

André Schülke

Phänomene regressiver Nachrichtenrezeption

Medienethische Perspektiven auf die Konjunktur
nichtrationaler mentaler Modelle der Realität



Nomos

Kommunikations- und Medienethik

herausgegeben von

Alexander Filipović

Christian Schicha

Ingrid Stapf

Band 21

André Schülke

Phänomene regressiver Nachrichtenrezeption

Medienethische Perspektiven auf die Konjunktur
nichtrationaler mentaler Modelle der Realität



Nomos

Überarbeitete Fassung der Dissertation, die 2023 an der Hochschule für Philosophie in München angenommen wurde.

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: München, Hochschule für Philosophie, Diss., 2023

u.d.T: Phänomene regressiver Nachrichtenrezeption. Überlegungen zur Konjunktur nichtrationaler mentaler Modelle der Realität auf der Basis einer phänomenologischen Wissenssoziologie

1. Auflage 2023

© André Schülke

Publiziert von
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden
www.nomos.de

Gesamtherstellung:
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden

ISBN (Print): 978-3-7560-1322-7

ISBN (ePDF): 978-3-7489-1849-3

DOI: <https://doi.org/10.5771/9783748918493>

Bis Band 4 erschienen bei Beltz Juventa, Weinheim.



Onlineversion
Nomos eLibrary



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	9
1. Problementfaltung	15
2. Bühls Wissensbegriff	23
2.1. Die Struktur des Wissens	25
2.2. Strukturebenen und soziale Lateralisierung des Wissens	27
2.2.1. Magisches Wissen	29
2.2.2. Mythisches Wissen	31
2.2.3. Ideologisches Wissen	33
2.2.4. Reflexiv-diskursives oder wissenschaftliches Wissen	37
2.2.5. Die Notationen des Wissens	39
2.3. Regression	42
3. Nachrichten	49
3.1. Nachrichten – Informationen über die Welt	49
3.2. Nachrichtenquellen	54
3.3. Nachrichtenrezeption	58
3.3.1. Wahrnehmung und Informationsverarbeitung	59
3.3.2. Nachrichten verstehen und nicht verstehen	62
4. Mentale Modelle der Realität	67
4.1. Zum Begriff des Rationalen	67
4.2. Zum Begriff des Nichtrationalen	72
4.3. Wissenschaftliche Rationalität vs. Alltagsrationalität	74
4.4. Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption	79
4.5. Mentale Modelle	80
4.6. Der Rationalitätsbegriff im Kontext mentaler Modelle der Realität	83

4.7. Das Verhältnis zwischen Rationalität und Wissen	86
4.8. Medienkommunikation	92
4.9. Gruppenspezifische Aspekte des Wissens	97
4.9.1. Die Verteilung des Wissens	98
4.9.2. Informations- und Konformitätskaskaden	99
4.9.3. Das Problem des Nichtwissens	101
4.9.4. Echokammern und Filterblasen	104
4.9.5. Rezeptionskontrolle	107
4.10. Kognitive Komponenten mentaler Modelle der Realität	109
5. Die Konstitution nichtrationaler mentaler Modelle der Realität	111
5.1. Die Wegbereiter der Regression	111
5.1.1. Die Wiederverzauberung der Welt	112
5.1.2. Auf dem Weg zum nichtrationalen mentalen Modell der Realität	116
5.1.3. Die Informationsaufnahme beeinflussende Kognitionen	117
5.1.4. Bausteine nichtrationaler mentaler Modelle der Realität	123
5.2. Regressionstrigger	134
5.2.1. Emotionen	135
5.2.1.1. Furcht	137
5.2.1.2. Angst	138
5.2.2. Ungewissheit, Ressentiment und Verschwörungsmentalität	146
5.3. Kategorien nichtrationaler mentaler Modelle der Realität	154
5.3.1. Mythen	154
5.3.1.1. Mythen der Neuzeit	154
5.3.1.2. Mythen der Gegenwart	156
5.3.1.3. Verschwörungsmythen	160
5.3.1.4. Verschwörungswissen	161
5.3.2. Verschwörungen und Verschwörungserzählungen	164
5.3.2.1. Diffusion von Verschwörungsnarrativen im Netz	169

5.3.2.2. Lügenpresse	171
5.3.2.3. Sozialpsychologische Aspekte von Verschwörungserzählungen	177
5.3.3. Wissenschaftsfeindlichkeit	180
5.3.4. Fundamentalismus	187
5.4. Fallstudien	189
5.4.1. Querfront und "Querdenker"	190
5.4.2. Donald J. Trump	195
5.4.3. QAnon	197
5.4.4. Nachrichtenrezeption im Schatten der Corona- Pandemie	200
5.4.5. Die Sehnsucht nach der geschlossenen Gesellschaft	207
6. Zwischenbilanz	211
7. Eine medienethische Reflexion	217
7.1. Die Verantwortung der Rezipienten	219
7.2. Medienkompetenz	225
7.3. Bildungsprozesse	232
7.4. Coronakrise	233
7.5. Ethische Aspekte eines nichtrationalen mentalen Modells der Realität	235
7.5.1. Die utilitaristische Perspektive	238
7.5.2. Die verantwortungs- und gesinnungsethische Perspektive	242
7.5.3. Die deontologische Perspektive	246
7.5.4. Die tugendethische und die diskursethische Perspektive	247
7.5.5. Zusammenfassung der ethischen Reflexion	249
7.6. Strategien zur Neutralisierung von Regressionstriggern	252
8. Ausblick	265
Literatur und Internetsites	279

