

SC|M

Studies in Communication and Media

Gegründet im Auftrag der
Deutschen Gesellschaft für
Publizistik- und Kommuni-
kationswissenschaft e. V.
(DGfK).

Established on behalf of
Deutsche Gesellschaft für
Publizistik- und Kommuni-
kationswissenschaft e. V.
(DGfK).



AN AFFILIATE JOURNAL
OF THE
INTERNATIONAL
COMMUNICATION
ASSOCIATION

4 2019

8. Jahrgang
Seite 431 – 559
ISSN 2192-4007



Nomos

Aus dem Inhalt:

EDITORIAL

Christina Peter & Thomas Koch

Countering misinformation: Strategies, challenges, and uncertainties

Falschinformationen entgegenwirken: Strategien,
Herausforderungen und Unsicherheiten

FULL PAPER

Jan P. Kluck, Leonie Schaeowitz & Nicole C. Krämer

Doubters are more convincing than advocates

Zweifler sind überzeugender als Fürsprecher

Isabelle Freiling

Detecting misinformation in online social networks: A think-aloud study on user strategies

Erkennung von Fehlinformationen in sozialen
Onlinenetzwerken: Eine Think-Aloud-Studie zu
Strategien der Nutzer*innen

Johanna Radechovsky, Priscila Berger & Jens Wolling

Nothing's gonna change my world – Or do journalistic clarifications help against rumors?

Nichts wird meine Welt verändern – Oder helfen
journalistische Richtigstellungen gegen Gerüchte?

Michael Hameleers

Susceptibility to mis- and disinformation and the effectiveness of fact-checkers: Can misinformation be effectively combated?

Anfälligkeit für Fehl- und Desinformationen
und die Effektivität von Faktenprüfern: Können
Fehlinformationen wirksam bekämpft werden?

RESEARCH-IN-BRIEF

Philipp Müller & Anne Schulz

Facebook or Fakebook?

Facebook oder Fakebook?

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. Anne Bartsch, München | Prof. Dr. Matthias Hastall, Dortmund | Prof. Dr. Christoph Neuberger, München | Prof. Dr. Juliana Raupp, Berlin

Redaktion/Editorial Office: Dr. Andreas M. Scheu, WWU Münster, Institut für Kommunikationswissenschaft, Bispinghof 9-14, 48143 Münster

Internationaler Beirat/International Editorial Board: Prof. Dr. Jan van den Bulck, Leuven School for Mass Communication Research, Belgium | Prof. Dr. Leopoldina Fortunati, Faculty of Education of the University of Udine, Italy | Prof. Dr. Uwe Hasebrink, Hans-Bredow-Institut, University of Hamburg, Germany | Dr. Beate Josephi, Edith Cowan University, Australia | Prof. Dr. Sonia Livingstone, Department of Media and Communications at the London School of Economics and Political Science, UK | 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 Tsetsura, Gaylord College of Journalism and Mass Communication at the University of Oklahoma, USA | Prof. Dr. Philippe Viallon, Département Information-Communication, IUT Robert Schuman, Université de Strasbourg | Prof. Dr. Gabriel Weimann, Department of Communication, University of Haifa, Israel

DGPuk Beirat/DGPuk Editorial Board: Dr. Thomas Birkner, FG Kommunikationsgeschichte | Dr. Nils S. Borchers, FG Werbe- und Kommunikation | Dr. Cornelia Brantner, FG Visuelle Kommunikation | Prof. Dr. Hans-Jürgen Bucher, FG Mediensprache – Mediendiskurse | Dr. Birte Fähnrich, FG Wissenschaftskommunikation | Dr. Ruth Festl, FG Medienpädagogik | Dr. Christine Horz, FG Internationale und interkulturelle Kommunikation | Prof. Dr. Simone Huck-Sandhu, FG PR und Organisationskommunikation | Dr. Frank Mangold, FG Rezeptions- und Wirkungsforschung | Prof. Dr. Julia Metag, FG Kommunikation und Politik | Dr. Johanna Möller, FG Soziologie der Medienkommunikation | Dr. Kathrin Müller, FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht | Dr. Jörg-Uwe Nieland, FG Mediensport und Sportkommunikation | Prof. Dr. Christian Pentzold, FG Digitale Kommunikation | Dr. Christina Peter, FG Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft | Prof. Dr. Marlis Prinzing, FG Kommunikations- und Medienethik | Dr. Doreen Reifergerste, FG Gesundheitskommunikation | Prof. Dr. Nina Springer, FG Journalistik/Journalismusforschung | Prof. Dr. Christian Zabel, FG Medienökonomie

Aus dem Inhalt

EDITORIAL

Countering misinformation: Strategies, challenges, and uncertainties

Falschinformationen entgegenwirken: Strategien, Herausforderungen und Unsicherheiten

Christina Peter & Thomas Koch 431

FULL PAPER

Doubters are more convincing than advocates

The impact of user comments and ratings on credibility perceptions of false news stories on social media

Zweifler sind überzeugender als Fürsprecher

Der Einfluss von Nutzerkommentaren und Ratings auf die Glaubwürdigkeitswahrnehmung von falschen Nachrichten-Storys auf sozialen Medien

Jan P. Kluck, Leonie Schaewitz & Nicole C. Krämer 446

Detecting misinformation in online social networks: A think-aloud study on user strategies

Erkennung von Fehlinformationen in sozialen Onlinenetzwerken: Eine Think-Aloud-Studie zu Strategien der Nutzer*innen

Isabelle Freiling 471

Nothing's gonna change my world – Or do journalistic clarifications help against rumors?

Nichts wird meine Welt verändern – Oder helfen journalistische Richtigstellungen gegen Gerüchte?

Johanna Radechovsky, Priscila Berger & Jens Wolling 497

Susceptibility to mis- and disinformation and the effectiveness of fact-checkers: Can misinformation be effectively combated?	
Anfälligkeit für Fehl- und Desinformationen und die Effektivität von Faktenprüfern: Können Fehlinformationen wirksam bekämpft werden?	
Michael Hameleers.....	523

RESEARCH-IN-BRIEF

Facebook or *Fakebook*?

How users' perceptions of 'fake news' are related to their evaluation and verification of news on Facebook

Facebook oder *Fakebook*?

Wie Nutzerwahrnehmungen von 'Fake News' mit der Bewertung und Verifikation von Nachrichten auf Facebook zusammenhängen

Philipp Müller & Anne Schulz.....	547
-----------------------------------	-----



Impressum

Herausgeber/Publisher: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPUK), vertreten durch Prof. Dr. Klaus Kamps, Stuttgart | Prof. Dr. Anne Bartsch, München | Prof. Dr. Christoph Neuberger, München | Prof. Dr. Juliana Raupp, Berlin

Redaktion/Editorial Office: Dr. Andreas M. Scheu, WWU Münster, Institut für Kommunikationswissenschaft, Bispinghof 9-14, 48143 Münster,
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)7221/2104-27

Internet: www.scm.nomos.de

Anzeigen/Advertising: sales friendly, Verlagsdienstleistungen, Bettina Roos, Pfaffenweg 15, 53227 Bonn, Germany

Telefon/Phone: 0049 (0)228/978980, Fax: 0049 (0)228/978980

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 Einspeicherung 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