



Coping Strategies Against Information Disorder

Leitfaden für Frontliner



**Kofinanziert von der
Europäischen Union**

Finanziert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die des Autors/der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können für diese verantwortlich gemacht werden.

Die Autoren:

Eliane Smits van Waesberghe & Tim Paulusse - Verwey-Jonker Instituut (Hauptredaktion)

Leen D'Haenens & Joyce Vissenberg - KU Leuven

Tzvetalina Genova - Internationales Institut für Management

Wolfgang Eisenreich - Wissenschaftsinitiative Niederösterreich

Sonja Bercko Eisenreich - Integra-Institut

Alenka Valjašková - QUALED

Pantelis Balaouras - Connexions

Erklärung zum Urheberrecht:



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Es steht Ihnen frei:

- Weitergabe - Kopieren und Weiterverbreiten des Materials in einem beliebigen Medium oder Format
- anpassen - das Material neu mischen, umgestalten und darauf aufbauen

unter den folgenden Bedingungen:

- Namensnennung - Sie müssen eine angemessene Quellenangabe machen, einen Link zur Lizenz bereitstellen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden. Sie können dies in jeder angemessenen Weise tun, aber nicht in einer Weise, die den Eindruck erweckt, dass der Lizenzgeber Sie oder Ihre Verwendung unterstützt.
- Nicht-kommerziell - Sie dürfen das Material nicht für kommerzielle Zwecke verwenden.
- ShareAlike - Wenn Sie das Material remixen, umwandeln oder darauf aufbauen, müssen Sie Ihre Beiträge unter der gleichen Lizenz wie das Original verbreiten.

Kapitel 1

„Fake News“ verstehen

Zielgruppe

Diese Leitlinien richten sich an die so genannten "First-Liner". "First-liners" ist ein übergreifender Begriff für alle Personen, die in direktem Kontakt mit Menschen stehen, die durch Informationsstörungen gefährdet sind, wobei der Schwerpunkt auf Gruppen in der beruflichen Bildung liegt. Beispiele für Personen, die unter diesen Oberbegriff fallen, sind: Erzieher, Lehrer, Ausbilder, Jugendberater und -betreuer, Sozialarbeiter und Jugendarbeiter. Diese Liste ist jedoch nicht erschöpfend. Der Anwendungsbereich dieses Projekts umfasst auch andere Personen, die im Bildungs-, Sozial- oder Gesundheitsbereich tätig sind.

1.1 Einleitung zu diesem Kapitel	1
1.2 Die digitale Informationsgesellschaft	2
1.3 Informationsstörung.....	4
1.4 Ursachen für den Glauben an falsche Informationen.....	7
Die Theorie des Behaviorismus	7
Sozialer Einfluss	7
Der Glaube an falsche Informationen	8
Soziale Medien und kontinuierliche Verhaltensänderung	10
Menschliche Bedürfnisse und emotionale Bindung.....	12
Was sind emotionale Bedürfnisse?	13
1.5 Wie funktionieren Fehlinformation und Desinformation?.....	16
Die Verbreitung von Falsch- und Desinformationen.....	16
Treiber für falsche Überzeugungen.....	17
Hindernisse beim Überdenken eines Glaubens	18
Strategien zur Korrektur von Falschinformationen	19
Auswirkungen für Praktiker.....	19
Auswirkungen auf die Informationskonsumenten	20
1.6 Wahl, Verwendung und Missbrauch von Wörtern in Informationen. 21	
Auf die Wortwahl kommt es an.....	21
Warum glauben unsere Gehirne Lügen?.....	22
Die Hypothese des sprachlichen Determinismus	24
Zweideutigkeit	25
Linguistische Manipulation	26
1.7 Echokammern und die Verstärkung von Desinformation.....	28

1.8 Kognitive Dissonanz	31
Geschichte	31
Was ist kognitive Dissonanz?	32
Die Ursachen der kognitiven Dissonanz	32
Auflösung kognitiver Dissonanzen	34
Kognitive Dissonanz, Medien und Informationsstörung	34
1.9 Beispiele für eine Informationsstörung.....	36
Waldbrände im Amazonas-Regenwald (August 2019).....	36
Russland trainiert Adler zum Abfangen von Drohnen (Mai 2023)	37
Das Weltwirtschaftsforum will Wasser rationieren (April 2023).....	38
1.10 Referenzen	40

1.1 Einleitung zu diesem Kapitel

In den letzten Jahren wurde der Begriff "Fake News" weithin verwendet. Es ist jedoch wichtig zu verstehen, was dieser Begriff eigentlich bedeutet. Im Wesentlichen bezieht er sich auf falsche Geschichten oder Fehlinformationen, die im Internet oder über verschiedene Medienkanäle kursieren. Ein anderer Begriff, der häufig zur Beschreibung dieses Phänomens verwendet wird, ist "Informationsstörung". In den folgenden Unterkapiteln werden wir uns mit dem Thema Informationsstörungen befassen und zunächst den Zweck von Informationen erläutern. Anschließend werden wir uns eingehender mit Falschinformationen befassen, einschließlich der verschiedenen Arten und der ihnen zugrunde liegenden Beweggründe. Auf diese Weise werden wir das unterschiedliche Ausmaß der mit falschen Informationen verbundenen Schäden aufzeigen. Es ist wichtig zu erkennen, dass falsche Informationen, die mit schädlichen Absichten verbreitet werden, zu erheblichen Problemen führen können. Wir erläutern die Gründe, warum Menschen an solche Falschinformationen glauben, und untersuchen die Mechanismen und Auswirkungen, die sie auf die kollektive Denkweise haben. Um weitere Klarheit zu schaffen, werden in dieser Veröffentlichung Beispiele für Fälle von Falschinformationen angeführt.

1.2 Die digitale Informationsgesellschaft

Junge Menschen sind in der heutigen digitalen Gesellschaft Bürger, die sich an Online-Debatten und -Diskussionen beteiligen, ihre Bedenken äußern und aktiv werden können. Um ihre sichere, wirksame, kritische und verantwortungsvolle Teilnahme an der digitalen Welt zu gewährleisten, benötigen sie eine digitale Bürgerschaft. Unter digitaler Bürgerschaft versteht man im Allgemeinen die Kompetenzen, die für eine aktive Teilnahme an der digitalen Gesellschaft erforderlich sind. In den letzten Jahren hat sich das Verständnis von digitaler Bürgerschaft dahingehend entwickelt, dass es ein breites Spektrum an Kompetenzen und Verhaltensweisen umfasst, die junge Menschen in die Lage versetzen, die Möglichkeiten des Internets für eine aktive Beteiligung zu nutzen und sie gleichzeitig vor den damit verbundenen potenziellen Risiken und Schäden zu schützen.

Eine dieser Kompetenzen, die für die digitale Bürgerschaft von zentraler Bedeutung sind, ist die Medien- und Informationskompetenz, d. h. die Fähigkeit, Informationen im Internet zu verstehen und kritisch mit ihnen umzugehen. Verlässliche Informationen sind einer der Eckpfeiler einer gut funktionierenden demokratischen Gesellschaft. Der Zugang zu diesen Informationen ermöglicht es den Bürgern, sich an Entscheidungsprozessen zu beteiligen (indem sie bei der Ausübung ihres Wahlrechts alle Informationen sorgfältig abwägen) und die Regierungen zur Rechenschaft zu ziehen. Die Bürger verlassen sich im Allgemeinen auf die Nachrichtenmedien, wenn es darum geht, die wichtigsten Informationen über Politik, gesellschaftliche Fragen, Wirtschaft und andere Ereignisse, die für das Funktionieren der Gesellschaft von Bedeutung sind, zu erhalten. Da es für die Redaktionen unmöglich ist, über alle Ereignisse in der Welt zu berichten, werden die Nachrichten von Journalisten ausgewählt und abgedeckt. Redaktionsprozesse wie redaktionelles Gatekeeping und Faktenüberprüfung ermöglichen eine zuverlässige Berichterstattung über die wichtigsten Ereignisse.

In jüngster Zeit jedoch hat sich das Informationsumfeld durch die weite Verbreitung des Internets und der sozialen Medien drastisch verändert. Einige Wissenschaftler sind der Meinung, dass wir uns derzeit in einem Zustand der "Informationskakophonie" befinden, die sich durch "das schrille Rauschen vieler, widersprüchlicher Stimmen, die Informationen anbieten, unter den Bedingungen eines geringen Medienvertrauens" auszeichnet (Cotter & Thorson, 2022). Da moderne Technologien die Verbreitung von Informationen auf globaler Ebene ermöglichen, werden Nachrichten in einem zunehmend komplexen Informationsumfeld erstellt, geteilt und konsumiert. Da digitale Technologien weithin zugänglich sind, ist es für jedermann einfacher als je zuvor, Informationen zu erstellen und weiterzugeben. Vor allem mobile Geräte haben diese Entwicklung beschleunigt: Informationen können nun mit enormer Geschwindigkeit ausgetauscht werden, jederzeit und an jedem Ort. Darüber hinaus hat sich der Konsum von Informationen durch die explodierende Popularität von Social-Media-Plattformen von einer privaten, einsamen Aktivität zu einer öffentlichen und gemeinsamen Aktivität entwickelt. Über diese Plattformen verlassen sich die Menschen zunehmend auf ihre Freunde, Verwandten, Kollegen oder andere Bekannte in ihren Netzwerken, die ihnen mit ihren Empfehlungen den Weg durch das komplexe Informationsnetz weisen. Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass Plattformen nicht als neutrale Kommunikationskanäle dienen. Stattdessen werden sie von Milliarden individueller Nutzer angetrieben, von denen

jeder seinen eigenen Hintergrund, seine eigenen Werte und Ziele hat und von denen jeder Nachrichten produziert, die diese Positionen widerspiegeln.

1.3 Informationsstörung

Das Thema der falschen und gefälschten Informationen im Internet und insbesondere in den sozialen Medien hat in den letzten Jahren zunehmend die Aufmerksamkeit von Wissenschaftlern und politischen Entscheidungsträgern auf sich gezogen. Ereignisse wie die Präsidentschaftswahlen 2016 in den USA, die Brexit-Kampagne im Vereinigten Königreich, die Covid-19-Pandemie und in jüngster Zeit die russische Invasion in der Ukraine haben die Bedrohungen und Risiken von Falschinformationen im Internet in den Vordergrund gerückt.

In ihrem Bericht für den Europarat bezeichnen Wardle und Derakhshan die verschiedenen Arten von falschen oder irreführenden Informationen, die online kursieren, als "Informationsstörung". Genauer gesagt, unterscheiden sie zwischen drei Arten von Informationsstörungen: Fehlinformationen, Desinformationen und Falschinformationen. Die Unterscheidung zwischen diesen drei Arten der Informationsstörung basiert auf zwei Elementen. Erstens wird unterschieden zwischen Nachrichten, die wahr sind, und Nachrichten, die falsch sind. Zweitens wird auf die Absicht hinter der Nachricht geachtet, d. h. ob die Person oder Organisation, die die Nachricht verbreitet hat, die Absicht hatte, Schaden anzurichten, oder ob der Schaden unbeabsichtigt zugefügt wurde.

Es gibt zwei Hauptkategorien von Falschinformationen: Fehlinformationen und Desinformationen. Fehlinformationen sind Informationen, die ungenau oder falsch sind, aber die Person, die sie verbreitet, ist sich ihrer Falschheit nicht bewusst. Mit anderen Worten: Es besteht keine Absicht, andere zu täuschen oder zu schädigen. Fehlinformationen können zwar immer noch Auswirkungen auf die Empfänger haben, werden aber nicht mit der ausdrücklichen Absicht weitergegeben, Schaden anzurichten. Wenn eine nicht den Tatsachen entsprechende Information unbeabsichtigt weitergegeben wird, fällt sie, unabhängig von den zugrunde liegenden Gründen, unter den Begriff der Fehlinformation.

Umgekehrt werden Desinformationen in böswilliger Absicht verbreitet. Die Quelle ist sich der Unwahrheit der Informationen bewusst, verbreitet sie aber trotzdem, um einer Person, einer sozialen Gruppe, einer Organisation oder einem Land zu schaden und somit den Empfänger der Nachricht in die Irre zu führen. Häufig wird die Verbreitung falscher Informationen von dem Wunsch geleitet, eine bestimmte moralische oder politische Perspektive zu fördern oder eine bestimmte Sache voranzutreiben.

Im Gegensatz zu den beiden vorangegangenen Arten beruht die dritte Art, die Fehlinformation, auf sachlichen Informationen. Was sie jedoch zu einer Fehlinformation und nicht nur zu einer "Information" macht, ist, dass diese wahren Informationen mit der Absicht weitergegeben werden, Schaden anzurichten. Der Ursprung der Informationen liegt in der Wahrheit, aber sie werden aus dem Zusammenhang gerissen oder übertrieben, um eine bestimmte moralische oder politische Agenda zu fördern. Bei Falschinformationen geht es im Allgemeinen um Themen wie Hassreden, Belästigung und das Durchsickern vertraulicher Informationen.

Um die Informationsstörung zu verstehen, ist es nützlich zu wissen, dass sie im Allgemeinen drei Elemente umfasst. Das erste zentrale Element der Informationsstörung betrifft die Akteure, die die Information erstellt, produziert und verbreitet haben, sowie ihre Beweggründe für die Information. Zweitens ist es wichtig, die Nachricht und ihre Merkmale, wie

zum Beispiel ihr Format, zu betrachten. Drittens spielt der Interpret eine wichtige Rolle: Wie hat der Empfänger der Nachricht diese interpretiert und welche Maßnahmen hat er als Reaktion auf die Nachricht ergriffen? Dabei ist zu beachten, dass die Zuhörer nur selten passive Empfänger von Informationen sind, sondern die Informationen vor ihrem eigenen Hintergrund interpretieren, z. B. auf der Grundlage ihres sozialen Status, ihrer politischen Vorstellungen oder ihrer bisherigen Erfahrungen.

Die Informationsstörung erfolgt in der Regel in drei Phasen. In der ersten Phase, der Kreation, entwickelt eine Person eine Botschaft. In der Produktionsphase wird diese Botschaft in ein Medienprodukt umgewandelt, das das Potenzial hat, ein breites Publikum zu erreichen. In der Verbreitungsphase schließlich wird die Nachricht veröffentlicht und an die gewünschte Zielgruppe weitergegeben.

Innerhalb der drei übergreifenden Arten von Informationsstörungen gibt es sieben verschiedene Kategorien problematischer Inhalte, die zu einem besseren Verständnis des komplexen Informationsökosystems beitragen. Diese sieben Kategorien werden auf der Grundlage ihrer Täuschungsabsicht in ein Kontinuum eingeordnet.

1. Die erste Kategorie, bei der die Täuschungsabsicht am geringsten ist, ist die Satire oder Parodie. Die Produzenten von Satire haben nicht die Absicht, Schaden anzurichten, aber ihr Inhalt hat das Potenzial, das Publikum zu täuschen. Es ist viel darüber diskutiert worden, ob Satire zu den problematischen Inhalten gezählt werden sollte. Es ist jedoch wichtig festzustellen, dass Satire zunehmend strategisch eingesetzt wird, um Gerüchte und Verschwörungen zu verbreiten, und dass jede Nachricht mit dem Hinweis zurückgewiesen werden kann, dass sie nicht ernst genommen werden sollte. Darüber hinaus stellt der Autor fest, dass als Satire gekennzeichnete Nachrichten immer hasseffüllter und polarisierender werden. Die Unterscheidung zwischen Satire und tatsächlichen Nachrichteninhalten in den sozialen Medien kann aufgrund des Fehlens von Heuristiken oder mentalen Abkürzungen, die wir verwenden, um uns einen Überblick über die Welt um uns herum zu verschaffen, schwierig sein. Während das Layout einer Zeitung verrät, ob ein Artikel im Satire- oder Meinungsteil steht, fehlen diese visuellen Hinweise online und in den sozialen Medien. Mehr noch, online haben bestimmte satirische Nachrichtenwebsites das Layout traditioneller Nachrichtensites übernommen, was es dem Publikum noch schwerer macht, diese Informationsquellen als satirisch zu erkennen. Ein bekanntes Beispiel für eine satirische Nachrichtenseite ist "The Onion".
2. Die zweite Kategorie betrifft falsche Verbindungen: wenn Schlagzeilen, Bildmaterial oder Bildunterschriften nicht mit dem Inhalt der Nachricht übereinstimmen. Diese Art von Inhalten wird manchmal auch als Clickbait-Inhalte bezeichnet, bei denen sensationelle Sprache und Bilder verwendet werden, um zunächst ein Publikum anzulocken und Klicks zu generieren, die dann aber zu kurz greifen, sobald der Leser die Website erreicht.
3. Die dritte Kategorie betrifft irreführende Inhalte, bei denen Informationen in irreführender Weise verwendet werden, um ein Thema oder eine Person in einer bestimmten Weise darzustellen. Irreführende Inhalte können sich auf verschiedene Weise äußern, z. B. durch die Umdeutung von Geschichten in Schlagzeilen, die

Verwendung von Zitatfragmenten oder die Manipulation der Visualisierung von Statistiken. So wird nur der Teil der Geschichte erzählt, der einer bestimmten Position entspricht, um ein bestimmtes Argument zu unterstützen.

4. Die vierte Kategorie problematischer Informationen betrifft den falschen Kontext, der entsteht, wenn echte Inhalte mit falschen Kontextinformationen weitergegeben werden. In diesem Fall wurde ein wahrheitsgemäßer Inhalt so umgestaltet, dass er zu einer anderen, oft gefährlicheren Darstellung passt.
5. Die fünfte Kategorie bezieht sich auf gefälschte Inhalte, die entstehen, wenn echte Informationsquellen nachgeahmt werden. Dies kann z. B. der Fall sein, wenn falsche Inhalte die Logos bekannter, etablierter Organisationen wie NRO oder Nachrichtenorganisationen verwenden. Eine Technik ist die Erstellung von Websites, die wie professionelle Nachrichtenseiten aussehen, aber nur falsche Informationen verbreiten. Die Verbreiter von gefälschten Inhalten können sich auch als einzelne bekannte Persönlichkeiten oder Journalisten auf Social-Media-Plattformen ausgeben, indem sie gefälschte Profile einrichten. Diese Strategie kann sich als besonders wirkungsvoll erweisen, da die Menge an Informationen, die die Nutzer in den sozialen Medien verarbeiten müssen, extrem groß ist und die Menschen daher nicht immer auf die kleinen Details achten, die verraten, dass das Konto eine andere Person darstellt.
6. Die sechste Kategorie betrifft manipulierte Inhalte, d. h. echte Informationen oder Bildmaterial werden in der Absicht manipuliert, das Publikum zu täuschen. Diese Strategie bezieht sich hauptsächlich auf die Veränderung von Fotos und Videos, um eine andere Geschichte oder einen anderen Blickwinkel auf die Geschichte zu vermitteln, als es ursprünglich der Fall war.
7. Die siebte Kategorie schließlich bezieht sich auf gefälschte Inhalte. Gefälschte Inhalte sind neu produzierte Inhalte, die völlig falsch sind und in der Absicht erstellt wurden, zu täuschen und Schaden anzurichten. Die Produzenten von gefälschten Inhalten können sich Nachrichtengeschichten ausdenken und Bilder und Videos produzieren, um ihre Geschichten zu untermauern. Die jüngste Welle von Bildern und Videos, die mit Hilfe künstlicher Intelligenz erstellt wurden, fällt ebenfalls in die Kategorie der gefälschten Inhalte.

Wie die obige Beschreibung zeigt, sind Informationsstörungen im Allgemeinen und Fehlinformationen und Desinformationen im Besonderen komplexe Phänomene. Trotz dieser Komplexität werden diese Phänomene in verschiedenen Veröffentlichungen häufig mit dem Begriff "Fake News" bezeichnet, der allgemein als erfundene Nachrichten verstanden wird, die nachweislich falsch sind und keine sachliche Grundlage haben. In jüngster Zeit wird der Begriff "Fake News" von Wissenschaftlern und Experten auf dem Gebiet der Informationsstörungen zunehmend angefochten, da er zu vage ist und nicht zwischen den verschiedenen Arten von Informationsstörungen unterscheiden kann, da er stattdessen verschiedene Phänomene unter dem Begriff der Informationsstörung zu vereinen scheint, die von unausgewogenen Informationen bis hin zu völlig erfundenen Verschwörungstheorien reichen. Darüber hinaus ist Fake News zu einem hochpolitischen Begriff und einem rhetorischen Mittel geworden, das von Politikern verwendet wird, um die Mainstream-Nachrichtenmedien zu diskreditieren und Journalisten anzugreifen, die kritisch über sie berichtet haben.

1.4 Ursachen für den Glauben an falsche Informationen

Die Theorie des Behaviorismus

Der Behaviorismus ist eine psychologische Theorie, die sich auf beobachtbare Verhaltensweisen konzentriert und die Rolle der Umwelt bei der Formung und Bestimmung des Verhaltens betont. Sie geht davon aus, dass alle Verhaltensweisen, einschließlich kognitiver Prozesse und Überzeugungen, durch externe Reize und die Reaktion des Einzelnen auf diese Reize erklärt werden können.

Nach dem Behaviorismus werden Überzeugungen durch einen Prozess der Konditionierung erworben, in erster Linie durch Verstärkung und Bestrafung. Die Entwicklung von Überzeugungen wird durch die Interaktionen des Einzelnen mit der Umwelt und den Folgen seiner Handlungen beeinflusst. Wenn bestimmte Verhaltensweisen verstärkt oder belohnt werden, ist die Wahrscheinlichkeit größer, dass der Einzelne entsprechende Überzeugungen entwickelt. Es sei darauf hingewiesen, dass der Behaviorismus wegen seiner begrenzten Konzentration auf externe Faktoren und der Vernachlässigung interner mentaler Prozesse wie Gedanken, Gefühle und subjektive Erfahrungen kritisiert wurde. Während der Behaviorismus Einblicke in den Einfluss der Umwelt auf Überzeugungen bietet, wird er der Komplexität der menschlichen Kognition und der Rolle interner Faktoren bei der Überzeugungsbildung nicht vollständig gerecht.

Andere psychologische Theorien, wie die kognitive Psychologie und die sozial-kognitive Theorie, bieten ein umfassenderes Verständnis der Glaubensbildung, indem sie neben **äußeren Reizen auch kognitive Prozesse, soziale Einflüsse und individuelle Erfahrungen** berücksichtigen. Diese Theorien erkennen an, dass Überzeugungen durch eine Kombination von Umweltfaktoren, kognitiven Prozessen und persönlichen Erfahrungen geformt werden.

Sozialer Einfluss

Mit sozialem Einfluss ist der Prozess gemeint, durch den Einzelpersonen oder Gruppen die Gedanken, Gefühle, Einstellungen und Verhaltensweisen anderer beeinflussen. Er umfasst die verschiedenen Arten, in denen Menschen durch die Anwesenheit, die Handlungen oder die Meinungen anderer in ihrem sozialen Umfeld beeinflusst werden. Soziale Beeinflussung kann durch direkte oder indirekte Interaktionen erfolgen und kann **beabsichtigt** oder **unbeabsichtigt** sein.

Es gibt verschiedene Formen des sozialen Einflusses, die umfassend untersucht wurden. **Konformität** bezieht sich auf die Tendenz des Einzelnen, seine Gedanken, Überzeugungen und Verhaltensweisen an die einer Mehrheit oder einflussreichen Gruppe anzupassen.

Menschen passen sich oft an soziale Normen oder Erwartungen an, um Akzeptanz zu erlangen, Konflikte zu vermeiden oder die Zustimmung anderer zu erhalten.

Unter Compliance versteht man die Änderung des eigenen Verhaltens als direkte Reaktion auf eine Aufforderung oder einen Befehl einer anderen Person oder Gruppe. Sie tritt in der Regel in Situationen auf, in denen eine Autoritätsperson wahrgenommen wird, oder wenn Menschen negative Konsequenzen vermeiden oder Belohnungen erhalten wollen. Ähnlich wie die Befolgung ist der Gehorsam, nur dass es sich dabei um die Befolgung der Befehle oder Anweisungen einer Autoritätsperson handelt, typischerweise in hierarchischen Situationen. Gehorsam kann auch dann geleistet werden, wenn die geforderten Handlungen den persönlichen Überzeugungen oder Werten einer Person widersprechen.

Die nächste Form ist die **Überzeugung**. Sie beinhaltet den Versuch, die Einstellung, den Glauben oder das Verhalten einer Person durch Kommunikation und Argumentation zu ändern. Zu den Überzeugungstechniken gehören logische Argumente, emotionale Appelle, glaubwürdige Quellen und Taktiken der sozialen Beeinflussung wie soziale Beweise (z. B. Testimonials) oder Knappheit (z. B. zeitlich begrenzte Angebote).

Wenn die Anwesenheit anderer die Leistung einer Person bei einfachen oder gut eingeübten Aufgaben erhöht, liegt **soziale Erleichterung** vor. Die bloße Anwesenheit anderer kann die Erregung und Motivation erhöhen, was zu einer besseren Leistung führt.

Soziales Faulenzen ist die Tendenz von Einzelpersonen, sich weniger anzustrengen, wenn sie als Teil einer Gruppe arbeiten, als wenn sie einzeln arbeiten. Dieses Phänomen tritt auf, wenn der Einzelne das Gefühl hat, dass seine Beiträge weniger erkennbar sind oder wenn er seine Anstrengungen aufgrund der Anwesenheit anderer als weniger notwendig erachtet. Es ist eine Folge der verminderten persönlichen Verantwortlichkeit in einem kollektiven Umfeld. Ein weiteres, damit zusammenhängendes Phänomen, das auftritt, wenn Gruppenmitglieder Harmonie und Konsens über kritisches Denken und unabhängige Entscheidungsfindung stellen, ist als **Gruppendenken** bekannt, das zu fehlerhaften Entscheidungen und zur Unterdrückung abweichender oder alternativer Standpunkte innerhalb der Gruppe führen kann.

Sozialer Einfluss spielt bei verschiedenen Aspekten des menschlichen Verhaltens eine wichtige Rolle, z. B. bei der Konformität mit gesellschaftlichen Normen, politischen Einstellungen, Gruppendynamik und öffentlicher Meinungsbildung. Forscher haben den sozialen Einfluss ausgiebig untersucht, um die dahinter stehenden Mechanismen und seine **Auswirkungen auf Individuen und Gesellschaften** besser zu verstehen.

Der Glaube an falsche Informationen

Der Glaube an falsche Informationen ist ein weit verbreitetes Phänomen, das von verschiedenen Faktoren beeinflusst wird. Es ist wichtig, sich dieser Faktoren bewusst zu sein und bei

der Bewertung von Informationen **kritisches Denken, Skepsis und die Verwendung zuverlässiger Quellen** anzustreben. Durch die Entwicklung von Medienkompetenz und das Überprüfen von Informationen, bevor sie als wahr akzeptiert werden, kann der Einzelne die Auswirkungen von Falschinformationen auf seine persönlichen Überzeugungen und Entscheidungsprozesse minimieren.

Menschen können aus verschiedenen Gründen an falsche Informationen glauben: Sehen wir uns einige von ihnen genauer an:

- **Mangel an glaubwürdigen Quellen:** Wenn sich Menschen auf unzuverlässige oder voreingenommene Informationsquellen verlassen, ist die Wahrscheinlichkeit größer, dass sie auf falsche oder irreführende Informationen stoßen. Es ist wichtig, die Glaubwürdigkeit von Quellen zu überprüfen, bevor man die Informationen als wahr akzeptiert.
- **Bestätigungsvoreingenommenheit:** Menschen suchen oft nach Informationen, die ihre bereits bestehenden Überzeugungen oder Meinungen bestätigen. Diese Tendenz kann dazu führen, dass sie falsche Informationen akzeptieren, die mit ihrer Weltanschauung übereinstimmen, während sie widersprüchliche Beweise außer Acht lassen oder abtun.
- **Kognitive Abkürzungen:** In manchen Fällen verwenden Menschen Heuristiken oder mentale Abkürzungen, um Informationen schnell zu verarbeiten. Diese Abkürzungen können zwar effizient sein, sie können aber auch zu Fehleinschätzungen führen und dazu führen, dass Menschen falsche Informationen akzeptieren, ohne sie kritisch zu bewerten.
- **Emotionale Argumentation:** Emotionen können die Glaubensbildung beeinflussen. Wenn Menschen starke emotionale Bindungen oder Vorurteile haben, neigen sie eher dazu, Informationen zu akzeptieren, die ihren emotionalen Zustand unterstützen, auch wenn sie nicht korrekt sind.
- **Sozialer Einfluss:** Menschen werden oft durch ihr soziales Umfeld beeinflusst, einschließlich Freunde, Familie und soziale Netzwerke. Wenn falsche Informationen innerhalb einer bestimmten sozialen Gruppe oder Online-Community weit verbreitet sind, ist es wahrscheinlicher, dass Menschen diese Überzeugungen übernehmen, ohne ihre Gültigkeit zu hinterfragen.
- **Begrenzte Kenntnisse oder Fachwissen:** Mangelndes Wissen oder Fachkenntnisse in einem bestimmten Bereich können Menschen anfälliger für falsche Informationen machen. Ohne die notwendigen Hintergrundinformationen oder die Fähigkeit zum kritischen Denken wird es leichter, Fehlinformationen als wahr zu akzeptieren.
- **Mangelnde Medienkompetenz:** Unzureichende Kenntnisse darüber, wie man Informationen kritisch beurteilt und bewertet, können dazu beitragen, dass man falschen Informationen Glauben schenkt. Ohne die erforderliche Medienkompetenz kann es dem Einzelnen schwer fallen, zuverlässige Quellen von unzuverlässigen zu unterscheiden.

Soziale Medien und kontinuierliche Verhaltensänderung

Social-Media-Plattformen sind ein fester Bestandteil des Lebens vieler Menschen geworden und haben einen erheblichen Einfluss auf das menschliche Verhalten. Diese Plattformen nutzen verschiedene Techniken, um die Nutzer einzubinden und zur ständigen Interaktion anzuregen, was häufig zu einer Verhaltensänderung führt.

Wir leben heute in einem Zeitalter, das von Technologie und sozialen Medien geprägt ist. Diese Plattformen sind zum wichtigsten Mittel geworden, über das wir Gedanken, Emotionen und Wünsche austauschen und uns an Interaktionen beteiligen, oft in virtuellen Welten. Infolgedessen hat sich die Ebene des Glaubens und des Vertrauens erweitert und spielt eine wichtige Rolle bei der Gestaltung zwischenmenschlicher Beziehungen, einschließlich wichtiger Aspekte bestehender Werte und gesellschaftlich gültiger Überzeugungen. Der Prozess läuft nahtlos ab, da viele von uns ständig verschiedene Geräte benutzen. Ohne dass wir es merken, werden wir ständig verfolgt und überwacht, und wir erhalten ständig technische Rückmeldungen. Allmählich werden wir auf subtile Weise von Technikern beeinflusst und in den Bann gezogen, deren Identität verborgen bleibt und deren Beweggründe unklar sind. Algorithmen konsumieren unersättlich umfangreiche Daten über uns und tragen so zu diesem verschlungenen Netz der Beeinflussung bei.

Soziale Medien üben ihren Einfluss auf das Verhalten durch die Implementierung von Algorithmen aus, die Inhalte kuratieren und den Nutzern anzeigen. Diese Algorithmen sind speziell darauf ausgerichtet, das Engagement der Nutzer zu maximieren, indem individuelle Vorlieben, Verhaltensmuster und demografische Informationen analysiert werden.

Infolgedessen werden den Nutzern oft Inhalte präsentiert, die ihren Interessen entsprechen, so dass sie sich länger mit ihnen beschäftigen. Social-Media-Plattformen setzen eine Reihe von **psychologischen Techniken** ein, um bestimmte Verhaltensweisen bei den Nutzern hervorzurufen. Eine dieser Techniken ist der strategische Einsatz von Benachrichtigungen und Warnungen, die ein Gefühl der Dringlichkeit vermitteln und die Nutzer dazu veranlassen, ihre Konten häufig zu überprüfen.

All diese und viele andere Messungen wurden durch massive Spionage mit ähnlichen Messwerten über das Leben einer Vielzahl anderer Menschen abgeglichen. Algorithmen setzen das, was wir tun, in Beziehung zu dem, was fast jeder andere getan hat. Die Algorithmen verstehen uns nicht wirklich, aber in Zahlen liegt Macht, besonders in großen Zahlen. Sogenannte Werbetreibende (direkte Manipulatoren) können den Moment nutzen, in dem wir perfekt vorbereitet sind, und uns dann mit Botschaften beeinflussen, die bei anderen Menschen, die ähnliche Eigenschaften und Situationen wie wir aufweisen, funktioniert haben. Jetzt erhält jeder, der in den sozialen Medien aktiv ist, individualisierte, ständig angepasste Reize, was als kontinuierliche Verhaltensänderung verstanden werden könnte. Die Plattformen nutzen auch Funktionen wie "Likes", "Kommentare" und "Shares", um ein Gefühl der sozialen Bestätigung zu schaffen, das bestimmte Verhaltensweisen wie die Suche nach Zustimmung oder Bestätigung durch andere verstärkt.

Ein weiterer Aspekt der Verhaltensänderung in sozialen Medien ist die spielerische Gestaltung der Nutzerinteraktionen. Die Plattformen verwenden häufig spielähnliche Elemente wie Abzeichen, Belohnungen und Bestenlisten, um die Nutzer dazu zu bewegen, sich häufiger zu engagieren und sich mit anderen zu messen. Diese Elemente zapfen das menschliche

Verlangen nach Leistung und Anerkennung an und fördern so süchtig machende Verhaltensmuster.

Soziale Medienplattformen nutzen **persuasive Designtechniken**, um das Nutzerverhalten zu beeinflussen. Sie nutzen das Design der Benutzeroberfläche, Mikrointeraktionen und personalisierte Empfehlungen, um die Nutzer zu bestimmten Aktionen zu bewegen.

Es ist wichtig, darauf hinzuweisen, dass soziale Medienplattformen nicht von Natur aus böswillige Absichten haben. Sie zielen in erster Linie darauf ab, das Engagement der Nutzer zu erhöhen und personalisierte Erfahrungen zu bieten. Die ständige Exposition gegenüber maßgeschneiderten Inhalten und Techniken zur Verhaltensänderung kann jedoch potenziell zu negativen Folgen führen, z. B. zu Suchtverhalten, einer geringeren Aufmerksamkeitsspanne und sogar zur Verstärkung schädlicher Überzeugungen oder Echokammern.

Als Nutzer ist es wichtig, sich dieser Techniken zur Verhaltensänderung bewusst zu sein und unsere Nutzung der sozialen Medien aktiv zu steuern. Dazu kann es gehören, die Bildschirmzeit zu begrenzen, die Informationsquellen zu diversifizieren, die Inhalte, die wir konsumieren, kritisch zu bewerten und auf die möglichen Auswirkungen auf unser Verhalten und unser Wohlbefinden zu achten.

Menschliche Bedürfnisse und emotionale Bindung

Der Mensch versucht durch sein Handeln, seine Bedürfnisse zu befriedigen. Diese Bedürfnisse dienen als Triebfeder, die uns antreibt, unser maximales Potenzial zu erreichen. Die Grundbedürfnisse sind universell und gelten für alle Menschen, unabhängig vom kulturellen, sozialen oder wirtschaftlichen Umfeld, in dem eine Person lebt. Zusätzlich zu den grundlegenden physiologischen Bedürfnissen wie Wasser, Nahrung und Schlaf hat der Mensch eine Reihe von Bedürfnissen, die weniger offensichtlich, aber dennoch für sein Wohlbefinden unerlässlich sind. Dabei handelt es sich um psychologische Bedürfnisse, die ebenso wie die physiologischen biologischer Natur sind. Wir alle verfügen über innere Ressourcen, die es uns ermöglichen, ständig nach Erfüllung und Zufriedenheit zu streben.

Abraham Maslow entwickelte die psychologische Theorie, die unsere Bedürfnisse in grundlegende und höhere Ebenen einteilt.

Nach Maslows Theorie können wir die Bedürfnisse einer höheren Ebene nicht befriedigen, wenn wir die Bedürfnisse einer niedrigeren Ebene nicht befriedigen. Erst wenn die Bedürfnisse einer niedrigeren Ebene erfüllt sind, verspüren wir den Wunsch, die Bedürfnisse einer höheren Ebene zu erfüllen. Heute sind sich die meisten Psychologen einig, dass wir eine größere Anzahl unterschiedlicher Bedürfnisse gleichzeitig befriedigen können. Ein Individuum kann durch die Befriedigung "niedriger" Bedürfnisse sogar stärker motiviert sein als durch "höhere" Bedürfnisse.



Abraham Maslowsche Hierarchie:

In der heutigen Gesellschaft werden psychische Bedürfnisse häufig vernachlässigt, obwohl sie für unser Wohlbefinden so wichtig sind. Wenn sie über einen längeren Zeitraum nicht erfüllt werden, können sie zu Angst, Melancholie, Abhängigkeit und Sucht führen. Es ist wichtig, dass wir uns bemühen, diese Bedürfnisse zu befriedigen.

Diese psychologischen Bedürfnisse sind:

1. Das Bedürfnis, Zuneigung zu geben und zu empfangen;
2. Das Bedürfnis nach Zweck, Zielen und Sinn;
3. Das Bedürfnis nach Zugehörigkeit und Gemeinschaft;
4. Das Bedürfnis nach Herausforderung und Kreativität;
5. Das Bedürfnis nach Intimität;
6. Das Bedürfnis, die Situation zu kontrollieren;
7. Das Bedürfnis nach Position und Status;
8. Das Bedürfnis nach Sicherheit.

Die weit verbreitete Nutzung sozialer Medien in der heutigen Gesellschaft hat die Art und Weise beeinflusst, wie zwischenmenschliche Beziehungen entstehen und aufrechterhalten werden. Oftmals dienen diese digitalen Plattformen nicht nur als Mittel für soziale Kontakte, sondern auch als Wege für emotionale Bindungen. Dieses Phänomen zeigt sich zunehmend auf verschiedenen Medienplattformen, die einen erheblichen Einfluss auf unsere Werte, Überzeugungen und Wünsche haben. Ohne Selbstreflexion und kritisches Denken werden wir durch diese Kanäle anfällig für **emotionale Manipulation**. Deshalb ist es wichtig, ein Verständnis für unsere emotionalen Bedürfnisse zu entwickeln und zu verstehen, wie sie ausgenutzt werden können, was zu emotionalem Hijacking führt.

Was sind emotionale Bedürfnisse?

Emotionale Bedürfnisse sind Gefühle oder Emotionen, die wir brauchen, um uns friedlich, glücklich und zufrieden zu fühlen. Werden unsere emotionalen Bedürfnisse nicht erfüllt, fühlen wir uns frustriert, unglücklich und unzufrieden. Beispiele für emotionale Bedürfnisse sind das Gefühl, geschätzt zu werden, sich sicher zu fühlen, ein Gefühl der Zugehörigkeit zu haben usw. Der Mensch gedeiht durch emotionale und soziale Unterstützung. Wir suchen nach emotionaler Nahrung genauso wie nach körperlicher Nahrung. Wir alle haben emotionale Bedürfnisse, die wir befriedigen müssen, und jeder von uns hat eine andere Gruppe von Bedürfnissen. Dabei können unsere emotionalen Bedürfnisse von unseren Kindheits-erfahrungen, unserer Persönlichkeit, unserer Identität und anderen Faktoren abhängen, die unsere Individualität ausmachen.

Im Folgenden stellen wir einige grundlegende emotionale Bedürfnisse dar, die die Grundlage für unsere emotionale Bindung bilden:

1. **Zuneigung:** Eines der grundlegenden emotionalen Bedürfnisse ist Zuneigung. Zuneigung ist notwendig, um die Bindung zu stärken.
2. **Akzeptanz:** Wir alle brauchen ein soziales Umfeld, das uns akzeptiert. Dieses Bedürfnis nach Akzeptanz kann ein Gefühl der Zugehörigkeit schaffen, das wir alle brauchen, um zu gedeihen, z. B. um Rat und Unterstützung zu bitten, Ziele für die Zukunft zu teilen, gemeinsame Aktivitäten zu planen usw.

3. **Sicherheit:** Sicherheit und das Gefühl der Geborgenheit gehören zu den grundlegenden emotionalen Stützen, die wir brauchen, um zurechtzukommen, z. B. sich sicher zu fühlen, Gefühle zu teilen, zu wissen, dass man unterstützt wird, usw. Hier ist es wichtig zu betonen, dass das **Setzen von Grenzen** Ihr Gefühl von Sicherheit und Geborgenheit verbessern kann. Auf diese Weise wissen Sie, was Sie brauchen und dass es Grenzen gibt, die die anderen nicht überschreiten dürfen.
4. **Eigenständigkeit:** Wenn unsere sozialen Beziehungen wachsen, wachsen wir mit ihnen. Wir beginnen oft, Interessen, Hobbys und andere Aktivitäten zu teilen. Auch wenn es wichtig ist, zu teilen und zu einer Einheit zusammenzuwachsen, ist es wichtig, ein Gefühl für sich selbst zu behalten. Vergessen Sie nicht, dass Sie ein eigenständiges Individuum mit einer eigenen Persönlichkeit sind. Autonomie ist ein wichtiges emotionales Bedürfnis, das nicht ignoriert werden sollte. Wenn Sie das Gefühl haben, dass Sie Ihr Selbstwertgefühl und Ihre Identität verlieren, sollten Sie einen Schritt zurücktreten.
5. **Validierung:** Wir alle haben das Bedürfnis, angehört und bestätigt zu werden. Wenn Ihre Bedenken entkräftet und abgetan werden, kann dies zu Unmut führen.
6. **Vertrauen:** Vertrauen und Sicherheit sind zwei emotionale Bedürfnisse, die eng miteinander verbunden sind. Die Befriedigung dieses emotionalen Bedürfnisses ist einer der wichtigsten Aspekte unserer emotionalen Bedürfnisse.

Ebenso wichtig wie die Befriedigung unserer grundlegenden physischen und psychischen Bedürfnisse ist die Befriedigung unserer **emotionalen Bedürfnisse**. Wir wissen nicht, dass wir Mitgefühl, Empathie, Zuneigung, Verbindung und Akzeptanz brauchen, um uns lebendig und vollständig zu fühlen.

Emotionale Bindungen und soziale Medien spielen in der heutigen Gesellschaft eine besonders interessante Rolle. Der technologische Fortschritt und die weit verbreitete Nutzung von Medienplattformen haben die Art und Weise, wie Menschen emotionale Bindungen aufbauen und aufrechterhalten, erheblich beeinflusst.

Die emotionale Bindung an die sozialen Medien kann jedoch auch verschiedene negative Folgen haben. Wenn man zu viel Zeit in sozialen Medien verbringt, kann dies zu Angstzuständen, Depressionen und Einsamkeit führen. Sich ständig mit anderen zu vergleichen und Bestätigung durch Likes und Kommentare zu suchen, kann sich negativ auf das Selbstwertgefühl und die allgemeine psychische Gesundheit auswirken. Paradoxe Weise kann zu viel Zeit in den sozialen Medien zu sozialer Isolation im wirklichen Leben führen. Die Fokussierung auf virtuelle Interaktionen kann dazu führen, dass persönliche Kontakte und sinnvolle Verbindungen zu Freunden, Familie und der Gemeinschaft verloren gehen.

Auf den Plattformen der sozialen Medien wird oft ein idealisiertes Bild vom Leben der Menschen gezeichnet, das die aufregenden und positiven Aspekte hervorhebt. Dies kann die Angst auslösen, etwas zu verpassen, und dazu führen, dass man ständig seine Feeds überprüft, um auf dem Laufenden zu bleiben, was zu Stress und Unzufriedenheit führen kann. Sie neigen dazu, die besten Momente und Höhepunkte aus dem Leben der Menschen zu zeigen, was zu einer verzerrten Wahrnehmung der Realität führt. Der ständige Kontakt

mit sorgfältig kuratierten Bildern und Posts kann zu unrealistischen Erwartungen und Unzufriedenheit mit dem eigenen Leben führen.

Emotionale Bindungen können in der Tat eine wichtige Rolle dabei spielen, **dass Menschen auch an Desinformationen oder Fehlinformationen glauben**. Der Mensch ist ein soziales Wesen, und unsere Überzeugungen, Werte, Einstellungen und Bedürfnisse werden oft durch unsere Beziehungen zu anderen geprägt. Wenn wir emotionale Bindungen zu bestimmten Personen oder Gruppen aufbauen, neigen wir dazu, ihren Ansichten eher zu vertrauen und sie zu akzeptieren.

Fehlinformationen und Desinformationen können so gestaltet sein, dass sie starke emotionale Reaktionen hervorrufen, wie z. B. Angst, Wut oder Aufregung. Diese emotionalen Auslöser machen die Informationen einprägsamer und überzeugender, und sie können kritisches Denken und eine rationale Bewertung der Nachrichten außer Kraft setzen.

Auf diese Weise kann emotionale Bindung ein Gefühl der Identität und Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gemeinschaft oder Ideologie schaffen. Die Menschen sind eher bereit, Informationen zu akzeptieren und weiterzugeben, die mit den Überzeugungen ihrer Gruppe übereinstimmen, selbst wenn es an Beweisen mangelt oder sie falsch sind. Dieser Gruppenzusammenhalt kann dazu führen, dass Fehlinformationen innerhalb geschlossener Echo-kammern verbreitet werden, wodurch falsche Narrative verstärkt und emotionale Bindungen weiter gestärkt werden.

Um das Problem der emotionalen Bindung und des Glaubens an Fehlinformationen anzugehen, ist es von entscheidender Bedeutung, die Fähigkeiten zum kritischen Denken, die Medienkompetenz und das Überprüfen von Fakten zu fördern. Die Ermutigung des Einzelnen, Informationen zu hinterfragen, mehrere Quellen zu bewerten und alternative Standpunkte in Betracht zu ziehen, kann dazu beitragen, dem Einfluss emotionaler Voreingenommenheit entgegenzuwirken. Die Förderung eines offenen Dialogs und respektvoller Diskussionen kann den Menschen die Möglichkeit geben, ihre eigenen Überzeugungen zu hinterfragen und sich mit anderen Perspektiven auseinanderzusetzen.

1.5 Wie funktionieren Fehlinformation und Desinformation?

Die Verbreitung von Falsch- und Desinformationen

Da Menschen dazu neigen, Fehler zu machen und gelegentlich zu lügen, stellen Fehlinformationen, d. h. Informationen, die sich letztlich als falsch erweisen, eine unvermeidliche Schwierigkeit in unserem Streben nach korrektem Wissen und wirksamer Kommunikation dar. Dies reicht jedoch nicht aus, um das Hauptproblem des einundzwanzigsten Jahrhunderts zu erklären: die Verbreitung von Falschinformationen und der Schaden, den sie für die Fähigkeit der Menschen, sich zu erinnern und vernünftige Entscheidungen zu treffen, anrichten. Wahlen, Volksabstimmungen, politische und religiöse Verfolgung und die internationale Reaktion auf die COVID-19-Epidemie wurden alle mit der Verbreitung von Falschinformationen in Verbindung gebracht.

Moderne technologische Fortschritte sind für das Verständnis der Psychologie und der Hintergründe der Propaganda unerlässlich. Römische Kaiser gelangten mit Hilfe von Propaganda, die durch Münzen mit versteckten Botschaften verbreitet wurde, an die Macht, während sich die Propagandamaschine der Nazis weitgehend auf die Presse, das Radio und den Film stützte, um die Massen zu erreichen. Die heutigen Desinformationsbemühungen haben vor allem aufgrund der weit verbreiteten Nutzung des Internets eine noch nie dagewesene Reichweite. Das Internet hat ein riesiges Publikum und ermöglicht es, überzeugende Botschaften entsprechend dem individuellen Persönlichkeitstyp eines jeden Nutzers zu gestalten. Wenn der Kommunikationskontext die Bestätigung früherer Meinungen begünstigt (so genannte Echokammern, siehe Kapitel 1.6), können die Nutzer nur begrenzt mit Material konfrontiert werden, das ihren Weltanschauungen widerspricht. Obwohl die Auswirkungen von Echokammern auf die Ansichten und Handlungen der Menschen Gegenstand einiger Diskussionen sind, bietet das Internet ein perfektes Medium für die schnelle Verbreitung von Fehlinformationen auf Kosten der Wahrheit.

Um Desinformation zu bekämpfen, wird in der Wissenschaftskommunikation traditionell das "Informationsdefizit-Modell" angewandt, das den Schwerpunkt auf die Unwissenheit der Menschen und nicht auf die Verfügbarkeit alternativer Standpunkte legt. Daher kann die Wirkung von Falschinformationen durch eine klare und präzise Erläuterung der relevanten Fakten abgeschwächt werden. Die kognitiven, sozialen und affektiven Determinanten der Einstellungsbildung und Wahrheitsbewertung werden beim Informationsdefizitansatz jedoch außer Acht gelassen. Manche Menschen ignorieren zum Beispiel die weit verbreitete wissenschaftliche Einsicht, dass der Klimawandel real ist, oder weigern sich, sich impfen zu lassen, obwohl sie die Risiken kennen. Faktoren wie Verschwörungsdenken, Ängste, Identitätsausdruck und motivierte Argumentation (Argumentation, die mehr auf persönlichen oder moralischen Überzeugungen als auf objektiven Beweisen beruht) tragen zu dieser Ablehnung der Wissenschaft bei, die über einfache Unwissenheit hinausgeht. Daher ist es von entscheidender Bedeutung, die kognitive Architektur und das soziale Umfeld der einzelnen

Entscheidungsträger zu berücksichtigen, um die Psychologie der Desinformation zu verstehen und herauszufinden, wie sie angegangen werden kann.

Treiber für falsche Überzeugungen

Falsche Informationen sind sehr wichtig für die Entwicklung falscher Überzeugungen. Die Entstehung unwahrer Konzepte wird durch eine Reihe kognitiver, sozialer und affektiver Faktoren beeinflusst; dennoch ist ein mangelnder Zugang zu qualitativ hochwertigen Informationen nicht unbedingt der primäre Vorläufer. In den meisten Fällen können dieselben Prozesse, die wahre Überzeugungen hervorbringen, auch falsche hervorbringen. Menschen neigen dazu, den Wahrheitsgehalt von Informationen zu akzeptieren und sich bei Entscheidungen eher auf ihre Intuition und ihr "Bauchgefühl" zu verlassen als auf Überlegungen.

Verschwörungstheorien über den Ursprung des Virus sind der Öffentlichkeit sicherlich mehr als einmal präsentiert worden, und dies kann dazu geführt haben, dass die Bevölkerung sie für wahr hält. Die Stärke peripherer Hinweise wie Vertrautheit (ein Signal dafür, dass eine Nachricht bereits bekannt ist), flüssige Verarbeitung (ein Signal dafür, dass eine Nachricht entweder kodiert oder mühelos abgerufen werden kann) und Kohäsion (ein Signal dafür, dass die Elemente einer Nachricht im Gedächtnis Bezüge haben, die in sich konsistent sind) als Signale für Wahrheit nimmt mit der Wiederholung zu, wodurch der Effekt der Scheinwahrheit entsteht. Somit profitieren sowohl Unwahrheiten als auch verifiziertes Wissen von der Wiederholung. Monate nach dem ersten Auftreten können Scheinwahrheiten bestehen bleiben, unbeeinflusst von der kognitiven Kapazität oder dem Vorhandensein widersprüchlicher Ratschläge aus einer zuverlässigen Quelle oder früherem Wissen. Man könnte auch die "Abkürzung" nehmen und einfach die eigenen vorgefassten Meinungen als richtig akzeptieren. Wenn Schlagzeilen mit der Sichtweise des Lesers übereinstimmen, ist es wahrscheinlicher, dass man ihnen vertraut. Parteiliche Voreingenommenheit kann auch dazu führen, dass politische Skandale geschönt wiedergegeben werden. Es stimmt, dass sich die eigene Weltanschauung auf die Fähigkeit auswirken kann, falsche oder desinformierende Schlagzeilen zu erkennen, aber auch intuitives (oder "faules") Denken kann eine Rolle spielen.

In ähnlicher Weise kann es den Menschen helfen, bessere Entscheidungen zu treffen, wenn man ihnen Zeit zum Nachdenken gibt. Der Glaube an falsche Nachrichten, aber nicht an echte Nachrichten, wird verringert, wenn der erste Eindruck nach weiterer Überlegung revidiert werden kann. Wenn man den Menschen beibringt, "wie ein Faktenprüfer zu denken", werden sie motiviert, ihr eigenes Fachwissen zu nutzen und nicht nur Vermutungen anzustellen.

Der Glaube wird zum Teil durch die Wissensquelle geprägt, weil sie soziale Hinweise vermittelt. Im Allgemeinen sind Menschen eher bereit, einer Nachricht zu glauben und sich von ihr überzeugen zu lassen, wenn sie glauben, dass sie aus einer zuverlässigen Quelle

stammt. Wenn Menschen eine menschliche Informationsquelle als attraktiv, einflussreich und vertrauenswürdig ansehen, vertrauen sie eher dem, was sie zu sagen haben. Menschen vertrauen eher den Meinungen der Mitglieder ihrer sozialen Gruppe als denen von Außenstehenden, messen allen Meinungen das gleiche Gewicht bei, unabhängig von der Fachkenntnis des Sprechers, und gehen fälschlicherweise davon aus, dass ihre Überzeugungen weithin geteilt werden, obwohl es in Wirklichkeit nur ein geringes Maß an Überschneidungen gibt. Da viele Menschen ihr Vertrauen in Experten und politische Eliten setzen und diese die Möglichkeit haben, die öffentliche Meinung zu verändern, kann es erheblichen Schaden anrichten, wenn führende Persönlichkeiten falsche Behauptungen aufstellen.

Außerdem werden Hinweise auf die Glaubwürdigkeit einer Informationsquelle häufig übersehen, ignoriert, vergessen oder verwechselt.

Falsche Überzeugungen können auch durch den emotionalen Ton der verbreiteten Informationen beeinflusst werden. Emotionale Appelle finden sich häufig in irreführenden Inhalten, die im Internet häufig ("viral") verbreitet werden.

Wenn Menschen versuchen, jemanden von etwas zu überzeugen, greifen sie aus irgendeinem Grund automatisch zu einer gefühlsbetonten Sprache, weil sie wissen, dass dies besser funktioniert. Wenn sie effektiv eingesetzt werden, können Emotionen das Publikum beeinflussen, indem sie die Aufmerksamkeit von anderen, möglicherweise aussagekräftigeren Merkmalen, wie der Zuverlässigkeit der Quelle, ablenken.

Der emotionale Zustand eines Menschen kann sich auch auf seine Fähigkeit auswirken, Schlüsse aus Informationen zu ziehen. Die Ermutigung, sich auf seine Gefühle zu verlassen, macht die Menschen anfälliger für Desinformation, da ihnen suggeriert wird, dass ihre Gefühle zuverlässige Wissensquellen sind. In ähnlicher Weise kann eine sehr optimistische Grundstimmung anfälliger für Tricks und die Illusion von Wahrheit machen. Traurigkeit kann also einen nützlichen Zweck erfüllen, indem sie die Menschen weniger vertrauensvoll macht. Fehlinformationen, die mit den eigenen politischen Überzeugungen übereinstimmen, werden ebenso wie COVID-19-bezogene Fehlinformationen durch Wut begünstigt. Und schließlich kann soziale Isolation, die tendenziell eine negative Stimmung hervorruft, die Sensibilität für konspiratives Material erhöhen.

Hindernisse für das Überdenken einer Überzeugung

Die Theorie des Informationsdefizits geht implizit davon aus, dass falsche Überzeugungen ausgeräumt werden können, sobald die richtigen Informationen zur Verfügung stehen. Doch selbst nachdem eine Korrektur erfolgt ist und diese als richtig akzeptiert wurde, können sich falsche Informationen immer noch auf die Überzeugungen der Menschen auswirken. Der Begriff "continued influence effect" (CIE) beschreibt diese anhaltende Wirkung. Selbst nachdem sie korrigiert wurden, können falsche Informationen die Bereitschaft der Verbraucher beeinflussen, für ein Produkt zu bezahlen oder einen Beitrag in den sozialen Medien zu teilen.

Strategien zur Korrektur von falschen Informationen

Interventionen gegen Desinformation müssen mentale, zwischenmenschliche und emotionale Hindernisse überwinden. Bei den meisten Korrekturen handelt es sich um sachliche Argumente, die auf die Fehler im ursprünglichen Beitrag eingehen und sie durch die richtigen Informationen ersetzen. Auch den logischen Widersprüchen, die für bestimmte Formen der Fehlinformation charakteristisch sind, kann entgegengewirkt werden, z. B. durch Antworten, die auf die offensichtlichen Widersprüche zwischen Behauptungen wie "die globale Temperatur kann nicht genau gemessen werden" und "die Temperaturlaufzeichnungen zeigen, dass sie sich abgekühlt hat" hinweisen. Solche logischen Korrekturen könnten einen breiteren Schutz gegen Desinformationskampagnen bieten, die dieselben logischen Fehler und Täuschungsstrategien anwenden. Eine dritte Methode besteht darin, die Quelle des Materials zu diskreditieren oder die falschen Informationen weniger plausibel erscheinen zu lassen. Das Korrigieren von Falschinformationen kann eine Kombination von Strategien beinhalten, wie z. B. das Aufzeigen von Irrtümern in der Argumentation sowie von Fehlern in den Informationen selbst. Im weiteren Sinne kann man zwischen proaktiven (Prebunking) und reaktiven (Debunking) Techniken unterscheiden. Das Ziel des Prebunking ist es, den Menschen die Mittel an die Hand zu geben, die sie brauchen, um neue Formen der Desinformation zu erkennen und zurückzuweisen, wenn sie ihnen begegnen. Beim Debunking geht es darum, einzelnen falschen Behauptungen entgegenzutreten, nachdem sie aufgedeckt wurden.

Auswirkungen für Praktiker

Es gibt viele Möglichkeiten, die beste Strategie zur Bekämpfung von Desinformation zu finden. Die Bekämpfung von Falschinformationen erfordert zunächst die Ermittlung der Quellen und des Ursprungs der falschen Informationen. Traditionelle Nachrichtensender können Desinformationen durch Meinungsartikel, bezahlte Inhalte oder die unkritische Wiederholung von Behauptungen von Politikern verbreiten, obwohl die sozialen Medien als Fehlinformationsvektor an Bedeutung gewinnen. Fachleute müssen in der Lage sein, gängige Desinformationsthemen im Voraus zu widerlegen oder schnell zu entlarven, indem sie praktikable alternative Geschichten bereithalten. Organisationen wie das International Fact-Checking Network und die Weltgesundheitsorganisation bilden häufig Koalitionen, um dieses Ziel zu erreichen. Praktiker müssen sich darüber im Klaren sein, dass einfache Rücknahmen nicht ausreichen, um die Auswirkungen von Falschinformationen zu verringern, und dass Maßnahmen in der Regel mit der Zeit ihre Wirksamkeit verlieren. Daher sollten Praktiker bereit sein, mehrfach Maßnahmen zu ergreifen. Die Fähigkeit, überzeugende Geschichten zu erzählen, die durch Beweise gestützt werden, ist für eine wirksame Abhilfe entscheidend. Anekdoten und Geschichten können trügerisch sein, aber eine narrative Struktur ist nicht erforderlich. Die Fähigkeit, zwischen Fakten und Meinungen zu unterscheiden, ist ebenfalls eine Fähigkeit, die erlernt werden kann. Eine deutlichere

Kennzeichnung kann die Leser dazu veranlassen, ihr Verständnis und ihre Interpretation von Artikeln entsprechend zu ändern, auch wenn die meisten Nachrichtenkonsumenten die inhaltliche Kennzeichnung, die darauf hinweist, dass es sich um Nachrichten, Meinungen oder Werbung handelt, nicht bemerken oder verstehen. Die Kennzeichnung kann die Leser zum Beispiel misstrauisch gegenüber gesponsertem Material machen. Warnhinweise sind hilfreich, aber sie können nicht verhindern, dass der Inhalt eine Wirkung entfaltet. Wenn präventive Maßnahmen versagen, sollten die Praktiker zu einer reaktiven Strategie übergehen. Es sollten jedoch nicht alle Fehler in den Informationen angesprochen werden. Aufgrund von Ressourcenbeschränkungen und Opportunitätskosten sollten die Bemühungen zur Beseitigung schädlicher Desinformationen vorrangig auf deren weite Verbreitung ausgerichtet sein. Diejenigen, die die falsche Information nicht kannten, bevor sie von der Korrektur hörten, werden sie wahrscheinlich nicht übernehmen, nachdem sie sie gehört haben. Wenn das Schadenspotenzial jedoch gering ist, besteht keine Notwendigkeit, Falschinformationen zu widerlegen, die nur wenigen Menschen bekannt sind, da dies die Quelle einer größeren Öffentlichkeit zugänglich machen könnte.

Auswirkungen auf die Informationskonsumenten

Die Verbreitung von Falschinformationen kann verlangsamt oder gestoppt werden, wenn Informationsnutzer davon absehen, falsche Geschichten mit anderen zu teilen. So muss das Publikum beispielsweise wissen, dass es nicht nur auf relativ harmlose Fehlinformationen wie Fehler in der Berichterstattung, veraltetes Material und Satire stoßen kann, sondern auch auf Desinformationskampagnen, die darauf abzielen, Zweifel zu säen, Personen zu diskreditieren und Konflikte zu verursachen. Daher ist es wichtig, dass die Öffentlichkeit versteht, dass Desinformationskampagnen psychologische Manipulationen einsetzen können, indem sie die Algorithmen sozialer Medien manipulieren und die privaten Informationen der Nutzer an Datenbroker verkaufen, die diese Algorithmen weiter manipulieren. Eine unvorsichtige Verbreitung von Informationen kann die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass andere in die Irre geführt werden. Indem Sie falsche Informationen verbreiten, helfen Sie möglicherweise denjenigen, die sie verbreiten, die gewünschten finanziellen Vorteile zu erzielen, während Sie gleichzeitig die ideologischen Gräben vertiefen, die Menschen vom Wählen abhalten, zu Gewalt aufstacheln und Demokratien untergraben. Deshalb sollte man, während man sich mit dem Inhalt beschäftigt, innehalten, seine Beweggründe überdenken und seine emotionale Reaktion untersuchen. Die Fähigkeit zum Querlesen, das genaue Hinsehen auf die Quelle und das Nachdenken über die Legitimität und Motivation der Quelle können den Lesern helfen, falsches Material leichter zu erkennen. Jeder sollte dazu ermutigt werden, Online-Fehlinformationen höflich, bewusst und mit Bedacht zu korrigieren, wenn er darauf stößt (es sei denn, er hält sie für harmlose Randpositionen), da es von Vorteil ist, Beobachter durch beobachtende Korrektur zu beeinflussen. All diese Vorschläge sind auch Eckpfeiler der Medienkompetenz. Ein Grundprinzip der Medienkompetenz besteht darin, dass sie den Einzelnen vor den negativen Auswirkungen des Medienkonsums schützt, z. B. vor der Versuchung, bestimmte Überzeugungen oder Handlungen zu übernehmen, indem sie ihm ermöglicht, die Ziele der Medien zu verstehen.

1.6 Wahl, Verwendung und Missbrauch von Wörtern in Informationen

Die Wahl der Worte ist wichtig

Kommunikation beruht auf Worten, und Worte spielen im Informationsbereich eine wesentliche Rolle dabei, wie wir uns ein Bild von der Welt machen. Wortwahl, -gebrauch und -missbrauch können einen großen Einfluss darauf haben, wie Menschen die Botschaften verstehen, die in Nachrichten, wissenschaftlichen Abhandlungen, Beiträgen in sozialen Medien und Werbemaßnahmen vermittelt werden.

Es erfordert Geschick, eine Bedeutung durch Sprache auszudrücken. Erfahrene Kommunikatoren sind sich bewusst, dass ihre Wortwahl die Gefühle und das Verständnis des Lesers beeinflussen kann. Ein einprägsamer Titel kann das Interesse des Lesers wecken und seine Meinung beeinflussen. Wenn Sie eine anschauliche und detaillierte Sprache verwenden, können Sie ein Bild im Kopf des Lesers erzeugen, das ihm hilft, den Inhalt besser zu verstehen und sich daran zu erinnern.

Aber denken Sie daran: Mit der Autorität kommt die Pflicht. Die Wortwahl ist wichtig, da ein übermäßiger oder missbräuchlicher Gebrauch die Zuverlässigkeit der vorgelegten Daten untergraben kann. Irreführende oder sensationslüsterne Sprache ist eine häufige Methode der Misshandlung. Um im heutigen Zeitalter der Clickbait-Schlagzeilen und "Fake News" Leser und Zuschauer anzulocken, wird häufig auf Sensationsmeldungen zurückgegriffen. Solche aufmerksamkeitsheischenden Schlagzeilen führen die Leser häufig in die Irre und verwirren sie, weil sie die Wahrheit übertreiben oder verdrehen.

Euphemismen und Doppeldeutigkeiten sind eine weitere Komponente der Sprachwahl, die zu Misshandlungen führen kann. Diese Strategien werden häufig von Regierungen, Unternehmen und sogar Privatpersonen eingesetzt, um die Auswirkungen unvoreilhafter Informationen abzuschwächen oder die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Euphemismen werden verwendet, um unangenehme Tatsachen abzuschwächen, um sie besser verdaulich oder sozial akzeptabel zu machen. Die absichtliche Manipulation der Sprache hat das Potenzial, eine offene Kommunikation zu behindern und das Vertrauen zu untergraben.

Wortspielfehler können sich in der absichtlichen Verbreitung von Falschinformationen oder Propaganda äußern. Aufgrund der Reichweite des Internets und der sozialen Medien können sich Fehlinformationen heute mit Lichtgeschwindigkeit verbreiten. Einzelpersonen und Gruppen können die öffentliche Meinung beeinflussen, Zwietracht säen und vertrauenswürdige Informationsquellen diskreditieren, indem sie absichtlich irreführende Sprache, verzerrte Darstellungen und offensichtliche Unwahrheiten verwenden.

Sowohl die Leser als auch die Autoren müssen ihren Teil dazu beitragen, den Missbrauch von Sprache in den Medien zu stoppen. Alle Fachleute in den Bereichen Journalismus,

Literatur, Wissenschaft und Bildung sind dafür verantwortlich, die Wahrhaftigkeit ihrer Arbeit zu gewährleisten. Diese Informationsproduzenten können zum Aufbau einer besser informierten Gesellschaft beitragen, wenn sie sich an die Berufsnormen halten, ihre Quellen überprüfen und die Neutralität wahren.

So ist beispielsweise die konventionelle Bedeutung von deklarativen und interrogativen Äußerungen mit den illokutionären Kräften der Nachricht und der Bitte um Informationen verbunden, was bedeutet, dass das, was jemand sagt, die Wirkung einer Handlung hat, z. B. einen Befehl zu erteilen oder ein Versprechen zu geben. Imperativformen werden oft mit der Bedeutung von Verlockung in Verbindung gebracht, sie überreden dazu, etwas zu tun, indem sie etwas Angenehmes anbieten. Die Verwendung von Sprachformen zur Darstellung von Illokutionskräften, die nichts mit ihrer direkten verbalen Bedeutung zu tun haben, ist ein indirekter Weg, um Ihre Botschaft zu vermitteln. Die wahren Absichten des Sprechers werden bei der Verwendung von indirekten Formen nicht deutlich gemacht.

Warum glauben unsere Gehirne Lügen?

Das menschliche Gehirn ist ein erstaunliches Organ mit der Fähigkeit zu anspruchsvollem Denken, Gedächtnis und Entscheidungsfindung. Es ist jedoch nicht zu 100 % präzise. Unsere Fähigkeit, kritisch zu denken, schützt uns nicht immer davor, auf Täuschungen hereinzufallen. Ein besseres Verständnis der Ursachen dieses Phänomens könnte uns helfen, die Komplexität und Zerbrechlichkeit des menschlichen Denkens besser zu verstehen.

Kognitive Voreingenommenheit trägt wesentlich dazu bei, wie leicht unser Verstand dazu verleitet wird, falsche Informationen zu akzeptieren. Wir nutzen diese Vorurteile, die auch als mentale Abkürzungen oder Heuristiken bekannt sind, um in unserem täglichen Leben schnelle Entscheidungen und Bewertungen zu treffen. Obwohl sie in vielen Zusammenhängen hilfreich sind, können sie unser Urteilsvermögen trüben, wenn wir Informationen objektiv bewerten müssen. Beispiele für diese Art von Vorurteilen sind die Bestätigungsvoreingenommenheit (confirmation bias), die dazu führt, dass Menschen nach Informationen suchen und ihnen den Vorrang geben, die ihre bisherigen Vorstellungen bestätigen, während sie Beweise für das Gegenteil ignorieren oder verwerfen. Aufgrund des Echokammereffekts, der durch Bestätigungsvoreingenommenheit verursacht wird, fällt es uns **schwer**, Informationen oder Ideen zu akzeptieren, die unseren vorgefassten Vorstellungen von der Welt widersprechen.

Unsere emotionale Reaktion auf Informationen ist eine weitere Komponente, die uns anfällig dafür macht, Unwahrheiten zu glauben. Wenn wir eine Entscheidung treffen, **gewinnen** unsere Emotionen oft die Oberhand über unsere Logik. Wenn wir mit stark aufgeladenem Material konfrontiert werden, kann unser Gehirn zugunsten einer unmittelbaren, intuitiven Reaktion auf die Logik verzichten. Infolgedessen lassen wir uns leichter von denjenigen

beeinflussen, die mit unseren Gefühlen spielen, indem sie an unsere Angst, Wut oder andere starke Gefühle appellieren.

Unser Verstand neigt auch dazu, Lücken zu füllen und Geschichten zu erfinden, wo es keine gibt. Dies kann dazu führen, dass wir uns nicht richtig erinnern oder Erklärungen annehmen, die zwar vernünftig klingen, aber eigentlich falsch sind. Unsere Neigung, nach Mustern und Zusammenhängen in der Umwelt zu suchen, kann uns bei Unklarheiten oder fehlenden Daten in die Irre führen.

Es ist auch wichtig, die Rolle der Gesellschaft zu berücksichtigen. Als soziale Wesen lassen wir es zu, dass die Meinungen und Handlungen der Menschen um uns herum unsere eigenen formen. Die Neigung, Informationen zu hinterfragen oder kritisch zu bewerten, kann durch Gruppendenken, soziale Konformität und das Bedürfnis nach sozialer Anerkennung beeinflusst werden. Wenn eine Unwahrheit mit den Ideen unserer sozialen Gruppen übereinstimmt oder von Menschen unterstützt wird, die wir respektieren und mögen, akzeptieren wir sie eher. Infolgedessen werden Fehlinformationen eher geglaubt, in Erinnerung behalten und später abgerufen - selbst nachdem wir erfahren haben, dass sie falsch waren.

Darüber hinaus haben die Verbreitung digitaler Medien und die Geschwindigkeit, mit der Informationen über soziale Netzwerke fließen können, die Verbreitung von Lügen und falschen Vorstellungen erleichtert. Die Informationsflut kann in Verbindung mit Personalisierungsalgorithmen zur Bildung von "Filterblasen" und "Echokammern" führen, die nur dazu dienen, das bereits bestehende Weltbild zu stärken. Bei einer Überflutung mit Daten kann es schwierig sein, Fakten von Fiktion zu unterscheiden, was die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass Menschen Fehlinformationen glauben und verbreiten. Je öfter wir etwas wiederholen, desto wahrscheinlicher ist es, dass wir es für wahr halten. Dieser "Scheinwahrheitseffekt" entsteht, weil wir Vertrautheit und Leichtigkeit des Verständnisses als Abkürzung für Wahrheit verwenden; je öfter etwas wiederholt wird, desto vertrauter und flüssiger erscheint es uns, egal ob es sich um eine Fehlinformation oder eine Tatsache handelt. Weitere Erklärungen zu Filterblasen und Echokammern finden Sie weiter unten in diesem Leitfaden.

Wie können wir also die Versuchung verringern, falschen Informationen zu glauben? Der Ausgangspunkt ist die Erkenntnis. Indem wir uns unserer eigenen kognitiven und emotionalen Schwächen bewusst werden, können wir Informationen besser bewerten. Es ist wichtig, für neue Ideen offen zu sein und bereit zu sein, unsere Meinung zu ändern, wenn wir überzeugende Beweise vorlegen. Das Entlarven oder Aufzeigen, dass etwas nicht wahr ist, reicht nicht aus, um Fehlinformationen zu bekämpfen - wir müssen auch proaktiv handeln, indem wir "prebunking" betreiben, was im Wesentlichen bedeutet, dass wir unser Gehirn darauf vorbereiten, Fehlinformationen zu erkennen, bevor wir ihnen begegnen. Ähnlich wie ein Impfstoff das Immunsystem auf die Bekämpfung eines fremden Eindringlings vorbereitet, kann Prebunking das psychologische Immunsystem gegen virale Fehlinformationen impfen und stärken.

Die Hypothese des sprachlichen Determinismus

Die Fähigkeit, durch Sprache zu kommunizieren und Ideen auszutauschen, ist ein wesentlicher Bestandteil des Menschseins. Sie formt unsere Ideen, lenkt unsere Beziehungen und ermöglicht es uns, Bedeutung zu vermitteln. Die Sapir-Whorf-Hypothese oder die Idee des linguistischen Determinismus besagt, dass das Denken und die Wahrnehmung der Sprecher einer Sprache durch die Struktur, das Vokabular und die grammatikalischen Muster der Sprache geprägt werden. Diese Theorie besagt, dass Menschen auf die Gedanken und Ideen beschränkt sind, die sie mit ihrer Sprache ausdrücken können, weil verschiedene Sprachen unterschiedliche konzeptionelle Rahmen bieten. Das bedeutet, dass unsere Fähigkeit, die Welt um uns herum zu beobachten und ihr einen Sinn zu geben, durch die Struktur der von uns verwendeten Sprache eingeschränkt und geprägt wird.

Es gibt Diskrepanzen in der Kategorisierung und Beschreibung des Universums zwischen den Sprachen und damit auch zwischen der Art und Weise, wie ihre Sprecher verschiedene Situationen sehen und begreifen.

Einige Sprachen verfügen über ein komplexeres Vokabular für Farben, das es den Sprechern beispielsweise ermöglicht, leichter zwischen Nuancen und Farben zu unterscheiden. Ebenso werden in den Alpenregionen mehr als ein Dutzend verschiedener Begriffe für Schnee verwendet. Die Auswirkungen grammatikalischer Strukturen auf kognitive Prozesse sind ein weiteres Forschungsthema im Rahmen des linguistischen Determinismus. So müssen die Sprecher einiger Sprachen in der Regel das Geschlecht von Substantiven in einem Satz angeben, während dies bei den Sprechern anderer Sprachen nicht der Fall ist. Dieser grammatikalische Unterschied kann sich darauf auswirken, wie Muttersprachler dieser Sprachen Dinge klassifizieren und bezeichnen, indem sie ihnen geschlechtsspezifische Eigenschaften und Konnotationen verleihen. Ein weiteres Beispiel: In der slowenischen Grammatik gibt es neben dem Singular und Plural auch den "Dual" mit unterschiedlichen Endungen, je nachdem, von wie vielen Personen die Rede ist.

Die Kritiker des linguistischen Determinismus behaupten, dass die Sprache nicht der einzige Faktor ist, der das Denken und Fühlen der Menschen prägt. Sie weisen darauf hin, dass auch andere Faktoren als Genetik und Umwelt eine Rolle bei der Gestaltung unseres Denkens und Verhaltens spielen. Es ist auch erwähnenswert, dass die Determinismustheorie in der Linguistik nicht besagt, dass die Sprache ein Monopol auf den Verstand hat oder unser kreatives Potenzial einschränkt. Vielmehr impliziert sie, dass die Sprache einen erheblichen Einfluss auf unsere Denkprozesse und die Art und Weise, wie wir die Welt sehen, ausübt.

Zweideutigkeit

Mehrdeutige Kommunikation kann auf verschiedene Weise eine Bedrohung darstellen. Selbst wenn sie nicht so gemeint ist, kann Mehrdeutigkeit dazu führen, dass andere das Gesagte missverstehen oder falsch anwenden.

Missverständnisse zwischen Menschen oder Gruppen können durch die Verwendung einer zweideutigen Sprache oder das Senden gemischter Nachrichten entstehen. Verwirrung, Meinungsverschiedenheiten und ein Zusammenbruch der effizienten Kommunikation können die Folge sein, wenn die beabsichtigte Bedeutung einer Nachricht von ihren Empfängern missverstanden wird. Auch unzureichende oder falsche Informationen können aufgrund von Mehrdeutigkeit übermittelt werden. Es ist leicht, eine Nachricht falsch zu interpretieren oder wichtige Punkte zu übersehen, wenn die Schlüsselemente verworren sind. Dies ist vor allem in Bereichen problematisch, in denen sachliche Genauigkeit von entscheidender Bedeutung ist, z. B. in der Medizin, bei Notdiensten und im Rechtswesen.

Konflikte und Missverständnisse können entstehen, wenn Worte ungesagt bleiben. Streitigkeiten und Meinungsverschiedenheiten können entstehen, wenn Menschen, die dieselbe Botschaft unterschiedlich verstehen, darauf bestehen, dass sie Recht haben. Beziehungsprobleme, geringere Leistung und Schwierigkeiten bei der Zusammenarbeit sind die möglichen Folgen. Einzelne Personen übernehmen möglicherweise keine Verantwortung für ihre Arbeit oder bleiben hinter den Erwartungen zurück, wenn sie sich nicht sicher sind, welche Rolle sie spielen, welche Ergebnisse von ihnen erwartet werden oder wie sie diese erreichen können. Infolgedessen kann die Produktivität sinken, die Zusammenarbeit scheitern und andere unerwünschte Ergebnisse können auftreten.

Zweideutigkeit kann auch ethische und rechtliche Folgen haben. Rechtliche Auseinandersetzungen und Meinungsverschiedenheiten können sich beispielsweise aus einem Vertrag oder einer Vereinbarung ergeben, die zu vage sind. In ähnlicher Weise können Verletzungen oder unethisches Verhalten aus einer unklaren Kommunikation über Sicherheitsmaßnahmen oder ethische Grundsätze resultieren.

Diplomatische und Verhandlungssituationen sind ideale Orte, um Zweideutigkeit geschickt einzusetzen. Indem Verhandlungsführer bestimmte Dinge ungesagt lassen, schaffen sie Spielraum für Manöver und Kompromisse. So können die Parteien über heikle Themen verhandeln, ohne unnachgiebige Positionen einzunehmen, was den Weg für einen Kompromiss ebnen kann.

Die suggestive Zweideutigkeit ist eine Taktik, die es dem Redner ermöglicht, das zu vermitteln, was er will, und gleichzeitig den Zuhörern die Möglichkeit gibt, die gewünschten Schlussfolgerungen zu ziehen. Die große Bandbreite der Worte des Sprechers macht dies möglich. Situative und zwischenmenschliche Faktoren in Verbindung mit der Bedeutung der sprachlichen Äußerungen schaffen ein mehrdeutiges Umfeld, in dem die Zuhörer entweder positive oder negative Schlussfolgerungen ziehen können. In einem solchen Umfeld ist es

für die Sprecher leichter, ihre eigenen Ansichten, Aussagen, Anschuldigungen, Aufrufe zur Gewalt usw. subtil einzubringen.

In politischen Reden wird oft eine kryptische Sprache und Mehrdeutigkeit verwendet, um die Einstellung der Wähler zu ändern und den Gegner in ein negatives Licht zu rücken. Man könnte argumentieren, dass diese Art von Zweideutigkeit geschickt eingesetzt wird, um internationale Probleme zu lösen, indem Kompromisse ausgehandelt werden, die für alle Beteiligten akzeptabel sind. Manchmal wird die Zweideutigkeit noch ausgeprägter, weil der Kontext eine plausible alternative Interpretation zulässt. Dies ist häufig der Fall, wenn die an einer Interaktion beteiligten Personen ein unterschiedliches Maß an Vorwissen haben.

Alles in allem kann die Mehrdeutigkeit eine Kluft zwischen der Interpretation und der ursprünglichen Bedeutung eines Textes, einer Rede oder eines Artikels verursachen. Aufgrund dieser Diskrepanz können manche Menschen ihre ungenaue Interpretation der Information verbreiten (Informationsstörung). Mehrdeutigkeit kann zufällig erzeugt werden, was zu falschen Interpretationen führt und damit die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass Fehlinformationen entstehen, oder sie kann absichtlich eingesetzt werden, um bei den Empfängern der mehrdeutigen Sprache eine desinformierende Erzählung zu erzeugen.

Daher ist es wichtig, Verwirrung und Fehlinterpretationen zu vermeiden, indem man sich so präzise und klar wie möglich ausdrückt. Die Gefahr der Mehrdeutigkeit lässt sich verringern, indem man eine klare Sprache verwendet, präzise Anweisungen gibt, bei Bedarf eine Klärung herbeiführt und sich vergewissert, dass man sich richtig ausgedrückt hat.

Linguistische Manipulation

Die Sprache ist ein mächtiges Instrument, das die Menschen nutzen, um zu kommunizieren, Ideen auszudrücken und unser Verständnis der Welt zu formen. Sprache kann jedoch auch manipuliert und für verschiedene Zwecke ausgenutzt werden. Sprachliche Manipulation, der bewusste und strategische Einsatz von Sprache zur Beeinflussung von Gedanken, Überzeugungen und Verhaltensweisen, ist ein Phänomen, das im Laufe der Geschichte weit verbreitet war. Die Techniken der sprachlichen Manipulation und ihre Auswirkungen auf den Einzelnen und die Gesellschaft werden im Folgenden dargestellt.

Die Techniken der sprachlichen Manipulation:

1. **Aufgeladene Sprache:** Die Verwendung von emotional aufgeladenen Worten und Sätzen, um Meinungen zu beeinflussen und bestimmte Reaktionen hervorzurufen. Diese Technik zielt darauf ab, bei Personen starke emotionale Reaktionen hervorzurufen, die das rationale Denken vernebeln und voreingenommene Interpretationen fördern. *Beispiel: "Illegale Einwanderer" versus "Einwanderer ohne Papiere": Die Verwendung des Begriffs "illegale Einwanderer" ist negativ besetzt und suggeriert Kriminalität und Fremdheit.*

2. **Euphemismen:** Die Ersetzung negativer oder harter Begriffe durch neutrale oder positive Begriffe. Euphemismen werden verwendet, um die Wirkung bestimmter Wörter oder Konzepte abzuschwächen und sie schmackhafter oder weniger bedrohlich zu machen. Sie können die Wahrnehmung manipulieren und beeinflussen, wie Menschen bestimmte Ideen oder Handlungen wahrnehmen und darauf reagieren. *Beispiel: "Downsizing" statt "Entlassungen".*
3. **Doppeldeutigkeit:** Die Verwendung von Sprache zur absichtlichen Verschleierung oder Verzerrung von Bedeutungen, die häufig von Politikern oder Organisationen eingesetzt wird. Doppeldeutigkeit kann bewusste Mehrdeutigkeit, übermäßige Komplexität oder die Verwendung von Jargon beinhalten, um Menschen zu verwirren oder in die Irre zu führen und gleichzeitig den Anschein von Glaubwürdigkeit zu wahren. *Beispiel: "Erweiterte Verhörtechniken" anstelle von "Folter".*
4. **Framing:** Die strategische Auswahl und Präsentation von Informationen, um Wahrnehmungen und Interpretationen zu beeinflussen. Indem bestimmte Aspekte eines Themas hervorgehoben und andere heruntergespielt oder weggelassen werden, kann Framing das Verständnis des Einzelnen lenken und bestimmte Standpunkte unterstützen. *Beispiel: "Schutz der Umwelt" versus "Einschränkung des Wirtschaftswachstums". Eine Seite kann ein Thema als "Umweltschutz" bezeichnen und die positiven Aspekte betonen, während die Gegenseite es als "Einschränkung des Wirtschaftswachstums" bezeichnet und die möglichen negativen Folgen hervorhebt.*
5. **Falsche Dichotomien:** Ein komplexes Thema wird so dargestellt, als gäbe es nur zwei gegensätzliche Optionen, so dass der Einzelne gezwungen ist, sich zwischen diesen zu entscheiden. Diese Technik schränkt das kritische Denken ein und fördert eine polarisierte Sichtweise, wobei Nuancen und alternative Standpunkte außer Acht gelassen werden. *Beispiel: "Entweder bist du für uns oder gegen uns."*
6. **Slogans und Schlagworte:** Einprägsame Phrasen oder Slogans, die wiederholt verwendet werden, um die öffentliche Meinung zu formen und bestimmte Überzeugungen zu stärken. Sie vereinfachen komplexe Ideen in leicht verdauliche Häppchen, appellieren an Emotionen und schaffen ein Gefühl von Identität oder Loyalität. *Beispiel: "Make America Great Again".*

1.7 Echokammern und die Verstärkung von Desinformation

Weiter oben in diesem Kapitel wurde der Begriff "Echokammer" verwendet. In diesem Unterkapitel gehen wir näher darauf ein, was eine Echokammer ist, wie sie entsteht und warum sie wichtig ist, wenn es um Falsch- und Desinformation geht.

In den letzten zwanzig Jahren hat sich die Verbreitung von Fehlinformationen erheblich verändert, was vor allem auf technologische Entwicklungen und das Wachstum sozialer Medienplattformen zurückzuführen ist. In dieser Zeit hat sich die Informationsstörung in einem alarmierenden Tempo verbreitet. Die relativ schnelle Verbreitung von Falschinformationen und der Glaube daran wurde durch das Aufkommen und die intensive Nutzung von Social-Media-Websites begünstigt, sowohl auf Mainstream-Plattformen wie Facebook und Tiktok als auch auf alternativen Plattformen wie 4chan und 8kun. Aufgrund des offenen Charakters dieser Netzwerke können sich gefälschte Informationen und Geschichten schnell rund um den Globus verbreiten. Um das Engagement und die Verbreitung zu maximieren, neigen die Algorithmen der sozialen Medien dazu, umstrittene oder spektakuläre Themen zu fördern. Und da die Menschen gerne Informationen konsumieren und verbreiten, die ihre eigene Meinung bestätigen (Confirmation Bias), haben sich online Echokammern herausgebildet. In diesen abgeschotteten Gemeinschaften können sich falsche Informationen schnell verbreiten, ohne dass sie kritisch geprüft oder korrigiert werden. Darüber hinaus können Desinformationen sogar noch falscher, schädlicher und realitätsferner werden. Dies geschieht durch Echokammern und die Trichterwirkung von Algorithmen in sozialen Medien. Mehr zu Algorithmen in sozialen Medien wird später in den Leitlinien unter dem Thema "*Technologie und Werkzeuge*" erläutert.

Der Begriff "Echokammer" wird verwendet, um eine Situation zu beschreiben, in der Menschen nur mit Daten, Ideen und Perspektiven konfrontiert werden, die ihre bereits bestehende Weltanschauung unterstützen. Die Menschen in diesen Echokammern neigen dazu, sich gegenseitig in ihren Meinungen zu bestärken und zu verstärken, ohne sich mit gegenteiligen Meinungen auseinanderzusetzen. Daher ignorieren oder verwerfen sie meist alles, was diese Weltanschauung in Frage stellt. Diese positive Rückkopplungsschleife kann den Eindruck von Übereinstimmung erwecken, aber in Wirklichkeit das Streben nach neuen Perspektiven unterdrücken.

Der Name "Echokammer" leitet sich von einer akustischen Echokammer ab, d. h. einem geschlossenen, hohlen Raum, in dem Schall widerhallt. Dies ist eine großartige Metapher für das, was in diesen Meinungs-Echokammern zu beobachten ist: Die gleichgesinnten Individuen hallen ihre eigenen Meinungen und Ideen in ihrem eigenen, abgegrenzten Bereich wieder, ohne jegliche "Lärbelästigung" von außen (sprich: abweichende Meinungen).

Dieses Umfeld ist der ideale Nährboden für Desinformation und extreme Weltanschauungen. In Echokammern wird die Neigung, Informationen zu suchen und zu akzeptieren, die bereits bestehende Meinungen unterstützen, noch verstärkt. Menschen neigen eher dazu,

Informationen zu akzeptieren und zu verbreiten, ohne sie zu hinterfragen, wenn sie sich in Gesellschaft von Menschen befinden, die ihre Sichtweise teilen, und wenn sie Inhalten ausgesetzt sind, die diese Weltanschauung unterstützen. In Echokammern entscheiden sich die Menschen dafür, nur Informationen zu hören und zu sehen, die ihre eigene Meinung bestätigen. Dadurch, dass man nur das hört, was man bereits teilt, wird das Informationsumfeld eingeschränkt, so dass Täuschungen eine bessere Chance haben, sich unkontrolliert zu verbreiten. Fehlinformationen können sich in Echokammern, in denen sich Menschen mit ähnlichen Vorurteilen versammeln, verbreiten, diskutiert werden und sich verstärken. Fehlinformationen gewinnen an Legitimität und sind schwieriger zu entlarven, wenn Einzelpersonen irreführende Erzählungen untereinander austauschen und verbreiten.

Aufgrund der fehlenden Interaktion mit gegenteiligen Meinungen und Ideen werden die Echos wahrscheinlich übertrieben und zu extremeren Meinungen verzerrt, die weiter von der Realität entfernt sind. Der Grund dafür ist, dass Menschen eher dazu neigen, Informationen zu akzeptieren und zu verbreiten, ohne sie zu hinterfragen, wenn sie sich in der Gesellschaft von Menschen befinden, die ihre Sichtweise teilen, und wenn sie Inhalten ausgesetzt sind, die diese Weltanschauung unterstützen. Die Meinungen der Menschen in der Echokammer werden verstärkt und in Ansichten umgewandelt, die höchstwahrscheinlich ein falsches Bild von der realen Welt zeichnen. Diese verzerrten Vorstellungen können dann auch außerhalb dieser Echokammern verbreitet werden, da die Menschen in den Echokammern dazu neigen, die dort entstandenen verzerrten Vorstellungen zu übernehmen. Dies ist einer der Wege, auf denen Fehlinformationen und Desinformationen entstehen. Wie diese verstärkten Ideen außerhalb dieser Echokammern verbreitet werden, wird in *Kapitel 3: Technologie und Werkzeuge* erläutert.

Da Echokammern eine große Rolle bei der Verbreitung von Informationsstörungen spielen, spielen sie auch eine wichtige Rolle bei der Online-Radikalisierung. Einer der Mechanismen im Radikalisierungsprozess ist das Echo, das sich auf die Art und Weise bezieht, wie die ständige Interaktion mit anderen, die dieselben extremen Ideen und Überzeugungen vertreten, die eigenen Überzeugungen einer Person formen und verstärken und möglicherweise sogar Gewalt legitimieren kann. Die "Echokammern", die sich online bilden können, tragen dazu bei, die Überzeugungen der Menschen zu bestätigen, sie zu radikaleren Denkweisen und Handlungen zu drängen und das Misstrauen gegenüber den Mainstream-Nachrichten zu verstärken. Darüber hinaus werden in diesen Echokammern extremistische Ideologien normalisiert, so dass es für den Einzelnen schwierig wird, sich ihnen zu widersetzen. Dies kann zum Ausschluss von Mitgliedern führen, die versuchen, eine differenzierte Sichtweise einzubringen. Wichtig ist, dass die Algorithmen von Social-Media-Plattformen auch zur Eskalation von zunehmend extremistischen Ideologien beitragen können.

Es ist wichtig, die Menschen zu ermutigen, Quellen zu überprüfen, bevor sie Informationen weitergeben. Die Aufklärung der Öffentlichkeit über verlässliche Fact-Checking-Organisationen und -Ressourcen versetzt sie in die Lage, den Wahrheitsgehalt von Material zu beurteilen, bevor sie es weitergeben. Der zivile Diskurs und die offene Debatte über ideologische Grenzen hinweg müssen gefördert werden, um Barrieren abzubauen, Echokammern zu beseitigen und das gegenseitige Verständnis zu fördern. Die Neigung, sich in

Echokammern zurückzuziehen, kann durch die Pflege einer Atmosphäre, in der unterschiedliche Meinungen geschätzt werden, gemildert werden.

Soziale Medienplattformen spielen eine entscheidende Rolle bei der Bekämpfung der Verbreitung von Falschinformationen. Der Einfluss von Echokammern auf die Verbreitung von Desinformationen kann durch eine strengere Kontrolle der Inhalte, Transparenz der Algorithmen und verantwortungsvolle Empfehlungssysteme verringert werden.

1.8 Kognitive Dissonanz

Wie bereits erläutert, ist unsere heutige Gesellschaft mit einer ständigen Flut von Informationen konfrontiert. Bei der Navigation durch dieses Informationslabyrinth stoßen wir auf kognitive Dissonanz: ein psychologisches Phänomen, das auftritt, wenn unsere Überzeugungen und Einstellungen mit widersprüchlichen Beweisen kollidieren oder wenn wir auf widersprüchliche Standpunkte stoßen.

Dieses Unterkapitel befasst sich mit der faszinierenden Beziehung zwischen kognitiver Dissonanz und der allgegenwärtigen Verbreitung von Fehlinformationen und Desinformationen. Wir untersuchen, wie dieser innere Kampf Einzelpersonen ungewollt dazu bringen kann, der Verlockung falscher Narrative zu erliegen und ungewollt zu Opfern oder Agenten von betrügerischen Informationskampagnen zu werden. Indem wir die Komplexität der kognitiven Dissonanz im Zusammenhang mit Informationsstörungen verstehen, gewinnen wir entscheidende Einsichten in die menschliche Anfälligkeit für Manipulationen, die uns in die Lage versetzen, unseren Verstand gegen die Flut von Unwahrheiten in der digitalen Landschaft zu stärken.

Geschichte

Leon Festinger (1919 - 1989) war der erste, der die Theorie der kognitiven Dissonanz vorschlug, die sich darauf konzentriert, wie Individuen nach innerer Konsistenz streben. Er ging davon aus, dass Menschen ein angeborenes Bedürfnis haben, ihre Überzeugungen und Handlungen in Einklang zu bringen. Inkonsistente oder widersprüchliche Überzeugungen führen zu Unstimmigkeiten, die der Einzelne zu vermeiden versucht.

Seine Theorie basierte auf einer teilnehmenden Beobachtungsstudie über eine Sekte, die glaubte, dass die Erde durch eine Flut zerstört werden würde, und was mit ihren Mitgliedern geschah - insbesondere mit den treuesten Mitgliedern, die ihr Zuhause und ihre Arbeit aufgegeben hatten, um für die Sekte zu arbeiten - als die Flut nicht eintrat. Engagierte Mitglieder waren eher bereit, die Beweise neu zu interpretieren, um zu zeigen, dass sie die ganze Zeit Recht hatten (die Erde wurde aufgrund der Treue der Sektenmitglieder nicht zerstört).

Seiner Theorie zufolge haben wir den angeborenen Wunsch, in unseren Einstellungen und Handlungen Harmonie zu bewahren und Dissonanzen (oder Unstimmigkeiten) zu vermeiden. Dies ist bekannt als das Prinzip der kognitiven Konsistenz. Wenn Einstellungen oder Handlungen inkonsistent (dissonant) sind, muss etwas geändert werden, um die Dissonanz zu beseitigen.

Was ist kognitive Dissonanz?

Kognitive Dissonanz ist die psychische Belastung, die dadurch entsteht, dass man zwei Überzeugungen, Werte oder Einstellungen hat, die im Widerspruch zueinander stehen. Dieser Konflikt verursacht unangenehme Gefühle der Beunruhigung oder des Unbehagens, weil Menschen dazu neigen, in ihren Einstellungen und Wahrnehmungen nach Konsistenz zu streben. Die Diskrepanz zwischen dem, was Menschen glauben, und dem, wie sie handeln, motiviert sie dazu, Maßnahmen zu ergreifen, die ihr Unbehagen lindern. Die Menschen versuchen, diese Spannung auf verschiedene Weise zu lindern, unter anderem indem sie neue Informationen ablehnen, wegdiskutieren oder vermeiden. Kognitive Dissonanz kann dadurch verursacht werden, dass man sich gezwungen fühlt, etwas zu tun, neues Wissen zu erwerben oder zwischen zwei ähnlichen Optionen zu entscheiden.

Kognitive Dissonanz kann bei Menschen Unbehagen und Unwohlsein hervorrufen. Dies gilt insbesondere, wenn die Diskrepanz zwischen ihren Überzeugungen und Handlungen einen zentralen Aspekt ihres **Selbstverständnisses** betrifft.

Wenn Sie sich beispielsweise auf eine Weise verhalten, die nicht mit Ihren persönlichen Werten übereinstimmt, kann dies zu intensiven Gefühlen des Unbehagens führen. Ihr Verhalten widerspricht nicht nur den Überzeugungen, die Sie über die Welt haben, sondern auch den Überzeugungen, die Sie über sich selbst haben.

Dieses Unbehagen kann sich auf unterschiedliche Weise äußern. Jemand mit kognitiver Dissonanz kann sich fühlen:

- Ängste
- Peinlichkeit
- Bedauern
- Traurigkeit
- Schande
- Stress

Kognitive Dissonanz kann sogar die Art und Weise beeinflussen, wie Menschen über sich selbst denken und sich selbst sehen, was zu negativen Gefühlen von Selbstachtung und Selbstwert führt.

Die Ursachen der kognitiven Dissonanz

Kognitive Dissonanz wird von jedem in gewissem Maße erlebt, ist aber nicht immer einfach zu erkennen. Einige Anzeichen dafür, dass Ihre Emotionen mit Dissonanz zu tun haben könnten, sind:

1. Sich unwohl fühlen, bevor man etwas tut oder eine Entscheidung trifft.
2. Der Versuch, eine Entscheidung oder Handlung zu rechtfertigen oder zu rationalisieren.

3. Sie schämen sich für etwas, das Sie getan haben, und versuchen, es vor anderen zu verbergen.
4. Schuldgefühle oder Bedauern über etwas, das Sie in der Vergangenheit getan haben.
5. Dinge aufgrund von sozialem Druck oder der Angst, etwas zu verpassen (FOMO), zu tun, auch wenn man sie gar nicht tun wollte.

Es gibt zahlreiche Situationen, in denen Widersprüche auftreten können, die zu kognitiver Dissonanz führen.

Erzwungene Konformität: Aufgrund äußerer Erwartungen am Arbeitsplatz, in der Schule oder in einem sozialen Umfeld kann es vorkommen, dass Sie sich auf Verhaltensweisen einlassen, die Ihren eigenen Überzeugungen zuwiderlaufen. Dies kann bedeuten, dass Sie sich dem Druck von Gleichaltrigen beugen oder etwas tun, um eine Kündigung zu vermeiden.

Entscheidungen: Jeden Tag treffen Menschen Entscheidungen, große und kleine. Da beide Optionen gleich verlockend sind, haben wir häufig ein Gefühl der Dissonanz, wenn wir mit zwei ähnlichen Optionen konfrontiert werden.

Sobald eine Entscheidung getroffen wurde, müssen die Menschen jedoch eine Methode finden, um dieses Unbehagen zu lindern. Dies erreichen wir, indem wir aufzeigen, warum unsere Wahl die beste Option war, so dass wir darauf vertrauen können, dass wir die richtige Entscheidung getroffen haben.

Neue Informationen: Manchmal kann die Aneignung neuen Wissens zu kognitiver Dissonanz führen. Wenn Sie zum Beispiel einem Verhalten frönen, von dem Sie später feststellen, dass es schädlich ist, können Sie Unbehagen empfinden. Dieses Unbehagen kann besonders ausgeprägt sein, wenn die neuen Informationen im Widerspruch zu tief verwurzelten Überzeugungen oder Glaubenssätzen stehen, die für die eigene Identität von zentraler Bedeutung sind. Menschen reagieren darauf oft, indem sie versuchen, ihre Handlungen zu rechtfertigen, indem sie neue Informationen diskreditieren oder ignorieren oder indem sie nach Informationen suchen, die mit ihren bereits bestehenden Überzeugungen übereinstimmen (Bestätigungsvoreingenommenheit).

Im Zusammenhang mit Fehlinformationen und Desinformationen kann diese Tendenz, nach kognitiver Übereinstimmung zu suchen, besonders problematisch sein. Fehlinformationen machen sich diese kognitiven Prozesse oft zunutze, da sie so gestaltet sein können, dass sie mit bereits bestehenden Überzeugungen übereinstimmen oder emotional aufgeladene Narrative aufgreifen. Dies macht es für Einzelpersonen wahrscheinlicher, Fehlinformationen und Desinformationen zu akzeptieren und zu verbreiten, da sie eine bequeme Lösung für das Unbehagen bieten, das durch widersprüchliche Informationen entsteht.

Auflösung kognitiver Dissonanzen

Dissonanz kann auf drei Arten reduziert werden: durch Änderung bestehender Überzeugungen, durch Hinzufügen neuer Überzeugungen und/oder durch Verringerung der Bedeutung der Überzeugungen. Bei Konflikten zwischen Kognitionen (Gedanken, Überzeugungen und Meinungen) ergreift der Einzelne Maßnahmen, um Dissonanz und Stress auf diese Weise zu verringern:

1. **Erwerben Sie neue Informationen, um dissonante Überzeugungen auszugleichen.** Ein Beispiel: Menschen, die erfahren, dass Treibhausgasemissionen zur globalen Erwärmung beitragen, könnten ein Gefühl der Dissonanz empfinden, wenn sie ein benzinschluckendes Fahrzeug fahren. Um diese kognitive Dissonanz zu verringern, können sie nach neuen Informationen suchen, die der Vorstellung widersprechen, dass Treibhausgasemissionen zur globalen Erwärmung beitragen.
2. **Reduzieren Sie die Bedeutung der Erkenntnis:** Die Attraktivität der gewählten Alternative zu erhöhen und die Attraktivität der abgelehnten Alternative zu verringern, ist eine gängige Methode zur Verringerung der kognitiven Dissonanz. Dies wird als "Spreizung der Alternativen" bezeichnet. Eine Person könnte sich selbst davon überzeugen, dass es besser ist, "für heute zu leben" als "für morgen zu sparen". Auf diese Weise würde er die Bedeutung der dissonanten Wahrnehmung verringern.
3. **Ändern Sie bestehende Überzeugungen:** Ändern Sie eine oder mehrere Einstellungen, Verhaltensweisen, Überzeugungen usw., um eine konsonante Beziehung zwischen den beiden Elementen herzustellen. Handelt es sich bei einem der dissonanten Elemente um ein Verhalten, kann die Person dieses Verhalten ändern oder abstellen. Diese Methode der Dissonanzreduzierung bereitet dem Einzelnen jedoch häufig Schwierigkeiten, da es häufig schwierig ist, tief verwurzelte Verhaltensweisen zu ändern.

Die Änderung der widersprüchlichen Kognition ist eine der wirksamsten Strategien zur Lösung kognitiver Dissonanzen, aber auch eine der schwierigsten, vor allem bei tief verwurzelten Werten und Überzeugungen, wie z. B. bei religiösen oder politischen Lehren.

Menschen verringern das Unbehagen über kognitive Dissonanz, indem sie Informationen suchen, die mit ihren aktuellen Überzeugungen übereinstimmen und diese unterstützen, indem sie die Bedeutung der widersprüchlichen Überzeugung herabsetzen und indem sie ihre Überzeugungen ändern, um die Gefühle des Konflikts zu verringern.

Kognitive Dissonanz, Medien und Informationsstörung

Die Medien spielen eine wichtige Rolle bei der Prägung der Überzeugungen und Einstellungen der Menschen. Sie haben die Macht, die öffentliche Meinung zu beeinflussen, bestimmte Narrative zu fördern und unser Verständnis der Welt zu formen. In den letzten

Jahren haben der Aufstieg der sozialen Medien und die Fülle an Online-Nachrichtenquellen den Einfluss der Medien auf den Einzelnen verstärkt.

Wie bereits erwähnt, umfassen Fehlinformationen und Desinformationen falsche oder irreführende Informationen, die als Tatsachen dargestellt werden, oft in Form von erfundenen Geschichten, manipulierten Medien oder einseitiger Berichterstattung. Im digitalen Zeitalter gibt ihre Verbreitung Anlass zur Sorge, da sie die öffentliche Meinung manipulieren, Verwirrung stiften und das Vertrauen in die Medien untergraben können. Die Dominanz des Internets als Informationsquelle, vor allem über soziale Medien, stellt eine Herausforderung für die Überprüfung und Qualitätskontrolle dar und macht Bemühungen um eine kritische Bewertung von Nachrichteninhalten erforderlich.

Es gibt eine anhaltende Diskussion über die Notwendigkeit, den Inhalt von Nachrichten zu regulieren, um eine Informationsstörung in den sozialen Medien zu verhindern. Es ist von entscheidender Bedeutung, robuste Mechanismen zu entwickeln, um eine wirksame Kommunikation zu gewährleisten und eine Atmosphäre für konstruktive Debatten zu schaffen. Jüngste Forschungen versuchen, eine kritische Haltung gegenüber bestehenden Informationsstörungsindikatoren (Fehlinformationen, Desinformationen) und deren potenziellen Auswirkungen auf die Glaubwürdigkeit von Beiträgen in sozialen Medien einzunehmen. Indikatoren für Fehlinformationen sollten die Nutzer dazu anregen, die Informationen, die sie in sozialen Netzwerken erhalten und weitergeben, genauer zu prüfen. Kognitive Dissonanz bei der Erkennung von Informationsstörungen ist ein zentraler Mechanismus, der der Kennzeichnung von Falschnachrichten zugrunde liegt.

Kognitive Dissonanz und Informationsstörungen können eng miteinander verwoben sein. Wenn Menschen auf Informationen stoßen, die ihren bestehenden Überzeugungen oder Werten widersprechen, kann es zu kognitiver Dissonanz kommen. Menschen können sich unwohl fühlen, wenn sie mit widersprüchlichen Informationen konfrontiert werden, insbesondere wenn diese tief verwurzelte Überzeugungen in Frage stellen oder mit ihren vorgefassten Meinungen übereinstimmen. Als Reaktion darauf können Menschen Strategien anwenden, um die kognitive Dissonanz zu verringern, z. B. indem sie die widersprüchlichen Informationen abtun oder ignorieren, durch den selektiven Konsum von Nachrichten, die mit ihren bestehenden Überzeugungen übereinstimmen, nach Bestätigungseffekten suchen oder die Unstimmigkeit rationalisieren.

Informationsstörungen können die kognitive Dissonanz ausnutzen, indem sie Informationen präsentieren, die die bestehenden Überzeugungen der Menschen bestätigen, selbst wenn sie unwahr oder irreführend sind. Menschen akzeptieren und teilen eher Informationen, die mit ihren vorgefassten Meinungen übereinstimmen, da sie dazu beitragen, die kognitive Dissonanz zu verringern und ihre Überzeugungen zu bestätigen. Dieses Phänomen kann zur Verbreitung von Fehlinformationen beitragen und es schwierig machen, gegen falsche Erzählungen vorzugehen.

1.9 Beispiele für eine Informationsstörung

Waldbrände im Amazonas-Regenwald (August 2019)

Im August 2019 kam es zu großen Waldbränden im Amazonas-Regenwald. Viele Prominente und Menschen mit einer großen Fangemeinde in den sozialen Medien (wie Logan Paul, Emmanuel Macron, Justin Trudeau und Leonardo DiCaprio) teilen Bilder dieser Waldbrände in den sozialen Medien, um ihre Besorgnis auszudrücken und die Diskussion über den Klimawandel und die Abholzung des Amazonas-Regenwaldes anzustoßen.



Emmanuel Macron
@EmmanuelMacron

Our house is burning. Literally. The Amazon rain forest - the lungs which produces 20% of our planet's oxygen - is on fire. It is an international crisis. Members of the G7 Summit, let's discuss this emergency first order in two days! #ActForTheAmazon

Tweet vertalen



9:15 p.m. · 22 aug. 2019 · Twitter for iPhone



Logan Paul
@LoganPaul

amazon rainforest: how can i help? need advice on how i can actually make a change here; these pictures are breaking my heart... this is one of the most important ecosystems on earth. is there a fundraiser, a call to action, anything i can leverage my audience for on this?

Tweet vertalen



8:38 a.m. · 21 aug. 2019 · Twitter for iPhone



Justin Trudeau
@JustinTrudeau

I couldn't agree more, @EmmanuelMacron. We did lots of work to protect the environment at the #G7 last year in Charlevoix, & we need to continue this weekend. We need to #ActForTheAmazon & act for our planet — our kids & grandkids are counting on us.

Tweet vertalen



leonardodicaprio
35.8m followers



View More on Instagram

3,828,701 likes

leonardodicaprio

#Regram #RG @iamNickRose: Terrifying to think that the Amazon is the largest rain forest on the planet, creating 20% of the earth's oxygen, basically the lungs of the world, has been on fire and burning for the last 16 days running, with literally NO media coverage whatsoever! Why?

view all 77,465 comments

Add a comment...

Es war zwar eine Tatsache, dass bestimmte Teile des Amazonas-Regenwaldes brannten, aber die Bilder, die von den oben genannten Personen auf Twitter und Instagram geteilt wurden, stammen nicht von diesen speziellen Waldbränden, sondern von Bränden, die zu einem früheren Zeitpunkt stattgefunden haben. Daher wurden die Bilder, die in den sozialen Medien weit verbreitet wurden, außerhalb ihres ursprünglichen Kontextes verwendet. Die Verwendung solch schockierender, aussagekräftiger Bilder kann der Geschichte und ihrer Seite in der Diskussion über den Klimawandel und den Schutz der Umwelt mehr Gewicht verleihen. Außerdem erhöhen solche Bilder die Interaktion mit den Beiträgen in den sozialen Medien durch Likes, Kommentare und Freigaben.

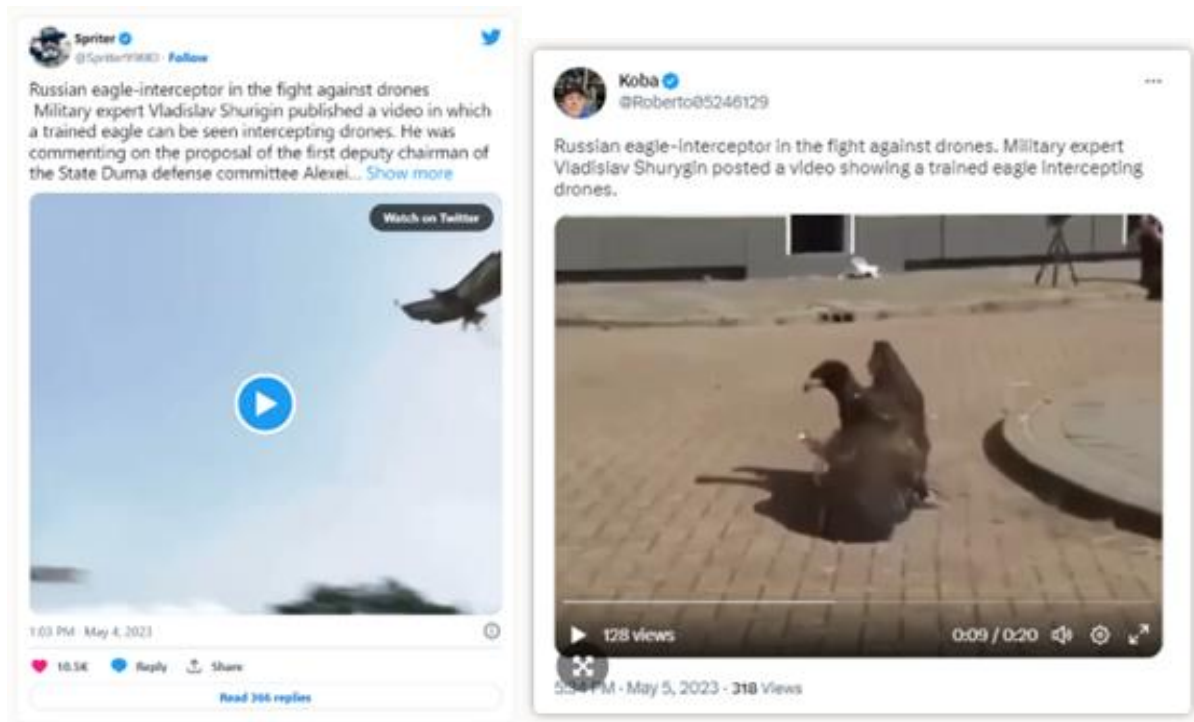
Waldbrände im Amazonas-Regenwald sind nicht neu. Aufgrund der Abholzung, bei der Teile des Waldes abgebrannt werden, um den Boden für landwirtschaftliche Zwecke zu erschließen, ist es bereits mehrfach zu Waldbränden gekommen. Aufgrund der großen Aufmerksamkeit für diesen speziellen Fall in den sozialen Medien wird jedoch der Eindruck erweckt, dass es sich um das erste Mal handelt, dass ein so großer Waldbrand auftritt.

Obwohl zu dieser Nachricht falsche Bilder verbreitet werden, scheint es sich um einen Fall von Fehlinformation zu handeln, bei dem die Personen, die die falschen Bilder veröffentlichen, nicht die Absicht haben, die Menschen in die Irre zu führen. Stattdessen haben sie das Ziel, Druck auf Politiker auszuüben, damit diese etwas gegen die Abholzung des Amazonas-Regenwaldes unternehmen. Es hat den Anschein, dass keine Absicht vorlag, jemandem zu schaden, und die falschen Bilder nur aus Versehen verwendet wurden.

Russland trainiert Adler zum Abfangen von Drohnen (Mai 2023)

Dieses Beispiel basiert auf einem [Faktencheck](#) von VRT NWS (dem flämischen öffentlich-rechtlichen Rundfunk).

Nachdem Anfang Mai zwei Drohnen den Kreml getroffen hatten, kursierten in den sozialen Medien Meldungen, dass Russland Adler trainiert, um Drohnen abzufangen, die Russland angreifen. Konkret hieß es in den sozialen Medien, dass Formationen dieser Adler zum Schutz Moskaus während der Feierlichkeiten zum Tag des Sieges am 9. Mai eingesetzt würden. Viele dieser Beiträge in den sozialen Medien werden von Videos begleitet, die einen Adler zeigen, der eine weiße Drohne abfängt, und die bereits mehr als eine Million Mal angesehen wurden. Es hieß, ein Militärspezialist habe das Video als erster veröffentlicht.



Verschiedene Nachrichtensender hatten die in den sozialen Medien entstandenen Geschichten über diese Adler aufgegriffen und darüber berichtet (z. B. die flämische Boulevardzeitung [Het Laatste Nieuws](#) und der niederländische öffentlich-rechtliche Sender [NOS](#)).

Verschiedene Faktenüberprüfungen zeigen, dass verschiedene Länder in der Vergangenheit tatsächlich mit der Ausbildung von Adlern zum Abfangen von Drohnen experimentiert haben. Da diese Projekte jedoch nicht die gewünschten Ergebnisse brachten, wurden diese Ausbildungsinitiativen eingestellt. Das Video, das in den sozialen Medien kursiert, ist nicht neueren Datums, sondern stammt aus einem niederländischen Polizeischulungsprojekt mit Adlern aus dem Jahr 2016. Dieses Video wurde im September 2016 von der BBC auf YouTube hochgeladen, die über dieses Trainingsprojekt der niederländischen Polizei berichtete.

Das Weltwirtschaftsforum will Wasser rationieren (April 2023)

Dieses Beispiel basiert auf einem [Faktencheck](#) von Knack, einem flämischen Nachrichtenmagazin.

Ein Screenshot eines Nachrichtenartikels geht im April 2023 in den sozialen Medien viral. Der Titel dieses Artikels lautet: "Wasser ist kein Menschenrecht. WEF weist Regierungen an, Wasser in Haushalte zu rationieren". Dieser Screenshot stammt von der amerikanischen Website "The People's Voice", einer Website, die schon früher dafür bekannt war, falsche Informationen zu verbreiten. In dem Artikel wird behauptet, dass das Weltwirtschaftsforum feststellt, dass Wasser kein grundlegendes Menschenrecht ist und dass die Regierungen ihre Wasserversorgung rationieren sollten.



In dem Artikel über "The People's Voice" wird ein Bericht über die UN-Wasserkonferenz, die im März stattfand, als Quelle für diese Informationen über die vorgeschlagenen Wasser-rationen genannt. Der Bericht über diese Konferenz fasst die Diskussionen auf der Konferenz zusammen und schreibt über die Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) der UN, geht aber nicht auf spezifische Wasserpolitiken ein.

In kürzester Zeit untersuchten verschiedene Fact-Checking-Initiativen die in dem Artikel aufgestellten Behauptungen. Sie kamen zu dem Schluss, dass die Behauptungen falsch sind: In dem Bericht über die Wasserkonferenz wird nichts über die Rationierung von Wasser erwähnt.

1.10 Referenzen

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Soziale Medien und Fake News bei den Wahlen 2016. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
<https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Bauer, M., & Zirker, A. (2022). Politische Verschleierung und literarische Ambiguität. *Lili-Zeitschrift Für Literaturwissenschaft Und Linguistik*, 52(4), 613-630.
<https://doi.org/10.1007/s41244-022-00271-1>
- Bull, P. (2003). *Die Mikroanalyse politischer Kommunikation: Geschwätz und Zweideutigkeit* (1. Aufl.). London Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203417843>
- Kirsche, K. (2022, November 7). *Was ist kognitive Dissonanz?* Verywell Mind.
<https://www.verywellmind.com/what-is-cognitive-dissonance-2795012>
- Cotter, K., & Thorson, K. (2022). Judging Value in a Time of Information Cacophony: Young Adults, Social media, and the Messiness of do-it-Yourself Expertise. *The International Journal of Press/Politics*, 27(3), 629-647.
<https://doi.org/10.1177/19401612221082074>
- DiFranzo, D., & Gloria-Garcia, K. (2017). Filter Bubbles and Fake News. *XRDS*, 23(3), 32-35. <https://doi.org/10.1145/3055153>
- Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N. M., Kendeou, P., Vraga, E. K., & Amazeen, M. A. (2022). Die psychologischen Triebkräfte der Überzeugung von Fehlinformationen und ihre Widerstandsfähigkeit gegenüber Korrekturen. *Nature Reviews Psychology*, 1(1), 13-29. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>
- Festinger, L. (1957). Eine Theorie der kognitiven Dissonanz. In *Stanford University Press eBooks*. <https://doi.org/10.1515/9781503620766>
- Figl, K., Kießling, S., Rank, C., & Vakulenko, S. (2019). *Fake News Flags, Cognitive Dissonance, and the Believability of Social Media Posts*. International Conference on Information Systems, München, Deutschland.
https://aisel.aisnet.org/icis2019/cyber_security_privacy_ethics_IS/cyber_security_privacy/27
- Frau-Meigs, D. (2022). Wie Desinformation das Verhältnis zwischen Journalismus und Medien- und Informationskompetenz (MIL) verändert hat: Old and new

- perspectives revisited, *Digital Journalism*, 10:5, 912-922,
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2081863>
- Harmon-Jones, E., & Mills, J. (1999). Kognitive Dissonanz: Fortschritte bei einer zentralen Theorie der Sozialpsychologie. *American Psychological Association eBooks*. <https://doi.org/10.1037/10318-000>
- Kanoh, H. (2018). Warum glauben Menschen an Fake News im Internet? Ein Verständnis aus der Perspektive des Vorhandenseins der Gewohnheit des Essens und Trinkens. *Procedia Computer Science*, 126, 1704-1709.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.08.107>
- Lanier, J. (2018). *Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now* (1. Aufl.). Henry Holt and Co.
- 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>
- Levy, G., & Razin, R. (2019). Echo Chambers and Their Effects on Economic and Political Outcomes. *Annual Review of Economics*, 11, 303-328.
<https://doi.org/10.1146/annurev-economics-080218-030343>
- Martel, C., Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). Die Abhängigkeit von Emotionen fördert den Glauben an Fake News. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5(1). <https://doi.org/10.1186/s41235-020-00252-3>
- Mcleod, S. (2023). Was ist die kognitive Dissonanztheorie? *Einfach Psychologie*.
<https://www.simplypsychology.org/cognitive-dissonance.html>
- Mølmen, G. N., & Ravndal, J. A. (2021). Mechanismen der Online-Radikalisierung: Wie das Internet die Radikalisierung von rechtsextremen Einzelkämpferterroristen beeinflusst. *Behavioral Sciences of Terrorism and Political Aggression*, 1-25. <https://doi.org/10.1080/19434472.2021.1993302>
- Muhammad, M. J. (2021). Eine pragmatisch-linguistische Untersuchung der suggestiven Mehrdeutigkeit in ausgewählten politischen Texten. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 17(4), 2154-2165.
<https://doi.org/10.52462/jlls.156>
- Page, B. I. (1976). Die Theorie der politischen Ambiguität. *American Political Science Review*, 70(3), 742-752. <https://doi.org/10.2307/1959865>

Sicherheit, C. C. F. C. (2022, 23. Februar). *Wie man Fehlinformation, Desinformation und Malinformation erkennt (ITSAP.00.300) - Kanadisches Zentrum für Cybersicherheit*. Kanadisches Zentrum für Cybersicherheit.

<https://www.cyber.gc.ca/en/guidance/how-identify-misinformation-disinformation-and-malinformation-itsap00300>

Sharma, S. (2021, Juli 9). *Liste der 10 emotionalen Grundbedürfnisse in einer Beziehung und ihre Bedeutung*. Calm Sage - Ihr Leitfaden für mentales und emotionales Wohlbefinden. <https://www.calmsage.com/basic-emotional-needs-in-a-relationship/>

Sima, R. (2022, 3. November). *Warum glauben unsere Gehirne Lügen? Die Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/wellness/2022/11/03/misinformation-brain-beliefs/>

Sullivan, M. (2017). *It's time to retire the tainted term "fake news"*. Abgerufen von https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/its-time-to-retire-the-tainted-term-fake-news/2017/01/06/a5a7516c-d375-11e6-945a-76f69a399dd5_story.html

Das Poynter-Institut. (n.d.). *Internationales Netzwerk zur Faktenüberprüfung - Poynter*. Poynter. <https://www.poynter.org/ifcn/>

Van Wonderen, R. (2023). *Rechts-extremistische Radikalisierung auf Social Media Plattformen*. Verwey-Jonker Instituut.

Van Wonderen, R. (2023). *Richtlijn / onderbouwing Radicalisering*. Verwey-Jonker Instituut.

Van Wonderen, R. & Peeters, M. (2021). *Werken aan weerbaarheid tegen desinformatie en eenzijdige meningsvorming. Evaluatie lesprogramma Under Pressure*. Utrecht: Verwey-Jonker Instituut. https://www.verwey-jonker.nl/wp-content/uploads/2022/04/120550_Werken-aan-weerbaarheid-tegen-desinformatie-eenzijdige-meningsvorming.pdf.

Wardle, C. (2019). *Understanding information disorder*. New York: First Draft. Abgerufen von https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x32722.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Informationsstörung: Towards an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe. Abgerufen von <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>.

Watson, A.: Fake News weltweit - Statistiken und Fakten, 2022. Abgerufen von:
<https://www.unesco.org/en/world-media-trends/fake-news-worldwide-statistics-facts> (Mai 2023)

Watzlawick, P. (1993). *Die Sprache der Veränderung: Elemente der Therapeutischen Kommunikation*. W W Norton & Company.

Watzlawick, P., Bavelas, J. B., & Jackson, D. D. (2011). *Die Pragmatik der menschlichen Kommunikation: Eine Studie über interaktionelle Muster, Pathologien und Paradoxien*. W W Norton & Company.

Weltgesundheitsorganisation. (n.d.). *Merkblätter*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets>

Zuckerman, E. (2017). Hören Sie auf, "Fake News" zu sagen. It's not helping. Abgerufen von <https://ethanzuckerman.com/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>