



Handbuch Friedenspsychologie

Christopher Cohrs, Nadine Knab & Gert Sommer (Hrsg.)

Christian von Sikorski & Pascal Merz: Kommunikation

Christopher Cohrs • Nadine Knab • Gert Sommer (Hrsg.)

Handbuch Friedenspsychologie

ISBN 978-3-8185-0565-3

DOI: <https://doi.org/10.17192/es2022.0061>

Lektorat und Formatierung: Michaela Bölinger und Katherina Hildebrand

Titelbild und Kapitelgestaltung: Nadine Knab

Umschlagbild: Hoffnung (Esperanza). Frieden, Dankbarkeit, Kreativität und Widerstandfähigkeit sind die Symbole und Elemente, die in diesem Kunstwerk in Einklang gebracht werden. Es ist als Großformat in der Gemeinde 13 in Medellín, Kolumbien, Teil der Graffiti-Tour. Das Kunstwerk vermittelt eine wichtige Botschaft der Hoffnung sowohl an die lokale Gemeinde als auch an ausländische Besucher/innen.

@medapolo.trece @fateone96 @radycalshoes @pemberproducciones

<https://handbuch-friedenspsychologie.de>

Website-Gestaltung: Tamino Konur

Forum Friedenspsychologie

<https://www.friedenspsychologie.de>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Für illegale, fehlerhafte oder unvollständige Inhalte und insbesondere für Schäden, die aus der Nutzung oder Nichtnutzung von weiterführenden Links entstehen, übernehmen die Herausgeber*innen keine Haftung.

Die Bedeutung der medialen Kommunikation in Kriegen und Konflikten

Christian von Sikorski & Pascal Merz

Zusammenfassung

Die Art und Weise der medialen Kommunikation, in der über Kriege und Konflikte berichtet wird, ist bedeutsam, da bestimmte Formen der Kommunikation zu (De-)Eskalation in Kriegs- und Konfliktsituationen beitragen können und Meinungsbildungsprozesse beeinflussen. Der vorliegende Beitrag thematisiert die Rahmung bzw. das Framing von medialen Inhalten in Konflikten, geht auf die Rolle von Nachrichtendifferenzierung ein (verdeutlicht am Beispiel der Terrorismusberichterstattung) und beleuchtet Einflüsse auf Kommunikationsprozesse in modernen Medienumgebungen (high-choice media environments; soziale Medien). Hierbei wird aus einer friedenspsychologischen Perspektive herausgearbeitet, wie bestimmte Formen der medialen Kommunikation zur Eskalation und Deeskalation in Konflikten beitragen können. Weitergehend wird der zunehmenden Bedeutung von Fehl- und Desinformationen in Kriegen und Konflikten nachgegangen. Welche Rolle spielen Fehl- und Desinformationen in modernen Medienumgebungen und wie sollte ihnen begegnet werden? Der Beitrag liefert erste Antworten auf diese Fragen.

Schlüsselwörter: Massenmedien, soziale Medien, framing, Nachrichtendifferenzierung, Fehl- und Desinformationen

Abstract

The way wars and conflicts are reported in media communication is of great importance, as certain forms of communication can contribute to (de)escalation in war and conflict situations and influence opinion-forming processes. This article deals with the framing of media content in conflicts, examines the role of news differentiation (illustrated by the example of terrorism reporting), and highlights the influences on communication processes in modern media environments (high choice media environments; social media). From a peace psychology perspective, this chapter focuses on how certain forms of media communication can contribute to the escalation and de-escalation of conflicts. It also examines the increasing importance of misinformation and disinformation in wars and conflicts. What role do misinformation and disinformation play in modern media environments and how should they be countered? This chapter provides initial answers to these questions.

Keywords: Mass media, social media, framing, news differentiation, mis- and disinformation

Die Bedeutung der medialen Kommunikation in Kriegen und Konflikten

Mediale Kommunikation ist von zentraler Bedeutung für unsere Wahrnehmung und Beurteilung von Kriegen und Konflikten (Carruthers, 2011). Klassische mediale Berichterstattung, zunehmend aber auch Informationen in sozialen Medien und reichweitenstarke alternative Nachrichten im Internet, können Einstellungen zu Konflikten und zu verschiedenen Konfliktparteien formen. Um es vereinfacht mit den Worten von Philip Seib (2021) auszudrücken: Der Verlauf von Kriegen und Konflikten wird in unserem digitalen Zeitalter nicht nur durch Bomben und Kugeln entschieden, sondern durch die stark gestiegene Verbreitung medialer Informationen bestimmt. Kriegs- und Konfliktdarstellungen, aber auch Informationen über terroristische Anschläge rufen unterschiedliche emotionale Reaktionen und Gedanken bei Personen hervor und können sowohl zur Eskalation von Konflikten beitragen und Meinungen zu politischen Handlungen beeinflussen (z. B. Gadarian, 2010), aber auch deeskalierend wirken, was aus einer friedenspsychologischen Perspektive als besonders bedeutsam erachtet werden kann (z. B. López & Sabucedo, 2007; Sikorski, Schmuck, Matthes & Binder, 2017; s. Kapitel „Friedensjournalismus“ von Kempf).

Ob wir von Konflikten erfahren, hängt zunächst oftmals davon ab, ob Medien berichten. Medienschaffende selektieren Themen in ihrer sogenannten „Schleusenwarterfunktion“ (gatekeeper), und entscheiden somit, ob ein Thema Einzug in die Berichterstattung erhält, und hierdurch Teil der Medienagenda wird (McCombs, 2004). In den vergangenen vier Dekaden konnte in robuster Weise aufgezeigt werden, dass Medien Themen setzen können und hierdurch beeinflussen, mit welchen Konflikten wir uns beschäftigen und als wie wichtig wir ebendiese Themen erachten (Luo, Burley, Moe & Sui 2018).

Wenn über Konflikte kommuniziert wird, ist die Art der Kommunikation bedeutsam; deswegen fokussiert der vorliegende Beitrag genau auf Forschung in diesem Bereich. Zunächst ist relevant, welche Aspekte in einem Konflikt kommunikativ besonders betont und hervorgehoben werden bzw. welche Perspektiven vernachlässigt oder gänzlich unerwähnt bleiben. Der Rahmung oder dem medialen Framing (Entman, 1993) von Kommunikation kommt somit eine zentrale Bedeutung zu. Frames, dies zeigt ein großer Korpus an wissenschaftlicher Literatur (Matthes, 2009; Sikorski & Matthes, 2020; Überblick bei Matthes, 2014), können in systematischer Weise die Wahrnehmung und Beurteilung von Themen und bestimmten Konflikten beeinflussen. Unser „Bild“, das wir von umstrittenen Themen und Konflikten, aber auch von Konfliktparteien und gesellschaftlichen Gruppen haben, wird durch die Verwendung bestimmter Rahmungen bzw. Frames gefärbt (de Vreese, Peter & Semetko, 2001; Iyengar, 1991; Nelson, Clawson & Oxley 1997) und teilweise nachhaltig beeinflusst (Lecheler & de Vreese, 2011). Frames unterscheiden sich dabei von Narrativen (Tenenboim-Weinblatt, Hanitzsch & Nagar, 2016). Auch wenn es Schnittpunkte zwischen Frames und Narrativen gibt, können Narrative als eine übergeordnete Kategorie konzeptualisiert werden, wobei Narrative eine Vielzahl an Blickwinkeln und Ereignissen sowie eine größere Stimmenvielfalt zulassen als Frames. Zudem weisen Narrative im Unterschied zu Frames zeitlich geordnete Abfolgen von Ereignissen auf (Tenenboim-Weinblatt et al., 2016).

Aus einer friedenspsychologischen Perspektive ist zudem relevant, ob in der Kommunikation Formen der Nachrichtendifferenzierung genutzt werden. Das heißt, wird beispielsweise in der Kommunikation über einen vereitelten Terroranschlag explizit zwischen einem islamistischen Terroristen, der sich selbst als Muslim identifiziert, und der Gesamtgruppe der Muslime unterschieden? Aktuelle Forschung in diesem Bereich zeigt, dass Nachrichtendifferenzierung deeskalierend auf Intergruppenbeziehungen zwischen Nicht-Muslimen und Muslimen wirkt und somit aus friedenspsychologischer Perspektive bedeutsam ist (Sikorski et al., 2017).

Das Internetzeitalter und die Verbreitung neuer Medienformate hat die mediale Kommunikation jedoch in grundlegender Weise verändert (Klinger & Svensson, 2015). Soziale Medien erlauben es praktisch allen Personen, die über einen Internetanschluss sowie ein entsprechendes Endgerät verfügen, zu partizipieren, das heißt, Informationen zu beurteilen, zu kommentieren und (weiter) zu verbreiten. In modernen Medientumgebungen, sogenannten high-choice media environments (Van Aelst et al., 2017), haben Mediennutzerinnen und Mediennutzer durch neue Onlineformate ein drastisch vergrößertes Medienangebot zur Verfügung, aus welchem gezielt und nach individueller Präferenz ausgewählt werden kann (Knobloch-Westerwick & Meng, 2009). Online greifen Nutzerinnen und Nutzer zudem verstärkt direkt über soziale Medien (Facebook, Twitter, Instagram etc.) auf Nachrichten zu (Newman et al., 2021). Auch Politikerinnen und Politiker, sowie Vertreterinnen und Vertreter bestimmter Konfliktparteien können direkt, und unter Umgehung klassischer journalistischer Kanäle, mit der Öffentlichkeit (bzw. Followern auf sozialen Medien) in Kontakt treten (siehe auch van Niekerk & Maharaj, 2013). Zudem ist es Personen möglich, Nachrichten zu beurteilen („ liken“), zu kommentieren und weiterzuverbreiten (Anderson, Brossard, Scheufele, Xenos & Ladwig, 2014; Lee & Yang, 2010). Neben positiven Aspekten dieser Partizipationsmöglichkeiten (z. B. freie Meinungsäußerung), konnte festgestellt werden, dass Fehl- und Desinformationen innerhalb sozialer Medien mitunter schneller verbreitet werden und mehr Menschen erreichen als wahre Nachrichten (Vosoughi, Roy & Aral, 2018; siehe auch Bennett & Livingston, 2018). Hierdurch können sowohl Konflikte als auch Polarisierungsprozesse zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen und politischen Gruppierungen verstärkt werden (Dan et al., 2021; Hameleers & van der Meer, 2020).

Der vorliegende Beitrag beleuchtet diese knapp dargelegten Aspekte der medialen Kommunikation aus Perspektive der Friedens- und Konfliktforschung. Zunächst wird der Bereich des Nachrichtenframings näher aufgearbeitet. Darauf folgend fokussiert der Beitrag auf den Ansatz der Nachrichtendifferenzierung (Sikorski et al., 2021). Weitergehend wird analysiert, wie sich Kommunikationsprozesse in modernen Medientumgebungen verändern (Van Aelst et al., 2017) und welche Auswirkungen hierdurch für die Friedens- und Konfliktforschung entstehen. Zudem wird auf die Herausforderungen und Gefahren durch die zunehmende Verbreitung von Fehl- und Desinformationen fokussiert (Vosoughi et al., 2018).

Framing in der medialen Darstellung von Konflikten

Unter dem Begriff *Framing* wird gemeinhin die Idee verstanden, dass verschiedene Akteure (Medienschaffende, politische Akteure, NGOs, Think-Tanks), sogenannte *Frames* bzw. Rahmungen verwenden, um bestimmte Themen, Standpunkte und Perspektiven zu kommunizieren. Dem kommunikationswissenschaftlichen Begriffsverständnis folgend werden hierbei ausgewählte Informationen hervorgehoben, während andere ausgeblendet bzw. vernachlässigt werden (Entman, 1993; Matthes, 2009; Sikorski & Matthes, 2020). Jedoch existieren unterschiedliche Formen des Framings.

In der psychologischen Forschung wurde verstärkt Äquivalenzframing untersucht. Das heißt, dass äquivalente aber unterschiedlich gerahmte Fallbeschreibungen (z. B., dieses Rindfleisch besteht zu 10% aus Fett vs. dieses Rindfleisch ist 90% fettfrei) Beurteilungen (beispielsweise von Rindfleisch), aber auch Entscheidungen von Personen in Risikosituationen beeinflussen können (Tversky & Kahnemann, 1981). Solche, relativ leicht veränderbaren Frames, können Entscheidungen von Personen beeinflussen und werden beispielsweise in der Gesundheitskommunikation in umfassender Weise erforscht (Gallagher & Updegraff, 2012).

Die kommunikative Komplexität von Kriegen und Konflikten ist dagegen jedoch in der Regel deutlich höher als eine simple Gegenüberstellung inhaltlich gleicher Aussagen (Matthes, 2014). In der Kommunikation von Kriegen- und Konflikten geht es daher vor allem um die Betonung und Hervorhebung (*emphasis framing*) bestimmter Aspekte „to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described“ (Entman, 1993, S. 52). Als Beispiel kann hier die Studie von Nelson und Kolleginnen (1997) angeführt werden, die Personen mit Informationen über Reden oder Kundgebungen des Ku-Klux-Klans konfrontierten, welche entweder als ‚Meinungsfreiheit‘ oder als ‚Störung der öffentlichen Ordnung‘ gerahmt wurden. Die Rahmung des Themas als „freie Meinungsäußerung“ führte dabei zu einer größeren Toleranz gegenüber dem Ku-Klux-Klan. Diese Befunde sind auch für die mediale Darstellung von Konflikten relevant, da soziale Normen gezielt hervorgehoben werden können, um die Bewertung einer Konfliktpartei zu beeinflussen. Exemplarisch kann hier das russische Framing im Angriffskrieg gegen die Ukraine genannt werden, was von Seiten des Aggressors als „Spezialoperation“ gerahmt und bezeichnet wurde, mit dem angeblichen Ziel der „Entnazifizierung“.

Frame-Typen

Frames können zusätzlich nach ihrer Abstraktionsebene unterschieden werden. De Vreese (2005) differenziert zwischen themenspezifischen und generischen Frames, wobei sich erstgenannte nur für bestimmte Themen eignen (z. B. die Rahmung der G8-Gipfel-Proteste in Hamburg als ‚Randale eines linken Mobs‘ vs. ‚Paradebeispiel deutscher Polizeigewalt‘), während letztere übergeordnet sind und daher auf eine Vielzahl von Themen angewendet werden können, wie beispielsweise sogenannte Konflikt-Frames, die für ganz unterschiedliche

Themen und Konflikte verwendet werden könnten (de Vreese et al., 2001; siehe auch d’Haenens & de Lange, 2001). Nach Bartholomé, Lecheler und de Vreese (2018) konstituieren sich solche Konfliktrahmungen innerhalb politischer Nachrichten, indem Kritik (z. B. von politischen Akteuren) sowie allgemein abweichende politische Ansichten in den Medien hervorgehoben werden (wie z.B. ein Dissens zwischen Opposition und Regierungsparteien bezüglich eines Auslandseinsatzes).

Generische Frames können zudem in episodische und thematische Frames unterteilt werden (Iyengar, 1991). *Episodische Frames* stellen Themen dabei in einer personalisierten Art und Weise, anhand eines exemplarischen Einzelfalls dar. Dies kann bei Rezipierenden in einer individuellen Verantwortungszuschreibung münden. *Thematische Frames* dagegen fokussieren sich auf Hintergrundinformationen und strukturelle Gegebenheiten eines Themas, wodurch in der Regel ein differenzierterer Standpunkt dargelegt wird, was in einer gesamtgesellschaftlichen Verantwortungszuschreibung auf Seiten der Rezipierenden münden kann. Iyengar und Simon (1993) zeigten bezüglich der US-Medienberichterstattung über den zweiten Golfkrieg, dass Individuen aufgrund des überwiegend episodischen Framings der Nachrichten, eher zur Unterstützung einer militärischen denn einer diplomatischen Lösung der Krise veranlasst wurden.

Frames können jedoch nicht nur nach ihrer Abstraktionsebene, sondern auch bezüglich ihrer Entstehung, Verbreitung und Wirkung hin untersucht werden. Akteure wie Parteien, Verbände, Think Tanks, aber auch Aktivistinnen und Aktivisten und (politische) Lobbygruppen verfolgen dabei über ihre Kommunikation strategische Ziele, wobei ein Frame im Optimalfall unverändert den Weg in die Medienberichterstattung finden soll (z. B. Hallahan, 1999). Das Ziel ist es, die Deutungshoheit im Wettbewerb unterschiedlicher Interpretationen bezüglich eines Themas zu erlangen. Die Verbreitung bestimmter medialer Rahmungen kann wiederum zu spezifischen emotionalen Reaktionen, Einstellungen oder kognitiven Prozessen auf Seiten der Rezipientinnen und Rezipienten führen. Dieser Framing-Prozess – von der Entstehung zur Wirkung – soll nachfolgend erläutert und beispielhaft verdeutlicht werden.

Strategisches Framing

Aus strategischer Perspektive betrachtet verwenden Akteure meist Rahmungen, um Themen gezielt aus einem bestimmten Blickwinkel zu beleuchten. Hierdurch soll im Zeitverlauf eine bestimmte Betrachtung eines Themas im öffentlichen Diskurs verbreitet und etabliert werden, um so die Deutungshoheit über ein Thema zu erlangen. Durch den Einsatz einer solchen gezielten Kommunikation sollen dabei Personen und die breite Öffentlichkeit mobilisiert werden, um Unterstützung für das spezifische Thema zu generieren (Benford & Snow, 2000; siehe auch Iyengar & Simon, 1993). Diese Frames werden jedoch in aller Regel von konkurrierenden Akteuren ‚gekontert‘ (Callaghan & Schnell, 2005).

Journalistische Frames

Journalistische Frames beschreibt Dunwoody (1992) als „schema or heuristic, a knowledge structure that is activated by some stimulus and is then employed by a journalist throughout story construction“ (S. 78). Journalistische Frames können somit von Frames in Medientexten unterschieden werden, wobei solche „mentale“ journalistische Frames einen bedeutsamen Einfluss auf den Prozess der Nachrichtenauswahl ausüben können. Journalistische Frames bedingen, ob ein Thema überhaupt abgehandelt wird, und falls ja, welche spezifischen Aspekte in der Medienberichterstattung hervorgehoben werden. Strategische Frames können also von Medienschaffenden unverändert übernommen, abgeändert, oder auch mittels eines Gegenframes kontrastiert werden. Die Interpretationsrahmen, Vorstellungen, Deutungen oder auch Vorbehalte von Journalistinnen und Journalisten können sich in der Folge hinsichtlich der Verwendung von konkreten Medien-Frames niederschlagen, müssen dies aber nicht. Zu betonen ist hierbei, dass entsprechende Einflüsse (in Teilen) auch unbewusst ablaufen können (Hackett, 1984; Gamson, 1989), insbesondere dann, wenn Medienschaffende bei der Erstellung von Inhalten unter Zeitdruck arbeiten. Frames können zudem immer auch als Teil eines kulturellen Kontextes angesehen werden (Van Gorp, 2007). Kulturelle Einflüsse sind für den gesamten Kommunikationsprozess von Bedeutung, da unter anderem die Wahl bestimmter Rahmungen bei der Nachrichterstellung durch Journalistinnen und Journalisten kulturbedingte Färbungen aufweisen kann, aber auch die Interpretation von Nachrichten durch Rezipientinnen und Rezipienten immer durch eine „kulturelle Brille“ erfolgt (Entman, 1993).

Journalistinnen und Journalisten im Bereich des Qualitätsjournalismus versuchen in der Regel verschiedene Rahmungen in der Darstellung von Konflikten zu verwenden. Anders als bei strategischen Akteuren sollen Rahmungen in Nachrichten in der Regel nicht dazu dienen, das Publikum einseitig zu beeinflussen oder gar zu manipulieren. Jedoch sind Medienschaffende gerade in Krisenzeiten auf Informationen strategischer Akteure angewiesen (z. B. von bestimmten Kriegsparteien oder journalistischen Laien, die bei einem Konflikt vor Ort sind und Bildmaterial liefern). Hier besteht die Gefahr, dass sich einseitige und von strategischen Akteuren gewollte Abbildungen durchsetzen bzw. dass es zu Verzerrungen in der Darstellung kommt (Hanitzsch, 2004; eine kritische Diskussion zur Rolle von Leitmedien findet sich bei Krüger, 2013). Ein gutes Beispiel ist hier der sogenannte *embedded journalism*, dessen begrifflicher Ursprung in der Kooperation von Journalistinnen und Journalisten mit US-Militärtruppen im Irakkrieg 2003 liegt. Laut Esser (2009) hoffte das US-Pentagon dabei auf ein Gefühl der Solidarität und Kameradschaft zwischen beteiligten Medienschaffenden und dem Militär, was laut Pfau und Kolleginnen und Kollegen (2004) auch funktionierte und dazu führte, dass ‚eingebettete‘ Reporterinnen und Reporter für das Militär vorteilhafter gerahmte Berichte produzierten als nicht-eingebettete.

Inhalte von Frames

Ein weiterer wichtiger Aspekt des Framing-Forschungsfeldes liegt in der Identifikation und Beschreibung von Frames in Medieninhalten. Ein Großteil der Studien in diesem Bereich widmet sich dabei Frames, die in Textform vorliegen. Exemplarisch sei die Studie von Reese und Lewis (2009) erwähnt, die sich thematisch mit dem sogenannten ‚Kampf gegen den Terror‘ (engl. *war on terror*) beschäftigt. Dieser Frame wurde als Reaktion auf die Anschläge vom 11. September 2001 von der Bush-Regierung für die internationale Sicherheitspolitik der USA verwendet, um hierdurch in der öffentlichen Kommunikation den Militäreinsatz im Irak vorzubereiten. Dieser Frame wurde von den US-Medien sehr tief internalisiert und erst mit dem späteren Scheitern der Mission – und den damit verbundenen Konsequenzen wie der großen Zahl an Toten, Verletzten und langfristig geschädigten Personen (Levy & Sidel, 2013) – kritisch hinterfragt (Reese & Lewis, 2009).

Visuelle Frames werden zwar weit seltener untersucht, jedoch können visuelle Rahmungen als relevant und einflussreich bezeichnet werden (Messaris & Abraham, 2001). Schwalbe, Silcock und Keith (2008) untersuchten die visuelle Darstellung der Anfänge des Irak-Krieges. Zunächst dominierten Konflikt-Frames (Darstellung von Kriegsmaschinerie) und später ein Frame des menschlichen Wohlbefindens (durch die Darstellung von einzelnen Truppen und Individuen). Kritisiert wird in diesem Forschungsfeld, dass textliche und visuelle Rahmungen oftmals getrennt voneinander untersucht werden, obwohl beide Elemente in der Realität der Nachrichtenberichterstattung fast immer gemeinsam vorliegen (Sikorski & Knoll, 2019).

Framing-Effekte

Laut Price und Tewksbury (1997) kann grundlegend zwischen Effekten der Zugänglichkeit (*accessibility*) und der Anwendbarkeit (*applicability*) von Informationen unterschieden werden. Frames können bestimmte Konzepte sowohl zugänglicher als auch anwendbarer machen, wie experimentelle Studien belegen. Beispielsweise beeinflussten visuelle Rahmungen die Beurteilung des Gaza-Konfliktes 2009 insofern, als dass visuelle *human-interest* Frames (z. B. Darstellung von Opfern oder Zivilisten) stärkere emotionale Reaktionen wie Empathie auslösten als visuelle *political* Frames (z. B. Darstellung eines Politikers bei einer Rede) (Brantner, Lobinger & Wetzstein, 2011). Die Studie von Powell und Kollegen (2015) zeigte zudem anhand eines gewaltsamen Konfliktes in der zentralafrikanischen Republik, dass die Kombination von visuellem und textuellem Framing sehr unterschiedliche Konsequenzen haben kann. Beispielsweise führte die Kombination aus textlichem Frame über den Konflikt und einer visuellen Darstellung von Opfern zu einer höheren Spendenbereitschaft bei Studienteilnehmern und Studienteilnehmerinnen (Powell et al., 2015).

Zusammenfassung

Frames haben, unabhängig von der konkreten Konzeptualisierung (z.B. thematisch vs. episodisch, visuell vs. textuell), eine bedeutende Rolle für die mediale Darstellung von Kriegen und Konflikten. Die Betonung bzw. Aussparung von Informationen beeinflusst Beurteilungen und das Verhalten von Personen (Powell et al., 2015). Neben textlichen Frames gehen Wirkungen auch von visuellen Rahmungen aus. Insbesondere multimodale Effekte (Kombination aus visuellen und textlichen Frames) sollten zukünftig stärker untersucht werden.

Intergruppenkonflikte: Die Rolle differenzierter medialer Darstellungen

Medien berichten regelmäßig über Konflikte zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen, aber auch über Formen von Gewalt, beispielsweise Terrorismus. Der spezifischen Form der Berichterstattung kommt hierbei eine große Bedeutung zu. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn zwischen unterschiedlichen Gesellschaftsgruppen keine direkten Kontakte und Überschneidungen in alltäglichen Lebenssituationen bestehen. Beispielsweise haben nicht-muslimische Personen oftmals nur wenig oder keinen direkten Kontakt zu Muslimen. Medien kommt damit gleich in zweifacher Weise eine wichtige Vermittlungsfunktion zu. Zunächst formt mediale Berichterstattung das Bild „der Anderen“, der Fremdgruppe (z. B. bei der nicht-muslimischen Bevölkerung in Deutschland die Wahrnehmung von Musliminnen und Muslimen in Deutschland). Zudem können mediale Darstellungen einen Einfluss auf die Wahrnehmung der eigenen Gruppe haben (z. B. die Selbst-Wahrnehmung von Musliminnen und Muslimen in Hinsicht auf die öffentliche Darstellung ihrer eigenen Gruppe). Gerade in Konflikten kommt medialer Berichterstattung somit eine große Verantwortung zu. Unabhängig von der jeweiligen Rahmung von Kommunikation bzw. von verwendeten Frames, ist eine differenzierte Darstellung unterschiedlicher Gesellschaftsgruppen von zentraler Bedeutung, dies zeigen aktuelle Forschungsergebnisse. Beispielsweise wurde untersucht, wie Muslime im Kontext von Berichterstattung über islamistischen Terrorismus dargestellt werden. In einer inhaltsanalytischen Studie ($N = 1071$) wurde ermittelt, wie insgesamt zwölf Zeitungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz Personen muslimischen Glaubens im Kontext der Terrorismusberichterstattung darstellen (Sikorski et al., 2021; siehe auch Matthes et al., 2020). Konkret wurde analysiert, ob Journalistinnen und Journalisten zwischen Muslimen in Deutschland und Terroristen differenzieren, die sich selbst als Muslime identifizieren (z. B. durch Statements wie: Zwischen Muslimen und islamistischen Terroristen muss klar unterschieden werden). Zudem wurde untersucht, ob undifferenziert berichtet wird, ob beispielsweise Expertinnen und Experten zu Wort kamen, die postulieren, dass der „Islam ein Gewaltproblem“ habe oder islamistische Terroristen als „muslimische Extremisten“ bezeichneten, sprachlich also Muslime in Deutschland somit mit Extremismus bzw. Terrorismus in Verbindung bringen. Die Ergebnisse zeigen, dass fast in jedem zweiten Artikel Formen von undifferenzierter Berichterstattung nachweisbar sind. Übergeordnet konnten diesbezüglich keine Unterschiede zwischen Qualitäts- und Boulevardzeitungen festgestellt werden. Formen der differenzierten Berichterstattung zeigten sich dagegen deutlich seltener, nur in insgesamt

26% aller untersuchten Artikel (Sikorski et al., 2021; siehe auch Matthes et al., 2020). Aus einer friedenspsychologischen Perspektive stellt sich somit die Frage, wie Personen auf undifferenzierte Formen der Terrorismusberichterstattung reagieren und ob sich eine differenzierte Darstellung vorteilhaft auf Intergruppenbeziehungen zwischen Nicht-Muslimen und Muslimen auswirken. Dies wurde in einer Reihe von Experimentalstudien untersucht (Sikorski, Matthes & Schmuck, 2021; Sikorski et al., 2017). Diese zeigten, dass undifferenzierte Berichterstattung in der Tat die Angst vor Terrorismus erhöhte, negative Stereotype über Muslime aktiviert wurden und in der Folge islamophobe Einstellungen bei Nicht-Muslimen erhöhten. Wenn Terrorismusberichterstattung dagegen zwischen Muslimen und islamistischen Terroristen differenzierte, führte dies zu keiner Erhöhung islamophober Einstellungen.

Diese Befunde verdeutlichen exemplarisch, dass die Art der Berichterstattung über terroristische Anschläge relevante Auswirkungen auf Intergruppenbeziehungen haben kann. Dies ist aus friedenspsychologischer Perspektive äußerst bedeutsam, da Spannungen und Konflikte, beispielsweise bei Nicht-Muslimen und Muslimen erst durch bestimmte Formen der Berichterstattung hervorgerufen werden können. Zugleich zeigt sich aber auch, dass durch eine klare Differenzierung entsprechend negative und ungewollte Übertragungseffekte vermieden werden können. Zukünftige Studien sollten das Konzept der Nachrichtendifferenzierung weiter untersuchen und beispielsweise ermitteln, ob sich differenzierte Formen der Berichterstattung friedensstiftend und konfliktreduzierend auswirken, auch im Kontext anderer Themen und Konflikte.

Moderne Medienumgebungen: Soziale Medien und *high-choice media environments*

Während die Aspekte des Framings und einer differenzierten Darstellung von Konfliktberichterstattung auch schon zur ‚Blütezeit‘ der traditionellen Massenmedien eine wichtige – wenn auch weit weniger erkannte und erforschte – Rolle spielten, resultieren aus modernen Medienumgebungen ganz eigene Phänomene und Wirkmechanismen. Die zentrale Frage für die mediale Kommunikation bezüglich moderner Medienumgebungen besteht laut Holbert (2005) darin, wie sich Bürgerinnen und Bürger über aktuelle Themen (z. B. Kriege, Konflikte) informieren und welche Rolle Medien hierbei spielen. Der Übergang der Medienumgebung von einer geringen hin zu einer hohen Auswahlmöglichkeit kann dabei als eine der wichtigsten Herausforderungen bezüglich der Informationsbeschaffung bezeichnet werden (Van Aelst et al., 2017; siehe auch Castro et al., 2021). Traditionelle Massenmedien wie Radio, Zeitung und lineares Fernsehen wurden durch technische Entwicklungen dabei zunehmend durch neue (digitale) Angebote ergänzt, was zu einer starken Ausdifferenzierung der Angebots- und Nachfrageseite führte (Newman et al., 2021). Die stetig wachsende Nutzung von Onlineplattformen wie sozialen Medien, Videoseiten und Suchmaschinen funktionieren dabei meist auf einer algorithmensbasierten Darstellung ausgewählter Inhalte. Das heißt, dass Personen zunehmend Inhalte angezeigt bekommen (ohne im Einzelnen darüber informiert

zu werden), die sich beispielsweise an individuellen Präferenzen sowie dem vorangegangenen Mediennutzungsverhalten orientieren. Dies führt insgesamt zu einer starken Komplexitätssteigerung in modernen Medienlandschaften. Journalistinnen und Journalisten geben in solchen digitalen Mediumgebungen die vormals weitgehend alleinige Kontrolle über den Zugang zu Informationen in Teilen ab, da Nutzerinnen und Nutzer selbst Blogposts, Kommentare, Tweets etc. verfassen können.

Vorselektion

Durch algorithmenbasierte Internetdienste wie Facebook, Google oder Twitter werden Informationen zunehmend vorselektiert: Während in Zeiten, in denen traditionellen Massenmedien vorherrschend waren, Personen die gleiche Titelseite der Tageszeitung zu sehen bekamen, können vorausgewählte Inhalte im Internet voneinander abweichen und ganz unterschiedliche Standpunkte, Themen und Ansichten transportieren (Thorson, Cotter, Medeiros & Pak, 2021). Diese Trends und Technologien haben in der wissenschaftlichen Gemeinschaft einige Diskussionen angestoßen. So hat Pariser (2011) den Begriff der *Filterblase* eingeführt, unter dem gemeinhin verstanden wird, dass ideologische Spaltungen innerhalb von Gesellschaften durch Algorithmen befeuert werden, indem automatisch jene Inhalte empfohlen werden, denen eine Person wahrscheinlich zustimmt. Ob eine solche Tendenz tatsächlich für die breite Masse und nicht nur für Personen mit extremen Voreinstellungen konstatiert werden kann, ist jedoch unklar (Dubois & Blank, 2018; Flaxman, Goel & Rao, 2016) bzw. wird sogar bezweifelt (Bruno, 2019). In neuen Mediumgebungen gibt es jedoch nicht nur eine ausgeprägte Vorselektion von Inhalten und Nachrichten, sondern ebenfalls eine charakteristische Selbstselektion, wobei sich beide Aspekte aufgrund der Funktionsweise der Algorithmen reziprok bedingen können.

Selbstselektion

Die Wahlmöglichkeit zwischen verschiedensten Medien und Inhalten in modernen Mediumgebungen ist nahezu unendlich, was die individuellen Möglichkeiten und Zugänge zu verschiedensten Informationskanälen deutlich erweitert hat. Diese Ausdifferenzierung der Medienlandschaft kann dazu führen, dass lediglich solche Inhalte rezipiert werden, die im Einklang mit individuellen Voreinstellungen stehen. Dieses Phänomen wird als *selective exposure* bezeichnet, also der selektiven Rezeption spezifischer Inhalte. Knobloch-Westerwick und Meng (2009) konnten beispielsweise in ihrer Experimentalstudie zeigen, dass Personen signifikant mehr Lesezeit darauf verwendeten, einstellungskonsistente statt -inkonsistente Informationen zu rezipieren. Der hier wirksame Mechanismus wird als *confirmation bias* bezeichnet, wonach eher solche Inhalte konsumiert werden, die der eigenen Meinung entsprechen bzw. diese bestätigen, um sogenannte kognitive Dissonanzen (Festinger, 1957) zu minimieren. In Zusammenhang mit dem Irakkonflikt konnte beispielsweise nachgewiesen werden, dass es für die größten Gegner der Bush-Regierung am wahrscheinlichsten war, dass sie neben inländischen Quellen zusätzlich ausländische online Quellen rezipierten (Best,

Chmielewski & Krueger, 2005), um so dem eigenen Verlangen nach einstellungskonsistenten Nachrichten nachzukommen.

Soziale Begleitinformationen anderer Nutzerinnen und Nutzer

Journalistische Inhalte sind in der Welt des Internets nur noch selten in ihrer Reinform anzutreffen. Online sind Inhalte meist mit sozialen Begleitinformationen angereichert, wie z. B. der Anzahl der ‚Likes‘, ‚Retweets‘ oder ‚Shares‘, also Informationen dazu, wie häufig ein Artikel von anderen Personen (positiv) beurteilt bzw. weiterverbreitet wurde. Nutzerinnen und Nutzer können zudem (anonym) eigene Kommentare unterhalb von Nachrichtenartikeln hinterlassen und entsprechende Kommentierungen anderer Personen lesen. Das Schreiben von online-Kommentaren ist dabei laut Ziegele, Breiner und Quiring (2014) eine der beliebtesten Formen der Beteiligung, wenngleich bei weitem nicht alle Nutzerinnen und Nutzer gleichermaßen Kommentare beisteuern (Springer, Engelmann & Pfaffinger, 2015). Die Rezeption solcher sozialen Informationen und Kommentare, die den eigentlichen Nachrichteninhalt begleiten, kann sich auf die Beurteilung bestimmter Themen, Konfliktparteien und Personen auswirken. Einerseits können solche Kommentare wichtige Ergänzungen, neue Perspektiven und persönliche Erfahrungen von Nutzerinnen und Nutzern enthalten. Allerdings werden journalistische Inhalte, die in der Regel verschiedene Qualitätsprüfungsmechanismen durchlaufen haben, oftmals auch von ungeprüften, einseitigen und faktisch fehlerhaften Beiträgen von (anonymen) Laien begleitet. Durch diese Kombination können sich Personen im besten Falle noch facettenreicher informieren und mit anderen Personen interagieren, ein Thema diskutieren. Studien verdeutlichen jedoch die zahlreichen negativen Einflüsse durch die Verfügbarkeit bestimmter Begleitinformationen. Kommentierungen können beispielsweise die wahrgenommene öffentliche Meinung zu einem Thema beeinflussen (Lee & Yang, 2010; Lee, 2012; Sikorski & Hänelt, 2016). Beleidigende und verletzende Äußerungen, die in Nutzerforen anzutreffen sind, können zudem zu Polarisierungseffekten bei Personen führen, unabhängig von kontrovers diskutierten Medieninhalten in einem Artikel selbst (Anderson et al., 2014). Weitergehend verdeutlichen Untersuchungen, dass Vorurteile gegenüber gesellschaftlichen Minderheiten verstärkt werden können (Hsueh, Yogeewaren & Malinen, 2015): Personen, die einseitigen und voreingenommenen Kommentaren anderer Personen ausgesetzt sind, verwenden selbst häufiger negative Vorurteile gegenüber Minderheiten in ihrem eigenen Kommentierungsverhalten. Hierdurch verstärken sich Intergruppenkonflikte (Uhlmann, Korniyuchuk & Obloj, 2018), Personen werden zu negativen Denkmustern angeregt und verhalten sich in eigenen Beiträgen online in aggressiverer Weise (Rösner, Winter & Krämer, 2016). Zugleich zeigt sich jedoch auch, dass Onlinebeiträge von Personen unter bestimmten Bedingungen deeskalierende Wirkungen haben und zu einem Dialog zwischen unterschiedlichen Konfliktparteien beitragen können. Im Kontext des Nahostkonfliktes zeigte sich beispielsweise, dass moderate und friedensstiftende Kommentare von Palästinenserinnen und Palästinensern auf Facebook („Tweeting Arabs“) bei israelischen Jüdinnen und Juden Sympathien und Akzeptanz gegenüber der Gegenseite begünstigten und den Dialog zwischen den beiden Konfliktparteien in positiver Weise beförderten (Mor, Ron & Maoz, 2016).

Verbreitung von Fehl- und Desinformationen

Moderne digitale Mediumgebungen begünstigen eine schnelle und effiziente Verbreitung von Informationen. Zudem kommt es zu Veränderungen im Mediennutzungsverhalten. Beispielsweise steigt die Anzahl an Personen, die politische Nachrichten überwiegend oder sogar ausschließlich online über soziale Medien erhalten (Facebook, Twitter, YouTube etc.; Newman et al., 2021). Die Netzwerkstruktur und Medienlogik sozialer Medien unterscheidet sich in grundlegender Weise von der Struktur klassischer Massenmedien (TV, Radio, Zeitung etc.). Zentrale Unterschiede zeigen sich hinsichtlich der Produktion von Inhalten, der Verbreitung sowie der Nutzung von Informationen (Klinger & Svensson, 2015). Ganz unterschiedliche Akteure wie Politikerinnen und Politiker, Aktivistinnen und Aktivisten, Blogger und Bloggerinnen, Bürgerinnen und Bürger und Angehörige von Institutionen sowie von bestimmten Interessengruppen (z. B. Think Tanks) können jederzeit und ohne größere Zugangsbarrieren Inhalte produzieren und direkt digital verbreiten. Demokratietheoretisch können hierdurch politische Partizipationsprozesse sowie die Rede- und Meinungsfreiheit in einer positiven Weise befördert werden (Kligler-Vilenchik, 2018). Zugleich ergeben sich aber auch neue Herausforderungen, da Informationen, die auf sozialen Medien oder alternativen Blogs und Nachrichtenseiten verbreitet werden, vor der Veröffentlichung meist keine Qualitätssicherungsprozesse durchlaufen haben, wie dies bei Qualitätsmedien in der Regel der Fall ist. Hierdurch steigt die Wahrscheinlichkeit der Verbreitung von einseitigen, extremen Sichtweisen, aber auch von Fehl- und Desinformationen. Fehl- und Desinformationen können die Wahrnehmung von Kriegen und Konflikten in einer negativen Weise beeinflussen, wie Khaldarova und Panetti (2016) beispielweise am Konflikt zwischen Russland und der Ukraine aufzeigten. Propaganda- und Desinformationskampagnen sind keine neuen Phänomene, gewinnen aber in digitalen Onlineumgebungen eine ganz neue Dynamik, da online praktisch jeder zur Verbreitung von sogenannten fake news beitragen kann, was auch jüngst durch den russischen Angriffskrieg auf die Ukraine deutlich wurde. Lamberty, Heuer und Holnburer (2022) zeigten diesbezüglich auf, dass Zustimmungswerte zu pro-russischen Desinformationen und Verschwörungserzählungen in der deutschen Gesamtbevölkerung im Zeitverlauf gestiegen sind. Exemplarisch stimmten im April 2022 9% der Befragten der Aussage zu, dass der Krieg notwendig gewesen sei, um die angeblich faschistische Regierung in der Ukraine zu beseitigen.

Mit „fake news“ werden oftmals falsche bzw. aus dem Kontext gerissene, irreführende Informationen bezeichnet (Lazer et al., 2018; Tsfati et al., 2020; siehe für eine kritische Diskussion des Begriffs Wardle, 2018; Egelhofer & Lechler, 2019). Konzeptuell können zwei unterschiedliche Formen von fake news voneinander unterschieden werden: (a) fake news als Genre (beispielsweise die bewusste Erstellung von pseudojournalistischen Desinformationen) und (b) fake news als Label in der politischen Kommunikation, um Nachrichtenmedien zu delegitimieren (Egelhofer & Lechler, 2019). Zudem wird zwischen Desinformation und Fehlinformation unterschieden, wobei Desinformation als Subkategorie von Fehlinformationen verstanden werden kann. Desinformationen werden intentional und in der Regel zu Propagandazwecken von verschiedenen Akteuren verbreitet, wobei die Akteure wissen, dass die

Informationen, die sie verbreiten, falsch sind (Lewandowsky, Stritzke, Freund, Oberauer & Krueger, 2013; siehe auch Dan et al., 2021). Im Gegensatz dazu gehen bei der Verbreitung von Fehlinformationen Akteure fälschlicherweise davon aus, dass die entsprechenden Informationen sachlich richtig sind, obwohl dies nicht der Fall ist (Vaccari & Chadwick, 2020).

Aus strategischer Perspektive wird die Verbreitung von Fehl- und Desinformationen in Kriegen und Konflikten aus ganz unterschiedlichen Gründen genutzt. Zunächst können zwei Adressatengruppen grob unterschieden werden. Fehl- und Desinformationen können nach *außen* gerichtet sein, um Verwirrung (Khaldarova & Pantti, 2016) und Verunsicherung (Oreskes & Conway, 2012) bei einer gegnerischen Konfliktpartei zu erzeugen, und um hierdurch eigene strategische Ziele zu erreichen. Als Beispiele können die russischen Beeinflussungsversuche via soziale Medien im Rahmen der US-Präsidentschaftswahlen 2016 (Lazer et al., 2018; Senate Judiciary Committee, 2017) und die Verbreitung von Desinformationen und Verschwörungstheorien durch den internationalen russischen Fernsehsender *Russia Today* bzw. RT genannt werden (Elsawah & Howard, 2020; Yablokov, 2015). Jedoch können Desinformationen auch nach *innen* gerichtet sein, beispielsweise um Zustimmung und Unterstützung im eigenen Lager zu erzeugen oder um eine Legitimierung und Rechtfertigung eigener kriegerischer Handlungen zu erzeugen (Kampagnen können auch zugleich nach innen und außen gerichtet sein). Als Beispiel für eine nach innen gerichtete Fehl- und Desinformationskampagne kann die umfassende Medienkampagne Russlands im Ukraine Konflikt genannt werden (Lamberty et al., 2022; Khaldarova & Pantti, 2016; siehe auch Elsworth & Howard, 2020). Ein weiteres Beispiel ist der US-Angriff (samt Alliierten) auf den Irak 2003, welcher unter anderem auf der (über klassische Medien) verbreiteten Fehlinformation beruhte, der Irak besitze Massenvernichtungswaffen und strebe den Besitz von Nuklearwaffen an, stelle somit also eine unmittelbare Bedrohung für andere Länder dar (Lewandowsky et al., 2013).

Fehl- und Desinformationskampagnen können darüber hinaus affektive Polarisierungseffekte begünstigen, also dazu beitragen, dass sich Anhängerinnen und Anhänger unterschiedlicher politischer Parteien gegenseitig als zunehmend feindselig beurteilen (Hameleers & van der Meer, 2020; Iyengar, Sood & Lelkes, 2012; Kubin & Sikorski, 2021). Als Beispiel kann die in den USA (insbesondere durch Donald Trump und seine Anhänger) verbreitete Fehlinformation angeführt werden, dass es im Rahmen der US-Präsidentschaftswahl 2020 zu einem Wahlbetrug gekommen sei, die Wahl hierdurch zugunsten von Joe Biden entschieden worden sei. Im Sommer 2021 war hiervon noch immer ein Drittel der US-Bürgerinnen und Bürger überzeugt (Monmouth University, 2021).

Um solchen Fehl- und Desinformationen entgegenzuwirken, haben sich in den vergangenen Jahren sogenannte fact checker bzw. Organisationen und Abteilungen in Medienorganisationen herausgebildet, die unter teils erheblichem Aufwand Desinformationskampagnen aufdecken und versuchen, Fehlinformation zu korrigieren. Hierbei spielen auch klassische Nachrichtenmedien eine zentrale Rolle. Zwar verbreiten sich Fehl- und Desinformationskampagnen oftmals rasant und viral über soziale Medien (aktuelle Daten zeigen beispielsweise, dass Fehlinformationen auf Facebook während der US-Wahl 2020 sechsmal häufiger angeklickt wurden als faktisch richtige Nachrichten, Dvoskin, 2021), doch oftmals erfahren

Personen erst über Desinformationskampagnen, wenn klassische Medien über entsprechende Social Media-Kampagnen berichten (Tsfati et al., 2020). Dabei verfolgen klassische Qualitätsmedien in der Regel das Ziel, Falschinformationen zu korrigieren, tragen hierdurch aber zugleich (ungewollt) zu ihrer Verbreitung bei. Korrekturen können grundsätzlich als wichtige und wirksame Strategie im Kampf gegen Fehl- und Desinformationen angesehen werden, wie Überblicksstudien (Meta-Analysen) zeigen (Chan et al., 2017; Walter & Tukachinsky, 2020). Richtigstellungen von Fehlinformationen sind jedoch nicht immer erfolgreich und können zu sogenannten continued influence-Effekten führen, also dazu, dass Personen in ihrem Denken trotz einer Korrektur und Richtigstellung weiterhin von Fehlinformationen beeinflusst werden (Walter & Tukachinsky, 2020). Unter Umständen kann es sogar zu „back-fire-Effekten“ kommen. Das heißt, dass der Korrekturversuch bei bestimmten Personen dazu führt, dass Fehlinformationen im Anschluss an die Korrektur als glaubwürdiger beurteilt werden als zuvor (siehe jedoch auch Nyhan, 2021).

Ganz generell stellt sich insbesondere in Kriegen und Konflikten die Frage, unter welchen Bedingungen klassische Medien Fehl- und Desinformationskampagnen aufgreifen sollten. Eine entsprechende Berichterstattung sollte wohl überlegt sein (Tsfati et al., 2020) und empirisch geprüfte, wirksame Formen der Korrektur nutzen (Walter & Tukachinsky, 2020). Zudem sollten soziale Medien-Plattformen systematischer und mit einer größeren Entschlossenheit gegen die Verbreitung von Fehl- und Desinformationen vorgehen (Dan et al., 2021). Jedoch spielt in diesem Zusammenhang auch die Medienkompetenz von Personen eine zentrale Rolle. Basierend auf inokulationstheoretischen Überlegungen konnte beispielsweise in verschiedenen Studien gezeigt werden, dass typische Nutzerinnen und Nutzer darin geschult werden können, Informationen stärker bzw. kritischer zu hinterfragen (Lewandowsky & van der Linden, 2021). Es zeigt sich, dass bestimmte Interventionen - wie das Spielen von gezielt dafür konzipierten Computerspielen - in einer sehr erfolgreichen Weise dazu führen, dass Personen Fehl- bzw. Desinformationen mit einer hohen Treffgenauigkeit erkennen und von faktisch korrekten Information unterscheiden können (Überblick bei Lewandowsky & van der Linden, 2021). Die zukünftige Forschung sollte weitere Interventionsformen entwickeln, insbesondere einfach zu implementierende Formen bzw. niederschwellige Angebote, um die Medienkompetenz von Personen entsprechend zu fördern (siehe auch Meßmer, Sänglerlaub & Schulz, 2021).

Fazit

Unsere Wahrnehmung von Kriegen und Konflikten wird durch mediale Kommunikation beeinflusst, da unser Wissen als Grundlage von Meinungsbildungsprozessen unmittelbar bzw. mittelbar von Medien gefärbt wird. Medien bzw. Journalistinnen und Journalisten selektieren Konflikte sowie Konflikthinformationen und gestalten hierdurch die Medienagenda. Wird über Kriege und Konflikte berichtet, kommt der Rahmung der Kommunikation eine zentrale Bedeutung zu, da durch das Framing bestimmte Aspekte hervorgehoben, andere wiederum

vernachlässigt oder gänzlich ausgespart werden. Frames beeinflussen hierdurch Meinungsbildungsprozesse, das Themenverständnis sowie (politische) Einstellungen. Zentral ist in der Kriegs- und Konfliktberichterstattung darüber hinaus der Aspekt der Nachrichtendifferenzierung. Im Unterschied zu differenzierten Darstellungen kann undifferenzierte Berichterstattung, die beispielsweise im Kontext der Terrorismusberichterstattung nicht explizit zwischen islamistischen Terroristen und der deutschen Bevölkerung mit muslimischen Glauben unterscheidet, zu einer Konflikteskalation beitragen. Eine mögliche Verschlechterung von Intergruppenbeziehungen zwischen Muslimen und Nicht-Muslimen ist die Folge. Differenzierte Formen der Berichterstattung erscheinen aus Perspektive der Friedens- und Konfliktforschung in diesem Kontext dagegen als ein wichtiges Mittel, um negative Stereotype sowie unerwünschte Übertragungseffekte zu vermeiden. Journalistinnen und Journalisten sollten daher anstreben, in einer differenzierten Weise über Konflikte und Terrorismus zu berichten. Große Herausforderungen ergeben sich durch so genannte high-choice media environments. In solchen modernen Medienumgebungen selektieren Personen Inhalte zunehmend basierend auf bereits vorhandenen Voreinstellungen und Präferenzen, wodurch Polarisierungsprozesse zunehmen können, insbesondere in Zusammenhang mit Konflikten (Überblick bei Kubin & Sikorski, 2021). Die zukünftige Forschung sollte untersuchen, welche kommunikationsbasierten Interventionsstrategien genutzt werden können, um beispielsweise einer weiteren Polarisierung in Konflikten entgegenzuwirken. Aus einer demokratietheoretischen Perspektive ermöglichen moderne Medienumgebungen heute deutlich mehr Personen die Ausübung demokratischer Grundrechte und Prinzipien, wie freie Meinungsäußerung, Aktivismus und Protest (z. B. im Kontext von Kriegen und Konflikten). Zugleich verändern eben diese Möglichkeiten auch unsere Informationsumgebungen, da jede Person mit einem Internetanschluss oder Smartphone Nachrichten auf Nachrichtenplattformen und in sozialen Medien beurteilen, weiterleiten und kommentieren kann. Extreme, negative und faktisch falsche Informationen finden so zunehmend eine Verbreitung. Desinformationskampagnen und die Verbreitung von skandalisierenden politischen Botschaften können gezielt als „Waffe“ gegenüber politischen Gegnern und Andersdenkenden eingesetzt werden (Allern & Sikorski, 2018; Dan et al., 2021), auch von politischen Akteuren selbst. Botschaften mit einem hohen Nachrichtenwert finden dann oftmals wiederum Berücksichtigung in klassischer medialer Berichterstattung (Heiss, Sikorski & Matthes, 2019; Sikorski, 2022; Tsfati et al., 2020). Diese Prozesse sollten bei der Beurteilung von und dem Umgang mit Konflikten bedacht werden. Massenmedien, aber auch andere reichweitenstarke Medienkanäle (z. B. Blogs, Podcasts) sowie Akteure wie Politikerinnen und Politiker, Influencer in sozialen Medien, sollten genau abwägen, welche Fehl- und Desinformationen aufgegriffen und korrigiert werden. Eine unnötige Bekanntmachung von Fehlinformationen sollte in Kriegen und Konflikten (aber auch generell) vermieden werden. Soziale Medien-Plattformen sollten sich zudem weitergehend im Kampf gegen Fehl- und Desinformationen engagieren und Medienkompetenz von Nutzerinnen und Nutzern sollte weiter erhöht werden. Hierdurch können Fehlinterpretationen und Polarisierungstendenzen reduziert und ein verantwortungsbewusster Umgang mit Kriegs- und Konfliktinformationen in modernen Medienumgebungen begünstigt werden.

Literaturverzeichnis

- Allern, S. & Sikorski, C. von (2018). Political scandals as a democratic challenge: From important revelations to provocations, trivialities, and neglect. *International Journal of Communication*, 12, 3014-3023. Verfügbar unter: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/7094/2413>
- Anderson, A. A., Brossard, D., Scheufele, D. A., Xenos, M. A. & Ladwig, P. (2014). The „nasty effect“: Online incivility and risk perceptions of emerging technologies. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 373-387. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12009>
- Bartholomé, G., Lecheler, S. & de Vreese, C. (2018). Towards a typology of conflict frames: Substantiveness and interventionism in political conflict news. *Journalism Studies*, 19(2), 1689-1711. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1299033>
- Benford, R. D. & Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, 611-639.
- Bennett, W. L. & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Best, S. J., Chmielewski, B. & Krueger, B. S. (2005). Selective exposure to online foreign news during the conflict with Iraq. *International Journal of Press/Politics*, 10(4), 52-70. <https://doi.org/10.1177/1081180X05281692>
- Brantner, C., Lobinger, K. & Wetzstein, I. (2011). Effects of visual framing on emotional responses and evaluations of news stories about the Gaza conflict 2009. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 88(3), 523-540. <https://doi.org/10.1177/107769901108800304>
- Bruns, A. (2019). *Are filter bubbles real?* Cambridge, England: Polity Press.
- Callaghan, K. & Schnell, F. (2005). Introduction: Framing political issues in American politics. In K. Callaghan & F. Schnell (Hrsg.), *Framing American politics* (S. 1-17). Pittsburgh, PA: University of Pittsburgh Press.
- Carruthers, S. L. (2011). *The media at war* (2. Aufl.). London, England: Red Globe Press.
- Castro, L., Strömbäck, J., Esser, F., van Aelst, P., de Vreese, C. H., Aalberg, T. ... Theocharis, Y. (2021). Navigating high-choice European political information environments: A comparative analysis of news user profiles and political knowledge. *The International Journal of Press/Politics*, 1-33. <https://doi.org/10.1177/19401612211012572>
- Chan, M. S., Jones, C. R., Hall Jamieson, K., & Albarracín, D. (2017). Debunking: A Meta-Analysis of the Psychological Efficacy of Messages Countering Misinformation. *Psychological Science*, 28(11), 1531–1546. <https://doi.org/10.1177/0956797617714579>
- Dan, V., Paris, B., Donovan, J., Hameleers, M., Roozenbeek, J., van der Linden, S. & Sikorski, C. von (2021). Visual mis- and disinformation, social media, and democracy. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 98(3), 641-664. <https://doi.org/10.1177/10776990211035395>

- d'Haenens, L. & de Lange, M. (2001). Framing of asylum seekers in Dutch regional newspapers. *Media, Culture & Society*, 23(6), 847-860. <https://doi.org/10.1177/016344301023006009>
- de Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Informational Design Journal + Document Design*, 13(1), 51-62. <http://dx.doi.org/10.1075/idjdd.13.1.06vre>
- de Vreese, C. H., Peter, J. & Semetko, H. A. (2001). Framing politics at the launch of the Euro: A cross-national comparative study of frames in the news. *Political Communication*, 18(2), 107-122. <https://doi.org/10.1080/105846001750322934>
- Dubois, E. & Blank, G. (2018). The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media. *Information, Communication and Society*, 21(5), 729-745. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428656>
- Dunwoody, S. (1992). The media and public perceptions of risk: How journalists frame risk stories. In D. W. Bromley & K. Segerson (Hrsg.), *The social response to environmental risk: Policy formulation in an age of uncertainty* (S. 75-100). Boston, MA: Kluwer.
- Dwoskin, E. (2021, September 04). *Misinformation on Facebook got six times more clicks than factual news during the 2020 election, study says*. Washington Post. Verfügbar unter: <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/09/03/facebook-misinformation-nyu-study/>
- Egelhofer, J. L. & Lecheler, S. (2019). Fake news as a two-dimensional phenomenon: A framework and research agenda. *Annals of the International Communication Association*, 43(2), 97-116. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>
- Elswah, M. & Howard, P. N. (2020). "Anything that causes chaos": The organizational behavior of Russia Today (RT). *Journal of Communication*, 70(5), 623-645. <https://doi.org/10.1093/joc/jqaa027>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Esser, F. (2009). Metacoverage of mediated wars: How the press framed the role of the news media and of military news management in the Iraq wars of 1991 and 2003. *American Behavioral Scientist*, 52(5), 709-734. <https://doi.org/10.1177/0002764208326519>
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Flaxman, S., Goel, S. & Rao, J. M. (2016). Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80(1), 298-320. <https://doi.org/10.1093/POQ%2FNF006>
- Gallagher, K. M. & Updegraff, J. A. (2012). Health message framing effects on attitudes, intentions, and behavior: A meta-analytic review. *Annals of Behavioral Medicine*, 43(1), 101-116. <https://doi.org/10.1007/s12160-011-9308-7>
- Gadarian, S. K. (2010). The politics of threat: How terrorism news shapes foreign policy attitudes. *The Journal of Politics*, 72(2), 469-483. <https://doi.org/10.1017/S0022381609990910>
- Gamson, W. A. (1989). News as framing: Comments on Graber. *American Behavioral Scientist*, 33(2), 157-161. <https://doi.org/10.1177/0002764289033002006>

- Hackett, R. A. (1984). Decline of a paradigm? Bias and objectivity in news media studies. *Critical Studies in Mass Communication*, 1(3), 229-259. <https://doi.org/10.1080/15295038409360036>
- Hallahan, K. (1999). Seven models of framing: Implications for public relations. *Journal of Public Relations Research*, 11(3), 205-242. https://doi.org/10.1207/s1532754xiprr1103_02
- Hameleers, M. & van der Meer, T. G. L. A. (2020). Misinformation and polarization in a high choice media environment: How effective are political fact-checkers? *Communication Research*, 47(2), 227-250. <https://doi.org/10.1177/0093650218819671>
- Hanitzsch, T. (2004). Journalists as peacekeeping force? Peace journalism and mass communication theory. *Journalism Studies*, 5(4), 483-495. <https://doi.org/10.1080/14616700412331296419>
- Heiss, R., Sikorski, C. von & Matthes, J. (2019). Populist Twitter posts in news stories: Statement recognition and the polarizing effects on candidate evaluation and anti-immigrant attitudes. *Journalism Practice*, 13(6), 742-758. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1564883>
- Holbert, R. L. (2005). Back to basics: Revisiting, resolving, and expanding some of the fundamental issues of political communication research. *Political Communication*, 22(4), 511-514. <https://doi.org/10.1080/10584600500311436>
- Hsueh, M., Yogeewaran, K. & Malinen, S. (2015). "Leave your comment below": Can biased online comments influence our own prejudicial attitudes and behaviors? *Human Communication Research*, 41(4), 557-576. <https://doi.org/10.1111/hcre.12059>
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Iyengar, S. & Simon, A. (1993). News coverage of the Gulf crisis and public opinion: A study of agenda-setting, priming, and framing. *Communication Research*, 20(3), 365-383. <https://doi.org/10.1177/009365093020003002>
- Iyengar, S., Sood, G. & Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization. *Public Opinion Quarterly*, 76(3), 405-431. <https://doi.org/10.1093/poq/nfs038>
- Khaldarova, I. & Panetti, M. (2016). Fake news: The narrative battle over the Ukrainian conflict. *Journalism Practice*, 10(7), 891-901. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1163237>
- Kligler-Vilenchik, N. (2018). Why we should keep studying good (and everyday) participation: An analogy to political participation. *Media and Communication*, 6(4), 111-114. <https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1744>
- Klinger, U. & Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media & Society*, 17(8), 1241-1257. <https://doi.org/10.1177/1461444814522952>
- Krüger, U. (2013). *Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – Eine kritische Netzwerkanalyse*. Köln: Halem.

- Knobloch-Westerwick, S. & Meng, J. (2009). Looking the other way: Selective exposure to attitude-consistent and counterattitudinal political information. *Communication Research*, 36(3), 426-448. <https://doi.org/10.1177/0093650209333030>
- Kubin, E. & Sikorski, C. von (2021). The role of (social) media in political polarization: A systematic review. *Annals of the International Communication Association*, 45(3), 188-206. <https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070>
- Lamberty, P., Heuer, C., & Holnburer, J. (2022). Belastungsprobe für die Demokratie: Pro-russische Verschwörungserzählungen und Glaube an Desinformation in der Gesellschaft. Verfügbar unter: https://cemas.io/publikationen/belastungsprobe-fuer-die-demokratie/2022-11-02_ResearchPaperUkraineKrieg.pdf
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F. ... Zittrain J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Lee, E. K. (2012). That's not the way it is: How user-generated comments on the news affect perceived media bias. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(1), 32-45. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01597.x>
- Lee, E. J. & Jang, Y. J. (2010). What do others' reactions to news on internet portal sites tell us? Effects of presentation format and readers' need for cognition on reality perception. *Communication Research*, 37(6), 825-846. <https://doi.org/10.1177/0093650210376189>
- Lecheler, S. & de Vreese, C. H. (2011). Getting real: The duration of framing effects. *Journal of Communication*, 61(5), 959-983. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01580.x>
- Levy, B. S. & Sidel, V. W. (2013). Adverse health consequences of the Iraq War. *The Lancet*, 381(9870), 949-958. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(13\)60254-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(13)60254-8)
- Lewandowsky, S., Stritzke, W. G., Freund, A. M., Oberauer, K. & Krueger, J. I. (2013). Misinformation, disinformation, and violent conflict. From Iraq and the "war on terror" to future threats to peace. *American Psychologist*, 68(7), 487-501. <https://doi.org/10.1037/a0034515>
- Lewandowsky, S. & van der Linden, S. (2021). Countering misinformation and fake news through inoculation and prebunking. *European Review of Social Psychology*, 32(2), 348-384. <https://doi.org/10.1080/10463283.2021.1876983>
- López, W. L. & Sabucedo, J. M. (2007). Culture of peace and mass media. *European Psychologist*, 12(2), 147-155. <https://doi.org/10.1027/1016-9040.12.2.147>
- Luo, Y., Burley, H., Moe, A. & Sui, M. (2018). A meta-analysis of news media's public agenda-setting effects, 1972–2015. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 96(1), 150-172. <https://doi.org/10.1177/1077699018804500>
- Matthes, J. (2009). What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(2), 349-367. <https://doi.org/10.1177/107769900908600206>
- Matthes, J. (2014). *Framing*. Baden-Baden: Nomos.

- Matthes, J., Kaskeleviciute, R., Schmuck, D., Sikorski, C. von, Klobasa, C., Knupfer, H. & Saumer, M. (2020). Who differentiates between Muslims and Islamist terrorists in terrorism news coverage? An actor-based approach. *Journalism Studies*, 21(15), 2135-2153. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1812422>
- McCombs, M. (2004). *Setting the agenda. The mass media and the public opinion*. Cambridge, England: Polity Press. Verfügbar unter: https://www.researchgate.net/publication/318471348_Setting_the_agenda_The_mass_media_and_public_opinion
- Messariss, P. & Abraham, L. (2001). The role of images in framing news stories. In S. D. Reese, O. H. Grandy & A. E. Grant (Hrsg.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (S. 216-226). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Meißner, A.-K., Sänglerlaub, A. & Schulz, L. (2021). *Quelle: Internet? Digitale Nachrichten- und Informationskompetenzen der deutschen Bevölkerung im Test*. Stiftung neue Verantwortung. Verfügbar unter: https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/studie_quelleinternet.pdf
- Monmouth University (2021, Juni 21). *Public supports both early voting and requiring photo ID to vote*. Verfügbar unter: https://www.monmouth.edu/polling-institute/reports/monmouthpoll_us_062121/
- Mor, Y., Ron, Y. & Maoz, I. (2016). "Likes" for peace: Can Facebook promote dialogue in the Israeli-Palestinian conflict? *Media and Communication*, 4(1), 15-26. <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v3i4.298>
- Nelson, T. E., Clawson, R. A. & Oxley, Z. M. (1997). Media framing of civil liberties conflict and its effect on tolerance. *American Political Science Review*, 91(3), 567-583. <https://doi.org/10.2307/2952075>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T. & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021 10th Edition*. Verfügbar unter: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf
- Nyhan, B. (2021). Why the backfire effect does not explain the durability of political misperceptions. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(15), e1912440117. <https://doi.org/10.1073/pnas.1912440117>
- Oreskes, N. & Conway, E. M. (2012). *Merchants of doubt: How a handful of scientists obscured the truth on issues from tobacco smoke to global warming*. London, England: Bloomsbury.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the internet is hiding from you*. London, England: Penguin UK.
- Pfau, M., Haigh, M., Gettle, M., Donnelly, M., Scott, G., Warr, D. & Wittenberg, E. (2004). Embedding journalists in military combat units: Impact on newspaper story frames and tone. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(1), 74-88. <https://doi.org/10.1177/107769900408100106>
- Powell, T. E., Boomgarden, H. G., de Swert, K. & de Vreese, C. H. (2015). A clearer picture: The contribution of visuals and text to framing effects. *Journal of Communication*, 65(6), 997-1017. <https://doi.org/10.1111/jcom.12184>

- Price, V. & Tewksbury, D. (1997). News values and public opinion: A theoretical account of media priming and framing. In G. A. Barrett & F. J. Boster (Hrsg.), *Progress in communication sciences: Advances in persuasion* (S. 173-212). Greenwich, CT: Ablex.
- Reese, S. D. & Lewis, S. C. (2009). Framing the War on Terror: The internationalization of policy in the US press. *Journalism*, 10(6), 777-797. <https://doi.org/10.1177/1464884909344480>
- Rösner, L., Winter, S. & Krämer, N. C. (2016). Dangerous minds? Effects of uncivil online comments on aggressive cognitions, emotions, and behavior. *Computers in Human Behavior*, 58, 461-470. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.022>
- Schwalbe, C. B., Silcock, B. W. & Keith S. (2008). Visual framing of the early weeks of the U.S.-led invasion of Iraq: Applying the Master War narrative to electronic and print images. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(3), 448-465. <https://doi.org/10.1080/08838150802205702>
- Seib, P. (2021). *Information at war. Journalism, disinformation, and modern warfare*. Cambridge, England: Polity Press.
- Senate Judiciary Committee. (2017). *Extremist content and Russian disinformation online: Working with tech to find solutions*. Verfügbar unter: <https://www.judiciary.senate.gov/imo/media/doc/Smith%20Responses%20to%20QFRs.pdf>
- Sikorski, C. von (2022). Trump against Germany: Examining how news about Donald Trump's anti-German utterances affect anti-Americanism in Germany: A moderated mediation model. *The International Journal of Press/Politics*, 27(1), 263-284. <https://doi.org/10.1177/1940161220964773>
- Sikorski, C. von & Hänel, M. (2016). Scandal 2.0: How valenced reader comments affect recipients' perception of scandalized individuals and the journalistic quality of online news. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 93(3), 551-571. <https://doi.org/10.1177/1077699016628822>
- Sikorski, C. von & J. Knoll (2019). Framing political scandals: Exploring the multimodal effects of isolation cues in scandal news coverage on candidate evaluations and voting intentions. *International Journal of Communication*, 13, 206-228. Verfügbar unter: <https://www.researchgate.net/journal/International-Journal-of-Communication-1932-8036>
- Sikorski, C. von & Matthes, J. (2020). *Framing and journalism*. Oxford Research Encyclopedia of Communication. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.817>
- Sikorski, C. von, Matthes, J. & Schmuck, D. (2021). The Islamic State in the news: Journalistic differentiation of Islamist terrorism from Islam, terror news proximity, and Islamophobic attitudes. *Communication Research*, 48(2), 203-232. <https://doi.org/10.1177/0093650218803276>
- Sikorski, C. von, Schmuck, D., Matthes, J. & Binder, A. (2017). "Muslims are not terrorists": Islamic State coverage, journalistic differentiation between terrorism and Islam, fear reactions, and attitudes toward Muslims. *Mass Communication and Society*, 20(6), 825-848. <https://doi.org/10.1080/15205436.2017.1342131>

- Sikorski, C. von, Schmuck, D., Matthes, J., Klobasa, C., Knupfer, H. & Saumer, M. (2021). Do journalists differentiate between Muslims and Islamist terrorists? A content analysis of terrorism coverage. *Journalism*, 23(6), 1171-1193. <https://doi.org/10.1177/1464884921990223>
- Springer, N., Engelmann, I. & Pfaffinger, C. (2015). User comments: Motives and inhibitors to write and read. *Information Communication and Society*, 18(7), 798-815. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.997268>
- Tenenboim-Weinblatt, K., Hanitzsch, T. & Nagar, R. (2016). Beyond peace journalism: Reclassifying conflict narratives in the Israeli news media. *Journal of Peace Research*, 53(2), 151-165. <https://doi.org/10.1177/0022343315609091>
- Thorson, K., Cotter, K., Medeiros, M. & Pak, C. (2021). Algorithmic inference, political interest, and exposure to news and politics on Facebook. *Information, Communication, and Society*, 24(2), 183-200. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1642934>
- Tsfati, Y., Boomgaarden, H. G., Strömbäck, J., Vliegenthart, R., Damstra, A. & Lindgren, E. (2020). Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: Literature review and synthesis. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 157-173. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1759443>
- Tversky, A. & Kahnemann, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481), 451-458. <https://doi.org/10.1126/science.7455683>
- Uhlmann, E. L., Korniychuk, A. & Obloj, T. (2018). Initial prejudices create cross-generational intergroup mistrust. *PloS one*, 13(4), e0194871. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0194871>
- Vaccari, C. & Chadwick, A. (2020). Deepfakes and disinformation: Exploring the impact of synthetic political video on deception, uncertainty, and trust in news. *Social Media + Society*, 6, 1-13. <https://doi.org/10.1177/2056305120903408>
- Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vreese, C., Matthes, J. ... Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: A challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3-27. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551>
- Van Gorp, B. (2007). The constructionist approach to framing: Bringing culture back. *Journal of Communication*, 57(1), 60-78. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00329.x>
- van Niekerk, B. & Maharaj, M. (2013). Social media and information conflict. *International Journal of Communication*, 7, 1162-1184. Verfügbar unter: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/1658/919>
- Vosoughi, S., Roy, D. & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wardle, C. (2018). The need for smarter definitions and practical, timely empirical research on the information disorder. *Digital Journalism*, 6(8), 951-963. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1502047>
- Walter, N. & Tukachinsky, R. (2020). A meta-analytic examination of the continued influence of misinformation in the face of correction: How powerful is it, why does it happen,

and how to stop it? *Communication Research*, 47(2), 155-177.
<https://doi.org/10.1177/0093650219854600>

Yablokov, I. (2015). Conspiracy theories as a Russian public diplomacy tool: The case of Russia Today (RT). *Politics*, 35(3-4), 301-315. <https://doi.org/10.1111/1467-9256.12097>

Ziegele, M., Breiner, T. & Quiring, O. (2014). What creates interactivity in online news discussions? An exploratory analysis of discussion factors in user comments on news items. *Journal of Communication*, 64(6), 1111-1138. <https://doi.org/10.1111/jcom.12123>



Christian von Sikorski (PhD in Media and Mass Communication) ist Junior-Professor für Politische Psychologie (mit Tenure-Track) am Fachbereich Psychologie der Universität Koblenz-Landau. Nach dem Studium in Köln und Forschungsaufenthalten in Hong Kong und New York City, war er Post-Doc an der Universität Wien. Forschungsschwerpunkte: Politische Psychologie, politische Kommunikation, Medienwirkungsforschung mit Fokus auf Social Media Influencer, politische Skandale, Fehlinformationen und politische Polarisierung.



Pascal Merz (MA Sozial- und Kommunikationswissenschaften) ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand am Fachbereich Psychologie der Universität Koblenz-Landau. Forschungsschwerpunkte: Social Media Influencer, Politische Psychologie, politische Kommunikation, Medienwirkungsforschung, Umweltkommunikation.