

SC | M

Studies in Communication and Media

Gegründet im Auftrag der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPuK).

Established on behalf of Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPuK).

4 2025

14. Jahrgang

Seite 471 – 623

ISSN 2192-4007

Aus dem Inhalt

EDITORIAL

Alexander Godulla & Christian Pieter Hoffmann
Ready or not, here I come. How synthetic media challenge epistemic institutions

FULL PAPER

Stephanie Geise, Anna Ricarda Luther, Sabine Reich & Michael Linke
A new face of political advertising? Synthetic imagery in the 2025 German federal election campaigns on social media

Michael Davis & Monica Attard
“The morass is just getting ... deeper and deeper and deeper”: Synthetic media and news integrity

Mary Holmes, Klaire Somoray, Jonathan D. Connor, Darcy W. Goodall, Lynsey Beaumont, Jordan Bugeja, Isabelle E. Eljed, Sarah Sai Wan Ng, Ryan Ede & Dan J. Miller
Spotting fakes: How do non-experts approach deepfake video detection?

RESEARCH IN BRIEF

Daniel Vogler, Adrian Rauchfleisch & Gabriele de Seta
Support for deepfake regulation: The role of third-person perception, trust, and risk

FULL PAPER

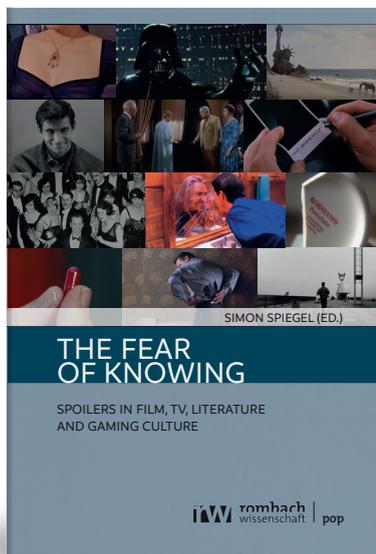
Nils Vief, Marcus Bösch, Saïd Unger, Johanna Klapproth, Svenja Boberg, Thorsten Quandt & Christian Stöcker
Synthetic disinformation detection among German information elites – Strategies in politics, administration, journalism, and business



Nomos

Spoiler Alert

Transdisciplinary Views on Spoilers



Simon Spiegel [Ed.]

The Fear of Knowing Spoilers in Film, TV, Literature and Gaming Culture

2025, 327 pp., pb., € 84.00

ISBN 978-3-98858-114-3

E-Book 978-3-98858-115-0

(Pop: Kultur | Medien | Ästhetik, vol. 3)

The fear of spoilers is now a global phenomenon, but it had been barely researched until recently. For the first time, this volume brings together scholars and practitioners from a variety of fields to explore the concept. Do spoilers really diminish our enjoyment of films, books or games? How do different fan communities deal with the issue? Has spoiling always been frowned upon, or were there times when it was handled differently? And how has the fear of spoilers affected the way media content is produced and marketed? The contributors to

'The Fear of Knowing' come from the fields of film, literature, game and fan studies, as well as empirical psychology, and their findings are—spoiler alert!—not always what you might expect.

Simon Spiegel is Privatdozent and senior researcher in film studies at the University of Zurich. He has published widely on science fiction and utopian films, and is the chief editor of the interdisciplinary journal 'Zeitschrift für Fantastikforschung'.

Also available on [inlibra.com](https://www.inlibra.com)

Available in bookstores or via [nomos-shop.de](https://www.nomos-shop.de)

Customer Service +49 7221 2104-222 | service@nomos.de

Returns are at the risk and expense of the addressee.

rombach
wissenschaft

Gegründet im Auftrag der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPUK).

Established on behalf of Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPUK).

Herausgeber/Publisher: Prof. Dr. **Marko Bacht**, Berlin | Prof. Dr. **Christine Lohmeier**, Salzburg | Prof. Dr. **Constanze Rossmann**, LMU München | Prof. Dr. **Helena Stehle**, Münster

Redaktion/Editorial Office:

Ruth Kasdorf, Hochschule Wismar, Fakultät Gestaltung, Philipp-Müller-Straße 14, 23966 Wismar

Internationaler Beirat/International Editorial Board: Prof. Dr. **Jan van den Bulck**, University of Michigan | Prof. Dr. **Leopoldina Fortunati**, Faculty of Education of the University of Udine, Italy | Dr. **Beate Josephi**, Edith Cowan University, Australia | Prof. Dr. **Robin Mansell**, London School of Economics and Political Science, UK | Prof. Dr. **Dietram A. Scheufele**, Department of Life Sciences Communication and College of Agricultural & Life Sciences, University of Wisconsin, USA | Prof. Dr. **Peter J. Schulz**, Institute of Communication and Health, University of Lugano, Switzerland | Prof. Dr. **David Tewksbury**, Department of Communication, University of Illinois at Urbana-Champaign, USA | Prof. Dr. **Katerina Tsetoura**, Gaylord College of Journalism and Mass Communication at the University of Oklahoma, USA | Prof. Dr. **Gabriel Weimann**, Department of Communication, University of Haifa, Israel

DGPK Beirat/DGPK Editorial Board: Mag. Dr. **Ariadne Neureiter**, FG Werbekommunikation | Dr. **Julia Niemann-Lenz**, FG Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft | Dr. **Ada Fehr**, FG Medienpädagogik | Dr. **Valerie Hase**, FG Journalistik/Journalismusforschung | Dr. **Erik Koenen**, FG Kommunikationsgeschichte | Dr. **Sabrina Heike Kessler**, FG Rezeptions- und Wirkungsforschung | Jun.-Prof. Dr. **Jessica Kunert**, FG Mediensport und Sportkommunikation | Dr. **Esther Greussing**, FG Digitale Kommunikation | Dr. **Katharina Christ**, FG Mediensprache – Mediendiskurse | Dr. **Philipp Müller**, FG Kommunikation und Politik | Dr. **Helena Atteneeder**, FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht | Dr. **Seraina Tarnutzer**, FG Visuelle Kommunikation | Dr. **Alexander Ort**, FG Gesundheitskommunikation | Dr. **Niels G. Mede**, FG Wissenschaftskommunikation | Prof. Dr. **Lars Rademacher**, FG Kommunikations- und Medienethik | Dr. **Anne Grüne**, FG Internationale und Interkulturelle Kommunikation | Dr. **Franziska Thiele**, FG Soziologie der Medienkommunikation | Dr. **Benno Viererbl**, FG PR- und Organisationskommunikation | Prof. Dr. **Britta Gossel**, FG Medienökonomie

Inhalt

EDITORIAL

Ready or not, here I come. How synthetic media challenge epistemic institutions

Bereit oder nicht, hier komme ich. Wie synthetische Medien epistemische Institutionen herausfordern

Alexander Godulla & Christian Pieter Hoffmann 471

FULL PAPER

A new face of political advertising? Synthetic imagery in the 2025 German federal election campaigns on social media

Ein neues Gesicht politischer Werbung? Synthetische Bilder im Wahlkampf der Deutschen Bundestagswahl 2025 auf Social Media

Stephanie Geise, Anna Ricarda Luther, Sabine Reich & Michael Linke 485

FULL PAPER

- “The morass is just getting ... deeper and deeper and deeper”: Synthetic media and news integrity**
„Der Morast wird immer ... tiefer und tiefer und tiefer“: Synthetische Medien und Nachrichtenintegrität
Michael Davis & Monica Attard 517

FULL PAPER

- Spotting fakes: How do non-experts approach deepfake video detection?**
Fälschungen feststellen: Wie können Nicht-Experten Deepfake-Videos erkennen?
Mary Holmes, Klaire Somoray, Jonathan D. Connor, Darcy W. Goodall, Lynsey Beaumont, Jordan Bugeja, Isabelle E. Eljed, Sarah Sai Wan Ng, Ryan Ede & Dan J. Miller..... 550

RESEARCH IN BRIEF

- Support for deepfake regulation: The role of third-person perception, trust, and risk**
Unterstützung für Deepfake-Regulierung: Die Rolle von Third-Person-Perception, Vertrauen und Risiko
Daniel Vogler, Adrian Rauchfleisch & Gabriele de Seta 570

FULL PAPER

- Synthetic disinformation detection among German information elites – Strategies in politics, administration, journalism, and business**
Erkennung synthetischer Desinformation unter deutschen Informationseliten – Strategien in Politik, Verwaltung, Journalismus und Wirtschaft
Nils Vief, Marcus Bösch, Saïd Unger, Johanna Klapproth, Svenja Boberg, Thorsten Quandt, & Christian Stöcker..... 594

Impressum

Herausgeber/Publisher: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPK), vertreten durch Prof. Dr. Marko Bachl, Berlin | Prof. Dr. Christine Lohmeier, Salzburg | Prof. Dr. Constanze Rossmann, München | Prof. Dr. Helena Stehle, Münster

Redaktion/Editorial Office:

Ruth Kasdorf, Hochschule Wismar, Fakultät Gestaltung, Philipp-Müller-Straße 14, 23966 Wismar
e-mail: scm@nomos.de

Verlag/Publishing Company: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG,

Waldseestraße 3-5, 76530 Baden-Baden, Germany

Telefon/Phone: 0049 (0)7221/2104-0, Fax: 0049 (0)7221/2104-899

Internet: www.scm.nomos.de

Nachdruck und Vervielfältigung/Reprint and Reproduction: Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Der Nomos Verlag beachtet die Regeln des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e.V. zur Verwendung von Buchrezensionen.

Erscheinungsweise/Publication: viermal jährlich/four times a year

ISSN: 2192-4007

Hinweise für Autorinnen und Autoren finden Sie unter/Hints for authors: www.scm.nomos.de