetting

Proband*innen



„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW - Ergebnisse

Dissonanzempfinden

FF1: Welches Dissonanzempfinden entsteht bei Internetnutzer*innen bei Konfrontation mit ‚Fake News (einstellungswidersprechenden Desinformationen)?

- Messung des Dissonanzempfindens im direkten Anschluss an Stimulusrezeption mit PANAS Skala
- Dimensionsreduktion mittels explorativer Faktorenanalyse
- Identifikation von drei Faktoren:

Verärgerung
Alarmierung
Aktivierung

Rotierte Komponentenmatrix^a

	Komponente		
	Verärgerung	Alarmierung	Aktivierung
aktiv			,604
bekümmert		,579	
interessiert		,560	
freudig erregt			
verärger	,791		
schuldig			,455
erschrocken		,500	
feindselig	,812		
angeregt		,502	,428
stolz			
gereizt	,868		
begeistert			
beschämt	,628		
wach	,443		,551
nervös		,687	
entschlossen	,447		,497
aufmerksam			,598
durcheinander		,609	
ängstlich		,688	
stark	,541		,449
verunsichert		,638	
bestätigt			,512
irritiert	,465	,427	
Eigenwert	5.433	2.848	2.152
Explained variances	23.6%	12.4%	9.4%
Cronbach's Alpha	.820	.787	.723

Erklärte Gesamtvarianz: 45.4%, Elbow-Kriterium, Faktorladung < .4, Varimax-Rotation.

„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW - Ergebnisse

FF1: Welches **Dissonanzempfinden** entsteht bei Internetnutzer*innen bei Konfrontation mit ‚Fake News‘ (einstellungswidersprechenden Desinformationen)?

„**Weil’s Blödsinn ist.** Also weil ich dem einfach überhaupt keinen Glauben schenke und mir einfach allein schon von der Aufmachung her **verarscht vorkam** und mir so rechten Blödsinn einfach nicht anhören möchte.“ (P35)

„Joa, also erstmal finde ich hätte ruhig gewarnt werden können, dass evtl. die Studie gewisse **Gefühlsregungen** auslöst. Weil ich bin jetzt **echt ein bisschen angepisst**, [...] dass die Leute nicht merken, dass das eigentlich **totaler Bullshit** ist, was die da sagen. Das macht mich **richtig aggressiv**.“ (P45)

**Verärgerung
Alarmierung
Aktivierung**

„Äh, mich hat es überrascht und ich [äh] hätte erst mal gesagt, dass ich dem nicht glaube, **aber es hat mich dann schon bisschen nachdenklich gemacht**.“ (P56)

„Und sie hat aber irgendwie so gesprochen, weiß ich nich', da war das so: **Erzählt sie jetzt die Wahrheit oder nicht die Wahrheit?** Ich war mir nach dem Video **gar nicht so sicher**, was also wie viel da jetzt wirklich dran ist.“ (P29)

„Und sie hat dann ja auch Fakten angegeben und prozentuale Angaben und ähm das Video hat auf jeden Fall bewirkt, dass ich **mich selber nochmal schlau machen wollte**, weil ich halt kein Video sehe, um das jetzt als Wahrheit betrachte, sondern beide Seiten sehen will. [...] Und deswegen, ja, war ich **aktiv** und dachte, ich schau' jetzt selber nochmal was das Netz dazu sagt.“ (P48)

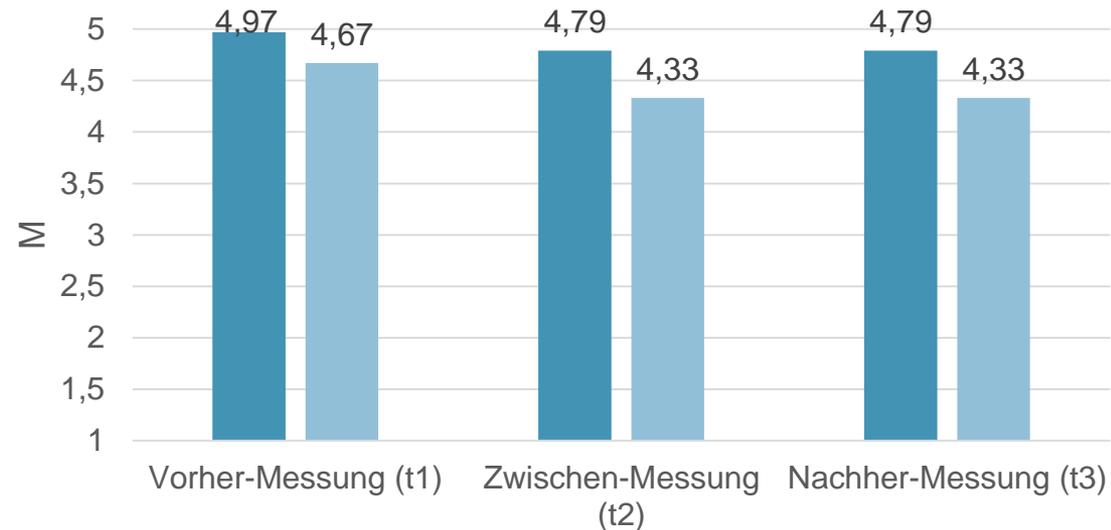
„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW - Ergebnisse

FF2: Wie bewältigen sie ihr Dissonanzempfinden?

H1: Bei Klimawandelzustimmenden finden im Zuge der Online-Nutzung von klimawandelskeptischen Desinformationen **keine Änderungen der Einstellungsdimensionen zum Klimawandel** statt.

Zustimmung zu Existenz
des Klimawandels
-> **Signifikanter Unterschied**
 $F(1,397, 53.091)=5.460,$
 $p<.05$

Zustimmung zu
menschgemachtem
Klimawandel
-> **Signifikanter Unterschied**
 $F(2,76)=4.957, p<.01$



N=39

■ Zustimmung zu Existenz des Klimawandels

■ Zustimmung zu menschengemachtem Klimawandel

Zustimmung zum Klimawandel nimmt
– **entgegen H1** – signifikant ab

„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW - Ergebnisse

FF1: Welches **Dissonanzempfinden** entsteht bei Internetnutzer*innen bei Konfrontation mit ‚Fake News‘ (einstellungswidersprechenden Desinformationen)?

Clusteranalyse der Proband*innen über Dissonanzempfinden
(Hierarchisches Verfahren, Ward, Euklidische Distanz, Elbow-Kriterium)

	Cluster 1: n=16	Cluster 2: n=7	Cluster 3: n=16	Gesamt
Verärgerung	1,56	2,86	2,84	2,32
Aktivierung	1,65	2,57	2,18	2,03
Alarmierung	1,85	3,32	2,07	2,21
	Die Konsonanten	Die Alarmierten	Die Verärgerten	

Skala von 1 (gar nicht) bis 5 (äußerst)

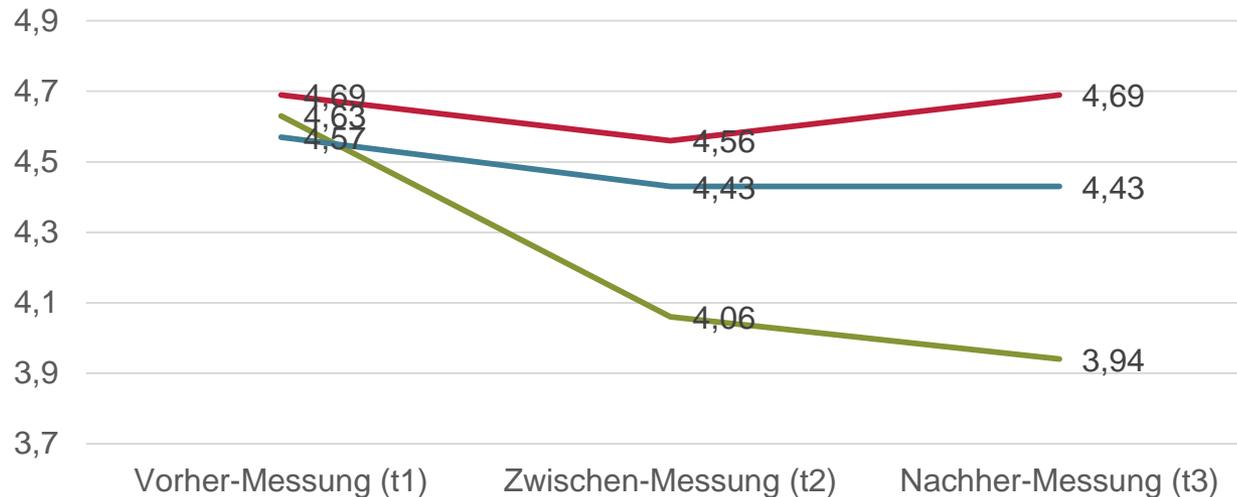
„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW - Ergebnisse

FF2: Wie bewältigen sie ihr Dissonanzempfinden?

H1: Bei Klimawandelzustimmenden finden im Zuge der Online-Nutzung von klimawandelskeptischen Desinformationen **keine Änderungen der Einstellungsdimensionen zum Klimawandel** statt.

Wie sehr stimmen Sie der folgenden Aussage zu?

Der Mensch ist die Hauptursache für den Klimawandel.



Verärgerte:

$F(2,76)=4.957, p<.01$
kein signifikanter Unterschied

Alarmierte:

$F(2,76)=4.957, p<.01$
kein signifikanter Unterschied

Konsonante:

$F(2,76)=4.957, p<.01$
signifikanter Unterschied

Zustimmung zu menschengemachtem Klimawandel nimmt bei fehlendem Dissonanzempfinden signifikant ab, bleibt ansonsten auf gleichem Niveau

„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW - Ergebnisse

FF2: Wie bewältigen sie ihr Dissonanzempfinden?

-> Reaktionen auf den Stimulus

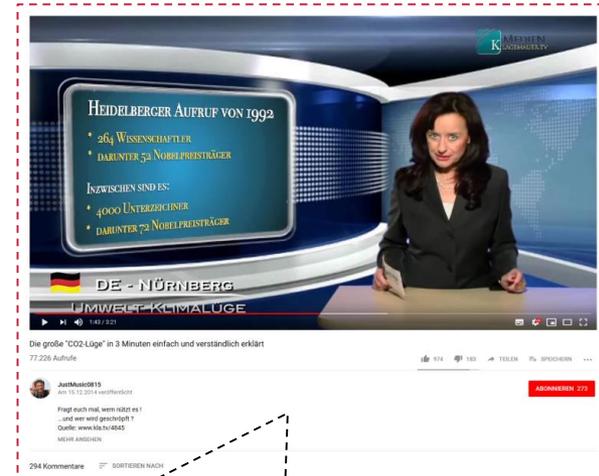
0. Quick Defense Processes

„[...] also mein erster Gedanke war, dass das so eins dieser **Verschwörungstheorievideos**, die man auf **YouTube** findet, weil das für mich jetzt nicht wirklich n seriöses Format darstellt.“ (P48)

„Ich fand die Frau nich' so seriös, ich fand diesen Hintergrund nich' seriös, ich fand diese Gestaltung von dieser ganzen Sendung **nich' seriös** und dann ‚nö eigentlich‘.“ (P26)

„Ähm... ehrlich gesagt hat es mich **amüsiert**, weil ich 's halt total sch..., also so dieses pseudowissenschaftliches Gelaber, keine Ahnung, ich glaube einfach, dass es halt gelogen ist, dass es halt nich' wahr ist [...]“ (P22)

"Also hätt' ich 's einfach so zuhause gesehen, hätte ich wahrscheinlich gar nichts gegoogelt. [...]Aber Zuhause hätte ich einfach gedacht: ok, also ehrlich gesagt es **weggelacht**.“ (P12)



„Ähm, ich glaub' ich hätte mich nur geärgert über irgendwelche Leute und dann was Anderes geschaut. Also **komplett Themenwechsel** gemacht.“ (P05)

"Ne, ich hätte es glaube ich mir angeguckt, mich drüber geärgert und hätte gedacht: ja gut, ich habe eh eine andere Meinung, da. Wahrscheinlich hätte ich es einfach **weggeklickt** irgendwann.“ (P58)

„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW - Ergebnisse

FF2: Wie bewältigen sie ihr Dissonanzempfinden (im Zusammenhang mit ihrem Onlinesuchverhalten)?

-> Intentionen der Informationssuche

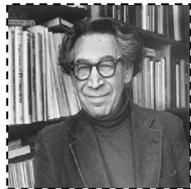
Bestätigung & Widerlegung

ergebnisorientiert | annahmen-/vorwissengeleitet | subjektiv | abwehrend-voreingenommen -> *Confirmation Bias, Defense Motivation*

„[...] ich wollte **mich bestätigen**, dass die Informationen eben falsch sind, die gezeigt wurden und das was ich aus meinem vorherigen Wissen hatte bestätigt bekommen.“

(P58, Verärgerte)

„Also ja. Ich hab sie direkt als Verschwörungstheoretikerin [...] eingeordnet, deswegen war meine erste Suche [...], um halt nachzugucken diese ganzen Argumente. [...] **Das ist halt immer so dasselbe, was die Klimawandelgegner sagen**. Ähm. Um da einfach nochmal zu gucken: ‚Ist da vielleicht was Wahres dran?‘ Aber gut, wenn man es jetzt als Verschwörungstheorie schon bezeichnet, dann ist klar, dass man einfach nur in seinem **eigenen Wissen irgendwo bestätigt wird** [...]“ (P45, Alarmierte)



Adding consonant conditions that reduce the overall level of inconsistency and includes active attempts to seek out **new [?]** information

Decreasing the importance of the elements involved in the dissonant relations

Klärung

ergebnisoffen | wissensbedürfnisgeleitet | objektiv- unvoreingenommen -> *Accuracy Motivation, Information Utility*

„Also ich wollte dann erst mal sehen, was die Gegenstimmen eigentlich genau sagen und vor allem wollt' ich dann **das Verhältnis mal genauer betrachten**,[...] , weil [...] ich hatte das Gefühl ja, dass ähm da schon Unstimmigkeit herrscht, [...]“

(P31, Verärgerte)

„[...] mir war nicht so bewusst, dass es so viele Leute gibt, die halt so äh wirklich glauben, dass es, dass der Klimawandel nicht existiert [...]. Deswegen dacht' ich, sollte ich mir mal angucken äh, **welche Punkte in der Debatte so wichtig sind**,[...] damit ich so einen **Überblick bekommen kann**.“ (P05, Alarmierte)

„[...] die Forscherin [Anm. die Moderatorin] hat ja auch diese, einmal das Oregon [...] oder so genannt. Und dann hat es mich schon interessiert, **wie diese Zahlen zustande kommen**.“

(P27, Konsonante)

Decreasing the importance of the elements involved in the dissonant relations

? Changing one of the dissonance elements (changing attitude, value, opinion or behaviour)

(auch unter Bezug auf Hart et al., 2009; Knobloch-Westerwick & Kleinman, 2012)

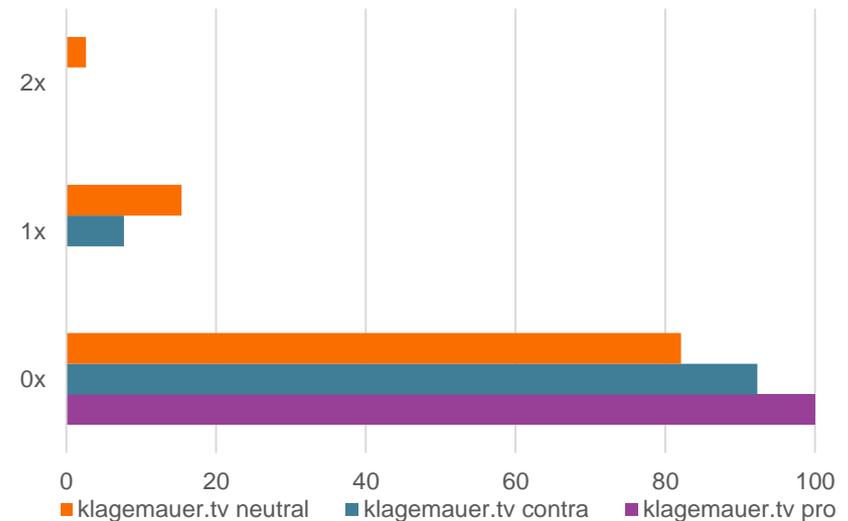
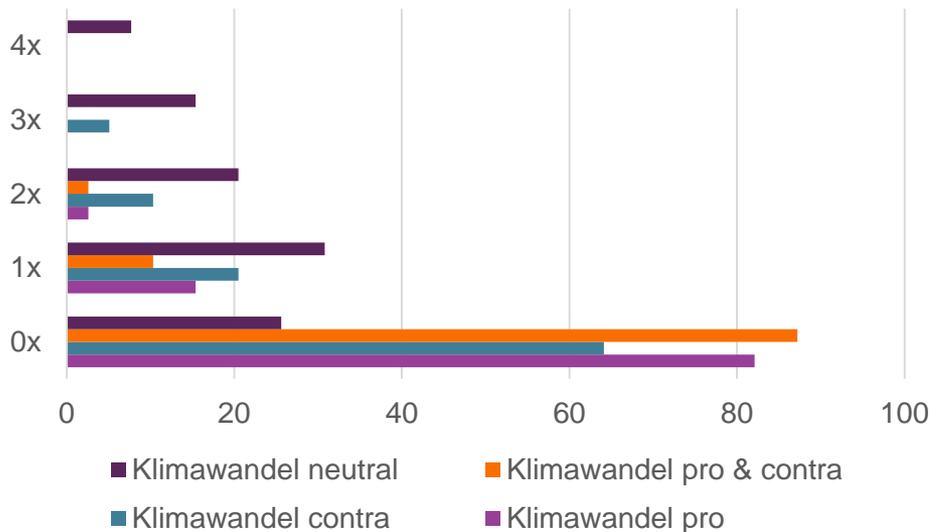
„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW - Ergebnisse

FF2: Wie bewältigen sie ihr Dissonanzempfinden (im Zusammenhang mit ihrem Onlinesuchverhalten)?

-> Analyse der Online-Suche

- Im Schnitt **3,54 Suchvorgänge** innerhalb der zehn Minuten (SD 1,819; Spannweite von 1 bis 9)
- Bezug des ersten Suchvorgangs: **Themenbezug: 94,3%**, **Quellenbezug: 5,7%**
- Häufigste erste Suchwörter: **Klimawandel (+)** und **Klimalüge (+ ...)**

**Tenor aller Suchwörter der ersten fünf Suchvorgänge:
Klimawandel-bezogen, Suche neutral, aber häufiger contra als pro**



„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW - Ergebnisse

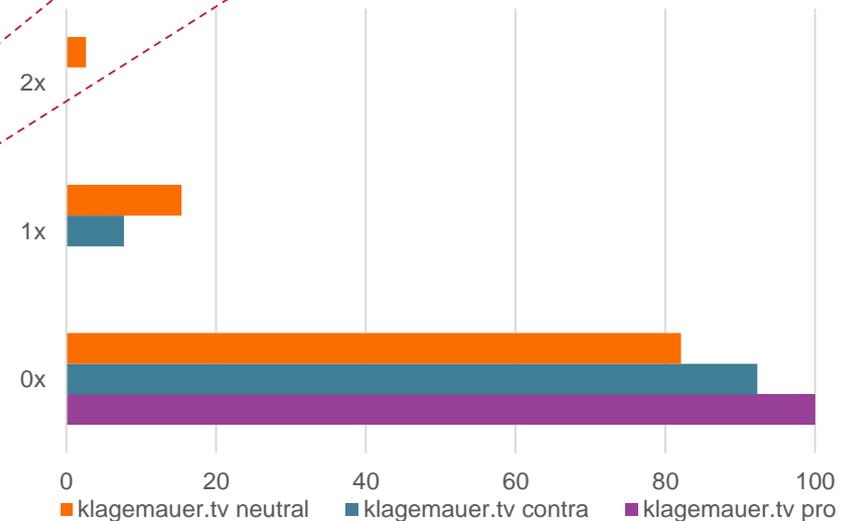
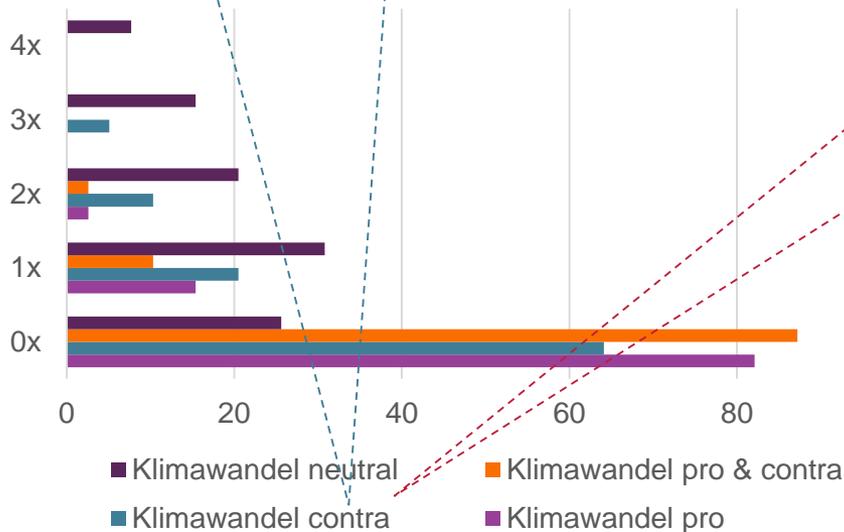
FF2: Wie bewältigen sie ihr Dissonanzempfinden (im Zusammenhang mit ihrem Onlinesuchverhalten)?

-> Analyse der Online-Suche

[CO2 Lüge] „Und um ehrlich zu sein, hatte ich vorher nie wirklich so im Kopf; ‚hmm das könnte auch alles falsch sein‘ [...] Also ich hab angefangen und eingegeben einfach ‚CO2 Lüge‘ oder so oder ‚Klimawandel Lüge‘, ähm weil ich halt jetzt grade durch das **Video n bisschen getriggert wurde** und selber jetzt sehen wollte: ‚**Was steckt dahinter**‘.“
(P48) **Neugierde, Offenheit, Klärung**

[Klimalüge] " Aber tatsächlich dadurch, dass ich dem ganzen **skeptisch gegenüber stehe** habe ich halt versucht **diese Personen quasi für mich zu entlarven**, dass es halt für mich [ähm] dem nicht fundiert genug sind, um diese Aussagen zu treffen tatsächlich.“

(P39) **Skepsis, Abwehr, Widerlegen & Bestätigung**

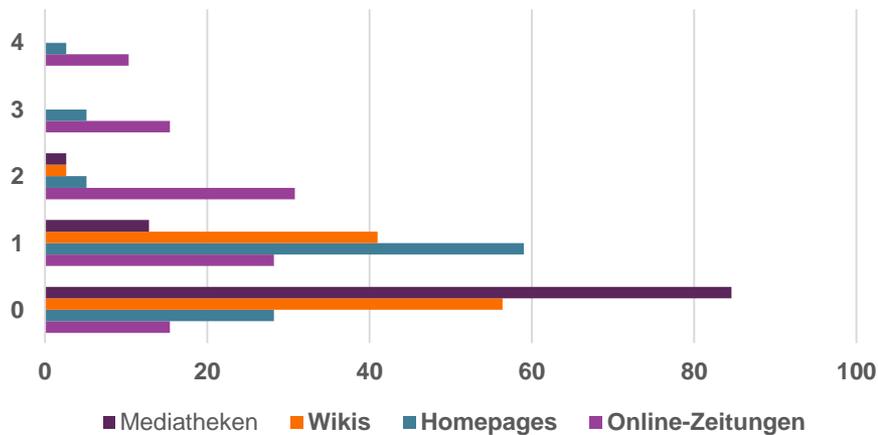


„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW - Ergebnisse

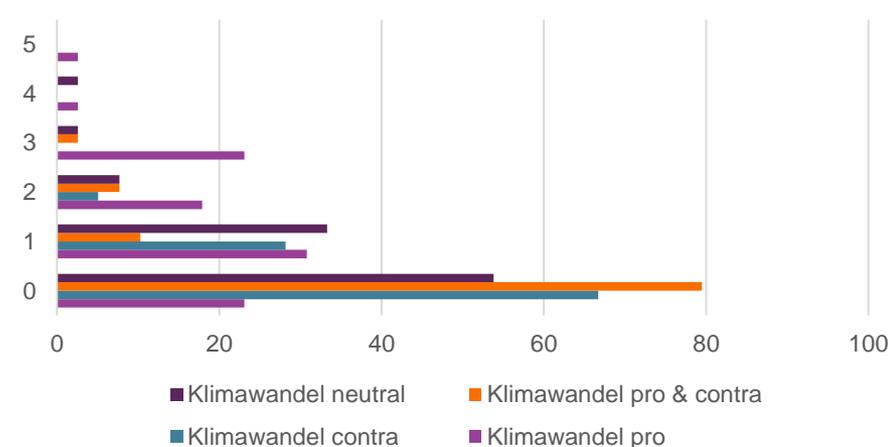
FF2: Wie bewältigen sie ihr Dissonanzempfinden (im Zusammenhang mit ihrem Onlinesuchverhalten)?
->Analyse der Website-Nutzung

- Im Schnitt **4,69 Websites** innerhalb der zehn Minuten (SD 1,823; Spannweite von 2 bis 11)
- Bezug der ersten Website: **Themenbezug: 87,2%**, Quellenbezug: 12,8%
- Häufigste Formen der ersten Website (Top3): **Online-Zeitung: 51,4%**, Homepage: 21,6%, Wiki und Mediathek: je 10,8%
- Tenor der ersten Website: **pro 41,9%**, contra 25,8%, pro & contra 9,7%, neutral 22,6%

Gattung der ersten fünf Websites:
v. a. Online-Zeitungen



Tenor Websites Klimawandel:
v. a. pro und neutral



„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW - Ergebnisse

FF2: Wie bewältigen sie ihr Dissonanzempfinden (im Zusammenhang mit ihrem Onlinesuchverhalten)?
->Analyse der Website-Nutzung

Abgeschlossene Dissonanzbewältigung -> Wiederherstellung von kognitiv-emotionaler Konsonanz

„Ähm und bin dann auch genau an die Informationen, gelangt die mich interessiert haben.“

„[...]also man sieht ja irgendwie irgendwie 97 Prozent sind, also eine sehr große Mehrheit is', was dann, also was ich vorher auch gar nicht gewusst hab' eben. **Das hat mich nochmal darin bestärkt** irgendwie zu sehen, dass [...] da jetzt gar nich' so der Kampf in der Wissenschaft ist, sondern eigentlich die **Lage ziemlich eindeutig is'** [...].“ (P31, Verärgerte)

Decreasing the importance of dissonant relations



[www.wikipedia.de/Kontroverse um die globale Erwärmung; Intergovernmental Panel on Climate Change]

„Ich wollte jetzt keine Meinung mehr hören, ich wollte jetzt wissen, was ist dieser Heidelberger Aufruf oder Aufstand, oder wie das hieß.“

„Und da wurde mir aber auch bestätigt, also **meine Meinung wurde da dann bestätigt, dass es Klimawandel gibt** und, dass diese ganzen, anscheinend auch dieses Heidelberger-Aufruf-Ding, ähm ja 'ne Verschwörungstheorie letztendlich ist. **Und dann war ich damit eigentlich auch zufrieden.**“ (P26, Konsonante)

Adding consonant information, Confirmation [Bestätigung]



[www.spiegel.de/Statistik-Tricks: Wie sich Klimawandel-Skeptiker die Erderwärmung kaltreden]

„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW - Ergebnisse

FF2: Wie bewältigen sie ihr Dissonanzempfinden (im Zusammenhang mit ihrem Onlinesuchverhalten)?
->Analyse der Website-Nutzung

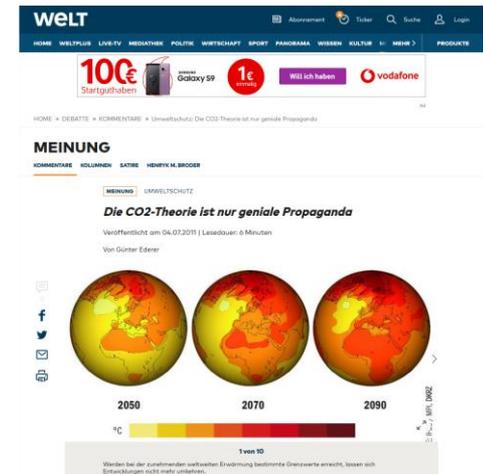
Abgeschlossene Dissonanzbewältigung -> **Wiederherstellung von kognitiver/emotionaler Konsonanz**

"Ähm, kann man tatsächlich so sagen. Also einfach der Fakt, dass ich immer... **dass ich mich daran erinnern sollte immer beide Seiten zu beleuchten**. Selbst bei solchen Themen, die so absolut wirken, gerade durch die Politik und die Medien, [...] was nicht dann immer heißen muss, dass das die absolute Wahrheit ist sozusagen."

Also es hat mir jetzt einfach nochmal geholfen wirklich selber nochmal zu recherchieren und mich nicht allein auf die Ergebnisse und die Berichterstattung stütze. [...] **Da hatte die Dame im Video recht** und da zeigt sich ein sehr, sehr vielen Ebenen also Sphären der Gesellschaft und ähm da sollte man einfach dann halt ein bisschen vorsichtiger mit umgehen." (P48, Unsichere)

Problematische Wirkung

Changing one of the dissonance elements als Einstellungsänderung



[www.welt.de/Die CO2-Theorie ist nur geniale Propaganda]

„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW - Ergebnisse

FF2: Wie bewältigen sie ihr Dissonanzempfinden (im Zusammenhang mit ihrem Onlinesuchverhalten)?

->Analyse der Website-Nutzung

Unabgeschlossene Dissonanzbewältigung -> keine **Wiederherstellung von kognitiv-emotionaler Konsonanz**

„[...] und irgendwie so nach dem Video dacht' ich erst so: ‚Hö, weiß ich jetzt nich', was ich davon halten soll und erst nach 'm Recherchieren war dann, ähm, ja hat sich das irgendwie gefestigt, dass da ja wirklich vielleicht was so dran sein könnte.“

"Mhh... ja, dass es halt irgendwie nicht so, also rückblickend würde ich sagen, dass es halt einfach immer noch nich' klar ist.“ (P29, Alarmierte)

unvollendete Dissonanzbewältigung

„Ja, also ich bin nicht so 'n Fan von Zahlen, von diesen ja irgendwelchen wissenschaftlichen Fakten.“
„Keine Ahnung. Also weiß nicht, also mich prägt das nicht so also, weil ich selber nicht viel davon merke und deswegen ist das nicht so relevant für mich.“ (P08, Verärgerte)

„[...] weil ich es oft total schwierig finde im Internet zu recherchieren und irgendwas zu finden, wo ich mir denke: ‚Boa, das bringt 's für mich richtig doll auf 'n Punkt, weil es halt so tausend Möglichkeiten gibt [...]. Aber wo ich mir halt so denke: ‚Oh ja, gibt es irgendwie nicht 'n wissenschaftliches Forum oder 'ne Plattform, [...] wo man halt gleich mal so fundiertes Wissen kriegt und nicht halt so das, was Journalisten sich zusammensuchen. Was halt nicht unbedingt schlecht sein muss oder so, aber genau das ist halt nicht das, was ich dann irgendwie dazu wissen will, ja.“ (P22, Verärgerte)

Dissonanzbewältigungs(ver)hinderung



[www.greenpeace.de/Der Klimawandel - Alles Lüge?]



[www.zeit.de/Mit Fakten gegen jeden Zweifel]

„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW

Zusammenfassung

„Fake News“ lösen beim Publikum Verunsicherung und/oder Verärgerung aus, aktivieren aber ggf. auch (z. B. zur Suche nach weiteren Informationen).

Bei den Dissonanzempfindenen der ‚Verärgerten‘, ‚Alarmierten‘ findet **keine signifikante Einstellungsänderung** statt. Hier kommen einstellungserhaltende, konfirmative Dissonanzbewältigungsstrategien zum Einsatz. Demensprechend werden auch online Informationen gesucht und interpretiert.



Bei den Nicht-Dissonanzempfindenen (Konsonanten) findet **eine signifikante Einstellungsänderung** statt. Hier kommen einstellungsverändernde Dissonanzbewältigungsstrategien zum Einsatz. Demensprechend werden auch online Informationen gesucht und interpretiert.



Als weitere Problematik lässt sich zudem beobachten, dass die **Dissonanzbewältigung** in einigen Fällen **unabgeschlossen** bleibt.



(Die wissenschaftliche Veröffentlichung zur Studie zum Thema ist frei zugänglich (auf Englisch):

<https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/2495> sowie journalistisch aufbereitet unter:

<https://mmm.verdi.de/beruf/klimawandel-und-desinformation-59577>)

„Fake News“-Forschung der Abteilung KMW

Projekt noch „work in progress“

Weitere Analyse-Schritte

- Derzeit: detailliertere inhaltsanalytische Betrachtung des Nutzungsverhaltens (Zusammenhänge, Rezeptionsdauer, Themen etc.)
- Derzeit: Analyse der Relevanz der individuellen Prädispositionen
- Potenzial und Herausforderung der methodentriangulierenden Auswertung der Post-Exposure Interviews, standardisierten Befragung und Inhaltsanalyse
- u. a. Klärung der Bedeutung journalistischer (und zivilgesellschaftlicher) Angebote

Limitationen

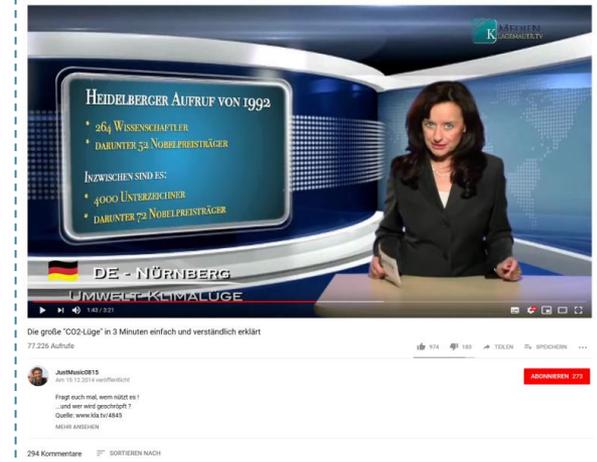
- Studentisch geprägte Stichprobe
- Externe Validität, Laborbedingungen (Wirkung im Kontext zahlreicher anderer Inhalte wurde nicht untersucht)
- Fallzahlen für Clusterbezogene statistische Analysen klein
- Wahl des Stimulus

„Fake News“-Forschung: Themenspezifik von Covid19

Klimawandel ist ein etabliertes gesellschaftliches Thema

- Positionen und Argumente sind bekannt,
- Klare Erkenntnislage: Wissenschaftlicher Konsens ist klar artikuliert und kommuniziert (IPCC),
- hohe langfristige und weniger kontroverse mediale Präsenz des Themas in der deutschen Berichterstattung
- Einstellungen und Meinungen in der deutschen Bevölkerung sind weitestgehend gefestigt
- Aber aktuelle Dynamiken (Fridays for Future, ...)

Trotzdem Befund **keiner generellen „Fake News Resistenz“**



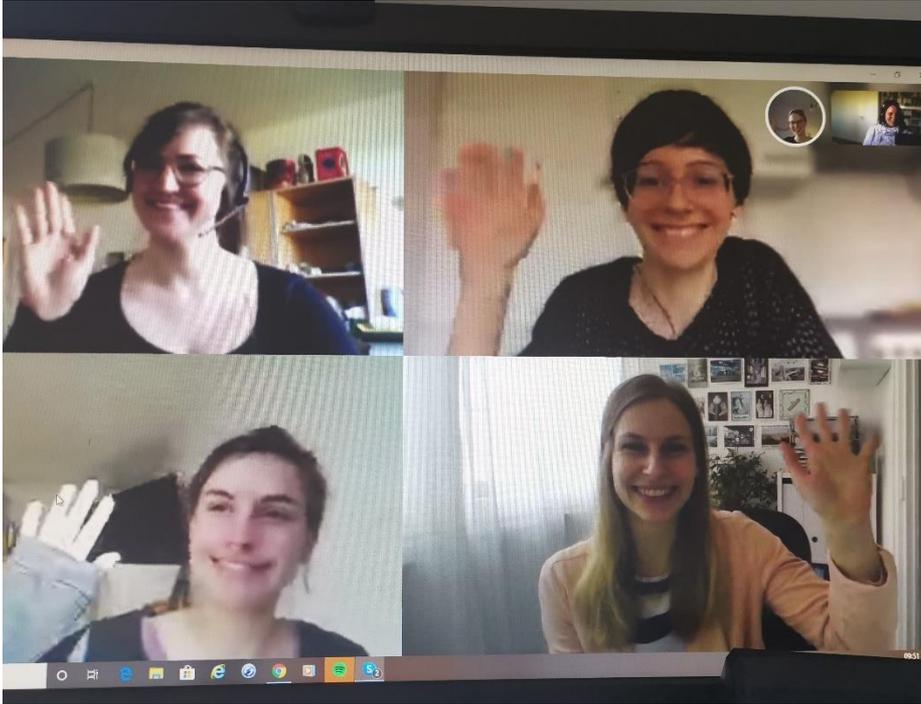
CoViD-19 ist ein neues hochaktuelles gesellschaftliches Thema

- Erkenntnissituation ist hochdynamisch und unsicher -> „fahren auf Sicht“,
- Positionen und Argumente befinden sich noch in Aushandlung,
- wissenschaftlicher Konsens beginnt sich erst herauszubilden,
- hohe und dynamische mediale Präsenz des Themas,
- Einstellungen und Meinungen in der Bevölkerung sind unsicher und ggf. leichter veränderbar.

Gefahr der Beeinflussung durch ‚Fake News‘ daher ggf. höher!



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!



Monika Taddicken

Professorin für Kommunikations- und
Medienwissenschaften
und ihr Team

👤 Bienroder Weg 97 (Campus Nord)
☎️ 0531-391-8961 (AB)
🌐 tu-braunschweig.de/kmw
🐦 m_taddicken | KMW_TUBS

Wir wünschen Ihnen, dass Sie gesund und zuversichtlich bleiben!