merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Karin Knop und Ines Welzenbach-Vogel: Machen wir uns die Welt, wie sie uns gefällt? Ein Forschungsüberblick zur Verbreitung, Rezeption und Aneignung von Fake News und daraus abgeleiteten Implikationen für medienpädagogische Maßnahmen

Beitrag aus Heft »2019/06 Meinungsbildung in sich wandelnden Öffentlichkeiten«

Fake News sind ein weitverbreitetes Phänomen, dem die Mehrheit der Internetnutzenden online bereits begegnet ist. Menschen glauben vor allem dann an Fake News, wenn diese einstellungskonsistent sind und wiederholt rezipiert werden. Besonders anfällig für Fake News sind Menschen mit geringer Medienkompetenz, extremen politischen Einstellungen und hohem Misstrauen gegenüber etablierten Medien. Abgeleitet aus dem Forschungsstand diskutiert der Beitrag Empfehlungen für die medienpädagogische Praxis.

Fake news are a widely spread phenomenon that the majority of internet users have already noticed online. Research shows that repeated exposure and consistency with worldviews increase the believability of fake news to users. Moreover, susceptibility is high among users with low media literacy skills, extreme political attitudes and high mistrust towards traditional media. Implications for media education are derived from research findings and discussed in the paper.

Literatur

Allcott, Hunt/Gentzkow, Matthew (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. In: Journal of Economic Perspectives, 31 (2), S. 211–236.

Arendt, Florian/Haim, Mario/Beck, Julia (2019). Fake News, Warnhinweise und perzipierter Wahrheitsgehalt. Zur unterschiedlichen Anfälligkeit für Falschmeldungen in Abhängigkeit von der politischen Orientierung. In: Publizistik, 64 (2), S. 181–204.

Bennett, W. Lance/Livingston, Steven (2018). The Disinformation Order. Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions. In: European Journal of Communication, 33 (2), S. 122–139.

Bessi, Alessandro (2016). Personality Traits and Echo Chambers on Facebook. In: Computers in Human Behavior, 65, S. 319–324.

Boutyline, Andrei/Willer, Robb (2017). The Social Structure of Political Echo Chambers. Variation in Ideological Homophily in Online Networks. In: Political Psychology, 38 (3), S. 551–569.

Brandtzaeg, Petter Bae/Følstad, Asbjørn (2017). Trust and Distrust in Online Fact-Checking Services. In: Communications of the ACM, 60 (9), S. 65–71.

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

Chen, Serena/Chaiken, Shelly (1999). The Heuristic-Systematic Model in Its Broader Context. In: Chaiken, Shelly/ Trope, Yaacov (Hrsg.), Dual-Process Theories in Social Psychology. London: Guilford Press, S. 73–96.

Dechêne, Alice/Stahl, Christoph/Hansen, Jochim/Wänke, Michaela (2010). The Truth about the Truth: A MetaAnalytic Review of the Truth Effect. In: Personality and Social Psychology Review, 14 (2), S. 238–257.

Dvir-Gvirsman, Shira/Tsfati, Yariv/Menchen-Trevino, Erika (2016). The Extent and Nature of Ideological Selective Exposur Online: Combining Survey Responses with Actual Web Log Data from the 2013 Israeli Elections. In: new media & society, 18 (5), S. 857–877.

Dvir-Gvirsman, Shira/Garrett, R. Kelly/Tsfati, Yariv (2018). Why Do Partisan Audiences Participate? Perceived Public Opinion as the Mediating Mechanism. In: Communication Research, 45 (1), S. 112–136.

Fletcher, Richard/Cornia, Alessio/Graves, Lucas/Nielsen, Rasmus K. (2018). Measuring the Reach of "Fake News" and Online Disinformation in Europe. www.press.is/static/files/frettamyndir/reuterfake.pdf [Zugriff: 14.05.2019]

Garrett, R. Kelly (2009). Echo Chambers Online? Politically Motivated Selective Exposure among Internet News Users. In: Journal of Computer-Mediated Communication, 14 (2), S. 265–285.

Geiß, Stefan/Magin, Melanie/Stark, Birgit/Jürgens, Pascal (2018). „Common Meeting Ground" in Gefahr? Selektionslogiken politischer Informationsquellen und ihr Einfluss auf die Fragmentierung individueller Themenhorizonte. In: M&K – Medien & Kommunikationswissenschaft, 66 (4), S. 502–525.

Guess, Andrew/Nagler, Jonathan/Tucker, Joshua (2019). Less Than You Think. Prevalence and Predictors of Fake News Dissemination on Facebook. In: Science Advances, 5 (1), S. 1–8.

Guess, Andrew/Nyhan, Brendan/Reifler, Jason (2018). Selective Exposure to Misinformation. Evidence from the Consumption of Fake News During the 2016 U.S. Presidential Campaign. www.ask-force.org/web/Fundamentalists/ Guess-Selective-Exposure-to-MisinformationEvidence-Presidential-Campaign-2018.pdf [Zugriff: 14.05.2019]

Heinbach, Dominique/Ziegele, Marc/Quiring, Oliver (2018). Sleeper Effect from Below: Long-Term Effects of Source Credibility and User Comments on the Persuasiveness of News Articles. In: New Media & Society, 20 (12), S. 4765–4786.

Hendricks, Vincent F./Vestergaard, Mads (2019). Reality Lost. Market of Attention, Misinformation and Manipulation. Cham: Springer Open.

Hill, Rebecca (2018). A Hundred Years of Fake News. In: American Quarterly, 70 (2), S. 301–313.

Kahne, Joseph/Bowyer, Benjamin (2017). Educating for Democracy in a Partisan Age. Confronting the Challenges of Motivated Reasoning and Misinformation. In: American Educational Research Journal, 54 (1), S. 3–34.

Knobloch-Westerwick, Silvia/Mothes, Cornelia/Polavin, Nick (2017). Confirmation Bias, Ingroup Bias, and Negativity

Bias in Selective Exposure to Political Information. In: Communication Research, 7, S. 1–21.

Koch, Thomas/Zerback, Thomas (2013). Das Wiederholungsparadoxon. Warum die Wiederholung einer Aussage ihre Glaubwürdigkeit zugleich erhöht und senkt. In: Publizistik, 58 (1), S. 5–21.

Landesanstalt für Medien NRW (2019). Fake News. Zentrale Untersuchungsergebnisse der aktuellen forsaStudie 2019. www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/ user_upload/lfm-nrw/Service/Pressemitteilungen/Dokumente/2019/forsa_LFMNRW_FakeNews2019_Ergebnispraesentation.pdf [Zugriff: 12.06.2019]

Lee, Nicole M. (2018). Fake News, Phishing, and Fraud. A Call for Research on Digital Media Literacy Education Beyond the Classroom. In: Communication Education, 67 (4), S. 460–466.

Loftus, Elizabeth F. (2005). Planting Misinformation in the Human Mind: A 30-year Investigation of the Malleability of Memory. In: Learning & Memory, 12 (4), S. 361–366.

Margolin, Drew B./Hannak, Aniko/Weber, Ingmar (2018). Political Fact-Checking on Twitter. When Do Corrections Have an Effect? In: Political Communication, 35(2), S. 196-219.

Möller, Judith/van de Velde/Robbert Nicolai/Merten, Lisa/Puschmann, Cornelius/van de Velde, Robbert Nicolai (2019). Explaining Online News Engagement Based on Browsing Behavior: Creatures of Habit? In: Social Science Computer Review, 21, S. 1–17.

Müller, Philipp/Denner, Nora (2017). Was tun gegen „Fake News“? Eine Analyse anhand der Entstehungsbedingungen und Wirkweisen gezielter Falschmeldungen im Internet. www.freiheit.org/sites/default/files/uploads/2017/06/16/a4fakenews.pdf [Zugriff: 14.05.2019]

Neudert, Lisa-Maria/Kollanyi, Bence/Howard, Philip N. (2017). Junk News and Bots During the German Parliamentary Election: What Are German Voters Sharing Over Twitter? https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/09/ComProp_GermanElections_ Sep2017v5.pdf [Zugriff: 28.02.2019]

Nyhan, Brendan/Reifler, Jason (2010). When Corrections Fail: The Persistence of Political Misperceptions. In: Political Behavior, 32 (2), S. 303–330.
Pariser, Eli (2011). The Filter Bubble. What the Internet is Hiding from You. New York: Penguin Press.

Pennycook, Gordon/Cannon, Tyrone D./Rand, David G. (2018). Prior Exposure Increases Perceived Accuracy of Fake News. In: Journal of Experimental Psychology: General, 147 (12), S. 1865–1880.

Pennycook, Gordon/Rand, David G. (2019). Who Falls for Fake News? The Roles of Bullshit Receptivity, Overclaiming, Familiarity, and Analytic Thinking. Journal of Personality, Forthcoming. https://ssrn.com/abstract=3023545 [Zugriff: 14.03.2019]

Petty, Richard E./Cacioppo, John T. (1986). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. In: Petty, Richard E. (Hrsg.), Communication and Persuasion. Central and Peripheral Routes to Attitude Change. New York, NY: Springer, S. 1–24.

PewResearchCenter (2014, 12.06.). Political Polarization in the American Public. How Increasing Ideological Uniformity and Partisan Antipathy Affect Politics, Compromise and Everyday Life. www.people-press.org/wpcontent/uploads/sites/4/2014/06/6-12-2014-PoliticalPolarization-Release.pdf [Zugriff: 16.07.2019]

Pornpitakpan, Chantika (2006). The Persuasiveness of Source Credibility. A Critical Review of Five Decades' Evidence. In: Journal of Applied Social Psychology 34 (2), S. 243–281.

Rohleder, Bernhard (2017). Von der Ente zur Fake News. www.bitkom.org/Presse/Anhaenge-an-PIs/2017/02-Februar/Bitkom-Charts-PK-Fake-News-02-02-2017.pdf [Zugriff: 14.06.2019]

Rühl, Wolf-Dieter (2017). Measuring Fake News - Die Methode. www.stiftung-nv.de/sites/default/files/fake_news_methodenpapier_deutsch.pdf [Zugriff: 14.05.2019]

Sängerlaub, Alexander (2017). Deutschland vor der Bundestagswahl. Überall Fake News?! www.stiftung-nv.de/sites/default/files/fakenews.pdf [Zugriff: 14.06.2019]

Sängerlaub, Alexander/Meier, Miriam/Rühl, Wolf-Dieter (2018). Fakten statt Fakes. Verursacher, Verbreitungswege und Wirkungen von Fake News im Bundestagswahlkampf 2017. www.stiftung-nv.de/sites/default/files/snv_fakten_statt_fakes.pdf [Zugriff: 14.05.2019]

Schaffner, Brian F./Roche, Cameron (2017). Misinformation and Motivated Reasoning. Responses to Economic News in a Politicized Environment. In: Public Opinion Quarterly 81 (1), S. 86–110.

Schmehl, Karsten (2018). Das sind 8 der erfolgreichsten Falschmeldungen auf Facebook 2018. www.buzzfeed.com/de/karstenschmehl/falschmeldungen-facebook2018-fakes-luegen-fake-news [Zugriff: 11.06.2019]

Six, Ulrike/Gimmler, Roland (2018). Medienkompetenz im schulischen Kontext. In: Vogel, Ines C. (Hrsg.), Kommunikation in der Schule. Bad Heilbrunn: UTB Klinkhart, S. 101–122.

Schultz, Tanjev/Jackob, Nikolaus/Ziegele, Marc/Quiring, Oliver/Schemer, Christian (2017). Erosion des Vertrauens zwischen Medien und Publikum? Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. In: Media Perspektiven, (5), S. 246–259.

Shao, Chengcheng/Ciampaglia, Giovanni Luca/Varol, Onur/Flammini, Alessandro/Menczer, Filippo (2017). The Spread of Fake News by Social Bots. www.a51.nl/sites/default/files/pdf/1707.07592.pdf [Zugriff: 11.06.2019]

Swire, Briony/Berinsky, Adam J./Lewandowsky, Stephan/ Ecker, Ullrich K. H. (2017). Processing Political Misinformation. Comprehending the Trump Phenomenon. In: Royal Society Open Science, 4 (3), S. 1–21.

Wardle, Claire (2018). The Need for Smarter Definitions and Practical, Timely Empirical Research on Information Disorder. In: Digital Journalism, 6 (8), S. 951–963.

Wardle, Claire/Derakhshan, Hossein (2017). Information Disorder. Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making.
https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-forresearc/168076277c [Zugriff: 7.06.2019]

Westerwick, Axel/Johnson, Benjamin K./Knobloch-Westerwick, Silvia (2017). Confirmation Biases in Selective Exposure to Political Online Information. Source Bias vs. Content Bias. In: Communication Monographs, 84 (3), S. 343–364.

Ziegele, Marc/Schultz, Tanjev/Jackob, Nikolaus/Granow, Viola/Quiring, Oliver/Schemer, Christian (2018). LügenpresseHysterie ebbt ab. Mainzer Langzeitstudie „Medienverhalten“. In: Media Perspektiven, (4), S. 150– 162.

Zimmermann, Fabian/Kohring, Matthias (2018). „Fake News“ als aktuelle Desinformation. Systematische Bestimmung eines heterogenen Begriffs. In: M&K – Medien & Kommunikationswissenschaft, 66 (4), S. 526–541.