

SC|M

Studies in Communication and Media

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

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

1 2025

14. Jahrgang

Seite 1 – 202

ISSN 2192-4007



Nomos

Aus dem Inhalt

EDITORIAL

Julia Metag, Ruth Kasdorf, Christine Lohmeier,
Constanze Rossmann & Kerstin Thummes

FULL PAPER

Marina F. Thomas & Moniek Buijzen
**The influence of a porn literacy intervention on
explicit and implicit attitudes**
Der Einfluss von Pornografiekompetenz auf
Explizite und Implizite Einstellungen

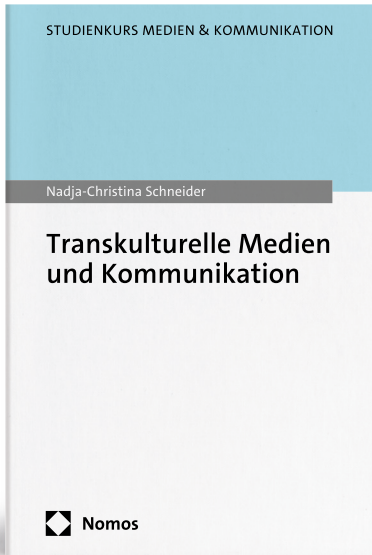
EXTENDED PAPER & Extended Abstract

Wolfgang Reißmann, Margreth Lünenborg &
Miriam Siemon
**Zum Verhältnis von Journalismus und Aktivismus:
Boundary work als Navigieren zwischen
Komplementarität und Hybridisierung.**
On the relationship between journalism and
activism: Boundary work as navigating between
complementarity and hybridization.

FULL PAPER

Christian Zabel, Louis Schaffeld & Daniel O'Brien
**Netflix and chill? The content-related and
gratificational antecedents of
binge-watching tendency**
Netflix and Chill? Einfluss von inhaltebezogenen
Programmattributen und Gratifikationen
auf Binge-watching Verhalten
Sabrina Heike Kessler
**Misinformation on social media:
Individual reception and the importance of
self-directed internet search for rebuttal**
Fehlinformationen in sozialen Medien: Individuelle
Rezeption und die Bedeutung eigenständiger
Internetsuche zur Widerlegung

Understanding Media in their Sociocultural Contexts



Nadja-Christina Schneider
**Transkulturelle Medien
und Kommunikation**

2025, approx. 200 pp., pb., approx. € 24.00

ISBN 978-3-7560-0293-1

E-Book 978-3-7489-3683-1

(Studienkurs Medien & Kommunikation)

Available approx. August 2025

In German Language

Transcultural Media and Communication is a subject area that draws on theoretical and methodological approaches from a variety of research fields, including visual and media ethnography, cultural studies, gender media studies, area studies and transcultural studies. This book provides a concise introduction for students and

readers interested in media and communication issues that are closely linked to sociocultural processes in a dynamically changing world. It presents relevant applications and up-to-date case studies of transcultural perspectives on media and communication from both a global and a transregional perspective.

 Nomos
eLibrary nomos-elibrary.de

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.



Nomos

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

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

Herausgeber/Publisher: Prof. Dr. **Christine Lohmeier**, Salzburg | Prof. Dr. **Julia Metag**, Münster | Prof. Dr. **Constanze Rossmann**, LMU München | Prof. Dr. **Kerstin Thummes**, Greifswald

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 | 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

DGPK Beirat/DGPK Editorial Board: Dr. **Alice Binder**, 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 Atteneder**, FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht | Dr. **Seraina Tarnutzer**, FG Visuelle Kommunikation | Dr. **Alexander Ort**, FG Gesundheitskommunikation | Dr. **Friederike Hendriks**, FG Wissenschaftskommunikation | Prof. Dr. **Lars Rademacher**, FG Kommunikations- und Medienethik | Dr. **Regina Cazzamatta**, 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

Aus dem Inhalt

EDITORIAL

Julia Metag, Ruth Kasdorf, Christine Lohmeier, Constanze Rossmann & Kerstin Thummes 1

FULL PAPER

The influence of a porn literacy intervention on explicit and implicit attitudes
Der Einfluss von Pornografiekompetenz auf Explizite und Implizite Einstellungen
Marina F. Thomas & Moniek Buijzen 8

EXTENDED PAPER

Zum Verhältnis von Journalismus und Aktivismus: *Boundary work* als Navigieren zwischen Komplementarität und Hybridisierung.
On the relationship between journalism and activism: Boundary work as navigating between complementarity and hybridization.
Wolfgang Reißmann, Margreth Lünenborg & Miriam Siemon 37

EXTENDED ABSTRACT

On the relationship between journalism and activism: Boundary work as navigating between complementarity and hybridization.
Zum Verhältnis von Journalismus und Aktivismus: *Boundary work* als Navigieren zwischen Komplementarität und Hybridisierung.
Wolfgang Reißmann, Margreth Lünenborg & Miriam Siemon 99

FULL PAPER

Netflix and chill? The content-related and gratificational antecedents of binge-watching tendency

Netflix and Chill? Einfluss von inhaltebezogenen Programmattributen und Gratifikationen auf Binge-watching Verhalten

Christian Zabel, Louis Schaffeld & Daniel O'Brien..... 106

FULL PAPER

Misinformation on social media: Individual reception and the importance of self-directed internet search for rebuttal

Fehlinformationen in sozialen Medien: Individuelle Rezeption und die Bedeutung eigenständiger Internetsuche zur Widerlegung

Sabrina Heike Kessler 141

Impressum

Herausgeber/Publisher: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPK), vertreten durch Prof. Dr. Christine Lohmeier, Salzburg | Prof. Dr. Julia Metag, Münster | Prof. Dr. Constanze Rossmann, München | Prof. Dr. Kerstin Thummes, Greifswald

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)7221/2104-27

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 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

EDITORIAL

*Julia Metag, Ruth Kasdorf, Christine Lohmeier, Constanze Rossmann &
Kerstin Thummes*



EDITORIAL

Editorial – 1/2025

Julia Metag, Ruth Kasdorf, Christine Lohmeier, Constanze Rossmann & Kerstin Thummes

Die in SCM im Jahr 2024 veröffentlichten Beiträge zeichnen sich durch eine große thematische Vielfalt aus, die aktuelle Forschungsschwerpunkte der Kommunikationswissenschaft widerspiegelt. Methodische Studien zur automatisierten Erkennung generischer Frames, zu linguistischen Korpora und Tools sowie zu „few-shot learning“-Techniken finden sich ebenso wie Beiträge zur Gesundheitskommunikation, zur lokalen Klimaberichterstattung, zur Nutzung von Streaming-Diensten, zur Wahrnehmung des Meinungsklimas und zur Rolle des Geschlechts für Kompetenzwahrnehmungen von Expert*innen in der Technologiekommunikation.

Angesichts jüngster Ereignisse, wie der vorgezogenen Bundestagswahl in Deutschland, der erneuten Wahl von Donald Trump zum US-Präsidenten, den Entwicklungen auf Social-Media-Plattformen – etwa die Abschaffung des Fact-Checkings in den USA durch den Meta-Konzern – sowie dem Handeln von Tech-Größen wie Elon Musk, ist zu erwarten, dass 2025 ebenfalls hochrelevante kommunikationswissenschaftliche Forschung entstehen wird. SCM möchte weiterhin ein zentraler Publikationsort für solche Studien bleiben und zur wissenschaftlichen Diskussion beitragen.

Einen thematischen Schwerpunkt setzte SCM im vergangenen Jahr mit dem Sonderheft „Media Representations of Sexuality in an Era of Pornification“, herausgegeben Nicola Döring, Nicole Krämer, Dan J. Miller, Thorsten Quandt und Gerhard Vowe. Das als Ausgabe 4/2024 erschienene Sonderheft enthält vier Aufsätze zum Thema. Ein weiterer, „The Influence of a Porn Literacy Intervention on Explicit and Implicit Attitudes“ von Marina F. Thomas und Moniek Buijzen, wird als fünfter Aufsatz im aktuellen Heft veröffentlicht. Mit diesem Schwerpunkt leistet das Sonderheft einen wertvollen Beitrag zu einem noch wenig untersuchten, aber gleichzeitig hochrelevanten Forschungsfeld der Kommunikationswissenschaft. Es greift ein Thema auf, dem sich viele Forschende aufgrund seiner gesellschaftlichen Sensibilität oft nur zögerlich widmen. Umso mehr freut uns die hohe Qualität und Vielfalt der eingereichten Arbeiten, die das Potential dieses Forschungsfeldes eindrucksvoll verdeutlichen.

Auch 2025 wird es wieder ein Sonderheft geben. Zum Thema „The age of synthetic media: Perspectives from communication and media studies“ laden die Gastherausgeber Alexander Godulla und Christian Pieter Hoffmann englischsprachige Beiträge ein. Das Sonderheft wird als Heft 4/2025 erscheinen.

Der Top Paper Award ging 2024 an Mira Rochoyadi-Reetz für den Beitrag „The frame-building process in relation to climate change in Indonesia“ aus Heft 2/2024. Die Studie untersucht den Prozess des Frame-Building in Bezug auf den Klimawandel in Indonesien, einem Schwellenland, das sowohl hohe Kohlenstoffemissionen produziert als auch stark von den Folgen der Klimakrise betroffen ist. Anhand einer Inhaltsanalyse von Pressemitteilungen der Regierung, Umwelt-NGOs und Medienberichten werden Unterschiede in den genutzten Frames zwischen politischen Akteuren und Journalist*innen aufgezeigt. Zudem analysiert die Studie, wie Rahmenbedingungen wie Organisationsstruktur, finanzielle Ressourcen und Netzwerke den Einfluss von PR-Akteuren auf Frames sowie die Auswahl durch Journalist*innen prägen. Schließlich wird diskutiert, wie diese Prozesse durch makrogesellschaftliche und kulturelle Bedingungen in Indonesien beeinflusst werden.

Wie im Editorial zu Heft 1/2024 angekündigt, bietet SCM inzwischen die Möglichkeit, Präregistrierungen einzureichen. Bisher haben wir noch keine solche Einreichung erhalten, ermutigen aber gerne Wissenschaftler*innen, von der Möglichkeit Gebrauch zu machen. Neu ist, dass SCM seit 2024 ein Mentoring-Programm anbietet. Das Herausgeberinnen-Gremium hat unter der Federführung von Kerstin Thummes Leitlinien für das Mentoring-Programm ausgearbeitet. Das SCM Mentoring-Programm unterstützt Forschende aus geografisch benachteiligten Regionen dabei, ihre Forschungsergebnisse in etablierten westlichen wissenschaftlichen Zeitschriften zu veröffentlichen. Ziel ist es, den Austausch zwischen erfahrenen Wissenschaftler*innen und den Mentees zu fördern, um Know-how zu vermitteln und die wissenschaftliche Karriere der Teilnehmenden zu stärken. Beide Seiten profitieren von der Zusammenarbeit: Mentees erweitern ihre Publikationsfähigkeiten und erhalten Zugang zu Netzwerken, während Mentor*innen internationale Perspektiven gewinnen sowie ihre eigenen Fähigkeiten reflektieren und ihre Expertise weitervermitteln können. Damit möchte SCM zur Öffnung des wissenschaftlichen Publikationssystems beitragen und mehr Verantwortung als international ausgerichtete Fachzeitschrift übernehmen.

Das Herausgeberinnengremium der Zeitschrift blieb im Jahr 2024 personell stabil. Aufgrund ihrer zwischenzeitlichen Elternzeit gehörte Julia Metag ein weiteres Jahr dem Gremium an, wodurch kein turnusgemäßer Wechsel stattfand. Veränderungen gab es hingegen in der Redaktion: Oliver Raaz, der seit 2022 als Redakteur für SCM tätig war, übergab seine Aufgaben im Herbst 2024 an Ruth Kasdorf von der Hochschule Wismar. Oliver Raaz hat die Arbeit von SCM nach dem Weggang von Andreas Scheu mit großem Engagement fortgeführt und die Redaktion während einer teils auch herausfordernden Zeit – geprägt von den Nachwirkungen der Corona-Pandemie – zuverlässig und mit großem Einsatz geleitet. Seine strukturierte Arbeitsweise und wertvollen Impulse haben die Abläufe der Redaktion sowie die Zusammenarbeit mit dem Herausgeber*innengremium nachhaltig geprägt. Für seine hervorragende Arbeit und die angenehme Zusammenarbeit möchten wir ihm unseren herzlichen Dank aussprechen. Oliver Raaz wird dem Team der SCM fehlen. Gleichzeitig freuen wir uns, mit Ruth Kasdorf eine engagierte und kompetente Nachfolgerin begrüßen zu dürfen, die sich bereits hervorragend in die Redaktionsarbeit eingefunden hat und einen nahtlosen Übergang ermöglicht. Herzlich willkommen im Team der SCM, liebe Ruth!

Einreichungen und Entscheidungen in 2024

Im Jahr 2023 stand die SCM noch vor der Herausforderung, die pandemiebedingten Unregelmäßigkeiten zu bewältigen und erneut in den herkömmlichen Rhythmus ihrer Veröffentlichung zurückzukehren. Die getroffenen Maßnahmen haben grundlegend dazu beigetragen, dass 2024 wieder ein vierteljährliches Erscheinen sichergestellt werden konnte. Was allerdings aus dieser Zeit beibehalten wird, ist die reduzierte Anzahl von vier Beiträgen pro Heft, wodurch auch in Zukunft ein vierteljährliches Erscheinen möglich sein sollte.

Ein Vergleich der insgesamt 69 Einreichungen in 2024¹ mit der Anzahl von 47 aus dem Vorjahr lässt einen deutlichen Anstieg erkennen. Das häufigste Format ist nach wie vor das Full Paper (52). Während die Zahl der als Extended Paper eingereichten Beiträge konstant bleibt (4), wurde das Research-in-brief (13) deutlich häufiger als Format gewählt (2023: 4). In Bezug auf die Sprache der Einreichungen liegen wie im vorherigen Jahr englischsprachige Beiträge (63) weit vor deutschsprachigen (6).

2024 trafen Einreichungen aus 24 unterschiedlichen Ländern ein (2023: 20). Davon stammt der größte Anteil aus der DACH-Region (D: 30; AT: 4, CH: 1), gefolgt von Einreichungen aus Kasachstan (8), Indonesien (5), Kirgistan, Malaysia, Nigeria (je 3), Tschechien, Indien, Griechenland, Jordanien und den USA (je 2). Aus den Ländern Ungarn, Pakistan, China, der Ukraine, Kroatien, Kanada, den Niederlanden, Dänemark, Bangladesch, Taiwan und Usbekistan hat uns im vergangenen Jahr je eine Einreichung erreicht.² Das Verhältnis zwischen Autorinnen (55 %) und Autoren (45 %) ist dabei relativ ausgeglichen.

Was die Anzahl redaktioneller Entscheidungen (vgl. hierzu Tabelle 1) betrifft, so ist diese im Vergleich zum vorherigen Jahr angestiegen und befindet sich auf gleicher Höhe wie 2022 (2023: 69; 2022: 89). Mit der erhöhten Anzahl an Einreichungen ging gleichzeitig ein enormer Anstieg an Desk Rejects einher – von 34,8 im Jahr 2023 auf nun 51,7 Prozent. Ein möglicher Grund dafür mögen die abweichenden wissenschaftlichen Standards einiger Regionen der einreichenden Autor*innen sein. Vor diesem Hintergrund möchten wir erneut auf das Mentoring-Programm der SCM verweisen, durch das wir in Zukunft mehr Chancen für Autor*innen aus dem globalen Süden ermöglichen wollen, ihre Beiträge einem breiten internationalem wissenschaftlichen Publikum zu eröffnen. Ein weiterer Grund für die gestiegene Anzahl von Desk Rejects sind thematisch unpassende Einreichungen, die keinen Bezug zur Medien- und Kommunikationswissenschaft aufweisen.

Tabelle 1. Entscheidungen der Herausgeber*innen in 2024

Decisions	Desk Rejects	Rejects	Minor Revisions	Major Revisions	Acceptance
89	46	5	7	20	11
%	51,7	5,6	7,9	22,5	12,4

- 1 Die Einreichungen aus dem Sonderheft 4/2024 „Media Representations of Sexuality in an Era of Pornification“ gehen nicht in die Gesamtstatistik ein.
- 2 Insgesamt wurden im Jahr 2024 neun Beiträge von Autor*innengruppen aus unterschiedlichen Ländern eingereicht.

Die monatlichen Abrufe der SCM-Beiträge in der Nomos eLibrary sind mit etwa 9.149 im Vergleich zum Vorjahr leicht gesunken, liegen allerdings nach wie vor deutlich über den Abrufzahlen von 2022 (2023: 9.790; 2022: 6160). Wie auch im vergangenen Jahr sind die Beiträge mit den meisten Abrufen „Dealing with deep-fakes – an interdisciplinary examination of the state of research and implications for communication studies“ von Alexander Godulla, Christian P. Hoffmann und Daniel Seibert sowie „Gendered hate speech in YouTube and YouNow comments: Results of two content analyses“ von Nicola Döring und M. Rohangis Mohseni, gefolgt von „Hochschulen zwischen Social Media-Spezialisten und Online-Verweigerern. Eine Analyse der Online-Kommunikation promotionsberechtigter Hochschulen in Deutschland, Österreich und der Schweiz“ von Julia Metag und Mike S. Schäfer.

Dank

Diesen Rückblick auf das vergangene Jahr möchten wir wie immer damit abschließen, unseren Dank an diejenigen auszusprechen, die an den Veröffentlichungen und Erfolgen von SCM beteiligt waren. Zuallererst danken wir allen Autor*innen, die sich für SCM als Publikationsort entschieden haben und es somit möglich machen, dass jedes Heft mit vielfältigen und erkenntnisreichen Beiträgen gefüllt werden kann. Ebenfalls sind wir allen Leser*innen dankbar für ihr Interesse an unseren Heften, welches sich immer wieder in den Aufrufzahlen widerspiegelt.

Gutachter*innen

Wir möchten uns besonders bei allen Gutachter*innen bedanken, die sich dazu bereit erklärt haben, die eingereichten Manuskripte zu beurteilen und konstruktives Feedback an die Autor*innen zu geben: Verena Albert, Luise Anter, Dorothee Arlt, Philip Baugut, Yener Bayramoğlu, Janine Blessing, Florian Buhl, Matthias Degen, Nora Denner, Nicola Döring, Ricarda Drücke, Stine Eckert, Maximilian Eder, Ines Engelmann, Lena Frischlich, Udo Göttlich, Lars Guenther, Jens Hagelstein, Valerie Hase, Imke Hoppe, Brigitte Huber, Michael Johann, Andy Kaltenbrunner, Susanne Keil, Sabrina Heike Kessler, Elisabeth Klaus, Isabell Koinig, Benjamin Krämer, Elke Kronewald, Jessica Kunert, Robin Kurilla, Elena Link, Irina Lock, Julia Lück-Benz, Melanie Magin, Franziska Marquart, Christine Meltzer, Lothar Mikos, Paula Nitschke, Hans Peter Peters, Daniel Pfurtscheller, Joachim Preusse, Fabian Prochazka, Sophie Reitmeier, Andreas Riedl, Lars Rindsdorf, Sophia Rothut, Christian Schemer, Jule Scheper, Anna Schnauber-Stockmann, Christian Schwarzenegger, Annika Sehl, Nadine Strauß, Monika Taddicken, Tanja Thomas, Mandy Tröger, Christina Viehmann, Lisa Waldenburger, Jeffrey Wimmer, Carsten Winter, Dominique Wirz, Jens Wolling, Guido Zurstiege.

Wir wissen die Zeit, Expertise und den Aufwand sehr zu schätzen und hoffen auf eine weitere gute Zusammenarbeit in der Zukunft.

International Board

Unser Dank geht ebenfalls an alle Mitglieder des International Boards: Jan van den Bulck (University of Michigan, USA), Leopoldina Fortunati (University of Udine, Italien), Uwe Hasebrink (Hans-Bredow-Institut, Hamburg, Deutschland), Beate Josephi (Edith Cowan University, Australien), Sonia Livingstone, Robin Mansell (beide: London School of Economics and Political Science, UK), Dietram A. Scheufele (University of Wisconsin, USA), Peter J. Schulz (University of Lugano, Schweiz), David Tewksbury (University of Illinois at Urbana-Champaign, USA), Katerina Tsutsura (University of Oklahoma, USA), Philippe Viallon (University of Strasbourg, Frankreich), Gabriel Weimann (University of Haifa, Israel).

DGPuK-Beirat

Abschließend möchten wir uns bei den aktuellen Mitgliedern des DGPuK-Beirats bedanken: Alice Binder (FG Werbekommunikation), Regina Cazzamatta (FG Internationale und interkulturelle Kommunikation), Ada Fehr (FG Medienpädagogik), Britta Gossel (FG Medienökonomie), Valerie Hase (FG Journalistik/Journalismusforschung), Phillip Müller (FG Kommunikation und Politik), Friederike Hendriks (FG Wissenschaftskommunikation), Sabrina Heike Kessler (FG Rezeptions- und Wirkungsforschung), Erik Koenen (FG Kommunikationsgeschichte), Jessica Kuhnert (FG Mediensport und Sportkommunikation), Esther Greussing (FG Digitale Kommunikation), Katharina Christ (FG Mediensprache – Mediendiskurse), Julia Niemann-Lenz (FG Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft), Alexander Ort (FG Gesundheitskommunikation), Lars Rademacher (FG Kommunikations- und Medienethik), Seraina Tarnutzer (FG Visuelle Kommunikation), Helena Atteneder (FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht), Franziska Thiele (FG Soziologie der Medienkommunikation), Benno Viererbl (FG PR und Organisationskommunikation).

FULL PAPER

The influence of a porn literacy intervention on explicit and implicit attitudes

Der Einfluss von Pornografiekompetenz auf Explizite und Implizite Einstellungen

Marina F. Thomas & Moniek Buijzen

Marina F. Thomas (Dr.), Karl Landsteiner University of Health Sciences, Research Centre Transitional Psychiatry, Dr.-Karl-Dorrek-Strasse 30, A-3500 Krems, Austria. Contact: marina.thomas@kl.ac.at. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7967-2165>

Moniek Buijzen (Prof. Dr.), Erasmus University Rotterdam, Erasmus School of Social and Behavioural Sciences, Burg. Oudlaan 50, 3062 PA Rotterdam, Netherlands. Contact: buijzen@essb.eur.nl. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3780-0856>



FULL PAPER

The influence of a porn literacy intervention on explicit and implicit attitudes

Der Einfluss von Pornografiekompetenz auf Explizite und Implizite Einstellungen

Marina F. Thomas & Moniek Buijzen

Abstract: Mainstream pornography presumably influences explicit and implicit attitudes. This study presents a media literacy intervention specifically for pornography in form of a short video (3 min.) highlighting that pornography is effortfully constructed. After exposing 80 adults between 18 and 33 (60% female) to mainstream pornography, it was experimentally tested if the porn literacy intervention (compared to a matched control video) decreased perceived porn realism, undesired explicit and implicit attitudes, and whether the influence of the intervention was moderated by sexual experience and prior porn use. The preregistered experiment showed that the porn literacy intervention had no effect on perceived realism of pornography, body dissatisfaction, implicit sexism, or explicit and implicit attitudes toward condom use (all materials, data, and analysis scripts available at <https://osf.io/2pk5e/>). Explicit sexist attitudes were decreased in individuals with few sex partners and increased in individuals with mean or higher prior porn use. The intervention influenced self-reported sexism but not the presumed mechanism perceived realism (associated with younger age). Across conditions, participants were neither more dissatisfied with their bodies nor more dismissive toward condoms after watching mainstream porn; sexist attitudes were even lower at posttest. The study proves the need for more research clarifying what, how, and when we learn from porn, including more theoretical refinement in media literacy theory with its mechanisms, its application to pornography, and concrete interventions.

Keywords: media literacy, media competence, sexually explicit internet material, pornography, porn studies, Implicit Association Test, attitude change, experiment

Zusammenfassung: Mainstream-Pornografie beeinflusst vermutlich explizite und implizite Einstellungen. Die Studie stellt eine Video-Intervention (3 Minuten) zur Medienkompetenz speziell für Pornografie vor, die verdeutlichen soll, dass Pornografie aufwändig konstruiert ist. Nachdem 80 Erwachsenen zwischen 18 und 33 Jahren (60 % weiblich) Mainstream-Pornografie gezeigt wurde, folgte ein experimenteller Test, ob die Intervention (im Vergleich zu einem abgestimmten Kontrollvideo) den wahrgenommenen Realismus von Pornografie sowie unerwünschte explizite und implizite Einstellungen verringert und, ob der Effekt der Intervention von sexueller Erfahrung und vorherigem Pornografiekonsum moderiert wird. Das präregistrierte Experiment zeigte, dass die Intervention keine Auswirkung

gen auf den wahrgenommenen Realismus von Pornografie, die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper, impliziten Sexismus oder die expliziten und impliziten Einstellungen zu Kondomen aufweist (alle Materialien, Daten und Analyseskripte sind unter <https://osf.io/2pk5e/> verfügbar). Explizite sexistische Einstellungen wurden bei Personen mit wenigen Sexualpartnern verringert und bei Personen mit mittlerem und höherem Pornokonsum erhöht. Die Ergebnisse zeigen Einfluss auf den selbstberichteten Sexismus, nicht aber den als Wirkungsmechanismus angenommenen wahrgenommenen Realismus (dieser hing mit jüngerem Alter zusammen). Teilnehmende waren über beide Versuchsbedingungen hinweg nach dem Konsum von Mainstream-Pornografie weder unzufriedener mit ihrem Körper noch ablehnender gegenüber Kondomen; sexistische Einstellungen waren zur Posttestmessung sogar niedriger. Die Studie zeigt, dass es mehr Forschung dazu braucht, was, wie und wann von Pornos gelernt wird. Außerdem muss die Theorie der Medienkompetenz weiter präzisiert werden wie auch ihre Wirkmechanismen, ihre Anwendung auf Pornografie sowie konkrete Interventionen.

Schlagwörter: Medienkompetenz, Medienerziehung, Pornografie, Pornostudien, Impliziter Assoziationstest, Einstellungsänderung, Experiment

1. Introduction

It would be worrisome if people learned how to drive a car from “The Fast and the Furious”. Luckily, action movies are not our only source of information when it comes to driving. We observe others and learn a clear set of rules. For sex, however, there is no formal way of acquiring information. Sex education at school typically problematizes sex, neglects pleasure and desire, and the cultural taboo surrounding sex hinders communication with parents, peers, and older siblings (Goldfarb & Lieberman, 2021). The internet, however, provides anonymity, affordability and accessibility. Thus, young people can easily turn to pornography for information (Albury, 2014; Litsou et al., 2021) and for some, porn may even be a primary source of sex education. The fact that “amateur” and “verified couples” were the top-gaining porn categories, and “amateur” was the search that defined the year 2019 (Pornhub Insights, 2020) shows people’s desire for realistic and credible representations.

In 2019, 61% of Pornhub’s visitors were between 18 and 34 (Pornhub Insights, 2020). Initial exposure to pornography often happens in early adolescence (Flood, 2007), while the average age for sexual debut is around 17 years (Cavazos-Rehg et al., 2009). Thus, many young people see porn years before making firsthand sexual experiences (Sun et al., 2016). The fact that porn experience often precedes own sexual experiences is alarming because mainstream pornography provides questionable representations of sexuality ripe with sexism and racism (Tsitsika et al., 2009). Those without firsthand sexual experience are especially susceptible to the illusions and undesired effects of pornographic messages (Peter & Valkenburg, 2016).

In other media genres, media literacy interventions can decrease undesired media effects (Jeong et al., 2012). Whereas media literacy has been researched extensively, it lacks evaluations of porn literacy interventions (Albury, 2014; Byron et al., 2021; Testa et al., 2023). The present study tests whether an intervention promoting porn literacy can decrease perceived porn realism and potential undesired effects of pornography.

2. Porn literacy

Porn literacy derives from media literacy, which is an understanding of media production and the resulting gap between media representation and reality (Potter, 2013). While media literacy is an umbrella term for knowledge about media in general, porn literacy denotes knowledge about porn production (Dawson et al., 2019). Porn literacy is the awareness of the goals of sexually explicit media, sensitizes viewers to how bodies, sexual behaviors, and gender roles are represented in pornography and identifies illusions (Albury, 2014). A porn literate consumer is aware that, actors stage pain and pleasure, and movies are heavily edited to construct a flawless final product. However, adults lack media literacy skills, especially concerning online content and concerning hybrid genres that blur the line between reality and fiction (Livingstone et al., 2005; Rasi et al., 2019) as in the case of professional “amateur” porn.

Media literacy interventions can successfully increase knowledge and decrease perceived media realism as well as undesired attitudinal outcomes of different kinds of media (Jeong et al., 2012). Concerning sexuality, media literacy training at school was effective in increasing knowledge about pornography (Aznar-Martínez et al., 2024) and awareness of inaccurate representations of sex (Pinkleton et al., 2012; Pinkleton et al., 2013). Self-perceived porn literacy education at school is associated with lower self-reported objectification of women (Vandenbosch & van Oosten, 2018).

To our knowledge, only one porn literacy intervention has been empirically evaluated (Rothman et al., 2018). A five-session porn literacy curriculum for adolescents of 17 and 18 years covered the issues of sexual risks (sexually transmitted diseases, unwanted pregnancy, coercion) and risks associated with pornography (stigma, compulsive use, the legal situation for minors, non-consensual dissemination). This porn literacy training effectively increased knowledge and decreased perceived realism of pornography: At posttest, participants were able to recognize (in closed-ended questions) true facts and normative attitudes better than at pretest. The curriculum also changed attitudinal outcomes by making participants more negative about violent, sexist, and racist representations.

However, the results of Rothman et al. (2018) only show that participants can reproduce the knowledge and skepticism taught during the course. Whether porn consumers retrieve the acquired porn literacy skills, apply them in the relevant context of pornography exposure, and if porn literacy then decreases undesired attitudinal effects of pornography remains unanswered. Porn literacy knowledge might be reproduced in a school-like environment as in Rothman et al. (2018). Yet, conceptual media literacy knowledge is not always applied in the relevant situation, especially if that context is primarily affect-based (Rozendaal et al., 2011) and if the motivation or need for cognition is low (Xiao et al., 2021). Therefore, we designed an intuitive intervention video conveying the impression that pornography is effortfully constructed. According to media literacy theory (Primack et al., 2006), this awareness decreases a range of undesired outcomes. In line with that, we tested whether the intuitive porn literacy intervention (compared to an active control group) decreases undesired outcomes in an affect-based situation.

3. Perceived porn realism

According to Primack et al. (2006), an understanding of media literacy (e.g., media images filter reality) decreases viewers' susceptibility to media messages and thereby protects viewers against adverse effects of pornography. One of media literacy interventions' most important working mechanisms is perceived realism. McLean et al. (2016b) concluded that out of several media literacy constructs, the concept of perceived realism has the most consistent effects on undesired media outcomes.

Correlational (Li et al., 2023) and longitudinal studies (Peter & Valkenburg, 2010) confirm the importance of perceived realism. In a longitudinal survey of Dutch adolescents, the effect of porn on undesired attitudes was mediated by perceived realism. If porn was not deemed realistic and useful, it did not affect self-reported attitudes about sex (Peter & Valkenburg, 2010). The effect of pornography consumption on condomless sex also depends on perceived realism (Wright et al., 2022). Thus, a porn literacy intervention showing how porn is produced, and images are edited should decrease perceived realism and in turn, decrease adverse attitudinal outcomes associated with pornography. While perceived realism is theorized to be a moderator or mediator, we investigated the main effects of condition on all outcomes independently to keep the design simple.

4. Explicit attitudes

Researchers have found that watching sexual media influences young people's attitudes (Peter & Valkenburg, 2016). Priming effects have been found after only a single exposure to a small prime and researchers have found not only immediate effects on attitudes but also persisting until months later (Carter et al., 2011). While different theories on media effects assume stronger effects after repeated exposure, even short media primes can activate schemas after only a single exposure (e.g., Hald & Malamuth, 2015; Hansen & Krygowski, 1994). The present study focuses on three explicit attitudes that have been associated with watching porn: body dissatisfaction, sexist attitudes, and dismissive attitudes toward condom use.

Mainstream porn typically features a narrow range of bodies, namely muscular men and thin, large-breasted women (Byrd-Bredbenner et al., 2005; Rousseau et al., 2017). Viewers describe (Löfgren-Mårtenson & Månsson, 2010) and quantitative research confirms that exposure to idealized bodies in porn results in constant monitoring and evaluation of one's own body relative to media ideals (Vandenbosch & Eggermont, 2015), which in turn results in body dissatisfaction (Botta, 1999; Peter & Valkenburg, 2014). A review of 21 studies (three of which longitudinal) concluded that, in women and men, watching pornography is associated with body dissatisfaction (Paslakis et al., 2022). Porn consumption is related to body comparisons and self-objectification even over and above demographic covariates and social media use (Maheux et al., 2021). While experiments on effects of porn on body dissatisfaction are lacking, exposure to advertising led to body dissatisfaction one week later – for those with low media literacy skills (McLean et al., 2016a). By decreasing perceived media realism, one could interrupt the comparison with media images (Irving & Berel, 2001).

Sexism has historically been and still is one of the major concerns with mainstream pornography (Dworkin, 1989; Fritz & Paul, 2017). Mainstream porn portrays men as sexually dominant and women as submissive sex objects, who are indiscriminately available for (or actively initiating) the pleasure of men (Kanuga & Rosenfeld, 2004; Klaassen & Peter, 2015) as well as the targets of name-calling, slapping, and spanking (Carrotte et al., 2020; Klaassen & Peter, 2015; Miller & McBain, 2022). Such portrayals in pornography are longitudinally associated with sexist attitudes in both men and women (Allen et al., 1995; Brown & L'Engle, 2009; Peter & Valkenburg, 2007; Peter & Valkenburg, 2016; Rodenhizer & Edwards, 2017). Meta-analyses concluded that the consumption of sexually explicit content can be associated with endorsement of sexist attitudes, particularly objectified views of women (Hald et al., 2010; Mestre-Bach et al., 2024). A single exposure to 25–30 minutes of porn in an experimental context can activate sexist attitudes in women and some men (Hald & Malamuth, 2015; Hald et al., 2013). A porn literacy intervention could be a reminder that how genders are represented in porn is not how they are or should be.

Only 2–3% of heterosexual online pornography includes condom use during penile-vaginal intercourse and only 10% during penile-anal intercourse (Carrotte et al., 2020; Miller & McBain, 2022; Vannier et al., 2014). Therefore, mainstream pornography has been criticized for eroticizing and normalizing unprotected sex with multiple partners. A meta-analysis of 45 studies showed that watching porn featuring condomless sex was related to reporting condomless sex (Tokunaga et al., 2020). Specifically, there is correlational (Harkness et al., 2015; Li et al., 2023), longitudinal (Peter & Valkenburg, 2011), and experimental (Jonas et al., 2014) evidence linking pornography to adults' decreased condom use intentions and behaviors. A video on porn production emphasizes that porn represents an unrealistic fantasy and could thereby decrease negative attitudes toward condoms.

5. Implicit attitudes

If pornography is perceived to be realistic, viewers explicitly use it as a source of sexual information and are prone to adopt promoted attitudes (Peter & Valkenburg, 2010). However, pornography not only influences viewers via explicit learning. Viewers also learn implicitly when they lean back and automatically process entertainment media without cognitive elaboration on the content (Petty & Cacioppo, 1986). Pornography provides the rare occasion to watch other people have sex and observe what they are rewarded and punished for (Sun et al., 2016). This form of implicit observational learning often happens without conscious learning intention or awareness and can only be detected by measuring implicit memory and attitude (Bandura, 2009).

Implicit processes guide behavior in situations of high subjectivity and discretion (Hart, 2005; Heilman & Haynes, 2008). Condom use is arguably a context of high subjectivity and discretion. Accordingly, implicit attitudes are more predictive of condom use with casual partners than explicit attitudes (Marsh et al., 2001). Research has demonstrated the relevance of the implicit attitude toward condom use (Czopp et al., 2004; Sakaluk & Gillath, 2016). Two major themes influencing

the attitude toward condom use are pleasure and safety (Khan et al., 2005; Telles Dias et al., 2006). Therefore, we developed two Implicit Association Tests (Greenwald et al., 1998) measuring the strength of implicit associations of condom use with the two relevant dimensions of pleasure and safety. Implicit learning effects have been demonstrated in the case of pornography (Snagowski et al., 2015). However, we lack research demonstrating sexist or condomless representations in mainstream porn inform viewers' implicit sexist attitudes and attitudes toward condom use. An intuitive porn literacy intervention could make porn seem an unreliable source of information and socialization, and thereby decrease sexist attitudes after porn consumption.

6. Moderators of effectiveness

Interventions usually yield the greatest effects in high-risk individuals (Stice & Shaw, 2004), which has been replicated in the case of media literacy interventions (Coughlin & Kalodner, 2006; Primack et al., 2014). Two characteristics that make viewers especially susceptible to pornography's undesired effects are low levels of sexual experience and high amount of porn use. Different theories on media effects (Bandura, 2009; Wright, 2011) agree that media effects depend on real-life experience with the target behavior (sexual experience) and amount of media use (porn use).

Young people use both real-life interactions and media as source of observational learning (Bandura, 2009). However, people with no firsthand sexual experience only have one source of information to turn to. Especially young people with low sexual experience level (and inexperienced peer group) report pornography use as an information source (Brown et al., 2005; Löfgren-Mårtenson & Månsson, 2010; Peter & Valkenburg, 2006). The lack of counterbalancing real-life experiences makes sexually inexperienced individuals especially susceptible to distorted messages of pornography (Hunter et al., 2010).

Another risk factor are high levels of porn use. Sexual media has the strongest influence on those who consume the most (Collins et al., 2004) because repetitive exposure to the same media over time unconsciously results in positive affect, normalization, and reinforced schemas (Zajonc, 2001). Thus, experimental primes have stronger effects (activate acquired schemas more easily) on those with more porn experience. For example, experimental effects of porn exposure on perceived realism are stronger in those consuming more of this pornography type (Miller et al., 2019). Also, experimental effects of porn exposure on condom use are stronger in those who started watching porn at an earlier age (Perry et al., 2019). Since high-risk individuals also profit most from media literacy interventions (Coughlin & Kalodner, 2006; Primack et al., 2014), we expected the intervention to work best in those with low sexual experience and high prior porn use.

7. The present study

Theoretically, media literacy is the knowledge and awareness that (and how) media is constructed. According to media literacy theory (Potter, 2013; Primack et al., 2006), this awareness should shield against undesired media effects. To test this,

we designed a visual pornography literacy intervention in form of a short video that can be processed under low elaboration. The goal of the intervention was to leave the impression that porn is effortfully constructed. For that purpose, the video showed differences between porn representation and reality. For example, it visually showed how bodies can transform through make-up and image editing. The techniques shown may not be used in every porn video, but the intervention video suggests that media images could be edited. The video also included porn performers telling anecdotes about aspects not visible in the final product (precautions and accidents)

The intervention did not address any potential porn effects. In the video, there was no mention of body dissatisfaction as a result of watching porn and no arguments against sexist attitudes or to increase condom use. The intervention merely emphasizes that (and how) pornography is effortfully constructed. As a generic porn literacy intervention, a range of diverse outcomes could be tested. This is unspecific since it tests the prevailing idea that porn literacy may be an unspecific remedy against all kinds of undesired attitudinal outcomes (for criticism see Smith, 2021).

Earlier research demonstrated that short video media literacy interventions were as effective as a combination of video and group discussion (Irving & Berel, 2001). In contrast to interventions intending to change media perception (e.g., Halliwell et al., 2011), the present intervention was delivered *after* pornographic stimuli, when viewers were expected to use porn literacy skills. The reason is a principle from learning psychology, namely *encoding specificity* (Tulving & Thomson, 1973): Retrieval of learned information is most likely in the context in which learning happened. The context consists of external (e.g., environment, media stimuli) and internal (e.g., mood, sexual arousal) cues. Cognitive psychologists have shown that information learned while, for example, intoxicated is best recalled when in the same state (Wang et al., 2023). It follows that one should deliver information in the very (e.g., aroused) state in which that information is expected to be retrieved.

Extending the findings of Rothman et al. (2018) to an aroused context, in which porn literacy is expected to be performed, we arrived at the following hypotheses:

H1a: The porn literacy intervention will decrease perceived realism.

H2–4a: The porn literacy intervention will decrease undesired explicit attitudes, namely body dissatisfaction (H2a), sexist attitudes (H3a) and negative attitudes toward condom use (H4a).

H5–7a: The porn literacy intervention will decrease implicit sexist attitudes (H5a), the implicit negative association of condom use with pleasure (H6a), and will increase the implicit association of condom use with safety (H7a).

We expected the effect of the intervention to depend on two viewer characteristics:

H1–7b: Sexual experience will moderate the effect of the intervention on perceived realism (H1b) as well as on explicit (H2–4b) and implicit outcomes (H5–7b).

H1–7c: Prior porn use will moderate the effect of the intervention on perceived realism (H1c) as well as on explicit (H2–4c) and implicit attitudes (H5–7c).

8. Method

The hypotheses and methods were preregistered a priori at AsPredicted.com (#23397; <https://aspredicted.org/kgm7-mm6.pdf>) and approved by Radboud University's Social Sciences Ethics Committee (ref.no: ECSS-2017-0210-53). We preregistered and collected data from a third moderator, physiological arousal (operationalized via pupil dilation), which is left out here. Eye tracking data is freely available for analysis (<https://osf.io/2pk5e/>).

8.1 Design

The study used a pretest-posttest randomized controlled trial design with two parallel groups. Participants were randomly allocated to the intervention (porn literacy video, $n = 41$) or active control condition (matched control video, $n = 39$).

8.2 Participants

Participants were recruited via Radboud University's subject pool, flyers (see online appendix), personal approach, and snowball sampling in 2019. The flyer stated that the study was about sexuality, included watching 15 minutes of sexually explicit pornography and that all levels of sexual experience and porn use were recruited.¹ Participation was rewarded with a voucher of €7.50 or one participation point.

The pretest was completed by 215 people, and 81 participants took part in the posttest. Additional pretest data is available online for analysis. After excluding a participant outside the target age group, the final sample consisted of 80 students from 18 to 33 years ($M = 23.41$, $SD = 3.74$). This age range was chosen because most visitors to the biggest Internet pornography site are under 34 (Pornhub Insights, 2020). There were 48 female (60%) and 32 male participants (40%). 60 participants were heterosexual, 11 bisexual and five homosexual.

Sensitivity analysis using G*Power Software 3.1 (Faul et al., 2007) for linear multiple regression with three predictors (condition, sexual experience, and prior porn use) revealed that with 80 participants, we were able to find a medium effect of $f^2 = .10$ (with a power level of 0.80, alpha-level of 0.05, two-tailed testing). However, including individual pretest assessments increases power in RCTs with small samples (Venter et al., 2002).

1 Sampling the entire spectrum of porn use was necessary because (1) we did not know at which levels effects could be expected, (2) because effects may only exist in medium porn users, and (3) because a continuous variable yields more power than comparing only extreme ends (low vs. high porn use). In addition, there is no conventional threshold where to split into high and low use.

8.3 Procedure

Participants did the pretest questionnaire at home, available online at the survey platform Qualtrics. After giving informed consent, participants completed questionnaires on explicit attitudes toward body dissatisfaction, sexism and condom use. Sexism came last, to not prime participants with their own gender before answering body dissatisfaction and condom use attitude. Perceived realism of pornography was not measured at pretest as this could have sensitized participants to the purpose of the study (measuring diverse attitudes with no direct relation to pornography did not carry such risk). At the end of the questionnaire, participants were asked to download Inquisit Web to complete Implicit Association Tests on implicit sexism and implicit attitudes toward condom use. Implicit attitudes were measured after explicit attitudes because the pictures used in the Implicit Association Test for condom use could work similarly to the intervention and decrease male participants' body dissatisfaction.

On completion, participants were automatically guided to Radboud University's online subject pool, to make an appointment for the posttest. To minimize pretest sensitization (i.e., drawing attention to concepts like sexism before watching pornography), participants were asked to make an appointment within a week after pretest. Data was solely linked using an anonymous generated ID (first two digits of birthday and last four digits of mobile phone number); no identifying information was obtained.

In the lab, participants watched 15 minutes of pornography on their own, followed by three minutes of either interventional or control video. Participants needed to view porn before receiving the intervention to increase ecological validity: We wanted participants to be in a similar psychological (e.g., aroused) state as when viewing porn at home since this is when porn literacy should be applied. Delivering an intervention in the very context in which that skill or information is expected to be retrieved increases ease of retrieval and ecological validity. We actively showed pornography so that we could ensure there were no group differences in genre or length.

Subsequently, the dependent measures were assessed. The perceived realism measure was assessed after the other dependent variables to avoid making participants aware of the gap between representation and reality, especially in the control condition. Sexual experience, prior porn use, gender, sexual orientation, and age were assessed later to not prime participants with their own characteristics. The last questionnaire was the manipulation check. For ethical reasons, the control group could choose to also watch the intervention video. The entire experiment took 45 minutes.

8.4 Materials

8.4.1 Porn literacy intervention

After watching porn stimuli (see online appendix <https://osf.io/2pk5e/>), participants were randomly assigned to either a porn literacy intervention or control condition. For the intervention condition, we designed a short video in line with the media literacy framework by Primack et al. (2006) and a focus group study on what porn

literacy education should entail (Dawson et al., 2019). To be appropriate, an intervention should be short and intuitively understandable (rather than overly informative). To safeguard ecological validity, we created an intuitive and visual intervention and delivered it in an aroused state.

Fitting video material was selected from YouTube by the first author and reviewed by the second author, who is an expert in young people's media use. A professional film editor cut the video. Following the finding that interventions are most effective when delivered by experts (Durantini et al., 2006), the intervention consisted of professional porn performers, producers, and sexologists providing information about porn production. A male porn performer explained that porn is a multi-billion-dollar industry with ad-funded tube sites, most porn is produced by men and for the male gaze and women are the product. Female porn performers differentiated their performance in porn from their private sex lives. Make-up and editing techniques were shown to construct a sexy female and male body. To challenge the view of flawless sex and bodies, three quotes of accidents on the porn set and one of consent negotiations were included. A producer explained why there were no condoms in porn. The intervention video conveys the message that pornography is effortfully constructed without addressing potential effects of pornography (e.g., no mention of [pornography-related] body dissatisfaction).

8.4.2 Matched control video

In the control condition, participants saw a matched control video with the same number of scene changes and equal pace as the intervention video. While other researchers have compared videos featuring porn performers to non-human nature videos (Gleason & Sprinkle, 2019; Hald et al., 2013), we created a video featuring humans and selected bodies similar to porn stars, namely rappers Nicki Minaj and Cardi B. The intervention and control video can be found online (<https://osf.io/2pk5e/>).

8.4.3 Manipulation check

To test if participants perceived the videos to be different according to the manipulation (porn literacy), we asked all participants to rate the video they had seen (intervention or control) at the very end of the study. Since there are no items for porn literacy, we formulated three items based on media literacy theory (Primack et al., 2006): The introduction read: "You have seen one video that was not sexually explicit. What was it about? (Note that this question is not about your opinion on porn but about the message of the video)". Participants rated three items (Cronbach's $\alpha = .70$) on a 4-point scale: "The video emphasized that porn videos filter reality," "The video emphasized that porn videos omit (leave out) information" and "Overall, the video promoted critical thinking about pornography." Participants considered the intervention video ($M = 2.57$, $SD = 0.72$) to promote porn literacy more strongly than the control video ($M = 1.96$, $SD = 0.88$), $t(78) = -3.42$, $p = .001$. Thus, the two videos differed according to the manipulation.

8.5 Measures

8.5.1 Dependent variables

Perceived realism was measured by the Perceived Social Realism Scale (Peter & Valkenburg, 2010), consisting of four realism and three utility items: Seven items, such as “Sex on the Internet is realistic” and “By watching sex on the internet you can learn things you wouldn’t learn otherwise.” were rated on a 4-point Likert-scale from 1 = *fully disagree* to 5 = *fully agree* ($M = 1.86$, $SD = 0.54$). Cronbach’s alpha was .75.

Body dissatisfaction was assessed through the non-verbal contour drawing rating scale (Thompson & Gray, 1995). Female participants rated female figures, indicating their actual and ideal body figure, male participants rated male bodies. Participants’ actual body figure ($M = 5.31$, $SD = 1.63$) was bigger than their ideal body figure ($M = 4.56$, $SD = 1.37$). The difference between actual and ideal body figure was calculated and labeled dissatisfaction. Body dissatisfaction at pretest ($M = 0.75$, $SD = 1.17$) did not differ from posttest ($M = 0.68$, $SD = 1.14$, $t(79) = 1$, $p = .320$).

Explicit sexist attitudes were measured through the revised Attitudes Toward Dating and Relationship Measure by Ward (2002). The two relevant subscales contain statements about women as sex objects (eight items, e.g., “Women should be more concerned about their appearance than men.”) and statements about men as sex-driven creatures (seven items, e.g., “Men are always ready and willing for sex; they think about it all the time.”) rated on a 6-point scale from 1 = *strongly disagree* to 6 = *strongly agree*. Internal consistency was excellent (Cronbach’s α pretest = 0.86; Cronbach’s α (posttest) = 0.89); hence, we combined both subscales to measure sexist attitudes. At pretest, sexist attitudes were higher ($M = 2.68$, $SD = 0.82$) than at posttest ($M = 2.58$, $SD = 0.90$, $t(79) = 2.27$, $p = .026$).

Explicit attitude toward condom use was assessed in a questionnaire based on the Bipolar Attitudes toward Consistent Condom Use Scale (Sakaluk & Gillath, 2016). Participants were asked to indicate on a 7-point semantic differential, how they would feel about if they (their partner) used a condom *every time* they had penile-vaginal intercourse in the next three months. We used ten adjective pairs of the dimension pleasure (e.g., pleasurable/painful, comfortable/uncomfortable, calming/distracting, erotic/dull, delicious/nasty, easy/awkward) and ten of the dimension safety (responsible/reckless, protected/unprotected, safe/dangerous, healthy/unhealthy). After combining the pleasure and safety subscales, internal consistency was excellent (Cronbach’s α (pretest) = .83; Cronbach’s α (posttest) = .88).

Higher scores indicated a more dismissive attitude. A low score ($M = 2.81$, $SD = 0.89$) indicated consistent use was evaluated as pleasurable and safe. Following, participants rated the same adjectives again, answering how they would feel if they (their partner) *never* used a condom for penile-vaginal intercourse in the next three months. A relatively high score ($M = 4.52$, $SD = 1.20$) indicated that consistent non-use was rated as unpleasurable and dangerous. From the attitude toward consistent non-use, we subtracted the attitude toward consistent use. Higher scores indicated a dismissive attitude toward condoms. At pretest, participants evaluated condoms similarly ($M = 1.64$, $SD = 1.70$) than at posttest ($M = 1.78$, $SD = 1.97$, $t(79) = -1.25$, $p = .216$).

Implicit attitudes were assessed using three self-generated Implicit Association Tests (Greenwald et al., 1998). That is, we created an IAT for implicit sexist attitudes, for implicit condom pleasure attitude, and implicit condom safety attitude. More information can be found online, and the IATs are freely available for reuse (<https://osf.io/2pk5e/>).

8.5.2 Moderator variables

Sexual experience was operationalized by one item, the number of lifetime sex partners, from the Youth Risk Behavior Survey (Kann et al., 2018). Initially, we had planned to form an index out of three items, but internal consistency was unacceptable (Cronbach's $\alpha = .44$).² We selected the number of lifetime sex partners as a variety of partners allows one to encounter a diverse range of bodies and sexual behaviors. For analysis, absolute numbers were transformed into 15 ordinal groups (for explanations, see appendix <https://osf.io/2pk5e/>). Up to ten lifetime sex partners, original numbers were used, and from ten upward, absolute numbers were summarized into five groups (10–15/16–25/26–50/51–100/>100). The variable was then centered and scaled.

Prior porn use was measured using four self-report items developed by Kraus and Rosenberg (2016). We used items investigating (1) the age at which participants first saw pornography, (2) the age at which they first masturbated to porn, (3) how often they had masturbated to porn in their life, and (4) how often in a typical week. The two age items were open-ended questions, answers to these two items were subtracted from participants' current age to calculate years of viewing and masturbating to porn. The two frequency items were rated on a 5-point scale (never/1–2/3–5/6–10/11+ times). Items about addiction or getting help were excluded as this study did not take a pathologizing stance. Internal consistency was good (Cronbach's $\alpha = .71$). To account for different units, the index was standardized.

8.6 Data analysis

Seven separate hierarchical linear multiple regressions were carried out to test the hypotheses, one for each dependent variable. Regression analyses were conducted using the `lm` function from the package `stats` (R Core Team, 2018). Outliers at ± 2.5 SD from the mean were winsorized using the `Winsorize`-function from the package `DescTools` (Signorell, 2016). We initially had preregistered that we would delete all outliers but later found this unnecessarily strict. More information, as well as the data and analysis script for the self-report measures can be found online (<https://osf.io/2pk5e/>).

2 The unused items were the questions (1) at what age have participants had sex for the first time and (2) how many sex partners they have had in the past three months.

9. Results³

9.1 Perceived porn realism

Table 1 (Appendix) displays the results of the intervention effect and moderators on perceived realism. There was no significant difference between the porn literacy intervention condition and the control condition, $b = -.01$, $se = .05$, $p = .817$, indicating that the intervention did not decrease perceived realism of pornography. Therefore, H1a was not supported. In the second step, neither the interaction between the intervention and sexual experience, $b = .00$, $se = .06$, $p = .933$, nor between the intervention and prior porn use was significant, $b = -.03$, $se = .06$, $p = .611$, so H1b and H1c were not supported. The covariate age was negatively related to perceived realism, $b = -.04$, $se = .02$, $p = .048$, indicating that older participants perceived pornography to be less realistic than younger participants.

9.2 Explicit attitudes

The results of the intervention and moderators on body dissatisfaction can be found in Table 1 (Appendix). The intervention did not influence body dissatisfaction, $b = -.03$, $se = .06$, $p = .643$, so H2a was not supported. In the second step, neither the interaction between the intervention and sexual experience, $b = -.05$, $se = .07$, $p = .507$, nor between the intervention and prior porn use was significant, $b = .05$, $se = .07$, $p = .497$, so there was no support for H2b and H2c.

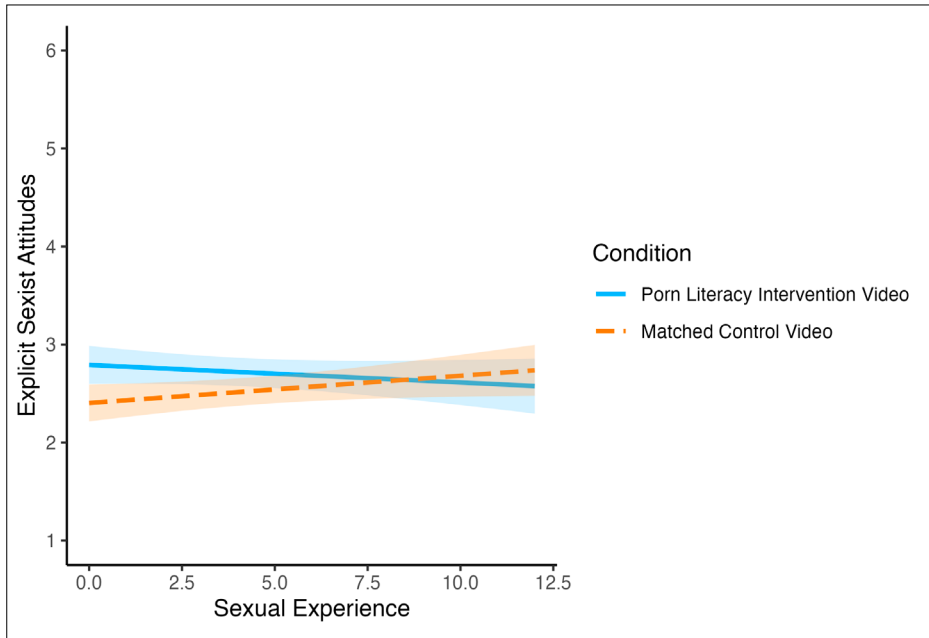
Table 2 (Appendix) displays the results of the intervention effect and moderators on explicit sexist attitudes. While in the first step, the effect of the intervention on explicit sexist attitudes was non-significant (or marginally significant), $b = .06$, $se = .04$, $p = .092$, the main effect of the intervention became significant in the second step, $b = .09$, $se = .04$, $p = .025$, supporting H3a. Controlling for sexist attitudes at pretest, self-reported sexist attitudes were lower in the intervention group than in the control group. This effect was qualified by a moderation: In support of H3b, the interaction between the intervention and sexual experience was significant, $b = -.09$, $se = .04$, $p = .034$. The intervention effectively decreased sexist attitudes among participants with relatively low sexual experience (see Figure 1). Furthermore, the interaction between the intervention and prior porn use was significant, $b = .10$, $se = .04$, $p = .016$ (Hypothesis 3c). Contrary to expectations, however, the intervention was more effective in decreasing sexist attitudes among participants with relatively low levels of experience with pornography (see Figure 2). No variance inflation factors were higher than 1.5, so none exceeded the critical threshold of 2.5, 5 or 10 (O'Brien, 2007), indicating that predictors contributed uniquely and coefficients were not inflated due to multicollinearity.

Specifying the interaction, the unstandardized simple slope for individuals with low levels of sexual experience was .17 ($se = .06$, $p = .003$). The unstandardized simple slope for moderate sexual experience was smaller, but significant ($b = .08$, $se = .04$, $p = .026$). This indicates that the intervention significantly decreased ex-

3 All results can be found in the online appendix: <https://osf.io/2pk5e/>.

PLICIT sexist attitudes in individuals with low and moderate levels of sexual experience. The slope for individuals with high sexual experience was non-significant ($b = -0.10$, $se = .06$, $p = .868$). Johnson-Neyman regions of significance specified a lower bound of 4.4, which means that the intervention was effective in individuals with up to four sex partners. This supported the hypothesis that the porn literacy intervention decreases explicit sexist attitudes in people with no or low levels of sexual experience (H3b).

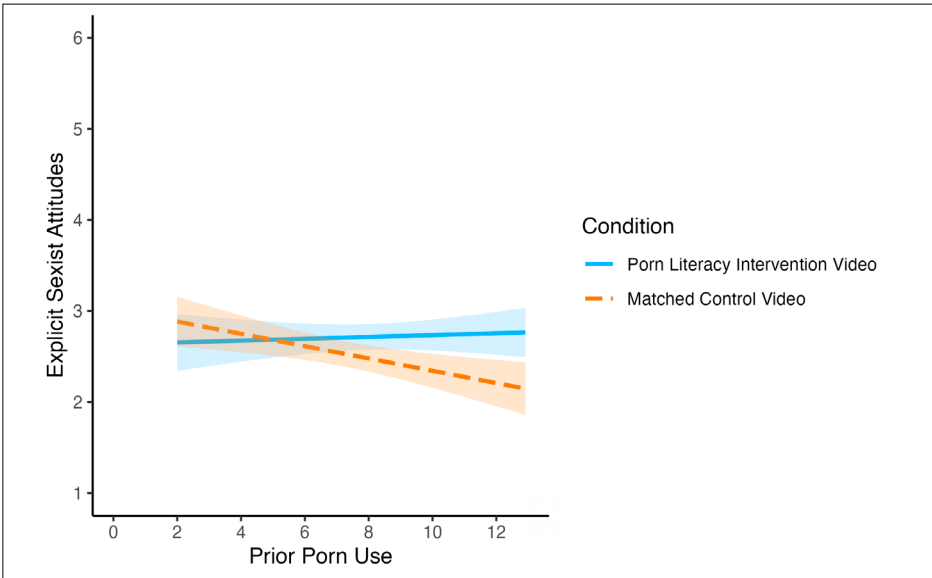
Figure 1. Explicit sexist attitudes predicted by sexual experience



Note. Fitted regression lines represent the two conditions (porn literacy intervention and control).

To specify the interaction of the porn literacy intervention and prior porn use, simple slopes were calculated at low, mean and high levels of prior porn use. Simple slopes for low levels of prior porn use were not significant ($b = -0.09$, $se = .06$, $p = .156$). The unstandardized simple slope for mean ($b = 0.19$, $se = .06$, $p = .003$) and high ($b = 0.30$, $se = .09$, $p = .001$) prior porn use was significant, indicating that the intervention increased explicit sexist attitudes in individuals with mean and high prior porn use. The intervention had this adverse effect in individuals with little more than mean prior porn use.

Figure 2. Explicit sexist attitudes predicted by prior porn use



Note. Fitted regression lines represent the two conditions (porn literacy intervention and control).

Table 2 (Appendix) displays the results of the intervention and moderators on explicit attitude toward condom use. There was no significant effect of the porn literacy intervention on explicit condom use attitude ($b = -.04$, $se = .10$, $p = .662$) and, therefore no support for H4a. In the second step, there was no interaction of the intervention with sexual experience, $b = .16$, $se = .12$, $p = .192$, or prior porn use, $b = -.12$, $se = .12$, $p = .343$. Therefore, H4b and H4c were not supported.

9.3 Implicit attitudes

The results of the intervention and moderators on body dissatisfaction can be found in Table 3 (Appendix). There was no significant effect of the porn literacy intervention on implicit sexist attitudes, $b = .00$, $se = .04$, $p = .965$ and H5a was not supported. The control variable gender was significant, $b = .12$, $se = .04$, $p = .003$, in the way that men, on average, displayed more implicit sexism than women. In step two, there was neither an interaction effect of the intervention together with sexual experience, $b = 0.00$, $se = .01$, $p = .784$, nor together with prior porn use, $b = -.02$, $se = .05$, $p = .715$, on implicit sexist attitudes. Hence, H5b and H5c were not supported.

Table 4 (Appendix) displays the results of the intervention and moderators on implicit association of condom use with pleasure. There was no significant effect of the intervention on the implicit association of condom use with pleasure, $b = .05$, $se = .04$, $p = .192$. Participants in the porn literacy intervention condition associated condom use as much with pleasure (or discomfort) as participants in

the control condition; thus, there was no support for H6a. In the second step, there was no interaction of the intervention with sexual experience, $b = -.04$, $se = .04$, $p = .321$, nor with prior porn use, $b = -.01$, $se = .07$, $p = .877$, so H6b and H6c were not supported.

The results of the intervention and moderators on the implicit association of condom use with safety can be found in Table 4 (Appendix). The intervention had no significant effect on the implicit association of condom use with safety, $b = .03$, $se = .05$, $p = .517$, so H7a was not supported. In the second step, there was no significant interaction effect of the intervention with sexual experience, $b = .00$, $se = .01$, $p = .786$, or with prior porn use, $b = .00$, $se = .07$, $p = .168$, thus, H7b and H7c were not supported. Exploratively, we found that prior porn use had a marginally significant positive main effect on the implicit association of condom use with safety, $b = .13$, $se = .07$, $p = .055$. So, those who reported more pornography use displayed stronger implicit association of condom use with safety.

10. Discussion

The present study aimed to test if a porn literacy intervention could decrease perceived porn realism as well as undesired explicit and implicit attitudes, as proposed by media literacy theory (Primack et al., 2006). We designed a porn literacy intervention in form of a short video, delivered it after exposure to pornography, and measured explicit and implicit attitudinal outcomes. We expected the intervention to be most effective in decreasing perceived porn realism and undesired attitudinal outcomes in viewers with low levels of firsthand sexual experience and with heavy prior porn use.

10.1 Perceived porn realism

The porn literacy intervention did not decrease perceived porn realism: Participants receiving the intervention rated pornography as equally realistic and useful as the control group. This was in contrast to previous findings: A porn literacy intervention by Rothman et al. (2018) effectively decreased participants perceived realism. Several explanations are possible. We delivered our intervention immediately after exposure to pornography as this is the relevant context viewers are expected to perform porn literacy skills. We designed the intervention to be processed in a context of high arousal and low elaboration. One reason why the intervention did not decrease perceived realism of pornography might be the affect-based state, in which viewers are unlikely to apply media literacy skills and activate critical defense mechanisms (Rozendaal et al., 2011).

In addition, the form of the porn literacy intervention delivered in this study differed substantially from the successful porn literacy training by Rothman and colleagues (e.g., duration: three minutes versus five two hours sessions). The video format was chosen based on research demonstrating short video interventions decrease perceived realism of advertising as effectively as a combination of video and discussion sessions (Irving & Berel, 2001). The non-significant results of this study imply that this may not be true for porn literacy: It may take more time

to decrease perceived realism of pornography, and video interventions may not be effective. For general media literacy, longer interventions with multiple sessions are usually more effective (Bergsma & Carney, 2008; Jeong et al., 2012). Future comparative research for porn literacy must determine the most appropriate length and form of intervention as well as the most effective moment and state of delivery. These would be experiments contrasting different interventions with each other and different levels of participant arousal. Apart from an immediate assessment of outcomes, future experiments should include delayed follow-up measures to investigate when literacy effects happen and how long they last. However, before testing all questions surrounding the effect of literacy interventions, researchers should first test those questions for the effects of porn itself.

This study not replicating the effect of porn literacy training on perceived porn realism by Rothman et al. (2018) might also be due to other differences between the studies. Methodologically, our study used an experimental design with two groups, while Rothman and colleagues had no control group and compared pre-intervention to post-intervention answers in a group of 24 students. Furthermore, we used a video, while Rothman et al. (2018) used teacher-led discussion sessions prone to demand characteristics, that is, participants sensing the intervention goal and answering accordingly. Future experimental research must clarify if the effect of porn literacy training on perceived realism can be replicated when participants are unaware of the intervention goal. Lastly, older participants within our age range (18–33 years) found pornography a less realistic depiction of sex than younger participants.

10.2 Explicit attitudes

We further investigated if the intervention decreased undesired attitudinal outcomes of pornography. The intervention did not decrease participants' body dissatisfaction (H2a) or their negative explicit attitude toward condom use (H4a). The aforementioned reasons, length, and video form of the intervention could explain why this porn literacy intervention did not decrease body dissatisfaction, while other media literacy interventions did (Xie et al., 2019). It could be that media literacy does not affect attitudes toward one's body or condom use; that is, explicitly knowing that porn is effortfully created does not lessen explicit learning from porn.

Concerning explicit sexist attitudes, we found interesting effects: Across conditions, sexist attitudes were higher at pretest ($M = 2.68$, $SD = 0.82$) than at posttest after exposure to porn stimuli and intervention or control video ($M = 2.58$, $SD = 0.90$). This stands in contrast to prior experiments finding increased sexist attitudes after exposure to 25–30 minutes of porn (Hald & Malamuth, 2015; Hald et al., 2013). An explanation for our sample of 60% women could be that sexist content has been shown to decrease women's gender stereotypes by inducing an increased accuracy orientation (Ramos et al., 2016). As this effect was not hypothesized, future research should focus on the effect of porn on sexist attitudes.

When testing the hypothesized effect of the condition, we found that watching the intervention video decreased explicit sexist attitudes compared to the matched control video after watching pornography. However, this effect was qualified by

an interaction between intervention and sexual experience: As expected, the effect of the intervention on explicit sexist attitudes was significant in those with few sex partners but did not decrease sexism in those with moderate or high numbers of sex partners. This indicates that porn literacy is effective in those with little firsthand sexual experience to counterbalance the images provided by pornography (H3b). This is in line with findings from Coughlin and Kalodner (2006) and Primack et al. (2014) and the notion that interventions work best in high-risk individuals, namely, individuals with low levels of firsthand sexual experience.

However, contrary to expectations, we found that in individuals with mean or high levels of prior pornography use, the intervention *increased* explicit sexism. An explanation for a porn literacy intervention increasing sexist attitudes in certain people may be found in studies on smoking media literacy. Comparable to the promotion of smoking in mainstream movies and advertising, pornography eroticizes sexist gender roles. Studies on smoking media literacy have established that, apart from increasing knowledge and awareness, media literacy interventions can also increase desirability and positive affect toward a portrayed smoking message (Austin et al., 2007). Likewise, the present intervention could have increased desirability of sexist gender roles, especially in individuals consuming sexist pornography. Regular porn consumers may have perceived the intervention as patronizing and therefore responded with reactance. We conclude that the porn literacy intervention decreased explicit sexist attitudes in individuals with low levels of sexual experience and increased explicit sexist attitudes in individuals with mean or high levels of prior pornography use. The mechanisms should be clarified by future studies.

Regarding explicit attitude toward condom use, we found no differences between experimental and control group: The intervention did not influence how participants evaluated condoms, this might be due to the idea that porn is effortfully constructed being too abstract and unspecific to influence specific attitudes like the attitude toward condoms. Media literacy may not be an unspecific remedy against all attitudinal outcomes (for criticism see Smith, 2021). Interestingly, however, descriptive results showed that exposure to 15 minutes of pornography (and intervention or control video) also had not influenced how participants evaluate condoms. So, descriptive results did not show any assumed porn effects regarding body dissatisfaction, sexist attitudes, and attitude toward condom use. In the present study, we only tested the intervention. Yet, future research should scrutinize commonly assumed effects of pornography and test an interaction of porn stimuli with an intervention (or control).

10.3 Implicit attitudes

Concerning implicit attitudes, we expected the porn literacy intervention to decrease implicit sexist attitudes and negative implicit attitudes toward condom use, its pleasure and safety, respectively. Although the porn literacy intervention effectively decreased explicit sexist attitudes, implicit sexist attitudes were not influenced by the intervention. Although the intervention was intended to be processed in an affect-based context of low elaboration, it could not influence implicit sexist atti-

tudes. Only the control variable gender predicted implicit sexist attitudes in the way that men displayed stronger gender-stereotypical associations than women.

There was no evidence for an effect of the intervention on the implicit association of condom use with safety (H7a). Rather high scores on both pretest and posttest suggest a ceiling effect. People probably agree on the safety of condoms, but the reason they have unprotected sex with multiple partners is because of factors like pleasure (Oncale & King, 2001). When trying to capture the attitude toward condom use, it is useful to distinguish between the affective dimension of pleasure and the rational dimension of safety. This distinction could have implications for promoting condom use. Rather than advertising with rational, utilitarian arguments, it may be effective to eroticize condoms. Hedonic and sensory appeals have been effective in promoting healthy foods (Samson & Buijzen, 2019). Future interventions could promote condoms using hedonic and sensory appeals.

10.4 Limitations and suggestions for future research

Theoretically, media literacy theory broadly claims literacy training decreases the effects of media on a range of outcomes (i.e., cognitions, attitudes, behaviors). For the present experiment, we chose porn realism and attitudinal outcomes most associated with pornography, but future research could test any other cognitive, attitudinal, or behavioral outcome. Furthermore, with our experimental design, we could test causal effects (and moderators). Yet, potential working mechanisms behind media literacy training should be clarified by experiments manipulating mediators (e.g., cognitive defense mechanisms) or (longitudinal) surveys. Conceptually, we must keep in mind that how realistic pornography is as compared to reality is not only a result of media literacy skills but also depends on individual realities. Media is not just an (in)accurate representation of reality, it also shapes people's realities. Therefore, future research should account for individual realities (statistically accounting for individual differences or qualitative approach) and clearly distinguish between message accuracy, plausibility, desirability and social utility.

Four methodological limitations of the present study should be noted. First, porn literacy skills before and after the intervention were not compared. Before the intervention, we chose not to measure literacy skills or perceived porn realism to avoid sensitizing participants to the purpose of the study. After the intervention, we measured perceived realism, only one construct of media literacy, which was at medium levels in both conditions (scores around two on four-point scale). Future research should account for porn literacy at baseline. Not accounting for baseline sample characteristics disputes the generalizability of results as, in studies on taboo subjects like sexuality, self-selected samples could differ from the general population. Future studies should measure baseline porn literacy skills or use samples with low levels of media literacy to begin with. General media literacy might moderate effects of the intervention on attitudes; that is, short interventions could have stronger effects (or only be effective) in individuals who perceive porn to be very realistic.

Second, for ethical reasons, we allowed participants to skip the question on the number of sex partners in their lifetime. When it turned out we had to rely solely

on this item to measure sexual experience, this decreased construct validity and sample size. The analysis excluded participants with any missing data so that, eventually, the significant interaction effect of the intervention and sexual experience on explicit sexism was based on only 67 degrees of freedom. Therefore, this effect should be replicated.

Third, the instrument to measure prior porn use had two shortcomings. One item assessed the number of times people had watched pornography in their lives, with the highest possible option being “more than 11 times”, which did not have much variance. The distribution was heavily skewed as many people chose the highest possible option. This instrument could not distinguish between people watching porn once a week and three times a day. Moreover, the instrument (Kraus & Rosenberg, 2016) did not capture differences in pornographic content. It is crucial to know what pornography *genre* people typically watch and if it contains relevant (e.g., sexist) messages. Although scholars recently focused on porn featuring specific sexual activities (Busby et al., 2020), we still lack a validated measure capturing diverse intensities and genres (Paslakis et al., 2022). With a diverse pornographic landscape, research on pornography needs to become more specific as well. Due to this specification, the field might loosen its heavy focus on undesired effects and start including desired effects (e.g., sexual exploration). Future research might examine how porn literacy not only mitigates undesired effects, but also what it does to desired outcomes of pornography. However, to the best of our knowledge, this is first time a media literacy intervention was tested in a randomized controlled trial design, the gold standard for testing interventions in medicine and social sciences (Meldrum, 2000).

If learning from pornographic messages is deemed problematic, it may not suffice to teach young people that (and why) pornography is not a useful source of sex education. After the porn literacy intervention by Rothman et al. (2018), which was deemed successful, participants still ranked pornography number one in their sources of sex education. Instead of mitigating undesired effects of pornographic messages, future research could examine how to support desired sources of sex education.

11. Conclusion

We experimentally tested a porn literacy intervention after showing mainstream pornography (in a context of arousal). However, after watching mainstream porn, none of the presumed porn effects showed: Participants were neither more dissatisfied with their bodies nor more dismissive toward condoms than before; sexist attitudes were even lower at posttest. Hence, researchers should further study what, how, and under which circumstances we learn from sexually explicit media.

Regarding porn literacy, we found that the intervention video (versus the matched control video) did not decrease perceived porn realism and most tested attitudinal outcomes remained unaffected. The intervention video successfully decreased explicit sexist attitudes in individuals with low levels of sexual experience. On the one hand, this attitudinal change lends support to media literacy theory (Potter, 2013; Primack et al., 2006). On the other hand, effects were small and perceived

realism, the presumed mechanism behind decreasing attitudinal outcomes, remained unaffected. The intervention did not trigger cognitive differentiation between media and reality, suggesting that there may be other mechanisms at work. Mechanisms other than cognitive may be worth studying, especially when thinking of implicit effects. Apart from the working mechanisms, media literacy theory should be further concretized and theoretically refined in terms of specific outcomes (e.g., implicit attitudes), its application to pornography, and its application in an arousing, affect-based state.

Declaration of conflicting interests

The authors declare that they have no known competing financial interests or personal relationships that could influence the work reported in this paper.

Funding note/acknowledgements

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors. We would like to thank Niklas Doka for cutting the videos and Lelia Samson for her input in designing the study.

References

- Albury, K. (2014). Porn and sex education, porn as sex education. *Porn Studies*, 1(1–2), 172–181. <https://doi.org/10.1080/23268743.2013.863654>
- Allen, M., Emmers, T., Gebhardt, L., & Giery, M. A. (1995). Exposure to pornography and acceptance of rape myths. *Journal of Communication*, 45(1), 5–26. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1995.tb00711.x>
- Austin, E. W., Pinkleton, B. E., & Funabiki, R. P. (2007). The desirability paradox in the effects of media literacy training. *Communication Research*, 34(5), 483–506. <https://doi.org/10.1177/0093650207305233>
- Aznar-Martínez, B., Lorente-De-Sanz, J., López-i-Martín, X., & Castillo-Garayoa, J. A. (2024). Pornography and gender-based violence: Two neglected topics in sexuality education. A systematic review. *Sex Education*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/14681811.2024.2316154>
- Bandura, A. (2009). Social cognitive theory of mass communication. In J. Bryant, & M. B. Oliver (Eds.), *Media effects* (pp. 110–140). Routledge.
- Bergsma, L. J., & Carney, M. E. (2008). Effectiveness of health-promoting media literacy education: A systematic review. *Health Education Research*, 23(3), 522–542. <https://doi.org/10.1093/her/cym084>
- Botta, R. A. (1999). Television images and adolescent girls' body image disturbance. *Journal of Communication*, 49(2), 22–41. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02791.x>
- Brown, Halpern, C. T., & L'Engle, K. L. (2005). Mass media as a sexual super peer for early maturing girls. *Journal of Adolescent Health*, 36(5), 420–427. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2004.06.003>
- Brown, J. D., & L'Engle, K. L. (2009). X-rated: Sexual attitudes and behaviors associated with U.S. early adolescents' exposure to sexually explicit media. *Communication Research*, 36(1), 129–151. <https://doi.org/10.1177/0093650208326465>

- Busby, D. M., Willoughby, B. J., Chiu, H.-Y., & Olsen, J. A. (2020). Measuring the multidimensional construct of pornography: A long and short version of the pornography usage measure. *Archives of Sexual Behavior*, 49(8), 3027–3039. <https://doi.org/10.1007/s10508-020-01688-w>
- Byrd-Bredbenner, C., Murray, J., & Schluskel, Y. R. (2005). Temporal changes in anthropometric measurements of idealized females and young women in general. *Women & health*, 41(2), 13–30. https://doi.org/10.1300/J013v41n02_02
- Byron, P., McKee, A., Watson, A., Litsou, K., & Ingham, R. (2021). Reading for realness: Porn literacies, digital media, and young people. *Sexuality & Culture*, 25(3), 786–805. <https://doi.org/10.1007/s12119-020-09794-6>
- Carrotte, E. R., Davis, A. C., & Lim, M. S. C. (2020). Sexual behaviors and violence in pornography: Systematic review and narrative synthesis of video content analyses. *Journal of Medical Internet Research*, 22(5), e16702. <https://doi.org/10.2196/16702>
- Carter, T. J., Ferguson, M. J., & Hassin, R. R. (2011). A single exposure to the American flag shifts support toward republicanism up to 8 months later. *Psychological Science*, 22(8), 1011–1018. <https://doi.org/10.1177/0956797611414726>
- Cavazos-Rehg, P. A., Krauss, M. J., Spitznagel, E. L., Schootman, M., Bucholz, K. K., Peipert, J. F., Sanders-Thompson, V., Cottler, L. B., & Bierut, L. J. (2009). Age of sexual debut among US adolescents. *Contraception*, 80(2), 158–162. <https://doi.org/10.1016/j.contraception.2009.02.014>
- Collins, R., N Elliott, M., Berry, S., Kanouse, D., Kunkel, D., Hunter, S., & Miu, A. (2004). Watching sex on television predicts adolescent initiation of sexual behavior. *Pediatrics*, 114(3), 280–289. <https://doi.org/10.1542/peds.2003-1065-L>
- Coughlin, J. W., & Kalodner, C. (2006). Media literacy as a prevention intervention for college women at low-or high-risk for eating disorders. *Body Image*, 3(1), 35–43. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2006.01.001>
- Czopp, A. M., Monteith, M. J., Zimmerman, R. S., & Lynam, D. R. (2004). Implicit attitudes as potential protection from risky sex: Predicting condom use with the IAT. *Basic and Applied Social Psychology*, 26(2–3), 227–236. <https://doi.org/10.1080/01973533.2004.9646407>
- Dawson, K., Nic Gabhainn, S., & MacNeela, P. (2019). Toward a model of porn literacy: Core concepts, rationales, and approaches. *The Journal of Sex Research*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/00224499.2018.1556238>
- Durantini, M. R., Albarracin, D., Mitchell, A. L., Earl, A. N., & Gillette, J. C. (2006). Conceptualizing the influence of social agents of behavior change: A meta-analysis of the effectiveness of HIV-prevention interventionists for different groups. *Psychological Bulletin*, 132(2), 212–248. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.132.2.212>
- Dworkin, A. (1989). *Pornography: Men possessing women*. Plume.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2007). G* Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175–191. <https://doi.org/10.3758/BF03193146>
- Flood, M. (2007). Exposure to pornography among youth in Australia. *Journal of Sociology*, 43(1), 45–60. <https://doi.org/10.1177/1440783307073934>
- Fritz, N., & Paul, B. (2017). From orgasms to spanking: A content analysis of the agentic and objectifying sexual scripts in feminist, for women, and mainstream pornography. *Sex Roles*, 1–14. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0759-6>

- Gleason, N., & Sprankle, E. (2019). The effects of pornography on sexual minority men's body image: An experimental study. *Psychology & Sexuality*, 10(4), 301–315. <https://doi.org/10.1080/19419899.2019.1637924>
- Goldfarb, E. S., & Lieberman, L. D. (2021). Three decades of research: The case for comprehensive sex education. *Journal of Adolescent Health*, 68(1), 13–27. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2020.07.036>
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The implicit association test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(6), 1464–1480. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.6.1464>
- Hald, G. M., Malamuth, N. M., & Yuen, C. (2010). Pornography and attitudes supporting violence against women: Revisiting the relationship in nonexperimental studies. *Aggressive Behavior*, 36(1), 14–20. <https://doi.org/10.1002/ab.20328>
- Hald, G. M., & Malamuth, N. N. (2015). Experimental effects of exposure to pornography: The moderating effect of personality and mediating effect of sexual arousal. *Archives of Sexual Behavior*, 44(1), 99–109. <https://doi.org/10.1007/s10508-014-0291-5>
- Hald, G. M., Malamuth, N. N., & Lange, T. (2013). Pornography and sexist attitudes among heterosexuals. *Journal of Communication*, 63(4), 638–660. <https://doi.org/10.1111/jcom.12037>
- Halliwell, E., Easun, A., & Harcourt, D. (2011). Body dissatisfaction: Can a short media literacy message reduce negative media exposure effects amongst adolescent girls? *British Journal of Health Psychology*, 16(2), 396–403. <https://doi.org/10.1348/135910710X515714>
- Hansen, C. H., & Krygowski, W. (1994). Arousal-augmented priming effects: Rock music videos and sex object schemas. *Communication Research*, 21(1), 24–47. <https://doi.org/10.1177/009365094021001003>
- Harkness, E. L., Mullan, B., & Blaszczynski, A. (2015). Association between pornography use and sexual risk behaviors in adult consumers: A systematic review. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(2), 59–71. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0343>
- Hunter, J. A., Figueredo, A. J., & Malamuth, N. M. (2010). Developmental pathways into social and sexual deviance. *Journal of Family Violence*, 25(2), 141–148. <https://doi.org/10.1007/s10896-009-9277-9>
- Irving, L. M., & Berel, S. R. (2001). Comparison of media-literacy programs to strengthen college women's resistance to media images. *Psychology of Women Quarterly*, 25(2), 103–111. <https://doi.org/10.1111/1471-6402.00012>
- Jeong, S. H., Cho, H., & Hwang, Y. (2012). Media literacy interventions: A meta-analytic review. *Journal of Communication*, 62(3), 454–472. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01643.x>
- Jonas, K. J., Hawk, S. T., Vastenburg, D., & de Groot, P. (2014). “Bareback” pornography consumption and safe-sex intentions of men having sex with men. *Archives of Sexual Behavior*, 43(4), 745–753. <https://doi.org/10.1007/s10508-014-0294-2>
- Kann, L., McManus, T., Harris, W. A., Shanklin, S. L., Flint, K. H., Queen, B., Lowry, R., Chyen, D., Whittle, L., & Thornton, J. (2018). Youth risk behavior surveillance—United States, 2017. *MMWR Surveillance Summaries*, 67(8), 1–114. <https://www.cdc.gov/mmwr/volumes/67/ss/ss6708a1.htm>
- Kanuga, M., & Rosenfeld, W. D. (2004). Adolescent sexuality and the internet: The good, the bad, and the URL. *Journal of Pediatric and Adolescent Gynecology*, 17(2), 117–124. <https://doi.org/10.1016/j.jpog.2004.01.015>

- Khan, S. I., Hudson-Rodd, N., Siggers, S., Bhuiyan, M. I., & Bhuiya, A. (2005). Safer sex or pleasurable sex? Rethinking condom use in the AIDS era. *Sexual Health*, 1(4), 217–225. <https://doi.org/10.1071/SH04009>
- Klaassen, M. J. E., & Peter, J. (2015). Gender (in)equality in internet pornography: A content analysis of popular pornographic internet videos. *The Journal of Sex Research*, 52(7), 721–735. <https://doi.org/10.1080/00224499.2014.976781>
- Kraus, S. W., & Rosenberg, H. (2016). Lights, camera, condoms! Assessing college men's attitudes toward condom use in pornography. *Journal of American College Health*, 64(2), 139–146. <https://doi.org/10.1080/07448481.2015.1085054>
- Li, M., Liu, Y., & Zheng, L. (2023). Sexually explicit internet media consumption and sexual risk behaviors among Chinese male sexual minorities: The moderating role of perceived realism. *Health Communication*, 38(10), 2080–2086. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2053272>
- Litsou, K., Byron, P., McKee, A., & Ingham, R. (2021). Learning from pornography: Results of a mixed methods systematic review. *Sex Education*, 21(2), 236–252. <https://doi.org/10.1080/14681811.2020.1786362>
- Livingstone, S., Van Couvering, E., & Thumim, N. (2005). *Adult media literacy: A review of the research literature*. <https://dera.ioe.ac.uk/5283/1/aml.pdf>
- Löfgren-Mårtenson, L., & Månsson, S.-A. (2010). Lust, love, and life: A qualitative study of swedish adolescents' perceptions and experiences with pornography. *The Journal of Sex Research*, 47(6), 568–579. <https://doi.org/10.1080/00224490903151374>
- Maheux, A. J., Roberts, S. R., Evans, R., Widman, L., & Choukas-Bradley, S. (2021). Associations between adolescents' pornography consumption and self-objectification, body comparison, and body shame. *Body Image*, 37, 89–93. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.01.014>
- Marsh, K. L., Johnson, B. T., & Scott-Sheldon, L. A. (2001). Heart versus reason in condom use: Implicit versus explicit attitudinal predictors of sexual behavior. *Zeitschrift für Experimentelle Psychologie*. <https://doi.org/10.1026//0949-3946.48.2.161>
- McLean, S., Paxton, S. J., & Wertheim, E. H. (2016a). Does media literacy mitigate risk for reduced body satisfaction following exposure to thin-ideal media? *Journal of Youth and Adolescence*, 45(8), 1678–1695. <https://doi.org/10.1007/s10964-016-0440-3>
- McLean, S., Paxton, S. J., & Wertheim, E. H. (2016b). The role of media literacy in body dissatisfaction and disordered eating: A systematic review. *Body Image*, 19, 9–23. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.002>
- Meldrum, M. L. (2000). A brief history of the randomized controlled trial: From oranges and lemons to the gold standard. *Hematology/oncology clinics of North America*, 14(4), 745–760. [https://doi.org/10.1016/S0889-8588\(05\)70309-9](https://doi.org/10.1016/S0889-8588(05)70309-9)
- Mestre-Bach, G., Villena-Moya, A., & Chiclana-Actis, C. (2024). Pornography use and violence: A systematic review of the last 20 years. *Trauma, Violence, & Abuse*, 25(2), 1088–1112. <https://doi.org/10.1177/15248380231173619>
- Miller, D. J., & McBain, K. A. (2022). The content of contemporary, mainstream pornography: A literature review of content analytic studies. *American Journal of Sexuality Education*, 17(2), 219–256. <https://doi.org/10.1080/15546128.2021.2019648>
- Miller, D. J., McBain, K. A., & Raggatt, P. T. (2019). An experimental investigation into pornography's effect on men's perceptions of the likelihood of women engaging in porn-

- like sex. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 365–375. <https://doi.org/10.1037/ppm0000202>
- O'Brien, R. M. (2007). A caution regarding rules of thumb for variance inflation factors. *Quality & Quantity*, 41(5), 673–690. <https://doi.org/10.1007/s11135-006-9018-6>
- Oncale, R. M., & King, B. M. (2001). Comparison of men's and women's attempts to dissuade sexual partners from the couple using condoms. *Archives of Sexual Behavior*, 30(4), 379–391. <https://doi.org/10.1023/a:1010209331697>
- Paslakis, G., Chiclana Actis, C., & Mestre-Bach, G. (2022). Associations between pornography exposure, body image and sexual body image: A systematic review. *Journal of Health Psychology*, 27(3), 743–760. <https://doi.org/10.1177/1359105320967085>
- Perry, N. S., Nelson, K. M., Carey, M. P., & Simoni, J. M. (2019). Sexually explicit media exposure as a sexual milestone among gay, bisexual, and other men who have sex with men. *Health Psychology*, 38(1), 29–32. <https://doi.org/10.1037/hea0000678>
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2006). Adolescents' exposure to sexually explicit material on the internet. *Communication Research*, 33(2), 178–204. <https://doi.org/10.1177/0093650205285369>
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2007). Adolescents' exposure to a sexualized media environment and their notions of women as sex objects. *Sex Roles*, 56(5), 381–395. <https://doi.org/10.1007/s11199-006-9176-y>
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2010). Processes underlying the effects of adolescents' use of sexually explicit internet material: The role of perceived realism. *Communication Research*, 37(3), 375–399. <https://doi.org/10.1177/0093650210362464>
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2011). The influence of sexually explicit internet material on sexual risk behavior: A comparison of adolescents and adults. *Journal of Health Communication*, 16(7), 750–765. <https://doi.org/10.1080/10810730.2011.551996>
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2014). Does exposure to sexually explicit Internet material increase body dissatisfaction? A longitudinal study. *Computers in Human Behavior*, 36, 297–307. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.03.071>
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2016). Adolescents and pornography: A review of 20 years of research. *The Journal of Sex Research*, 53(4-5), 509–531. <https://doi.org/10.1080/00224499.2016.1143441>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. In R. E. Petty, & J. T. Cacioppo, (Eds.), *Communication and Persuasion* (pp. 1–24). Springer.
- Pinkleton, B. E., Austin, E. W., Chen, Y.-C. Y., & Cohen, M. (2012). The role of media literacy in shaping adolescents' understanding of and responses to sexual portrayals in mass media. *Journal of Health Communication*, 17(4), 460–476. <https://doi.org/10.1080/10810730.2011.635770>
- Pinkleton, B. E., Austin, E. W., Chen, Y.-C. Y., & Cohen, M. (2013). Assessing effects of a media literacy-based intervention on US adolescents' responses to and interpretations of sexual media messages. *Journal of Children and Media*, 7(4), 463–479. <https://doi.org/10.1080/17482798.2013.781512>
- Pornhub Insights. (2020). *The 2019 year in review*. <https://www.pornhub.com/insights/2019-year-in-review>
- Potter, W. J. (2013). *Media literacy*. Sage Publications.
- Primack, B., Douglas, E., Land, S., Miller, E., & Fine, M. J. (2014). Comparison of media literacy and usual education to prevent tobacco use: A cluster-randomized trial. *Journal of School Health*, 84(2), 106–115. <https://doi.org/10.1111/josh.12130>

- Primack, B., Gold, M., Switzer, G. E., Hobbs, R., Land, S. R., & Fine, M. J. (2006). Development and validation of a smoking media literacy scale for adolescents. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 160(4), 369–374. <https://doi.org/10.1001/archpedi.160.4.369>
- R Core Team. (2018). *R: A language and environment for statistical computing*. R Foundation for Statistical Computing. <https://www.R-project.org/>
- Ramos, M. R., Barreto, M., Ellemers, N., Moya, M., Ferreira, L., & Calanchini, J. (2016). Exposure to sexism can decrease implicit gender stereotype bias. *European Journal of Social Psychology*, 46(4), 455–466. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2165>
- Rasi, P., Vuojärvi, H., & Ruokamo, H. (2019). Media literacy education for all ages. *Journal of Media Literacy Education*, 11(2), 1–19. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2019-11-2-1>
- Rodenhizer, K. A. E., & Edwards, K. M. (2017). The impacts of sexual media exposure on adolescent and emerging adults' dating and sexual violence attitudes and behaviors: A critical review of the literature. *Trauma, Violence, & Abuse*, 20(4), 439–452. <https://doi.org/10.1177/1524838017717745>
- Rothman, E. F., Adhia, A., Christensen, T. T., Paruk, J., Alder, J., & Daley, N. (2018). A pornography literacy class for youth: Results of a feasibility and efficacy pilot study. *American Journal of Sexuality Education*, 13(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/15546128.2018.1437100>
- Rousseau, A., Beyens, I., Eggermont, S., & Vandenbosch, L. (2017). The dual role of media internalization in adolescent sexual behavior. *Archives of Sexual Behavior*, 46(6), 1685–1697. <https://doi.org/10.1007/s10508-016-0902-4>
- Rozendaal, E., Lapierre, M. A., Van Reijmersdal, E. A., & Buijzen, M. (2011). Reconsidering advertising literacy as a defense against advertising effects. *Media Psychology*, 14(4), 333–354. <https://doi.org/10.1080/15213269.2011.620540>
- Sakaluk, J. K., & Gillath, O. (2016). The causal effects of relational security and insecurity on condom use attitudes and acquisition behavior. *Archives of Sexual Behavior*, 45(2), 339–352. <https://doi.org/10.1007/s10508-015-0618-x>
- Samson, L., & Buijzen, M. (2019). Craving healthy foods?! How sensory appeals increase appetitive motivational processing of healthy foods in adolescents. *Media Psychology*, 1–25. <https://doi.org/10.1080/15213269.2019.1584569>
- Signorell, A. (2016). DescTools: Tools for descriptive statistics. *R package version 0.99*, 18. <https://andrisignorell.github.io/DescTools/>
- Smith, C. (2021). Putting porn studies (back) into porn literacy. *Synoptique*, 9(2), 160–182. <https://nrl.northumbria.ac.uk/id/eprint/45872/>
- Snagowski, J., Wegmann, E., Pekal, J., Laier, C., & Brand, M. (2015). Implicit associations in cybersex addiction: Adaption of an Implicit Association Test with pornographic pictures. *Addictive Behaviors*, 49, 7–12. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2015.05.009>
- Stice, E., & Shaw, H. (2004). Eating disorder prevention programs: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 130(2), 206–227. <https://psycnet.apa.org/buy/2004-11156-002>
- Sun, C., Bridges, A., Johnson, J. A., & Ezzell, M. B. (2016). Pornography and the male sexual script: An analysis of consumption and sexual relations. *Archives of Sexual Behavior*, 45(4), 983–994. <https://doi.org/10.1007/s10508-014-0391-2>
- Telles Dias, P. R., Souto, K., & Page-Shafer, K. (2006). Long-term female condom use among vulnerable populations in Brazil. *AIDS and Behavior*, 10(1), 67–75. <https://doi.org/10.1007/s10461-006-9139-x>

- Testa, G., Mestre-Bach, G., Chiclana Actis, C., & Potenza, M. N. (2023). Problematic pornography use in adolescents: From prevention to intervention. *Current Addiction Reports*, 10(2), 210–218. <https://doi.org/10.1007/s40429-023-00469-4>
- Tokunaga, R. S., Wright, P. J., & Vangeel, L. (2020). Is pornography consumption a risk factor for condomless sex? *Human Communication Research*, 46(2–3), 273–299. <https://doi.org/10.1093/hcr/hqaa005>
- Tulving, E., & Thomson, D. M. (1973). Encoding specificity and retrieval processes in episodic memory. *Psychological Review*, 80(5), 352–373. <https://doi.org/10.1037/h0020071>
- Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2015). The role of mass media in adolescents' sexual behaviors: Exploring the explanatory value of the three-step self-objectification process. *Archives of Sexual Behavior*, 44(3), 729–742. <https://doi.org/10.1007/s10508-014-0292-4>
- Vandenbosch, L., & van Oosten, J. M. F. (2017). The Relationship between online pornography and the sexual objectification of women: The attenuating role of porn literacy education. *Journal of Communication*, 67(6), 1015–1036. <https://doi.org/10.1111/jcom.12341>
- Vannier, S. A., Currie, A. B., & O'Sullivan, L. F. (2014). Schoolgirls and soccer moms: A content analysis of free “teen” and “MILF” online pornography. *The Journal of Sex Research*, 51(3), 253–264. <https://doi.org/10.1080/00224499.2013.829795>
- Venter, A., Maxwell, S. E., & Bolig, E. (2002). Power in randomized group comparisons: The value of adding a single intermediate time point to a traditional pretest-posttest design. *Psychological Methods*, 7(2), 194–209. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.7.2.194>
- Wang, F., Chen, X., Bo, B., Zhang, T., Liu, K., Jiang, J., Wang, Y., Xie, H., Liang, Z., & Guan, J.-S. (2023). State-dependent memory retrieval: Insights from neural dynamics and behavioral perspectives. *Learning & Memory*, 30(12), 325–337. <https://doi.org/10.1101/lm.053893.123>
- Ward, L. M. (2002). Does television exposure affect emerging adults' attitudes and assumptions about sexual relationships? Correlational and experimental confirmation. *Journal of Youth and Adolescence*, 31(1), 1–15. <https://doi.org/10.1023/a:1014068031532>
- Wright, P. J. (2011). Mass media effects on youth sexual behavior assessing the claim for causality. *Annals of the International Communication Association*, 35(1), 343–385. <https://doi.org/10.1080/23808985.2011.11679121>
- Wright, P. J., Herbenick, D., & Paul, B. (2022). Casual condomless sex, range of pornography exposure, and perceived pornography realism. *Communication Research*, 49(4), 547–566. <https://doi.org/10.1177/00936502211003765>
- Xiao, X., Su, Y., & Lee, D. K. L. (2021). Who consumes new media content more wisely? Examining personality factors, SNS use, and new media literacy in the era of misinformation. *Social Media + Society*, 7(1), 2056305121990635. <https://doi.org/10.1177/2056305121990635>
- Xie, X., Gai, X., & Zhou, Y. (2019). A meta-analysis of media literacy interventions for deviant behaviors. *Computers & Education*, 139, 146–156. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.05.008>
- Zajonc, R. B. (2001). Mere exposure: A gateway to the subliminal. *Current Directions in Psychological Science*, 10(6), 224–228. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00154>

EXTENDED PAPER

Zum Verhältnis von Journalismus und Aktivismus: *Boundary work* als Navigieren zwischen Komplementarität und Hybridisierung.

Eine Fallstudie zu feministischen Akteur:innen in digitalen Öffentlichkeiten

On the relationship between journalism and activism: *Boundary work* as navigating between complementarity and hybridization.

A case study on feminist actors in digital public spheres

Wolfgang Reißmann, Margreth Lünenborg & Miriam Siemon

Wolfgang Reißmann (Dr.), Universität Leipzig, Universitätsbibliothek, Beethovenstr. 6, 04107 Leipzig, Deutschland. Kontakt: wolfgang.reissmann@uni-leipzig.de. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9032-5586>

Margreth Lünenborg (Prof. Dr.), Freie Universität Berlin, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Arbeitsstelle Journalistik, Garystraße 55, 14195 Berlin, Deutschland. Kontakt: margreth.luenenborg@fu-berlin.de. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3200-4765>

Miriam Siemon (M.A.), Freie Universität Berlin, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Arbeitsstelle Journalistik, Garystraße 55, 14195 Berlin, Deutschland. Kontakt: miriam.siemon@fu-berlin.de. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3343-8880>



EXTENDED PAPER

Zum Verhältnis von Journalismus und Aktivismus: *Boundary work* als Navigieren zwischen Komplementarität und Hybridisierung. Eine Fallstudie zu feministischen Akteur:innen in digitalen Öffentlichkeiten

On the relationship between journalism and activism: *Boundary work* as navigating between complementarity and hybridization.
A case study on feminist actors in digital public spheres

Wolfgang Reißmann, Margreth Lünenborg & Miriam Siemon

Zusammenfassung: Diskursive Selbstermächtigung, die Sichtbarkeit politischer Haltungen sowie ein auf gesellschaftliche Transformation zielendes Engagement sind selbstverständlicher Bestandteil von Kommunikation in sozialen Medien. Das gilt auch für jene journalistischen Akteur:innen, die neben oder innerhalb ihrer beruflichen Tätigkeit für Gleichberechtigung und soziale Gerechtigkeit eintreten. Diskutiert werden Ergebnisse aus qualitativ-medienethnografischen Fallstudien zu Grenzgänger:innen, die feministisch orientiert in Journalismus und/oder Aktivismus aktiv sind. Erkenntnisleitend ist der *boundary work*-Ansatz, der hier in einem vergleichenden Design umgesetzt wird und damit die Perspektiven von Journalist:innen und Aktivist:innen im Wechselverhältnis zueinander untersucht. Ergänzend zur diskursiven Grenzarbeit (normatives Soll/role orientation) wurde zudem die faktische Positionierung der Akteur:innen in ihren professionellen Feldern durch Analyse ihrer Medien-Aktivitäten untersucht (praktisches Ist/role performance). Im Gruppenvergleich zeigen sich tendenziell gegenläufige und in dieser Weise nicht erwartete Formen der Grenzarbeit: Während die Aktivist:innen für eine komplementäre Kooperation eigenständiger, klar getrennter Tätigkeitsbereiche argumentieren, rechtfertigen die (feministischen) Journalist:innen deren Hybridisierung als systematische und notwendige Entwicklung auf dem Weg zu mehr Gerechtigkeit. Legitimiert wird diese Hybridisierung mit der (neuen) Norm einer transparenten, evidenzbasierten Parteilichkeit. Ergänzend werden Ideale eines Community-nahen Journalismus mit hoher persönlicher Nahbarkeit artikuliert. Auf der Ebene praktischer Performanz zeigen die Aktivist:innen, gegenläufig zur verbalen Abgrenzung, formal und stilistisch jedoch Anpassungen an journalistische Praktiken, während die Journalist:innen die favorisierte Hybridität in unterschiedlichem Maße ausleben (können). Das Konzept *boundary work* wird fruchtbar gemacht für die praxeologisch fundierte Analyse fortlaufender Grenzbestimmungen zwischen professionellem Journalismus und anderen Formen öffentlicher Kommunikation, die insbesondere in digitalen Medienumgebungen eine Herausforderung darstellen. Die relationale Untersuchungsperspektive erlaubt eine nuancierte und dynamische Betrachtung von Grenzveränderungen, die über die dichotome Unterscheidung von Journalismus und Nicht-Journalismus hinausweist.

Schlagworte: Boundary work/Grenzarbeit, relationale Journalismusforschung, Performativität, Feminismus, Aktivismus, medienethnografische Fallstudien

Abstract: Discursive self-empowerment, the visibility of political attitudes and acting towards societal transformation are vernacular practices in social media. This also applies to parts of journalistic actors who advocate for equality and social justice alongside or within their professional activities. Results from qualitative ethnographic case studies on border crossers who are active in journalism and/or activism based on a feminist perspective are reported. The boundary work approach, implemented here in a comparative design that examines the perspectives of journalists and activists in an interrelationship, guides the analysis. In addition to discursive boundary work (normative imagery/role orientation), the actual positioning of the actors in their professional fields was also analyzed (practical actuality/role performance). A comparison of the groups shows a tendency towards opposing boundary work: While the activists discursively argue and justify complementary cooperation of independent, clearly separated fields of activity, the (feminist) journalists justify the hybridization of both fields. This hybridization is legitimized with the (new) norm of transparent, evidence-based partisanship, linked to the idea of community-oriented journalism with a high degree of personal approachability. On the level of practical performance, the activists show formal and stylistic overlaps with journalistic practices, contrary to the verbal demarcation, while the journalists (can) realize the hybridity that verbally has been made strong to varying degrees. The concept of *boundary work* is made fruitful for the praxeologically based analysis of ongoing negotiating of boundaries between professional journalism and other forms of public communication, which pose a particular challenge in digital media environments. The relational perspective of investigation here allows for a nuanced and dynamic consideration of boundary changes beyond dichotomous distinctions (journalism, non-journalism).

Keywords: Boundary work, relational journalism studies, performativity, feminism, activism, media-ethnographic case studies

1. Einleitung

Im Jahr 2019 veröffentlichte Lewis Raven Wallace das Buch „The View from Somewhere. Undoing the Myth of Journalistic Objectivity“. Im Titel klingt Jay Rosens (2010) bekannte Kritik am journalistischen Mantra des „The View from Nowhere“ an, ein Bezug wiederum auf Thomas Nagels gleichnamiges Werk (hierzu Schultz, 2021). Allein diese Verweiskette offenbart die stete Auseinandersetzung mit dominanten Idealen und Selbstverständnissen im Journalismus sowie den Bedingungen und Möglichkeiten von Erkenntnis. Weite Teile der Journalismusforschung lassen sich als Kritik an der Objektivitätsidee lesen, von der Nachrichtenwert- bis zur News-Bias-Forschung. In der deutschsprachigen Forschung haben spätestens die in den frühen 1990er Jahren virulenten (radikal)konstruktivistischen Positionen gründlich und nachhaltig mit – zumindest – naiven, korrespondenztheoretischen Objektivitätsvorstellungen gebrochen.

Wallace schreibt aber nicht nur als distanzierte:r wissenschaftliche:r Beobachter:in. Das Buch hat autobiografische Anteile, gibt Einblick in den Werdegang und die Erfahrungen als trans Person im Journalismus. Die Entstehung des Buchs ist im Zeit- und Ortskontext zu sehen. Zweieinhalb Jahre zuvor wurde Donald Trump zum Präsidenten der USA gewählt. Von Beginn an erklärte er den institutionellen

Journalismus explizit zu seinem Gegner und brach mit grundlegenden Regeln der öffentlichen Kommunikation. Bis dato hielt sich Wallace mit persönlichen Haltungen zurück, auch die im Namen journalistischer Objektivität in diversen lokalen und nationalen Newsrooms selbst erlittenen Verletzungen thematisierte Wallace nicht öffentlich. Doch ebenjene, schon zuvor als inadäquat erlebte Norm – prototypisch manifestiert im *both sideism* und *detached reporting* – sollten nun die journalistischen Mittel sein, um einem Machthaber und Apparat zu begegnen, der sich anschickte mit ‚alternativen Fakten‘ das demokratische System auszuhöhlen? Für Wallace schwer vorstellbar. Mehr Potenzial habe eine klare und transparent gemachte ethische und politische Haltung als Richtschnur journalistischen Handelns. Kurz nach Trumps Amtseinführung schrieb Wallace (2017) einen Blogpost mit dem Titel „Objectivity is dead, and I’m okay with it“ – und verlor prompt den Job. In den USA entwickelte sich eine anhaltende Debatte um das Verhältnis von journalistischer Objektivität und Wahrheit. Trumps Präsidentschaft war Katalysator in einem zuvor schon spannungsgeladenen Diskurs um Definitionsmacht und Relevanzsetzung, um die Normalisierung und Naturalisierung kultureller Konventionen.

Wie im Brennglas werden in Debatten wie dieser unterschiedliche Konzepte von Journalismus sichtbar. War es in den USA die nationale Krisensituation um die Präsidentschaft von Trump, die diese gegensätzlichen Auffassungen journalistischer Normen erneut hervorbrachte, evozierte in Deutschland die erst begrüßte („Willkommenskultur“) und später von einem Teil der Bevölkerung wiederum abgelehnte Migration von Menschen aus Syrien um 2015 eine Debatte um „Haltung“ (Reschke, 2018) im Journalismus.

Die teils undifferenzierte Behauptung von Entgrenzung und „blurring boundaries“ begleitet die Journalismusforschung allerdings seit langem. Zurecht fordert Loosen (2015) – systemtheoretisch fundiert – Differenzierung und Entdifferenzierung als gleichzeitige und in verschiedenen Bereichen heterogen verlaufende Prozesse zu betrachten und zu analysieren.

Mit dem Konzept *boundary work*, bei der stetig ausgehandelt wird, was noch bzw. nicht mehr als journalistisch angemessen gilt, widmet sich die Journalismusforschung diesbezüglichen Meta-Diskursen. Das Konzept ist gleichermaßen sensibel für konservative Muster des Bewahrens bestehender Grenzen wie für die Inklusion neuer Akteur:innen und Praktiken. Zudem lassen sich mit dem Ansatz die Konturen neuer Hybride und Ausformungen nachzeichnen, die u. a. als „X-Journalismen“ (Loosen et al., 2022) neu auf der Bildfläche erscheinen. Wenn in Abgrenzung zum Bestehenden neue Wortschöpfungen und Konstrukte entstehen, verweisen diese einerseits auf Entgrenzung. Andererseits führen die sie tragenden Akteur:innen wiederum neue Grenzen ein und geben ihrem Handeln im Streben nach kultureller Autorität eine Legitimationsgrundlage.

Vorliegender Aufsatz knüpft theoretisch wie empirisch an diese Forschungsperspektive an. Gerade unter Bedingungen digitaler Kommunikation scheinen Grenzarbeiten ubiquitär und nicht allein von Journalist:innen vollzogen zu werden, sondern ebenso von anderen Beteiligten öffentlicher Kommunikation. Die Auseinandersetzungen um adäquate Formen des journalistischen Handelns findet – im Spannungsfeld zwischen Neutralität und Parteilichkeit – fortlaufend statt. Konkreter Gegenstand der Analyse ist das *Verhältnis von Journalismus zu Feminismus und*

feministischem Aktivismus. Die Verhandlung dieses Verhältnisses ist instruktiv, auch für andere Felder des Aktivismus (bspw. Klima-Aktivismus). Feminismus ist eine der ältesten sozialen Bewegungen und hat in seiner Geschichte eine Vielzahl an Argumenten hervorgebracht, die Geschlechterverhältnisse als konstitutiv für gesellschaftliche Strukturen und Hierarchien sichtbar machen (Lenz, 2019). Zu denken ist nur an die Dekonstruktionen bzgl. öffentlicher und privater Sphäre, zugespitzt im Diktum: „Das Private ist politisch“. Zugleich ist Feminismus eine Bewegung, die über digitale Medien im Hier und Jetzt an Strahlkraft und Einfluss gewonnen hat. In der Nachfolge der Aufschrei- und Metoo-Debatten um sexualisierte Gewalt, sowie den gesamtgesellschaftlich geführten Debatten um Geschlechteridentitäten und Gleichstellung ist das Bewusstsein für geschlechterbasierte, strukturelle Ungleichheiten gestiegen. Es hat nicht nur, aber vor allem Frauen motiviert, in öffentlichen Debatten Position zu beziehen und feministische Orientierungen explizit zu machen.

Am Beispiel feministischer Anliegen und Perspektiven untersucht der vorliegende Text die Grenzen zwischen Aktivismus und Journalismus und fragt nach den Bedingungen und Modi, unter denen beide Felder im Zusammenspiel Öffentlichkeit zu gesellschaftlich virulenten Themen hervorbringen. Auf Basis umfangreicher Fallforschung bietet er eine dichte Beschreibung des Agierens ausgewählter Journalist:innen und Aktivist:innen, ihrer Selbstverortung und argumentativen Legitimation. Den *boundary work*-Ansatz ergänzt er mit einem strikt relationalen Forschungsdesign. Dabei werden die Aussagen zum Rollenselbstverständnis der Befragten in Relation gesetzt zu ihrem konkreten Medienhandeln in sozialen Medien sowie im Journalismus.

Im ersten Schritt (Kapitel 2) werden als theoretische Grundlage das Konzept „performativer Öffentlichkeiten“ eingeführt und die inhaltlichen Felder der Untersuchung (feministischer Journalismus und Aktivismus) genauer bestimmt. Kapitel 3 gibt Informationen zum Projektkontext und liefert die methodischen Grundlagen der medienethnographischen Fallstudien zu jeweils vier Journalist:innen und Aktivist:innen, die ergänzt werden um qualitative Analysen ihres Contents auf unterschiedlichen Plattformen und Medien. Die Ergebnisse werden in Kapitel 4 für die Aktivist:innen sowie in Kapitel 5 für die Journalist:innen präsentiert. Kapitel 6 liefert abschließend eine Diskussion der Befunde, bei der insbesondere der Ertrag einer praxeologisch grundierten Analyse von *boundary work* reflektiert wird.

2. Theoretischer Hintergrund

2.1 Performative Öffentlichkeiten als Ausgangspunkt

Der Ansatz „performative Öffentlichkeiten“ versteht sich als Analyse-Perspektive für eine praxistheoretisch orientierte, relationale Journalismusforschung an der Schnittstelle zu Gender Media Studies und Sozialer Bewegungsforschung (Lünenborg et al., 2020). Der Ansatz ist partizipativen Öffentlichkeitstheorien zuordenbar, allerdings ohne normativ verengenden Überbau wie beispielsweise das Ideal rationaler Deliberation. In Abkehr von repräsentativen Öffentlichkeitsmodellen wird weder von apriorisch umrissenen Aufgaben und Rollenverteilungen der beteiligten

Akteur:innen, noch von per se hierarchisch gegliederten Öffentlichkeitsebenen ausgegangen. Fokussiert wird vielmehr die *gemeinsame Herstellung themenbezogener Öffentlichkeiten* durch verschiedene Akteur:innengruppen, die – dem Prinzip nach – gleichberechtigt auf ein geteiltes Set an „(anchoring) practices of public connection“ (Raetzsch & Lünenborg, 2020) des Informierens, Bewertens, Intervenierens sowie der Selbstpräsentation zurückgreifen.

Obgleich nicht auf digitale Medienumgebungen beschränkt, kommt den *sozialen Medien* hierbei eine besondere Relevanz zu, weil sie als *shared media spaces* einen niedrigschwelligen Zugang zu Öffentlichkeit bieten und ihre Basisfunktionen allen Partizipand:innen gleichermaßen zur Verfügung stehen (Swart et al., 2017). Gruppenspezifische Ungleichheiten bzgl. Sichtbarkeit, Kommunikationsmacht, Praktiken der Diskursbeteiligung und damit verknüpfte Rollen *können* – etwa als Produkt feldspezifischer Logiken journalistischer Arbeits- und Darstellungspraktiken – distinkte Muster aufweisen, müssen es aber nicht. Dem Ansatz performativer Öffentlichkeit zufolge ist es eine in praxeologischer Forschung zu beantwortende Frage, welche Akteur:innen und Gruppen in welcher Debatte diskursmächtig sind und hierbei mit welchen kommunikativen Mustern in Erscheinung treten. Der Fokus auf Performativität sensibilisiert dabei für die faktische Kommunikation der Gruppen und für eventuelle Transgression traditioneller bzw. zugeschriebener Rollen.

In der Perspektive performativer Öffentlichkeiten sind Sprech-Positionen und gruppenspezifische Praktiken des Kommunizierens und Publizierens nicht dauerhaft stabil, sondern prinzipiell wandelbar und relational gedacht. Konzeptuell unterstellt wird, dass die kommunikative Präsenz in geteilten medialen Räumen mit wechselseitigen Wahrnehmungen der Akteur:innen-Gruppen einhergehen, die auf der Ebene praktischen Handelns sowie der reflexiven Selbst- und Fremdverortung nicht folgenlos bleiben. Das Spektrum möglicher Reaktionen reicht von der ostentativen Abgrenzung des eigenen professionellen Handlungsprofils bis zu der Verschmelzung und der Aneignung bis dato gruppenfremder Praktiken oder Elemente.

2.2 *Boundary work* als relationale Analyseperspektive

Eine Grundlage für die Analyse gruppenspezifischer, professioneller Selbst- und Fremdverortungen bietet der aus der Wissenschafts- und Berufsfeldforschung stammende Ansatz der Grenzarbeit bzw. *boundary work*. In den vergangenen zwei Jahrzehnten hat sich dieser Ansatz auch in der internationalen Journalismusforschung als Analyseperspektive etabliert (Carlson & Lewis, 2015). Wir greifen auf einschlägige Arbeiten dieser Forschungsrichtung zurück, zu deren Umfeld wir auch die neuere Forschung zu journalistischem Rollenselbstverständnis und *branding* in sozialen Medien zählen. Ausgehend vom praxeologischen Konzept performative Öffentlichkeiten nehmen wir punktuell Ergänzungen und Erweiterungen dieser Analyseperspektive vor.

Im Mittelpunkt des von der Wissenschaftsforschung Anfang der 1980er Jahre eingeführten Konzepts der *boundary work* (Gieryn, 1983) stehen diskursive Strategien zur Gewinnung und Verteidigung kultureller Autorität, die legitime Expert:innen von Laien bzw. Personen illegitimer Expertise unterscheiden. Heute werden in der

Wissenschafts- und Technikforschung unter Grenzarbeit verschiedene, nicht nur öffentlich-diskursive Aktivitäten und Praktiken des „doing distinctions“ (Burri, 2008) gefasst, die die kulturelle Autorität bestimmter Gruppen und Professionen sichern oder infrage stellen (sollen). Ob die dabei erhobenen Ansprüche auf Exklusivität und Differenz zurecht bestehen, ist in der Perspektive des Ansatzes nachrangig. In erster Linie geht es in der Analyse von Grenzarbeit um das Nachzeichnen von Legitimierungsbestrebungen.

2.2.1 *Boundary work in Journalismus und Journalismusforschung*

Seit etwa 20 Jahren wird *boundary work* auch in der internationalen Journalismusforschung intensiv diskutiert und beforscht. Carlson und Lewis (2019, S. 128) identifizieren einen Forschungsschub mit dem Aufkommen der Digitalmedien und den Umwälzungen, die diese für den Journalismus bedeuteten. Veränderte Praktiken des Recherchierens, Berichtens und Ausspielens brachten neue „intra-“ und „interlopers“ (Eldridge II, 2019; Holton & Belair-Gagnon, 2018) mit sich, etwa Programmier:innen oder Datenanalyt:innen, die an der Entstehung journalistischer Inhalte beteiligt sind (Belair-Gagnon & Holton, 2018; Hanusch & Löhmann, 2022; Usher, 2016). Publizistische Konkurrent:innen wie Blogger:innen haben zudem quasi-journalistische Funktionen adaptiert und übernommen (Bruns, 2017).

Gerade weil Journalismus ein nicht geschützter Beruf mit diffusen Grenzen und nicht klar definierten Ausbildungswegen ist, wurde das Berufsfeld aber bereits vor der Digitalisierung als stark legitimationsbedürftig beschrieben. Frühere Ansätze haben bereits *boundary work* erforscht, bevor dieser Begriff in der Journalismusforschung etabliert war. Dazu zählen vor allem Arbeiten, die Journalismus als eine *interpretative Gemeinschaft* fassten, welche sich über ein geteiltes praktisches Wissen formiert und maßgeblich narrativ hergestellt wird (Zelizer, 1990). Zentrale Bestandteile der Abgrenzung und Differenzherstellung zu anderen Gruppen waren und sind dabei *strategische Rituale* (Tuchman, 1972), die sich in ostentativ betonten, als exklusiv journalistisch verstandenen Werten und Normen wie Unabhängigkeit, Unparteilichkeit, Distanziertheit, Verifizierung und Objektivität äußern (Hanitzsch et al., 2011). Bis heute wird das Berufsfeld stark von Idealen und Handlungsnormen geprägt, die aus dem Segment der politischen Nachrichtenberichterstattung abgeleitet sind und gewissermaßen den ‚Kern‘ und das ‚Herz‘ gesellschafts- und demokratietheoretischer Funktionsbestimmung von Journalismus repräsentieren (Lünenborg, 2005, S. 41–45). Singer (2015) zeigt auf, dass der defensiv-verteidigende Gebrauch traditioneller journalistischer Normen als „definitional devices“ jeden Medienumbruch des 20. wie des 21. Jahrhunderts begleitete. Auch heute ist sie die dominante journalistische Antwort auf die Pluralisierung von Öffentlichkeitsakteur:innen durch digitale Medien und geteilte mediale Räume. Dort, wo es primär um die Verteidigung tradiertter Grenzen geht, identifizieren Forscher:innen ein „paradigm repair“ (Vos & Moore, 2020). Hier werden Grenzen nicht neu ausgehandelt. Vielmehr steht die Grenzsicherung im Vordergrund, vollzogen oft an Fällen drastischen Fehlverhaltens (Ferrucci & Canella, 2023, S. 518). Forschung zu journalistischem *self-branding* in sozialen Medien verweist aber ebenso auf Anpassungen an die neuen Mediumgebungen sowie auf länder- und

kulturspezifische Unterschiede im Ausbalancieren professioneller und persönlicher Identitätsfacetten (Hanusch, 2018, S. 1501).

Die Analyseperspektive des Grenzansatzes fokussiert Fragen der Abgrenzung, Autorität und Exklusivität. In Anlehnung an Gieryn hat Carlson (2015, S. 9–12) eine Heuristik entwickelt, die drei Modi und drei Gegenstandsbereiche von Grenzarbeit im journalistischen Feld unterscheidet.

Expansive Grenzarbeit („expansion“) und *ausschließende Grenzarbeit* („expulsion“) bezeichnen entgegengesetzte Modi: der erste erweitert, der zweite begrenzt das Feld. Mit diesen Modi wird eine konkrete Ausprägung eines Gegenstandsbereiches entweder als nicht-journalistisch ausgeschlossen oder aber vereinnahmt, d. h. sie gilt von nun an als Bestandteil von Journalismus. Ein dritter Modus, der *Schutz von Autonomie* („protection of autonomy“), zielt weniger auf die Fremdgruppe als auf die Eigengruppe, deren besondere, einzigartigen Merkmale und Qualitäten herausgestellt werden.

Diese drei Modi begründen maßgeblich die Deutungshoheit, um darüber zu entscheiden, wer oder was (nicht) Teil des journalistischen Feldes ist. In den rhetorisch-argumentativen Strategien derer, die sie nutzen, beziehen sich die Modi auf wiederum drei verschiedene Gegenstandsbereiche: erstens auf die jeweils adressierten und bewerteten *Akteur:innen* („participants“), zweitens auf *Praktiken bzw. Handlungsmuster* („practices“), und drittens auf *Normen, Ideale und Glaubenssätze* („propositions“).

Hinsichtlich der veränderten, digitalen Mediumumgebungen und der Frage, wie Journalismus in diesen agieren sollte, erzeugen Studien zur Grenzarbeit häufig eine typologische Gegenüberstellung von „Traditionalist:innen“ – meist die am stärksten besetzte Fraktion – und journalistischen Akteur:innen, die die eigene Handlungspraxis partiell anpassen, neu definieren und als „converger“ (Robinson, 2010, S. 130–134) oder „redefiner“ (Mellado & Alfaro, 2020, S. 1270–1272) bezeichnet werden. Studien wie die von Robinson (2010) zeigen, dass selbst vergleichsweise ‚kleine‘ Innovationen, wie die Einführung von User-Kommentaren in der ersten Dekade des 21. Jahrhunderts – also Neuerungen, die nicht zwingend den Kern journalistischer Arbeitspraxis betreffen – mit einem intensiven Ringen und Verlungstungen um journalistische Autorität und Kontrolle einhergehen.

Fokussiert die Forschung zu *boundary work* Veränderungen und Herausforderungen des journalistischen Handelns, so scheint die Forschung zum Rollenverständnis eher die Stabilität zu betonen, indem wiederholt auf etablierte Rollenkonzepte Bezug genommen wird (Hanitzsch et al., 2011). Brüchiger wird diese Sicht jedoch, wenn das Spannungsverhältnis zwischen (kognitiven) „role orientations“ und (praktischen) „role performances“ (Hanitzsch & Vos, 2017, S. 123–129) in den Blick genommen wird. Die Forschung zu *Rollenperformanz* zeichnet ein weniger einheitliches Bild, offenbart nationale Besonderheiten ebenso wie unterschiedliche Newsroom-Kulturen (Mellado, 2019; Möller, Hartley & Askanius, 2021).

2.2.2 Relationale Erforschung journalistischer boundary work

Der Ansatz zur Grenzarbeit ist per se relational angelegt. Konzeptuell betont er, dass nicht nur die Eigengruppe, sondern ebenso Fremdgruppen an *boundary work* beteiligt sind – übertragen auf Journalismus also an Vorstellungen dazu, wer und was noch oder neu oder künftig (nicht) als journalistisch gelten darf:

Journalists alone cannot coerce acceptance of their preferred meanings. (...) [A]rguments for cultural authority require the cooperation of diverse actors inside and outside of journalism. Meaning is negotiated across those seeking authority and those who grant it through their acceptance or contest it with their reservations. (Carlson, 2016, S. 355)

Das gilt dem Prinzip und der Logik nach natürlich auch für andere Gruppen wie den Aktivismus. Forschung dazu sowie zu den Folgen für den Journalismus liegt jedoch bislang nicht vor. Trotz der prinzipiell relationalen Anlage des Ansatzes dominieren Arbeiten, die primär die Perspektive von Journalist:innen selbst auf Kontinuität und Wandel journalistischen Selbstverständnisses untersuchen (Carlson & Lewis, 2019, S. 129; Örnebring, 2013). Mit dem Konzept der performativen Öffentlichkeiten gehen wir von der Ko-Konstituierung von Öffentlichkeiten durch verschiedene Akteur:innen-Gruppen aus. Folgerichtig sind auch Fragen der Grenzarbeit in der wechselseitigen Verschränkung der Perspektiven zentraler Gruppen zu untersuchen.

Anregungen für ein solches Erforschen aufeinander bezogener Akteursgruppen geben Arbeiten, die sich im Rahmen von Grenzarbeit mit der Analyse des Verhältnisses von *Journalismus und seinem Publikum* beschäftigen. Da dem Publikum jedoch kein Status als *professionelle* Gruppe mit eigenem Bewusstsein und Selbstverständnis zugeschrieben wird, beschränkt sich seine Rolle analytisch auf die meta-diskursive Kommentierung der Grenzen von Journalismus. Ein Beispiel hierfür ist die Studie von Kananovich und Perreault (2021). Am Beispiel der Liveberichterstattung zum „San Bernadino Shooting“ zeigt das Forschungsteam wie das Publikum über die Onlinekommentierung der Berichterstattung die Rolle von *boundary workers* einnimmt. Es kritisiert u. a. Voyeurismus und Boulevardisierung und fordert die involvierten Journalist:innen zur Beachtung von Grundsätzen ethischer Berichterstattung auf. In diesem Fall ist es das Publikum, das traditionelle Grenzen einfordert, während Journalismus selbst gesteckte Normen missachtet. In Fokusgruppen-Diskussionen mit Studierenden finden Banjac und Hanusch (2022, S. 711–715) ebenfalls Erwartungen an Journalismus, die größtenteils traditionellen Normen entsprechen. Im Vergleich mit Erwartungen an *content creators* in sozialen Medien sollen Journalist:innen orientiert am öffentlichen Interesse und für unabhängige Organisationen arbeiten, fakten- und quellenbasiert berichten, gründlich recherchieren und sich Zeit nehmen, tiefergehende, umfassendere Medientexte erzeugen und Sachverhalte distanziert und objektiv darstellen. Unterstellt wird hierbei, dass Journalismus besondere Fähigkeiten und Fertigkeiten benötigt, die über Ausbildung und Training erworben werden.

Solche an der Schnittstelle zum Publikum eingeholte Außenperspektiven auf Journalismus sind zentrale Ergänzungen in einem Forschungsbereich, der Grenz-

arbeit sonst primär aus der Binnensicht des Journalismus untersucht. Mit dem Ansatz performativer Öffentlichkeiten erweitert sich der Anspruch an die relationale Erforschung journalistischer Grenzen in zwei Hinsichten. Zum einen ist die Grenzarbeit anderer Gruppen – da aktiv und dem Prinzip nach gleichberechtigt an der Ko-Konstituierung von Öffentlichkeit beteiligt – nicht auf die bloße Bewertung journalistischer Grenzen zu reduzieren. Zu fragen ist ebenso nach dem Selbstverständnis in Bezug auf die Eigengruppe und den sich daraus ergebenden Konsequenzen für die Konturen von Journalismus. Zum anderen ist die Analyse von Grenzarbeit nicht auf den Nachvollzug (meta-)diskursiver Debatten zu beschränken. Normative Fragen der Selbstverortung und Legimitation des Handelns sind vielmehr bottom-up und in Relation zur faktischen Handlungs- und Beteiligungspraxis zu bearbeiten (Lünenborg et al., 2020, S. 41). Entsprechend geht die Erfassung von Grenzarbeit über kognitive und normative Rollenorientierungen (Hanitzsch & Vos, 2017, S. 123–125) hinaus. Im Sinne einer *praxeologischen Kontextualisierung* ist in Erfahrung zu bringen, aus welcher Position im Feld Akteur:innen Ansprüche erheben, welche Realisierungschancen und Ressourcen ihre diskursiven Argumente und Legitimationen in der Medien- und Arbeitspraxis haben. Während auf diskursiver Ebene die Tendenz besteht, Journalismus resp. Aktivismus präskriptiv, abstrakt und verallgemeinernd zu verhandeln, verweist die Kontextualisierung immer auf konkrete Bedingungen des Handelns: von individuellen Lebenslagen und Anstellungsverhältnissen bis zu Redaktions- und Organisationskulturen, in die die Akteur:innen eingebunden sind.

2.3 Grenz(ziehung)en zwischen Journalismus und Aktivismus

Folgen wir traditionellen Grenzziehungen zwischen Aktivismus und Journalismus, handelt es sich um aufeinander bezogene, aber eigenständige und klar abgegrenzte Arbeits- und Tätigkeitsbereiche. Daneben gab es indes immer auch Vorstellungen und Einschätzungen, nach denen sich die Konturen der Felder weniger scharf als Gegensätze abzeichnen. Unter den Bedingungen digitaler Kommunikation haben Fragen der Entgrenzung, Pluralisierung und Verschmelzung heute erneut und intensiviert Konjunktur.

2.3.1 Komplementäres Verhältnis zwischen Journalismus und Aktivismus

Vorstellungen eines komplementären, einander ausschließenden Verhältnisses sind auf der Seite des Journalismus wesentlich mit „objektiver Berichterstattung“ (Meier, 2019, S. 106) als dominantem Berichterstattungsmuster sowie den zugehörigen Selektionsprogrammen tagesaktueller Nachrichtenmedien verknüpft. Auf Seiten des Aktivismus entstand mit dem „protest paradigm“ ein hierzu passfähiges Muster der Erzeugung journalistischer Aufmerksamkeit (Chan & Lee, 1984; Ismail et al., 2019; Rucht, 2004; Sobieraj, 2010).

Die Genese von „objective reporting“ wird historisch teils aus dem ökonomischen Bestreben der aufkommenden anglo-amerikanischen Massenpresse des ausgehenden 19. Jahrhunderts abgeleitet (Schudson, 1978). Mit der bis dahin dominierenden „partisan press“ war das Ziel, möglichst große und damit heterogene Publika zu

erschließen, nicht zu erreichen, zumal die klar ideologische Ausrichtung der Zeitungen potenzielle Anzeigenkund:innen abschrecken konnte. Zum anderen Teil wurde die Genese des Berichterstattungsmusters als Emanzipation gefasst, d. h. als Geschichte der Selbstprofessionalisierung und Abgrenzung von Journalist:innen gegenüber Verleger:innen und Medienbesitzenden sowie den sich ebenfalls entwickelnden Feldern von PR und Propaganda. Eng verbunden mit dem Nachrichtenjournalismus sind die traditionellen Nachrichtenwerte als Selektionskriterien. Diese Werte sind freilich selbst nicht objektiv, sondern basieren auf sozialen und kulturellen Konventionen zur Bestimmung von öffentlicher Relevanz (Schulz, 1990). Gleichwohl bilden sie die Selektionsgrundlage für die Ereignisse und Themen, die folgend dann mit den Standards des Nachrichtenjournalismus bearbeitet werden (sollen).

Vor allem für die Ära der Massenmedien, in denen Presse und Rundfunk als Gatekeeper den Zugang anderer Akteur:innen zur Medienöffentlichkeit kontrollierten, konnte die Beschreibung hierarchisch geordneter, streng getrennter Funktionsrollen in der Emergenz von Öffentlichkeit Plausibilität beanspruchen: Gemäß dem „protest paradigm“ setzen Soziale Bewegungen Medienstrategien ein, auf die das System Journalismus reagiert, indem es den aktivistischen Artikulationen und Handlungsformen Nachrichtenwert beimisst (Aktualität, gesellschaftliche Relevanz, Aufsehen/Überraschung) und darauf aufbauend breitere öffentliche Aufmerksamkeit für aktivistische Anliegen generiert – oder den Protest ignoriert und ihm damit breitere öffentliche Wahrnehmung verwehrt.

2.3.2 *Hybrides Verhältnis zwischen Journalismus und Aktivismus*

Schon historisch war das Verhältnis zwischen Aktivismus und Journalismus jedoch vielschichtiger als es diese Arbeitsteilung zwischen aktivistisch-interessenbezogenem Engagement und journalistisch-unbeteiligter Berichterstattung vermuten lässt. In den von den sozialen Bewegungen der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts beeinflussten Ansätzen wie z. B. dem „anwaltschaftlichen Journalismus“ (Altmeppen, 2016) oder dem „feministischen Journalismus“ (Horak, 2008) ist das Verhältnis von Aktivismus und Journalismus als Counterparts unzureichend beschrieben. Gemäß der Basisunterscheidung in „neutrale“ und „partizipative“ journalistische Rollen nach Cohen (1963) entstanden Journalismen, die neben Beobachtung und Diagnose interventionistische Orientierungen aufweisen. Sie eint, dass sie sich als Korrektiv zu den von „objektiver Berichterstattung“ produzierten Defiziten positionieren (Meier, 2019, S. 106) – sei es in Opposition zu Formen des ‚Verlautbarungsjournalismus‘, der Recherchetiefe und Kritik vermissen lässt; sei es in Opposition zu Mechanismen der Nachrichtenselektion, die strukturelle Problemlagen unzulänglich wahrnehmen; oder seien es repräsentationale Lücken, verursacht durch Elitenzentrierung oder fehlende Diversität des journalistischen Personals selbst. Zwar waren diese ‚anderen‘ Journalismen zu keiner Zeit dominant, und auch Bewegungs- und Community-Medien haben sich oft antagonistisch in Abgrenzung zum hegemonialen, massenmedialen Diskursraum als Gegenöffentlichkeit positioniert (Wimmer, 2007). Trotzdem waren die Grenzen zwischen Journalismus und sozialen Bewegungen bereits in prädigitalen Zeiten flüider als mithin insinuiert.

Aktuell wird verstärkt die wechselseitige Beeinflussung von Journalismus und seinen kommunikativen Umgebungen in den Blick genommen – nicht als Gegensätze, sondern als Zusammenspiel (vgl. Literaturüberblick in Brüggemann et al., 2021). Es stellt sich dann weniger die Frage, *ob* Journalismus (implizit) Agenden folgt und advokatorisch wirkt, sondern eher in welcher Intensität und Hinsicht, und ob die Positionierung reflektiert und transparent gemacht wird. Unter dieser Annahme kann ein sich nicht-interventionistisch und neutral begreifender Journalismus langfristig ebenso ‚anwaltschaftlich‘ wirken, indem er *regressiv* zur Aufrechterhaltung des Status Quo sozialer Ungleichheit oder globaler Risiken beiträgt, – wie ein sich für soziale Gruppen oder existenzielle Themen (z. B. Nachhaltigkeit, Klimawandel) aktiv einsetzender Journalismus, der *progressiv* auf gesellschaftlichen Wandel gerichtet ist (Laws & Chojnicka, 2020). In Reaktion auf die breit diskutierten Metafragen menschlicher Existenz finden sich zunehmend Beispiele des Wandels selbst innerhalb großer, institutionalisierter journalistischer Medien. Die normativen Orientierungen, etwa des „transformativen Journalismus“ (Brüggemann et al., 2021) im Kontext des Klimawandels, widersprechen dem tradierten journalistischen Selbstverständnis der Unparteilichkeit.

2.3.3 Journalismus und Aktivismus in digitalen Mediumgebungen

Die Entwicklung der Digitalmedien und von Plattformen, die Netzwerkeffekte begünstigen, erweitern die möglichen Konstellationen und Relationen. Zum einen können sich Aktivismus und Bewegungsmedien potenziell von journalistisch-massenmedialer Repräsentation unabhängiger machen. „Alternativer Journalismus“ (Holt et al., 2019) zielt nicht unbedingt auf die komplementäre Verstärkung und Resonanz durch institutionalisierten Journalismus ab, sondern ggf. auch auf Konkurrenz oder Ersatz (Neuberger, 2014, zu grundsätzlichen Relationen von sozialen Medien und Journalismus). Digitaler Aktivismus hat zum anderen gezeigt, wie öffentlicher Druck in Umgehung der Definitionsmacht institutionalisierter Medien entstehen kann (Jackson et al., 2020). Im Modus des *gatewatching* sind Hierarchien nicht mehr vorab ausgemacht, entsteht Öffentlichkeit vielmehr im Zusammenspiel heterogener Akteur:innen (Bruns, 2017). Digitaler Aktivismus vermag es mithin, eigenständig öffentlich-mediale Aufmerksamkeit zu generieren. Trotz der veränderten Ausgangslage bleibt das Verstärkerpotenzial institutionalisierter journalistischer Medien aber weiter relevant. Schließlich sind die großen Medienhäuser selbst zentrale Plattform-Akteur:innen, ihr teils jahrzehntelang aufgebautes soziales Kapital übersetzt sich in Form von Follower- und Distributionszahlen auf die neuen Mediumgebungen (vgl. etwa Martini, 2020).

Die veränderten Mediumgebungen und die Pluralisierung medienöffentlich agierender Akteur:innen fördern zudem die Entstehung *neuer Allianzen zwischen Journalismus und Aktivismus*. Am deutlichsten zeigen sich Kollaborationen im Bereich des investigativen Recherchejournalismus (Lilienthal, 2017), im Kontext von Whistleblowing und Daten-Leaks oder im Bereich des Fact-Checking und Daten-Journalismus/Daten-Aktivismus (z. B. Di Salvo, 2020). Infrastrukturen digitaler Öffentlichkeit erleichtern auch die Gründung neuer Medien durch Gruppen, Kollektive und „Pioniere“ mit eigenen, partikularen journalistischen Vorstellungen

(Hepp & Loosen, 2021). Publizistische Lücken werden von blog- und magazinartigen Nachrichtenmedien mit klarem Themenfokus und explizit formuliertem gesellschaftlichen Auftrag besetzt. Solche journalistischen Startups treten nicht zwingend mit dem Anspruch auf, *eine* imaginierte Gesamtöffentlichkeit zu adressieren, sondern organisieren sich Community-orientiert und erproben zum Teil neue Geschäftsmodellen z. B. eines spenden- oder stiftungsfinanzierten Journalismus.

In den *shared media spaces* sozialer Medien bewegen sich sowohl Journalist:innen als auch Aktivist:innen außerdem in medialen Umgebungen, auf deren institutionellen Unterbau, Affordanzstrukturen und implizite Regeln sie keinen direkten Einfluss haben. Die heute marktdominierenden sozialen Medien sind weder als journalistische noch als aktivistische Räume entstanden, sondern als Instrumente der sozialen Vernetzung, Vergemeinschaftung und Selbstdarstellung (boyd, 2011). Als spezifische Medienräume sind sie mit eigenen Erwartungshaltungen und gewachsenen Praxiskulturen verknüpft, die sich in die Handlungslogiken der ‚nachkommenden‘ professionellen Akteur:innen einschreiben. Nicht ohne Grund verweisen populärwissenschaftliche Ratgeber z. B. zum „Instagram-Journalismus“ (Bettendorf, 2019) auf Humor, Dynamik oder Subjektivität als zentrale Gestaltungselemente. Und nicht umsonst definieren große Medien ihre Plattformangebote (z. B. *funk*) oft als „junge Formate“, die ihr Publikum direkter und subjektiver ansprechen sollen als die um Seriosität bemühten Hauptmedien (Brinkmann, 2023). Die hier bestehende Konkurrenz zu anderen Öffentlichkeitsakteur:innen sowie die wahrgenommenen plattformspezifischen Spielregeln fordern Adaptionsleistungen bzw. ein Ausbalancieren der eigenen Angebote. Umgekehrt passen sich auch die Gruppen nicht-journalistischer Akteur:innen den medialen Räumen und hier virulenten, sich dynamisch verändernden Praktiken an und können hierbei quasi-journalistische Rollen annehmen:

Although the journalistic and political fields are marked by clear differences in norms, values, and practices – for example, the use of objective versus persuasive styles of communication – there are also clear trends toward hybridization and mediatization, resulting in the emergence of shared media logics, both of field structures and practices. (Barnard, 2018, S. 2254)

Auf der Individualebene bestätigt Forschung zum *journalistic branding* zumindest für politische Journalist:innen bislang mehrheitlich zurückhaltende, korporativ-professionsorientierte Selbstbeschreibungen als dominantes Selbstdarstellungsmuster (Hanusch, 2018). Forschungen zu journalistischem Handeln in digitalen Medien zeigen, dass die Distribution journalistischen Contents („references to editorial content“, Neuberger et al., 2019, S. 1269) die mit Abstand wichtigste partizipative Praktik von (deutschen) Journalist:innen in sozialen Medien bleibt. Diese Ergebnisse bestätigen im Regelfall die Fortführung und Reproduktion des Habitus journalistischer Distanz in verändertem Umfeld. Ergebnisse zu jenen Gruppen von Journalist:innen, die als „adapters“, „convergers“ etc. typologisiert werden, zeigen allerdings, dass die erweiterten kommunikativen Möglichkeiten über die Profession hinaus ebenfalls genutzt und in das professionelle Handeln integriert werden. Mit Blick auf die strikte Separierung professioneller und persönlicher Identität als „traditional tenet of journalism“, mutmaßt Hanusch (2018, S.

1491): „(...) the rules of the game require identities which, at their most successful, may not always be purely professional.” Disclaimer in Plattform-Profilen von Journalist:innen wie „all views are mine“ oder „nur privat hier“ verweisen auf laufende Aushandlungsprozesse und Ausbalancierungen zwischen professioneller und persönlicher Identität.

Die Möglichkeiten, sich mit sozialen Medien selbst darzustellen und kommunikativ zu beteiligen, beschränken sich freilich nicht auf aktivistische Positionen. Ebenso gehört dazu, dass Journalist:innen im Sinne des „audience turn“ (Costera Meijer, 2020) – auch aus wirtschaftlicher Notwendigkeit – subjektiver und nahbarer werden, etwa aus ihrem Alltag berichten, und so die Publikumsbindung erhöhen. Als eine Facette der Persönlichkeit können aber eben auch politische Haltungen und Überzeugungen sowie Zuordnungen oder Sympathien mit sozialen Bewegungen relevant werden. Auf Basis ihrer Befragung von News-Entrepreneurs formulieren Keinert et al. (2019) vier Thesen zur Zukunft des Journalismus. Eine davon ist überschrieben als „Journalismus mit Haltung“: Die Befragten „verfolgen einen Journalismus, der selbstbewusst und transparent mit Haltung und Meinung statt (vordergründig) objektiv berichtet“ (ebd., S. 179). Gerade aufgrund der empfundenen Verantwortung für den Fortbestand demokratischer Öffentlichkeit sind es mithin „obsessive-activist journalists“ (Ginosar & Reich, 2022), die im Netz Position beziehen, große Expertise zu Spezialthemen aufbauen und sowohl professionell als auch persönlich ein interventionistisches Handlungsprofil aufweisen. Das Streben nach sozialer Gerechtigkeit wird dabei als Quelle der Motivation benannt (ebd., S. 670–671).

2.4 Feministischer Aktivismus und Journalismus

Das Verhältnis von Journalismus und Feminismus hat eine eigene, lange Geschichte, die mindestens bis zum späten 19./frühen 20. Jahrhundert und dem Beginn der Frauenstimmrechtsbewegung zurückreicht (Kinnebrock, 2005; u. a. Klaus & Wischermann, 2013). Neben der *Civil Rights Movement* und der allgemeinen Studierendenbewegung bilden die Anerkennungskämpfe der zweiten Frauenbewegung ab den 1960er Jahren einen zentralen Hintergrund für Kritik an gesellschaftlichen Ungleichheitsstrukturen wie auch an medialer Berichterstattung. Wenn wir uns im Folgenden mit Frauen beschäftigen, die im Spannungsfeld von Aktivismus und Journalismus agieren, untersuchen wir einerseits aktuelle Phänomene, die ohne digitale Medienumgebungen so nicht denkbar wären, deren kulturelle Signatur zugleich aber wesentlich älter ist.

Feminismus hat viele Gesichter: radikale und gemäßigte, analoge und digitale, mono- und intersektionale. Es ist hier nicht der Ort, die Geschichte von Feminismus (Lenz, 2019) und (digitalem) Aktivismus (Baer, 2016) detailliert wiederzugeben. In Vorbereitung auf die im zweiten Teil des Aufsatzes folgende Rekonstruktion von Grenzarbeiten ist es hilfreicher, sich drei übergreifende Entwicklungen zu vergegenwärtigen. Mit diesen wird deutlich, dass die Grenzen dessen, was als Journalismus und was als feministischer Aktivismus zählt, umkämpft und von beiden Seiten aus immer wieder neu adressiert, verschoben und verteidigt werden.

Einen ersten für die Studie zentralen Verständnishintergrund bilden die seit einigen Jahren intensiviert geführten und (auch) von feministischem Aktivismus hörbar gemachten Debatten um *mangelnde Diversität sowie politische Repräsentation von gesellschaftlichen Teilgruppen einschließlich struktureller Fragen von Geschlechtergerechtigkeit und Rollenbildern*. Diese Debatten verlaufen in zwei Strängen und es ist wichtig, beide analytisch voneinander zu trennen:

Als *gesamtgesellschaftliche Debatte* geht es zum einen um Empowerment und Sichtbarkeit von marginalisierten Gruppen sowie die öffentliche Verhandlung zugehöriger struktureller Problemlagen. Für Journalismus führt das nicht zwingend zu einem neuen Verhältnis zu Aktivismus. Herrschafts- und Machtkritik ist schließlich auch Teil dominanter journalistischer Rollenselbstverständnisse („watchdog“). Als gesamtgesellschaftlich virulente Debatten wahrgenommen, können diese Themen auch im Rahmen traditioneller, nicht-interventionistischer Berichterstattungsmuster behandelt werden. Voraussetzung dafür sind Anlässe und Ereignisse des Berichtens, die u. a. von feministischem Aktivismus erzeugt werden. Dass feministische Bewegungen gerade auch über digitale Medien punktuell Diskursmacht entfalten können, haben sie in der jüngeren Vergangenheit vielfach bewiesen (Barker-Plummer & Barker-Plummer, 2017; Drüeke, 2019; Fotopoulou, 2017).

Zum anderen werden die gesamtgesellschaftlichen Fragen in den Raum des Journalismus projiziert – hier geht es also um *Diversität im Journalismus selbst* – sowohl bezogen auf seine Inhalte als auch die Sozialstruktur des journalistischen Personals. Feminismen bringen als gruppenbezogene soziale Bewegungen Formen von Macht- und Herrschaftskritik hervor, die ein hohes Maß an Selbstreflexivität einfordern. Bezogen auf Journalismus bedeutet das: Gegenstand sind nicht mehr nur die gesellschaftlichen Macht- und Herrschaftspraktiken der ‚anderen‘ Felder, die wie Politik und Wirtschaft beobachtet und kritisiert werden, sondern gleichermaßen das eigene Feld und die eigene Verantwortung bzgl. der Reproduktion von Ungleichheit und Ungerechtigkeit. Dieses argumentative Heranrücken an die Eigengruppe macht es für Journalismus schwerer, sich auf Selbstverständnisse eines unbeteiligten Vermittels von Themen zurückzuziehen. Feministische Perspektiven sind dann notwendig mehr als Berichtsgegenstand – als Korrektiv auf dem Weg zu mehr Gerechtigkeit in allen gesellschaftlichen Feldern werden sie mithin selbst zur Leitschnur journalistischen Handelns (Cabas-Mijares, 2023).

Ein solches Hineinwirken setzt Sichtbarkeit und Verbreitung feministischer Gesellschaftskritik voraus. Damit ist eine zweite Entwicklung angesprochen: die Bewegung *feministischer Kritik von der gesellschaftlichen Peripherie stärker ins Zentrum von (Medien-)Macht*. Im Sinne eines alternativen Journalismus, der sich von den großen etablierten Medien abgrenzt und eher nach innen, in die Communities selbst wirkt, gibt es „feministische Medien“ (Sussemichel et al., 2008), „Frauenöffentlichkeiten“ (Klaus, 2004) bzw. „frauenpolitische Berichterstattung“ (Lünenborg, 1997, S. 217–225) seit langem. Früher oft von Frauengruppen getragene Medien, meist Magazine, brachen bewusst mit Normen des etablierten Journalismus: Offene „Parteilichkeit für Frauen“ (Horak, 2008, S. 20) als Leitlinie; Aufbrechen der Trennung des Privaten und Politischen; eine hohe Bedeutung des Alltags als Ausgangspunkt für die Beschreibung struktureller Problemlagen, ebenso wie von Subjektivität und der „persönlichen Biografie der Journalistin“, deren Erfahrung

„Teil der Story“ (ebd., S. 21) sind. Mit Blick auf Nachrichtenwerte löst „Problem-Aktualität“ (ebd., S. 229) die Ereignisgetriebenheit ab. Diese Orientierungen, Ausdrucksformen und Arbeitspraxen wurden zunächst in Alternativ- und Gegen-öffentlichkeiten entwickelt. Angesichts der Popularisierung von Feminismus und der gestiegenen digitalen Konnektivität strahlen sie heute weiter aus.

Veränderte Medienumgebungen erzeugen, drittens, neue Herausforderungen im Ausbalancieren professioneller und persönlicher Dimensionen von Identität in sozialen Medien. Diese Entwicklung fassen wir als die *gestiegene Sichtbarkeit feministischer Orientierungen als Teil der eigenen Identität von Journalist:innen*. Die Vermischung von privatem und öffentlichem (beruflichen) Raum ist in Social-Media-Plattformen strukturell angelegt („context collapse“, boyd, 2011). Das (teil-) öffentliche Zeigen und Sichtbarmachen persönlicher und gesellschaftspolitischer Haltungen hat dabei an Relevanz gewonnen (Crossley, 2015). Wer sich öffentlich feministisch positioniert, muss weiterhin mit negativen Konsequenzen und Anfeindung rechnen (Aigner & Lenz, 2019). Dennoch beschreibt das demonstrative, öffentliche Bekenntnis zu Feminismus eine neue Normalität, insbesondere für jüngere, social-media-affine, sich als feministisch verstehende Journalist:innen und Medienmacher:innen (Seiler, 2021).

In der Zusammenschau wird eine neue Generation von (zumeist) Frauen als journalistischen „Grenzgänger:innen“ erkennbar. Der digitale Medienaktivismus bringt Feminist:innen hervor, die es gewohnt sind, sich öffentlich und medial zu artikulieren, und die – gewollt oder nicht – partiell in Konkurrenz zum Journalismus treten.

Im Bereich der historisch-feministischen Journalismusforschung beschreibt das Konzept des „GrenzgängerInnentums“ (Kinnebrock et al., 2014) eine dezidiert biografische Perspektive. Es rückt die Lebenslagen und -bedingungen von im Journalismus tätigen Frauen in den Vordergrund, die vor dem jeweiligen gesellschaftlichen und historischen Kontext interpretiert werden. Grenzgänger:innentum schließt synchrone oder diachrone berufliche und erwerbsarbeitsbezogene Tätigkeitsfelder ein, und ebenso „die Beziehungen zwischen Privat- und Berufssphäre, Lebenszusammenhang und Berufstätigkeit“ sowie „den Wechsel zwischen journalistischer Arbeit und familiären Verpflichtungen“ (Kinnebrock et al., 2014, S. 6). Historisch war Grenzgänger:innentum als Existenzform für Frauen keine Frage der Wahl, sondern qua „systematisch erschwert[em]“ „Zugang zu qualifizierter Ausbildung und Erwerbstätigkeit“ aus „purer Erwerbsnotwendigkeit“ geboren (ebd.). In unserer gegenwartsbezogenen Forschung steht weniger der existenzielle Aspekt im Vordergrund, als Frau schon qua prekärer Lebensbedingungen in verschiedenen Feldern wirken und arbeiten zu müssen. Vielmehr geht es um *bewusstes und öffentlich gemachtes Grenzgänger:innentum im Zeichen gesellschaftlicher Transformation*. Insbesondere offen feministisch orientierte Medienschaffende praktizieren heute andere Formen des Grenzgänger:innentums, die aber durchaus an die dargestellten praktisch-historischen Erfahrungen anschließen. Konstant ist dabei das Überschreiten und Vereinbaren von professionellen und vermeintlich ‚privaten‘ Handlungssphären. Wie genau diese neuen (alten) Grenzen zwischen Journalismus und feministischem Aktivismus in digitalen Medienumgebungen ausgehandelt

werden, das ist Gegenstand der im zweiten Teil des Aufsatzes präsentierten Fallstudien.

3. Projekthintergrund und methodisches Vorgehen

In der folgend präsentierten Forschung analysieren wir am Beispiel feministisch orientierter Akteur:innen Grenzarbeiten an der Schnittfläche von Journalismus und Aktivismus. Die Datenbasis bilden insgesamt acht umfassende qualitativ-medienethnografische Fallstudien, die in einem Mixed-methods-Design zur Analyse performativer Öffentlichkeiten zu Geschlechtergerechtigkeit und geschlechtsbezogener Gewalt während der Covid-19-Pandemie entstanden sind.

Im Sinne des praxeologischen Zugriffs des Projekts ergänzen wir die Ebene normativer Legitimation – die zumeist im Mittelpunkt der Diskussion um *boundary work* steht – um die Ebene faktischer Handlungspraxis, die in hohem Maße rückgebunden ist an die jeweiligen Spielräume, die konkrete berufliche Umfelder bieten. Damit folgen wir der u. a. in der neueren Professionsrollenforschung getroffenen Unterscheidung zwischen „(role) *orientation*“ und „(role) *performance*“ (Hanitzsch & Vos, 2017), sowie dem Anspruch praxistheoretischer Forschung, sich nicht in den Rationalisierungen von Akteur:innen zu erschöpfen. Drittens berücksichtigen wir die relationalen Prämissen sowohl des Konzepts performative Öffentlichkeiten als auch des Grenzarbeitsansatz, wonach stets mehrere Akteur:innengruppen an Bestätigung und Infragestellen von Grenzen beteiligt sind. Folgende Forschungsfragen leiten die Analyse:

Wie verorten sich die Akteur:innen im Spannungsfeld von Journalismus, Aktivismus und Feminismus? Welche Grenzen ziehen sie, welche Verbindungen stellen sie her?

Welche Ansprüche haben Journalist:innen und Aktivist:innen an die Medienarbeit der eigenen und der anderen Gruppe?

Welche Begründungen und Rechtfertigungen werden für die Legitimation der eigenen Handlungspraxis hervorgebracht?

In welchem Verhältnis stehen diskursive Grenzarbeit (normatives Soll) und faktische Positionierung der Akteur:innen in ihren professionellen Feldern (praktisches Ist)?

3.1 Studienkontext

Im DFG-geförderten Forschungsprojekt „Herausforderungen an Journalismus: Zum Verständnis von performativen Öffentlichkeiten durch Media Practice“ haben wir ein Mixed-methods-Design entwickelt und zur Anwendung gebracht, das verschiedene Methoden kombiniert: Soziale Netzwerkanalysen, standardisierte Inhaltsanalysen natürlicher Kommunikation (hier: Twitter-Daten) sowie qualitativ-medienethnografische Einzelfallstudien zu zentralen Akteur:innen.

Dabei wurden in den quantitativen Strukturanalysen die Kommunikationspraktiken folgender Gruppen systematisch unterschieden: institutionalisierter Journalismus, nicht-institutionalisierte Medien (z. B. Blogger:innen), Zivilgesellschaft (u. a. Aktivist:innen), Politik, Wissenschaft/Bildung und nicht explizit affilierte Privatpersonen. Analysiert wurden mit diesem Instrumentarium ausgehend von Twitter-Daten vier öffentliche Debatten, die während der Covid19-Pandemie auf unterschiedliche Weise Geschlechterverhältnisse adressierten (siehe Tabelle 1):

Tabelle 1. Die untersuchten öffentlichen Debatten im Überblick

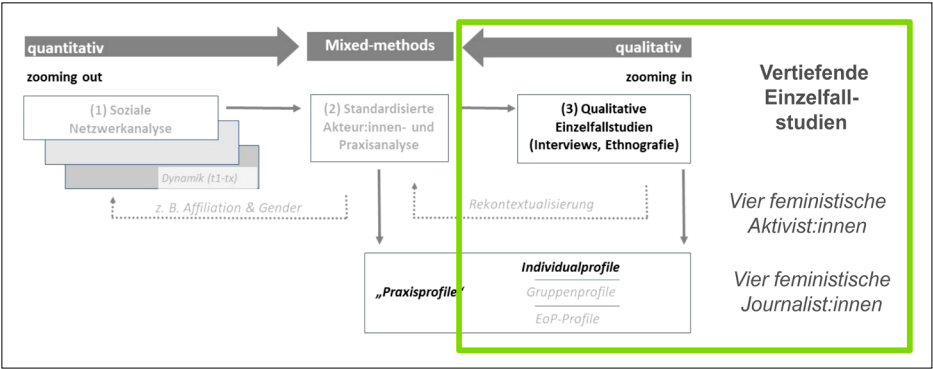
Datengrundlage (Quantitative Analysen)	Thematischer Fokus
#systemrelevant (hashtag-basiert)	Bezahlte, professionelle Care-Arbeit in Krankenhäusern und Pflege-Einrichtungen
#CoronaEltern (hashtag-basiert)	Unbezahlte Care-Arbeit im privaten Raum (Kinderbetreuung, Homeschooling, Vereinbarkeit von Familie und Beruf)
Gewalt gegen Frauen (keyword-basiert)	Häusliche Gewalt in der Pandemie
Geschlechterrollen (keyword-basiert)	Diskurse um Re-Traditionalisierung von Geschlechterrollen

Untersucht wurden die beiden Hashtags #systemrelevant (gesellschaftlicher Wert professioneller Care-Arbeit, v. a. im Gesundheits- und Pflegesystem) und #CoronaEltern (Vereinbarkeit von Beruf und Kinderbetreuung) sowie zwei Keyword-basierte Datensätze zu Geschlechterrollen (u. a. Debatte um Re-Traditionalisierung) und Gewalt gegen Frauen (Zunahme häuslicher Gewalt) als Folgen der Pandemie-maßnahmen.

In den *quantitativen Analysen der Kommunikationspraktiken* entlang *vergleichender Gruppenprofile* wurde einerseits sichtbar, dass sich beispielsweise (auch) die von Schul- und Kitaschließungen selbst betroffenen Journalist:innen unter #CoronaEltern emotional und fordernd zu Wort meldeten, ihre Artikulationspraxis also Charakteristika aufwiesen, die klassischen journalistischen Berufsrollenbildern eher entgegenstehen. Andererseits wiesen die Gruppenprofile zivilgesellschaftlich-aktivistischer Akteur:innen in diesen Datensätzen neben erwartbar hohen Werten in mobilisierend-interventionistischen Modi auch hohe Werte in moderaten, sachlich-informierenden Praktiken und Modi der Kommunikation auf.

Diese quantitativ ermittelten Ambivalenzen der Gruppenprofile haben wir zum Anlass genommen, um in *qualitativ vertiefenden Einzelfallstudien* auf das Verhältnis von feministischem Aktivismus und Journalismus zu fokussieren (siehe Abbildung 1).

Abbildung 1. Die qualitativ-medienethnografischen Einzelfallstudien im Untersuchungsdesign



3.2 Auswahl der Einzelfälle

Das Sampling für die qualitativ vertiefenden Einzelfallstudien erfolgte auf Basis von Kriterien, die gleichermaßen Heterogenität und Vergleichbarkeit der Fälle garantieren sollten. Den Rahmen bildeten die Netzwerkanalysen und die hieraus ersichtliche Relevanz der Knoten, unterschieden nach den Zentralitätsmaßen Indegree (Erhalt von Aufmerksamkeit), Outdegree (Spenden von Aufmerksamkeit) und Betweenness (Brückenfunktion im Netzwerk). Auf Basis der Übersichten wurde gezielt nach Fällen gesucht, die (a) gemäß der standardisierten Codierung Aktivismus oder Journalismus zugeordnet waren (hierfür war die primäre Affiliation laut Twitter-Selbstbeschreibung ausschlaggebend), (b) die ihre Relevanz in den Netzwerken nicht allein hohen Indegree-Werten verdankten (wie häufig der Fall z. B. bei den korporativen Accounts großer institutionalisierter Medien wie Der Spiegel, Tagesschau etc.), sondern maßgeblich eigene Inhalte zum Diskurs beisteuerten, und die (c) sich feministisch positionieren sowie (in digitalen Medien) publizistisch tätig sind. Während die ersten Kriterien das Spektrum der potenziell relevanten Fälle nach objektivierbaren Kriterien reduzierte, erforderte das letzte Kriterium weiterführende Recherchen. Diese Recherchen beinhalteten neben den vorliegenden Tweet-Korpora auch Material aus anderen Plattformen, Webseiten und Veröffentlichungen. Auf Grundlage der Recherchen haben wir anschließend einerseits Aktivist:innen und aktivistische Kollektive angesprochen, die über Micro-Posts hinaus mit eigenen Medientexten publizistisch in Erscheinung treten und/oder Nähe zum journalistischen Arbeiten aufweisen, und andererseits Journalist:innen, die wir in der Nähe zu (auch) aktivistischem Handeln verorten. Tabelle 2 gibt einen Überblick über die Fälle, die jeweils zu Beginn der Ergebniskapitel näher vorgestellt werden.

Tabelle 2. Die Einzelfälle im Überblick

Fall	Account-Art	Primäre Affiliation	Diskursnetzwerk/Relevanz in
A1	Kollektiv	Pflegebündnis (Krankenhaus)	#systemrelevant
A2	Individuell	Care-Bloggerin	#CoronaEltern
A3	Kollektiv	Alleinerziehenden-Initiative	Keywords Gewalt
A4	Individuell	Gewalt gegen Frauen/Anwältin	Keywords Gewalt
J1	Individuell	Feministisches Onlinemedium	#CoronaEltern; Keywords Rollen; Keywords Gewalt
J2	Individuell	Ressortleiterin überregionale Tageszeitung	#CoronaEltern
J3	Individuell	Mitarbeiterin großes Online-Nachrichtenportal	#CoronaEltern
J4	Individuell	Kolumnistin	Keywords Rollen; Keywords Gewalt

Entstanden sind je vier Einzelfallstudien zu primär aktivistisch (A1–A4) und journalistisch verorteten Accounts (J1–J4) und den dahinter stehenden Akteur:innen. Bei sechs der acht Accounts handelt es sich um Individualprofile, bei A1 und A3 um kollektive Accounts zweier Bündnisse bzw. Initiativen. Alle Gesprächspartner:innen sind Frauen. Das ist einerseits Ergebnis des gezielten Samplings und spiegelt andererseits die thematische Ausrichtung der untersuchten Debatten: Es sind weiterhin überwiegend Frauen, die sich für das Sichtbarmachen weiblicher Lebens- und Arbeitsbedingungen engagieren und für Frauenrechte und Gewaltschutz eintreten. Zum Zeitpunkt der Erhebung waren bis auf einen Fall alle Akteur:innen bereits langjährig im Spannungsfeld von Journalismus, Feminismus und Aktivismus aktiv. Nur bei J2 stellte die Pandemie und ihre Folgen selbst den Anlass für eine zunehmende Politisierung dar. Die anderen Akteur:innen reagierten zwar auf den Ausnahmezustand und prägten die zugehörigen Debatten, waren aber zuvor schon positioniert und in sozialen Medien präsent.

3.3 Erhebung und Auswertung

In der Abfolge der Untersuchungsschritte – von standardisierten Gruppenprofilen zu komplexen Individualprofilen – haben wir als Forschende auf Basis der Selbstbeschreibungen der Akteur:innen primäre Zuordnungen zu Journalismus oder Aktivismus vorgenommen. Diese Auswahllogik bleibt in Erhebung, Auswertung und auch in der Darstellung der Ergebnisse erhalten. Zugleich ist die Zuordnung forschungslogisch eine nur vorläufige. Empirisch nähern wir uns der Frage von Selbst- und Fremdverortung der Akteur:innen und ihrem Handeln im Feld offen. D. h. die vertiefende qualitative Empirie kann das Gegenteil hervorbringen, unsere zu Beginn vorgenommenen Einordnungen müssen nicht deckungsgleich mit der Selbstwahrnehmung der Akteur:innen sein. Ein Qualitätskriterium für eine selbstkritische Journalismusforschung ist, dass sie mit ihren Vorannahmen und Designs

nicht schon a priori die Grenzziehungen reproduziert, deren Konstituierung eigentlich Gegenstand der Analyse sein sollten (Domingo & Le Cam, 2015, S. 137–138). Die vorliegende Arbeit geht sensibel mit diesem Risiko des Reifizierens um. Wie die Ergebnisse insbesondere zu den publizistischen Aktivist:innen zeigen werden, bleibt es im Rahmen der Daten dieser Studie jedoch sinnvoll, die Gruppen analytisch getrennt voneinander zu interpretieren – dabei aber offen für die wechselseitigen Überlappungen von Argumentations- und Handlungsmustern zu sein.

Übergeordnetes Ziel der Einzelfallstudien ist es, möglichst dichte Beschreibungen der kommunikativen Praktiken und der Medienarbeit der Akteur:innen zu erzeugen (Individualprofile, siehe Abb. 1). Dafür wurden verschiedene Datenquellen genutzt. Mit jeder Akteurin wurde mindestens ein ausführliches Forschungsinterview geführt (1–2,5 Stunden), in dem Daten der Netzwerkanalyse (Ego-Netzwerke) und/oder prägnante Postings als Elicitation-Material dienten. Teil der Gespräche waren Fragen zur Selbstverortung der Akteur:innen in den Feldern Journalismus, Aktivismus und Feminismus und zur Begründung ihres Tuns. Die Aussagen hierzu bilden den Kern für die folgend präsentierte Analyse zur diskursiven *boundary work*. Wo möglich, beinhaltete die Erhebung zusätzlich Formen der direkten, teilnehmenden (Online-)Beobachtung. Bei den Aktivist:innen war dies einfacher zu realisieren als bei den Journalist:innen, die aus Zeitmangel auf Anfragen zu intensiverer Begleitung zurückhaltend reagierten. Konstitutiver Bestandteil der Begleitanalyse in allen Fällen waren die umfangreichen Tweet-Sammlungen und zusätzliche, selektive Datensammlungen zu den Akteur:innen aus anderen Plattformen und Webseiten. Diese Dokumente ermöglichten eine retrospektive, nacherlebende Teilhabe auf Basis digitaler Daten.

Die Koordinierung der Erhebung der Fallstudien oblag dem Erstautor. Alle qualitativen Daten zu den Aktivist:innen (A1–A4) hat er in Eigenregie erhoben. Die Daten zu den Journalist:innen (J1–J4) sind unter seiner Leitung von Studierenden im Rahmen eines Master-Projektseminars zu praxeologischer Journalismusforschung erhoben worden.¹ In enger Anlehnung an das Forschungsprojekt wurden gemeinsam Leitfadeninterviews entwickelt und von den Studierenden durchgeführt. Gesprächsvorbereitend wurden zudem Daten-Dossiers auf Basis der Social-Media-Kommunikation der Akteur:innen angelegt. Sämtliche Primärdaten aller Fälle wurden vom Forschungsteam zugleich selbst gesichtet, ausgewertet und systematisch verglichen.

Im ersten Schritt der Einzelfallstudien haben wir die Selbstbeschreibungen der Akteur:innen bzw. der von ihnen vertretenen kollektiven/korporativen Accounts und Webseiten analysiert. Berücksichtigt wurden das Twitter- und Instagram-Profil, eigene Homepages (Startseiten, „Über-“, „Kontakt-“Seiten) und je nach Verfügbarkeit weitere Profile (z. B. Facebook) oder Kurz-Bios/Selbstdarstellungen auf anderen Seiten (wie z. B. Speakerinnen.org). In einem zweiten Schritt haben wir die Gesprächsdaten zur Selbstverortung der Akteur:innen in Feminismus, Aktivismus und Journalismus auf Verbindungen und Abgrenzungen und jeweils zugehörige Recht-

1 Wir danken Celina Capell, Halil Redzhep Gagam, Nele Gomm, Angelika Grüttner, Anastasiia Hryshyna, Anna Machitadze, Antonia Richert, Anna Sophie Schild, Annika Seidel, Celine Steffan, Enya Marie Unkart, Alina Luisa Weide und Sandra Lara Wichers für die überaus engagierte Teilnahme am Forschungsseminar.

fertigungen und normative Orientierungen gelesen. Hierbei gingen wir sowohl bewahrenden als auch transformierenden Ausprägungen von Grenzarbeit nach.

In der bestehenden Forschung ist der zentrale Untersuchungsgegenstand für Grenzarbeit meist sogenannter „meta-journalistic discourse“ (Carlson, 2016), d. h. öffentliche Kontroversen zum Selbstverständnis, sei es in eigenständigen Arenen (z. B. Journalist:innen-Magazine, Konferenzen) oder begleitend und verknüpft mit konkreten Anlässen wie Fehlverhalten oder Reaktionen auf erschienene Artikel oder Berichterstattung (Ferrucci & Canella, 2023). Neben solchen veröffentlichten Quellen können – wie in unserem Fall – auch gesprächsbasierte Daten erhoben und analysiert werden, um normative Erwartungen und handlungslegitimierende Verortungen abzubilden. Banjac und Hanusch (2022) etwa nutzen Fokusgruppen, um vergleichend Erwartungen an Journalist:innen und Content Creators zu analysieren. Forschungsinterviews sind immer auch Orte, in denen Teilnehmende sich und ihr Handeln reflexiv bewerten und für andere – hier: die Forschenden und/oder eine imaginierte Öffentlichkeit potenzieller Leserschaft der Forschungsergebnisse – nachvollziehbar machen. Erzählanalytisch werden dabei zu strittigen, konflikträchtigen Themen nahezu unweigerlich auch Rechtfertigungsordnungen mobilisiert (Boltanski & Thévenot, 2007).

Die medienethnografische Begleitforschung inkl. der Analyse natürlicher Kommunikationsdaten der Akteur:innen erlaubt drittens die Kontextualisierung der diskursiven Grenzarbeiten der Akteur:innen in Bezug auf ihre Medienpraktiken und ihre konkrete Positionierung in journalistischen und/oder aktivistischen Feldern.

3.4 Darstellung der Ergebnisse

Die Ergebnisse präsentieren wir, wie oben begründet, getrennt für die beiden Gruppen der (feministischen) Aktivist:innen sowie der (feministischen) Journalist:innen. Knappe Kurzportraits der Akteur:innen geben zu Beginn jeweils Basisinformationen zu deren Tätigkeitsfeldern und Werdegang (Kapitel 4.1/5.1). Diesen Ausführungen folgen deskriptive Ergebnisse zur Selbstverortung der Befragten in Aktivismus, Journalismus und Feminismus (Kapitel 4.2/5.2). Hieran schließt im nächsten Schritt die interpretative Verdichtung der Positionierung inkl. normativer Rechtfertigung in Form diskursiver Grenzarbeit an (Kapitel 4.3/5.3). Im jeweils letzten Kapitel der Ergebnisdarstellung werden diese normativen Orientierungen im Spiegel der faktischen Medienpraxis und der strukturellen Positionierung der Akteur:innen in ihren Arbeitsfeldern verortet (Kapitel 4.4/5.4).

Als strukturierendes Element, das einen erleichterten, synoptischen Lektüreweg durch die bewusst ausführlichen, detaillierten Darlegungen der qualitativen Forschung ermöglichen soll, stellen wir den empirischen Kapiteln jeweils Kernergebnisse voran, die dann am Material argumentiert und belegt werden.

4. Medienarbeit und *boundary work* der Aktivist:innen

4.1 Kurzportraits

A1 ist zum Erhebungszeitpunkt als Intensivpflegerin und Betriebsrätin an einem großen Berliner Klinikum tätig. Ihre Berufsbiografie ist von hoher Konstanz geprägt. Sie bezeichnet sich als „schon immer politisch“ und ist seit langem gewerkschaftlich aktiv. Ihr Engagement für ein Berliner Bündnis, das für einen Wandel der Arbeitsbedingungen und des Gesundheitssystems eintritt, stellt für sie eine konsequente Erweiterung ihrer politischen Ambitionen dar. Im Bündnis ist sie sowohl Teil des übergeordneten „Koordinationskreises“ als auch der achtköpfigen Öffentlichkeits-AG.

A2 ist zum Erhebungszeitpunkt als Online-Coach im Bereich der beruflichen Weiterentwicklung tätig. Die gelernte Hotelfachfrau hat zuvor verschiedene Tätigkeiten ausgeübt im Eventmanagement, als Geschäftsleitungsassistentin und in der Erwachsenenbildung. Die Entwicklung zur Care-Aktivistin folgte auf einschneidende Erfahrungen als allerziehende Mutter infolge einer Trennung und auf die mühsam erarbeitete Einsicht, dass nicht sie als Individuum verantwortlich ist für prekäre Lebensverhältnisse und negative Gefühlslagen wie Erschöpfungszustände sondern die strukturellen Rahmenbedingungen und die fehlende gesellschaftliche Wertschätzung für Care-Arbeit. Mit ihrem Blog und den zugehörigen Social-Media-Kanälen hat sie Foren geschaffen, in denen das Thema sowie eigene und fremde Erfahrungen facettenreich beleuchtet werden.

A3 arbeitet zum Erhebungszeitpunkt hauptberuflich für eine Stiftung, die sich für die Belange von Alleinerziehenden einsetzt, und leitet hier die Presse- und Kommunikationsarbeit. Nach einem geisteswissenschaftlichen Studium war sie lange als PR-Beraterin tätig. In dieser Funktion hat sie Erfahrung und Expertise in der Social-Media-Kommunikation gesammelt. Studententeilnehmerin ist sie aufgrund ihres Engagements im Rahmen einer vereinsbasierten Initiative, die sich für die Rechte von Müttern und alleinerziehenden Frauen einsetzt und auf Twitter, Instagram und Facebook sehr aktiv ist. In diesem Ehrenamt betreut sie ebenfalls federführend die Medienkommunikation.

A4 ist langjährig als Rechtsanwältin tätig, vornehmlich im Bereich Menschen- und Frauenrechte und spezialisiert auf Familien- und Strafrecht. Daneben engagiert sie sich in vielfältiger Art und Weise für einen besseren Gewaltschutz und entsprechende juristische und politische Rahmenbedingungen. Sie ist regelmäßig Mitglied in wichtigen Kommissionen zur Evaluierung und Novellierung von Gesetzen und Rechtsvorschriften und tritt als öffentliche Person zu diesem Thema in Erscheinung.

Fallvergleichend fällt die große Heterogenität der hauptberuflichen Arbeitskontexte, Werdegänge und Herkünfte der Frauen auf. In der Rekonstruktion der aktivistischen Vitae werden diese als Abfolge von Aktionen und Kampagnen sowie der temporären oder dauerhaften Zugehörigkeit zu Gruppen und Bewegungen sichtbar – und so auch erzählt.

4.2 Selbstverortung in Journalismus, Aktivismus und Feminismus

Die Akteur:innen zeigen sich in Social Media und in anderen Formen digitaler Kommunikation unmissverständlich als Aktivist:innen. In den Gesprächen wird die Zuordnung zu intersektionalen und queer-feministischen Positionen deutlich. Keine der Aktivist:innen nutzt Attribute wie „Journalismus“ oder „Journalist:in“ als Selbstbeschreibung.

In einem ersten Schritt nähern wir uns der Grenzarbeit über die Selbstverortungen der Akteur:innen in den Bereichen Aktivismus, Feminismus und Journalismus.

4.2.1 Verortung im Aktivismus

A1 und A3 kommunizieren über kollektive Plattform-Accounts im Namen der Initiativen und Vereinigungen, für die sie tätig sind, A2 und A4 über individuelle Accounts. Mit Ausnahme der Anwältin stellen die Selbstbeschreibungen das interventionistische Anliegen prägnant ins Zentrum. Die beiden kollektiven Accounts stellen sich als „Initiative“, „Bündnis“ und „Kampagne“ vor, in beiden ist von „kämpfen für“ oder „einsetzen für“ bzw. der Unterstützung „politischer Kämpfe für“ die Rede. A2 nennt sich „Care-Aktivistin“. In drei der vier Fälle werden zusätzlich Hashtags genutzt, die die behandelten Themenfelder umreißen oder Forderungen benennen. Mit ihren Selbstverortungen werden die Accounts als unmissverständlich aktivistisch erkennbar. Distanzierter verfasst sind die Twitter- und Instagram-Selbstbeschreibungen der Anwältin (A4). In ausführlicheren Bionotes auf anderen Internetseiten ist jedoch auch bei ihr das zum Beruf hinzukommende gesellschaftspolitische Engagement klar erkennbar.

4.2.2 Verortung im Journalismus

Während die Zuordnung zu aktivistischem Engagement in allen Fällen explizit sichtbar oder leicht erschließbar ist, gibt es weder in den Online-Selbstbeschreibungen noch in den Gesprächen Hinweise darauf, dass sich die Aktivist:innen zusätzlich im journalistischen Raum verorten. Die beiden Akteur:innen, die individuelle Accounts betreiben, machen sich zwar als publizistisch aktiv sichtbar: Die Anwältin (A4) verweist auf Twitter und Instagram auf ein selbst verfasstes Buch zum Thema Gewalt gegen Frauen und beschreibt sich auf ihrer Homepage als „Autorin, Beraterin und Referentin“. Die Care-Aktivistin (A2) weist sich als „Bloggerin“ aus und ergänzt als persönliche Information, alleinerziehend zu sein. Ein Bezug zu explizit journalistischer Tätigkeit wird nicht hergestellt.

4.2.3 Verortung im Feminismus

Wiederum klar erkennbar sind hingegen die Bezüge zum Feminismus. In den Fällen, wo sich dieser nicht über die thematische Ausrichtung ergibt (Mütter-Vereinigung, Care-Arbeit), wird er sprachlich aktiv hergestellt: So spezifiziert das Bündnis zur Verbesserung der Krankenhauspflege (A1) die eigene Ausrichtung über das Hash-

tag-Attribut „#feminismus“. Im Ringen um bessere Arbeitsbedingungen gehe es laut Homepage (auch) darum, mit alten Rollenbildern der sich aufopfernden Krankenschwester zu brechen. Die Anwältin (A4) macht über den Titel ihres Buches deutlich, dass der Kampf gegen Gewalt gegen Frauen für sie bestimmend ist. In den Interviews hadert lediglich die Care-Aktivistin A2 mit der Selbstbezeichnung als Feministin. Sie habe kein Problem damit, dass andere sie und ihr Wirken als feministisch bezeichnen, sei selbst aber nicht als Feministin „angetreten“. Eher umgekehrt habe ihr – konkretes – Engagement für die materielle Anerkennung privater Care-Arbeit die Auseinandersetzung mit Feminismus angeregt. Ihr Hadern mit dem Attribut führt sie auf rare Vorbilder in ihrer Generation sowie ihre Abneigung gegenüber dem islamfeindlichen Feminismus von Alice Schwarzer zurück. Mit Feministinnen wie Teresa Bücker oder der Schweizer Ökonomin Mascha Madörin könne sie sich hingegen gut identifizieren.

Fallübergreifend sind die artikulierten Orientierungen und Leitbilder dem *Queer-Feminismus* bzw. dem *intersektionalen Feminismus* zuzuordnen. A2 beispielsweise schreibt in ihren Blogartikeln über die strukturell häufigere Armutsbetroffenheit alleinerziehender Mütter und verschränkt damit Fragen von Klassismus und Geschlechtergerechtigkeit. In den begleitenden Gesprächen bestimmen die Frauen Geschlecht als *eine* Kategorie sozialer und/oder wirtschaftlicher Ungleichheit. Der Anspruch auf Gleichbehandlung, auf gleiche Rechte und auf gleiche Selbstverwirklichungsmöglichkeiten inkludiert dabei trans Frauen, und ebenso Menschen mit Migrationserfahrung und weitere Gruppen, die entlang hegemonialer gesellschaftlicher Ordnung als benachteiligt und de-privilegiert betrachtet werden.

4.3 Diskursive Grenzarbeit: Komplementarität eigenständiger Arbeitsbereiche

Die Aktivist:innen betreiben intensiv Grenzarbeit in ihrem Terrain; gegenüber dem Journalismus begreifen sie sich als distinkt und komplementär. Für ihre Expertise und ihr praktisches Können beanspruchen sie – analog zu anderen Gruppen – eigenständig kulturelle Autorität. Ihre diskursive Grenzarbeit bestätigt tradierte Vorstellungen zur Abgrenzung von Aktivismus und Journalismus.

Im Mittelpunkt unseres Forschungsinteresses steht die Frage, ob und inwiefern Journalismus und (feministischer) Aktivismus hybride Schnittflächen ausbilden und sich in ihren Praktiken annähern. In den Interviews haben wir hierzu die Frage gestellt, ob sich die Aktivist:innen mit ihrem kommunikativen Engagement auch als Journalist:innen sehen. Diese Frage erzeugte Momente der Irritation und der ostentativen Abgrenzung. Keine der Frauen beansprucht, mit ihrem kommunikativen Wirken auch als Journalistin wahrgenommen werden zu wollen. Hybridität und eine Vermischung der Sphären werden klar verneint und abgelehnt. Nahezu lehrbuchartig formuliert A3 dazu: „Ich bin PR-Frau und ich bin Aktivistin, und Aktivismus und PR ist die andere Seite des Schreibtischs von Journalismus eigentlich.“

Die Abgrenzung zwischen Aktivismus und Journalismus wird primär über *generalisierte, normative Erwartungen an den Journalismus* vollzogen. Dabei erzeugen die Aktivist:innen Idealbilder von Journalismus als Beruf: etwa eine Ausbildung

an Journalist:innenschulen mit spezifischen Ausbildungsinhalten oder Vollzeit-tätigkeit als Journalist:in. Verwiesen wird auch auf die mono-thematische Ausrichtung des eigenen Aktivismus im Gegensatz zur thematischen Pluralität professioneller Journalist:innen:

Also ein Journalist, der beackert ja vielleicht mehrere Themen. Der hat ja nicht nur ein Thema auf seiner Agenda, vermute ich mal, denke ich mal. Aber mich kann man eigentlich nur über das Krankenhaus befragen beziehungsweise vielleicht noch über das Gesundheitssystem und dessen Macken. (A1)

Weiterhin werden Journalist:innen Arbeitspraktiken wie ausgiebige Hintergrund-recherche unterstellt und die Verpflichtung auf Normen wie Neutralität und Ausgewogenheit. Im Kontrast dazu wird die eigene – mit der Zuschreibung als Aktivist:in legitimierte und offengelegte – Parteilichkeit mit Autonomie und erweitertem Handlungsspielraum assoziiert:

Wir als Aktivist:innen haben auch noch mal andere Möglichkeiten, als ein Journalist das hat. Ich kann einseitig sein, ich kann parteiisch, ich muss parteiisch sein. Das kann ein Journalist im Zweifel nicht unbedingt. Oder wenn, muss er es gut begründen und herleiten können, warum. (A3)

Insgesamt wird hier ein Bild von Journalismus aufgerufen, das sich im Kern an dominanten Idealbildern des „objective reporting“ orientiert und von dem sich die eigene Tätigkeit als Aktivist:in merklich absetzt. Sprechen die Aktivist:innen über ihr Verhältnis zum Journalismus, skizzieren sie ein komplementäres Verhältnis zweier Gruppen, deren Arbeit ineinandergreift, die aber klar getrennt voneinander agieren.

Aktivist:innen leisten genauso Grenzarbeit und beanspruchen genauso kulturelle Autorität für ihren eigenen Arbeitsbereich wie vielfach in der Literatur für den Bereich des Journalismus herausgearbeitet. Die Interessenbezogenheit und die auf Wandel und politischen Einfluss abzielende Grundierung der Kommunikation ist dabei mit Handlungsfreiheit assoziiert, weil die Position der Sprecher:in transparent ist und niemand einen ‚neutralen‘ Aktivismus erwartet. Essentielle Grundlage von Aktivismus ist der *Anspruch auf Gestaltungsfreiheit bzgl. Ansprache, Inhalt und ästhetischer Form*. Die Aktivist:innen erleben sich in ihrer Medienarbeit als weitgehend unabhängig. A2 äußert zu ihrem Blog:

Für mich bedeutet dieser Blog auch ein Stück Freiheit: Ich kann zu jeder Zeit sagen, was ich möchte. (...) Ich habe mir dadurch eine Möglichkeit erschaffen, dass mir Menschen zuhören, dass ich mich äußern kann. Das hatte sehr viel auch mit mir selber zu tun. (A2)

Im Vergleich zum Journalismus bestehen kaum berufsfeldbezogene Standards und Normen, an denen etwa der nicht-aktivistische Charakter einer Artikulation bemessen werden könnte. Die assoziierte Freiheit und der als Abgrenzungskriterium zum Journalismus genannte hohe Gestaltungsspielraum sind allerdings nicht mit Beliebigkeit zu verwechseln. Wer erfolgreich und langfristig aktivistisch tätig sein will, verfügt über professionalisierte Kommunikationsfähigkeiten, die primär in

und durch Praxis selbst entwickelt werden – es gibt keine formelle Ausbildung o. ä. –, und einen eigenständigen Bereich von Expertise formieren (siehe Kapitel 4.4).

4.3.1 Medien- und Journalismuskritik

Aktivist:innen kritisieren die Leistungen von Journalismus in ihren inhaltlichen Handlungsfeldern. Der Idealvorstellung – Journalismus und Aktivismus ergänzen sich komplementär – steht konfliktiv die Wahrnehmung von Defiziten in der journalistischen Berichterstattung gegenüber.

Journalistische Medien sehen die Aktivist:innen als zentral an für die Verbreitung von Wissen, Zusammenhängen und Argumenten. Gute und weiterführende journalistische Beiträge erfahren von ihnen Anerkennung. Zugleich formulieren alle Befragten deutliche Medien- und Journalismuskritik. Aus aktivistischer Sicht weise Journalismus – allgemein adressiert sind damit die großen Zeitungen, Magazine und Rundfunksender – thematisch blinde Flecken auf und erzeuge durch verkürzte oder verzerrte Darstellungen fehlerhafte Bilder und Repräsentationen von Wirklichkeit. Als Pflegekraft und Betriebsrätin ärgert sich A1 zum Beispiel regelmäßig, dass „keine Fachleute“ in Talkshows zum Thema Pflege(notstand) eingeladen werden, und falls doch, meist „Ärzte dann immer das Pflegethema besetzen (...) [und] was zur Personalnot in der Pflege sagen“. Im Ringen um die knappen Ressourcen im Gesundheitssystem sei die Ärzt:innenschaft keine neutrale Sprechinstanz, selbst wenn sie gegenüber dem Pflegepersonal Kollegialität signalisiert. Der journalistische Rückgriff auf Autorität durch Hierarchie ist daher nicht geeignet, um die Belange und Bedarfe von Pflegekräften darzustellen. A3 und A4 arbeiten zum Thema Gewalt gegen Frauen. Sie führen konkrete Beispiele sowohl für aus ihrer Sicht gelungenen wie auch unzureichenden Journalismus an. Zu den problematischen Seiten gehöre, dass „eben durchaus auch falsche Informationen verbreitet werden, oder eben Narrative bestätigt und wiederholt werden, die einfach nicht sinnvoll sind“ (A3). Dazu zähle etwa die weiterhin verbreitete, individualisierend-psychologisierende Darstellung von Femiziden als „Familiendrama“ oder die fehlende Sensibilität für die Instrumentalisierung von wissenschaftlich zweifelhaften Konstrukten wie „Bindungsintoleranz“ oder „maternal gatekeeping“ in Sorgerechtsverfahren zwischen von Gewalt betroffenen Frauen und ihren Expartnern. Zur handwerklichen Kritik gehört auch, dass sich die Aktivist:innen regelmäßig selbst von journalistischen Medien falsch wiedergegeben sehen.

Diese (negativen) Bewertungen münden jedoch nicht in Forderungen nach einem stärker aktivistisch orientierten Journalismus. Vielmehr erwarten die Befragten, dass Journalismus die gesellschaftliche Relevanz der verhandelten Themen (an)erkennt und mehr Professionalität in der Auswahl von Perspektiven und Expertisen an den Tag legt. Die geäußerte Kritik an journalistischer Qualität zielt nicht darauf ab, dass Journalismus selbst parteilich und interessenbezogen agieren soll. Vielmehr geht es um den Anspruch, dass Journalist:innen sich gründlich in die Themenkomplexe einarbeiten und diese inhaltlich wie sprachlich reflektiert aufbereiten. Die Aktivist:innen ‚erinnern‘ den Journalismus an die Einhaltung selbst auferlegter professioneller und

ethischer Berufsnormen und Ideale und nutzen die *boundary work* damit zur Stärkung normativer Erwartungen an die Leistungen von Journalismus.

4.4 Grenzarbeit im Spiegel der Medienpraxis

Während diskursiv auf die Distinktion zwischen Journalismus und Aktivismus verwiesen wird, zeigen sich im konkreten Handeln deutliche Verschränkungen. Aktivismus professionalisiert sich nach journalistischen Regeln und arbeitet zum Teil kollaborativ mit Journalist:innen.

Die diskursive Grenzarbeit zielt nicht auf eine Verschiebung der Grenzen zwischen Aktivismus und Journalismus. Hieran schließt sich die Frage an, ob die Demarkationslinien in der Medienpraxis selbst ebenso scharf konturiert sind wie sie in der Sollens-Vorstellung formuliert werden. Allein oder zusammen mit anderen betreiben die Akteur:innen diverse Plattform-Accounts, wobei Twitter und Instagram als jeweils bedeutendste betont werden. Hinzu kommen bei den Bündnissen A1 und A3 sowie der Anwältin A4 Homepages, teilweise mit integrierter Blog-Funktion. Im Mittelpunkt der Medienarbeit von A2 steht der Blog zum Thema Care-Arbeit/ Alleinerziehende, dem die Plattform-Accounts zugeordnet sind.

Der Alltag der aktivistischen Medienarbeit lässt sich grob in zwei Handlungsstränge unterscheiden: erstens *kontinuierliche Partizipation und Sichtbarkeit* in den thematischen Öffentlichkeiten herstellen. Das geschieht über regelmäßige Postings mit neuen Informationen und Bewertungen laufender Entwicklungen, verbunden mit dem permanenten Einbringen übergeordneter Kernforderungen (z. B. solidarisches Gesundheitssystem, bessere Arbeitsbedingungen, mehr Gewaltschutz, Anerkennung von Care-Arbeit). A3 nennt diese Kernforderungen und -anliegen „Cornerstone Content“. Der zweite Handlungsstrang besteht in der Vorbereitung, Begleitung und Dokumentation zeitlich befristeter *Kampagnen*, mit dem Ziel, Debatten zu beeinflussen und Agenda Setting zu betreiben. Das Gros der permanenten wie der kampagnenförmigen Kommunikation trägt eine eindeutig aktivistische Signatur. Kritik an bestehenden Verhältnissen und Forderungen nach politischen, ökonomischen, sozialen und/oder kulturellen Transformationen stehen im Mittelpunkt.

4.4.1 Professionalisierte aktivistische Medienarbeit

Erfolgreiche aktivistische Medienarbeit basiert auf feldspezifischem Wissen und praktischer Könnerschaft. ‚Lernkurven‘ zeugen von Prozessen der Selbstprofessionalisierung.

Das Spektrum aktivistischer Medienpraktiken reicht vom Versuch, Hashtags zu etablieren und mit diesen aktuellen und permanenten Problemlagen zur Sichtbarkeit zu verhelfen, über Petitionen, Email-Aktionen (im Datenmaterial etwa Forderungen an die Ampel-Politiker:innen in Reaktion auf den Koalitionsvertrag 2021) bis zu demonstrations-/streikbegleitender und -vorbereitender Medienarbeit. Auch der Beginn von #CoronaEltern, einer der von uns untersuchten Twitter-Hashtags,

wird von A2 als geplante und (schwach) koordinierte „Aktion“ beschrieben (mit Parallelen zum Konzept „connective action“, Bennett & Segerberg, 2012). Neben einmaligen Kampagnen sind jährlich wiederkehrende Ereignisse zentrale Anlässe für medienwirksames Handeln, z. B. anlässlich des Internationalen Frauentags (8.3.), des Equal Pay Day (variabel, derzeit im März), des Internationalen Tags der Pflegenden (12.5.) oder des Internationalen Tags zur Beseitigung von Gewalt gegen Frauen (25.11.). Um letzteren herum organisiert die Vereinigung von A3 beispielsweise eine jährliche Kampagne, in der von institutioneller Gewalt betroffene Frauen über ein spezifisches Ritual und dessen fotografische Dokumentation auf problematische Familiengerichtsentscheidungen im Kontext von Partnerschaftsgewalt aufmerksam machen. Für die oft anonym beteiligten Frauen ist die Aktion eine Möglichkeit, Ohnmacht, Wut und Angst zu artikulieren, Gemeinschaft zu spüren und Solidarität zu erfahren. Für die Vereinigung als politische Interessensvertretung ist das gesammelte Material wiederum die Basis, um die Tragweite des Problems anschaulich zu machen, die Vielzahl an vermeintlichen ‚Einzelschicksalen‘ im Rahmen der Kampagne zu kanalisieren und damit politische Entscheidungsträger:innen und Journalismus für das Problem institutioneller Gewalt zu sensibilisieren. Nach außen schaffen die Aktivist:innen ritualisierte Kommunikationsanlässe und Medienevents, auf die Journalismus reagieren soll und die nicht zuletzt komplementär auf Nachrichtenwerte des „Gedenktagsjournalismus“ (Ammann, 2010) zielen.

Auffällig ist insgesamt der *hohe Grad an Selbstprofessionalisierung*, sowohl im Hinblick auf wirkungsvolle Kommunikation in sozialen Medien als auch im Umgang mit Journalismus. Zwar wird die Entstehung der eigenen Posts schon aus Ressourcengründen mithin als „quick & dirty“ und „aus der Hüfte [geschossen]“ (A3) beschrieben. Schließlich findet Aktivismus zumeist in der Freizeit statt, am Abend, am Wochenende und zwischen der Erwerbsarbeit. Gleichzeitig schwingt Stolz auf die routinierte Könnerschaft mit. Die Aktivist:innen wissen, wie soziale Medien funktionieren und welche Ansprache- und Darstellungsformen sich bewährt haben. Das gilt auch für den Umgang mit Journalist:innen. Medienanfragen erhalten die Aktivist:innen und ihre Vereinigungen aufgrund tagesaktueller Ereignisse, ritualisierter Berichterstattungsanlässe (Internationaler Tag für ...) oder in Reaktion auf selbstgeschaffene Medienereignisse. Die Kooperation besteht in Hintergrundgesprächen oder Interviews, in denen der eigene oder der Standpunkt der Organisation formuliert wird. Im Umgang mit Journalismus berichten die Akteur:innen eine *Lernkurve*, biografisch beginnend mit einem offenen, eher unüberlegten Kommunikationsstil, gefolgt von einer Art ‚Feuertaufe‘ als prägendes Erlebnis – z. B. das unerwartete Einprasseln zahlreicher Presseanfragen in Reaktion auf ein politisches Ereignis oder eine aktivistische Kampagne –; und die Routinisierung eines Kommunikationsstils, der pointiert und überlegt die eigenen Kernforderungen und -argumente vorbringt.

Ich hab früher geredet, wie mir der Schnabel gewachsen ist beziehungsweise das auch nicht nochmal hinterfragt oder in die Kamera geredet und dann war gut. Das mach ich natürlich nicht mehr. Ich bin jetzt vorbereitet und sag ganz klar, was ich sagen will. Und das sage ich zuerst. Und dann sage

ich meinetwegen auch noch die Geschichte, die sie hören wollen. Aber erstmal [lacht auf] meine Botschaft. (A1)

Ostentativ betonen auch A2 und A3, dass sie ad hoc sprechfähig sind und sich so artikulieren, wie es die jeweiligen medialen Erfordernisse verlangen. A3 berichtet von den organisatorischen Routinen in ihrer Gruppe, in der Pressefragen via Messenger spontan „auf dem kleinen Dienstweg“ verteilt werden: „Wir wissen ja eh alle, was wir sagen müssen. Wir sind da ja inzwischen auch geübt.“ Mithin erhalten die Aktivist:innen auch die Gelegenheit „Gastbeiträge“ zu verfassen, etwa die Pflegeaktivistin A1, die getragen von der erhöhten journalistischen Aufmerksamkeit während der Hochzeit der Pandemie online auf Der Spiegel publizierte.

In vielerlei Hinsicht bestätigt die professionalisierte Medienpraxis der Akteur:innen die diskursive Konstruktion einer Kooperation eigenständiger Arbeitsbereiche. Die Zusammenarbeit von Aktivismus und Journalismus bewegt sich innerhalb erwartbarer Rollenzuschreibungen. Aktivist:innen sind Informationslieferant:innen und sprechen stellvertretend für ihre Perspektive oder Interessengruppe. Journalist:innen befragen, selektieren, ordnen ein. Erfolgreich ist die Kooperation aus Sicht der Aktivist:innen, wenn sie dabei nicht nur zu Gehör kommen, sondern Journalist:innen in ihren Produkten insgesamt Argumentationen aufbieten, die sich den eigenen annähern.

Zugleich finden sich im Material Hinweise auf Praktiken und Kommunikationsmodi, die keineswegs eindeutig als ‚aktivistische‘ zu beschreiben sind. Die Akteur:innen machen aktivistische Medienarbeit, nennen sie auch so, und produzieren dabei dennoch Überschneidungen zu Praktiken des Arbeitens und Darstellens, die als journalistisch gefasst werden können:

4.4.2 Bezüge zu Präzisions- und Erklärjournalismus: Sachlich-distanzierte Medienarbeit als Kommunikationsmodus

Gegenläufig zu Stereotypen aktivistischer Medienarbeit als permanent laut, einseitig und emotional aufgeladen, sind aktivistische Postings und Beiträge oft gekennzeichnet durch Fakten und Argumente. Nüchtern-sachliche Tonalität erzeugt Ähnlichkeit zu Präzisions-, Wissenschafts- und Erklärjournalismus.

Oft kommunizieren die Aktivist:innen und ihre Vereinigungen entlang gängiger Erwartungen: laut, interventionistisch, wertend, involviert, mobilisierend, emotional. Beispielhaft für diese Orientierung steht der Tweet-Korpus des untersuchten Pflegebündnisses: Nahezu jeder Post beinhaltet eine Forderung, oft zusätzlich verstärkt mit Ausrufezeichen. Mit Formulierungen wie „Hört auf uns“ oder „Wir sind die Expert*innen“ versuchen die Pflegeaktivist:innen, die Ausnahmesituation der Pandemie und den damit einhergehenden medialen Fokus zu nutzen, um mehr Gehör und Gewicht in der politischen Gestaltung des Gesundheitssektors zu erlangen.

Zugleich kommunizieren die beobachteten Aktivist:innen aber auch häufig *Fakten, Zahlen und strukturelle Argumente*, um ihre langfristigen Ziele zu erreichen und andere Akteur:innengruppen – im Kern: politische Entscheidungsträger:innen

und journalistische Medien – von der Relevanz ihrer Anliegen zu überzeugen. Der gewählte Ton ist dabei nicht fordernd und wertend, sondern zeigt Sachlichkeit und Nüchternheit. Das zeigt sich auf der Ebene der Postings als Mikropublikationen ebenso wie in umfassenderen Medientexten wie Blogbeiträgen. Im Einzelfall, hier bei der Rechtsanwältin A4, kommen professionelle Orientierungen hinzu, die sich aus der hauptberuflichen Beschäftigung ergeben. Im Gespräch goutiert sie den bissigen und lustigen Twitter-Stil etwa einer Margarete Stokowski. Sie selbst hingegen versuche, „zurückhaltend und eher seriös zu twittern (...), eben doch wie eine Anwältin“.

Sachliche Kommunikationsmodi machen aktivistische Kommunikation nicht weniger unparteiisch, sie bleibt ihrer Perspektive verpflichtet. Gleichzeitig finden sich in der Handlungspraxis mehr Schnittmengen zu journalistischen (und auch wissenschaftlichen) Artikulationsweisen, als die diskursive Demarkation des wechselseitigen Ausschlusses der Tätigkeitsfelder zunächst vermuten lässt. Würde man diese Botschaften analysieren, ohne Wissen um die Absender:innen, könnten sie auch als Produkt von Präzisions- und Wissenschaftsjournalismus gelten – als Beiträge also, die sich an der Norm orientieren, Fakten zu berichten und über vertiefende Analysen aufklärend zu wirken, dabei die abschließende Bewertung aber dem Publikum zu überlassen.

A2 beispielsweise versteht sich ausschließlich als „Bloggerin“ und „Care-Aktivistin“. Die Zuschreibung, journalistisch zu arbeiten, lehnt sie ab. Sie empfindet diese als unpassend und „zu hoch gehängt“. Gleichwohl hat sie in ihrem Blog einen charakteristischen Stil entwickelt, der persönliche Erfahrung mit strukturellen Argumenten und wissenschaftlicher Evidenz verknüpft. Die Identifikation mit ihrer Person, ihrer Lebensgeschichte und dem transparent gemachten Alltag als Alleinerziehende erachtet sie als wesentliches Motiv, warum andere ihr folgen und ihre Posts und Artikel lesen: „Die Leute müssen sich identifizieren können.“ – „Die Leute lesen mich ja auch, weil es immer einen Bezug gibt zu meinem Leben.“ Gleichzeitig ist A2 nicht nur persönlich betroffen, sondern hat sich über die Zeit umfangreiches Wissen angeeignet und ist heute eine fachkundige Expertin für private Care-Arbeit. Auf Twitter folgt sie u. a. feministischen Ökonominnen, in einer AG arbeitet sie mit Wissenschaftlerinnen zusammen, deren Ziel es ist, die volkswirtschaftliche Relevanz von unbezahlter Arbeit deutlich zu machen. Ein Mitglied dieser AG hat Berechnungen zum finanziellen Gegenwert weiblicher Care-Arbeit vorgelegt. A2 sieht sich als „Bindeglied“ zwischen Wissenschaft und „Otto-Normal-Verbraucher“. In ihren Artikeln holt sie die Lesenden zunächst mit dem persönlichen Bezug ab. Im weiteren Verlauf der Texte schließen nicht selten Passagen an, bisweilen lange Absätze, in denen Ergebnisse wissenschaftlicher Forschung vorgestellt und Belege für strukturelle Geschlechterdifferenz gegeben werden. Beim Schreiben spürt sie „Verantwortung“. Ihr Ziel ist es, „vielschichtig zu sein, nicht reißerisch.“ Charakteristisch für ihre Artikel sind zudem weiterführende Lektüre-Hinweise und Links, die sie unterhalb der Texte platziert. Das Twitter-Profil nutzt sie dabei auch als persönliches Archiv und Rechercheplattform. Viele der Referenzen, die sie in ihre Blogbeiträge einpflegt, wurden zuvor über ihre Netzwerke ‚hereingespült‘. Sie setzt sich mit den Anregungen auseinander und teilt wiederum selbst prägnante Zitate aus Sachbüchern und Studien. Eine Auswahl dieser konti-

nuierlichen Kommunikationsarbeit auf Twitter und Instagram fließt als Quellen und Referenzen in die eigenen Veröffentlichungen ein.

Die Initiative um A3 wiederum fällt mit intensiver und professionalisierter Instagram-Kommunikation auf. Ausgiebig genutzt wird die Funktion der Story Highlights, um über verschiedene Themen und Fragen im Problemfeld der Initiative aufzuklären. Das Spektrum reicht von Antifeminismus, Studienpräsentationen, bis hin zu Einschätzungen zum Wechselmodell als Instrument von Väterrechtlern (und maskulinistischen Netzwerken), um in gerichtlichen Trennungskonflikten den Gewaltschutz auszuhebeln. Charakteristisches Merkmal der Slideshows ist ihre Text- und Informationsdichte und das Arbeiten mit unterschiedlichsten Quellen: darunter eigene Statements oder von ähnlich gerichteten NGOs und Initiativen, Aussagen von Wissenschaftler:innen und Politiker:innen sowie Presse- und Rundfunkberichte. Nach den Hintergründen befragt, kontextualisiert A3:

[W]eil diese Themen, mit denen wir es hier zu tun haben, sehr komplex sind und sehr erklärungsbedürftig sind, habe ich/ ich weiß gar nicht, das war gar nicht, glaube ich, so eine strategische Entscheidung, sondern es war einfach so dieser Impuls: ‚Ich muss erklären, ich muss den Menschen erklären, was das Problem an diesen ganzen Dingen ist.‘ Und aus diesem Erklärbedürfnis, und um es Menschen nahe zu bringen, entsteht dann natürlich die Form, also: form follows function. (A3)

Solche Publikationspraktiken² lassen sich als aktivistische Formen von Wissenschafts- bzw. Präzisionsjournalismus und Erklärjournalismus beschreiben. Dieser ist im Fall von A2 und A3 nicht ‚neutral‘, sondern klar positioniert – aber durchaus objektiv, wenn wir darunter verstehen, dass die Aktivist:innen Argumente, Belege und Beispiele für die artikulierten Missstände liefern. Motiviert sind diese Kommunikationspraktiken von der Überzeugung, aufklären zu müssen, um bislang öffentlich unzureichend dargelegte Zusammenhänge verständlich zu machen. Mit ihrem Wirken versuchen die Frauen dabei auch, wahrgenommene publizistische Leerstellen zu schließen. In einem ihrer Artikel kritisiert etwa A2, dass private Care-Arbeit – gemessen an ihrer gesellschaftlichen und volkswirtschaftlichen Bedeutung – im Journalismus eigentlich den gleichen Raum erhalten müsste wie die vielfach prominentere Börsen- und Wirtschaftsberichterstattung.

4.4.3 Aktivist:innen als Reporter:innen: Protokoll- und berichtsförmige Kommunikationspraktiken

Aktivist:innen verfassen Berichte und Protokolle zu aktuellen Ereignissen. Hier entsteht alternativer Nachrichtenjournalismus zu Themen, die etablierte Medien nicht oder verkürzt darstellen. In der Pandemie werden Aktivist:innen zudem zu ‚Quasi-Reporter:innen‘. Der institutionalisierte Journalismus nutzt ihre Präsenz und ihr Wissen in Bereichen, die nicht öffentlich zugänglich sind. In protokolla-

2 Neben der Art und Weise wie Postings und Artikel verfasst und argumentiert werden, reproduzieren die Aktivist:innen zum Teil journalistische Formen mit eigenen Interviews und Interviewreihen oder auch Umfragen in ihrer Followerschaft.

rischen Formaten und tagebuchartigen Dokumenten verbindet sich das Dokumentarische und das Subjektive zu neuen Hybriden.

Eine andere Form der Annäherung und Überkreuzung aktivistischer und journalistischer Artikulation findet sich in protokoll- und berichtsformigen Kommunikationspraktiken. Bewegungsintern übernehmen aktivistische Accounts (auch) die quasi-journalistische Funktion, den Überblick über aktuell relevante Entwicklungen zu behalten (z. B. Barnard, 2018, S. 2258, zu „organizing“ via Twitter). Zu dieser Informationsarbeit gehören im Bereich der Mikropublikationen meldungs- und nachrichtenartige Postings, die wie ihre journalistischen Pendanten primär W-Fragen beantworten: Veranstaltungshinweise etwa oder die Prozess-Dokumentation, z. B. den Verlauf von Tarifverhandlungen oder Demonstrationen. Teils finden sich umfangreichere Berichte. Aktivistische Medienarbeit erfüllt hier die *Funktion der Selbstbeobachtung von Vorgängen und Ereignissen*, die institutionalisierte Medien mangels eines (zugeschriebenen) geringen Nachrichtenwerts entweder weniger dokumentieren oder stark verkürzt darstellen. Zugleich handelt es sich um (Roh-) Material, das ähnlich wie Agenturmeldungen von institutionalisierten Medien genutzt werden kann.

Im Kontext der Pandemie fielen im Spektrum berichts- und protokollförmiger Kommunikationspraktiken zudem *tagebuchartige Formate* auf, in denen der Arbeitsalltag unter Ausnahmebedingungen dokumentiert wurde. Solche Formate lassen sich als aktivistische Hybride fassen, die das Protokoll- und Berichtsformige als journalistische Basispraxis verknüpfen mit einem hohen Maß an Subjektivität und Einblick in eigene oder stellvertretende Erfahrung. Ein Kennzeichen ist aber auch hier, dass es nicht um Emotionalisierung, sondern um sachlich-nüchterne Dokumentation faktischer Belastung geht. Von A2 finden sich etwa lange Facebook- und Instagram-Posts, in denen sie detailliert (und mit minutengenaue Uhrzeit) darlegt, was sie wann, wo und mit wem gemacht und gearbeitet hat. Ziel war es zu dokumentieren, welche Probleme in der (Un-)Vereinbarkeit von Erwerbsarbeit und Care Arbeit aufgetreten sind. In der Einzelfallstudie rund um das Pflegebündnis zeigte sich zudem, wie der institutionalisierte Journalismus stellvertretend über Pflegepersonal Augenzeugen- und Lageberichte aus Bereichen generierte, die ihm selbst verschlossen blieben (bspw. von Intensiv-Stationen). Zu einiger Bekanntheit hat es die Tagesspiegel-Kolumne „Außer Atem“ von Intensivpfleger Ricardo Lange gebracht. Gerade zu Beginn berichtete diese nah am Geschehen vor Ort. Auch unsere Studienteilnehmerin A1 wurde von einem öffentlich-rechtlichen Informationsradio „alle zwei Monate interviewt, während der Pandemie, immer so [mit der Frage]: ‚Wie ist es jetzt? Wie ist es heute?‘“ Solche Formen der Zusammenarbeit bewegen sich einerseits im Rahmen gängiger Rollen-Verteilungen und werden vom Journalismus meta-textuell per Genrezuordnung als Interview, Kolumne oder Gastbeitrag ausgewiesen. Andererseits treten Aktivist:innen hier selbst in der Rolle von Reporter:innen auf, insbesondere wenn journalistischen Akteur:innen ein eigener Zugang verwehrt ist.

4.4.4 Kollaborative Medienproduktion: Praktiken der Zu- und Mitarbeit

Die Grenze zwischen Journalismus und Aktivismus wird in der konkreten Recherche und Kommunikationspraxis durchlässig. In Form intensivierter Zu- und Mitarbeit sind aktivistische und journalistische Schaffensanteile im Einzelfall nicht klar abzugrenzen.

Die diskursive Konstruktion der Kooperation je eigenständiger Arbeitsbereiche steht zudem in einem Spannungsverhältnis zu Praktiken der Zu- und Mitarbeit. In den allermeisten Fällen beschränkt sich die Kooperation mit Journalismus darauf, von diesem zitiert, als Quelle und Position zu einem aktuellen Thema aufgegriffen zu werden. Punktuell kommt es indes zu intensiverem Austausch, bei dem Arbeitsanteile der einen oder anderen Seite an Recherchen, Daten und Fallrekonstruktionen nicht mehr ohne Weiteres voneinander zu trennen sind.

Von den Befragten berichtet A3 ausführlich von konkreten Formen der Kollaboration und rückt in den Interviews den Entstehungsprozess ausgewählter, aus ihrer Sicht gelungener journalistischer Produktionen (z. B. „brillantes Feature“) in den Vordergrund. Ihre Berichte offenbaren ein hohes Investment. Wenn Journalist:innen bei Anfragen ein ernsthaftes Interesse am Thema erkennen lassen, können sie eine intensive Einführung und Begleitung erhalten. Die Gruppenmitglieder stellen nicht nur Kontakt zu Personen her, die als Gesprächspartner:innen über ihre Erfahrungen berichten. Sie recherchieren auch selbst investigativ zu antifeministischen, väterrechtlichen Netzwerken. Die Ergebnisse werden in Informationsveranstaltungen präsentiert, liegen aber auch dossierartig aufbereitet vor. Aus Sicht der Gruppe bringen Journalist:innen im Regelfall wenig inhaltliches Vorwissen mit. Die Aktivist:innen leisten *Informations- und Bildungsarbeit*, liefern für ihre Standpunkte umfangreiches Material, einschließlich Hinweisen auf relevante wissenschaftliche Veröffentlichungen. In der Kooperation mit Journalismus formulieren sie Bedingungen: Wollen Journalist:innen über Fälle aus dem Umfeld der Gruppe berichten, so ist nicht nur Anonymität Voraussetzung, sondern auch die Selbstverpflichtung, *false balance* auszuschließen. Konkret bedeutet das, dass mit der „Gegenseite“ (hier zumeist: die Ex-Partner der von physischer und/oder psychischer Gewalt betroffenen Frauen) nicht gesprochen werden soll. Nach Erfahrung von A3 stimmen Journalist:innen zu, wenn sie die Tragweite der Problemlagen erfasst und verstanden haben (Risiko der Retraumatisierung, Folgen institutioneller Gewalt). Es gebe aber auch Fälle, in denen Journalist:innen „dann abspringen“.

Auf Basis unserer Forschung können wir keine Aussagen darüber treffen, wie die beteiligten Journalist:innen diese Formen der Zusammenarbeit beschreiben und einordnen. Wo die Grenzen üblicher Formen von Briefing und Hintergrundgespräch beginnen und enden, ist im Arbeitsalltag nicht immer eindeutig zu bestimmen. Auf die letztliche Gestaltung der journalistischen Beiträge hat die aktivistische Gruppe keinen Einfluss. Mit Blick auf das Verhältnis von diskursiver Grenzarbeit und Medienpraxis ist jedoch festzuhalten, dass sich Formen der Zusammenarbeit zeigen, die eine eindeutige Trennung der Bereiche überschreiten und auf Überlappung der Tätigkeiten sowie Kooperation verweisen.

5. Medienarbeit und *boundary work* der Journalist:innen

5.1 Kurzportraits

J1 ist zum Erhebungszeitpunkt Chefredakteurin eines feministischen Online-Magazins. Nach Praktika in einer Lokalzeitung und einer Stadtzeitung arbeitete sie als freie Autorin. Spätere journalistische Stationen waren u. a. eine kommerzielle Frauenzeitschrift (Boulevardmedium), ein junges Onlinemagazin einer großen deutschen Wochenzeitung und eine links-liberal orientierte Tageszeitung. Öffentliche Aufmerksamkeit hat J1 zudem über ihren Blog (bis 2018) und ein Sachbuch erfahren. Beide thematisieren Fragen gesellschaftlicher Ungleichheit im Kontext von Care-Arbeit.

J2 ist zum Erhebungszeitpunkt Ressortleiterin einer großen deutschen Tageszeitung. Sie hat ein Wirtschaftsstudium absolviert und hat eine Journalistenschule besucht. Danach besetzte sie verschiedene Positionen und machte Karriere innerhalb der Tageszeitung, bei der sie noch heute arbeitet.

J3 arbeitet zum Erhebungszeitpunkt im Audience Development eines großen Online-Nachrichtenportals. Zuvor hat sie für verschiedene Digitalredaktionen kleinerer und größerer Zeitungen und Nachrichtenportale gearbeitet, teils als Autorin, teils im Community Management. Vor ihrer journalistischen Laufbahn erzielte sie Bekanntheit über ihre humorvolle und pointierte Twitter-Kommunikation.

J4 ist zum Erhebungszeitpunkt u. a. als freie Journalistin tätig. Darüber hinaus ist sie Schriftstellerin und Sachbuchautorin. Kolumnen schreibt sie für eine US-amerikanische und eine überregionale deutsche Tageszeitung. Für ihre Arbeit wurde sie mit verschiedenen Preisen und Listenplätzen für Kulturjournalismus gewürdigt.

Fallvergleichend weist nur J2 einen klassischen, von hoher Kontinuität geprägten Werdegang im Printjournalismus auf. J1 bezeichnet ihren Werdegang als „kurvig“, was ebenso für J3 und J4 gilt. Auffällig ist hierbei nicht nur die Vielfalt an Medien, für die gearbeitet wurde, sondern auch das biografische Zusammenspiel von institutionalisiertem Journalismus, nicht-institutionalisierter Blogosphäre und Kommunikation in sozialen Medien. J1, J3 und J4 betreiben aktuell oder haben in der Vergangenheit Blogs und/oder Podcasts betrieben. Außerdem sind sie intensive und langjährige Nutzer:innen sozialer Medien, deren Twitter- und Instagram-Kanäle im Beobachtungszeitraum mindestens 1.300 und maximal ca. 17.000 Follower:innen haben. J3 betont in der Reflexion ihres Werdegangs, dass ihre Präsenz in sozialen Medien den Grundstein für ihre journalistische Karriere legte – nicht umgekehrt:

Also Twitter hat mir einfach zu all meinen Jobs verholfen, kann man nicht anders sagen. Ohne Twitter wäre ich wahrscheinlich, hätte ich das Berufsziel Journalismus wahrscheinlich aufgegeben, weil mir Twitter einfach zu diesen Kontakten verholfen hat. (J3)

5.2 Selbstverortung in Journalismus, Aktivismus und Feminismus

Die Akteur:innen machen sich explizit als Journalistinnen mit Bezug zum Feminismus sichtbar. Mit der Selbstkategorisierung als Aktivist:in wird allerdings gezögert. Anders als die der Aktivist:innen verweisen die Begründungen der Journalist:innen nicht auf kategoriale Unterschiede der Arbeitsbereiche, sondern auf Unterschiede hinsichtlich Engagement und Intensität.

In einem ersten Schritt nähern wir uns der Grenzarbeit wieder über die Selbstverortungen der Akteur:innen in den drei Bereichen Journalismus, Aktivismus und Feminismus.

5.2.1 Verortung im Journalismus

Ihre Tätigkeiten im Journalismus benennen die Frauen auf ihren Profilen in sozialen Medien mit aktuellen und früheren beruflichen Stationen. Sie bezeichnen sich als „Journalistin“, „Chefredakteurin“, „Senior Redakteurin“, „columnist“, „managing editor“ oder als tätig im „audience development“. Zwei Frauen nennen sich zusätzlich „Autorin“ bzw. „writer“. Drei der vier Akteurinnen geben Hinweise auf laufende oder frühere Blogs und Podcasts mit verschiedener inhaltlicher Ausrichtung. Zwei der Frauen informieren zudem darüber, Mutter bzw. in Elternzeit zu sein. Eine der beiden macht auch auf ihre Flucht- und Migrationserfahrung aufmerksam.

Insgesamt verweisen die Selbstbeschreibungen auf Mehrfachpositionierungen, die die Angabe rein beruflicher Funktionsrollen übersteigen. Die Interviews liefern weitere Kontextinformationen zur Selbstverortung. Bei J1, J2 und J3 zeigt sich eine hohe Identifikation mit der Tätigkeit als Journalistin. J4 hingegen ist „kein Fan von Schubladen-Beschreibungen“. Biografisch sieht sie sich in der Literatur verwurzelt und versucht, sich „einen autonomen Blick (...) zu bewahren“. Obgleich für ihren Journalismus ausgezeichnet, bevorzugt sie als Selbstbezeichnung „Kolumnistin“ und verortet sich zwischen den Berufswelten:

Ich bin kein Mensch, der so stark in Begriffen und Zuschreibungen denkt. Ich erlebe mich als denkende Person, die Worte braucht, um sich öffentlich zu positionieren. Aber ich habe nicht immer so eine Berufsgruppe, der ich mich zugehörig fühle. (J4)

5.2.2 Verortung im Feminismus

Die feministische Ausrichtung erschließt sich in drei der vier Fälle über die Nennung von Buchtiteln, den Namen des feministischen Onlinemagazins oder über thematische Schlagworte (z. B. Mutterschaft als Thema). J1 bezeichnet sich im Twitter-Profil explizit als „Feministin“.

Eine zweifache Ausnahme bildet J2. Im Unterschied zu den anderen Frauen ist die Journalistin und Ressortleiterin einer großen deutschen Tageszeitung im digitalen Raum ausschließlich auf Twitter präsent. Ihre Online-Selbstbeschreibung

allein lässt keinen direkten Bezug zum Feminismus erkennen. Allerdings enthält auch ihre Selbstbeschreibung Informationen über politischen Haltungen. Sie positioniert sich ausdrücklich gegen Corona-Leugner:innen und Rassist:innen.

Wie schon für die Aktivist:innen festgestellt, sind auch die Selbstbeschreibungen der Journalist:innen dem *intersektionalen Feminismus* zuzuordnen. In drei der vier Gespräche manifestieren sich tiefergehende Auseinandersetzungen mit verschiedenen Feminismen. J3 etwa reflektiert, dass sie sich von einem weißen Mittelschichtsfeminismus, den sie „corporate white feminism“ nennt, distanziert. Sie versucht, trans Personen und Menschen mit Behinderung „mitzudenken“, „miteinzuschließen, mehr zu inkludieren“. Sie charakterisiert Feminismus als grundlegende Lebenshaltung – als „state of mind“, der alle Lebensbereiche durchziehe – unabhängig davon, wie offen interventionistisch und wie ‚laut‘ die Haltung nach außen getragen werde.

5.2.3 Verortung im Aktivismus

Hinsichtlich der Abgrenzung zwischen Aktivismus und Journalismus wiederholt sich ein Distinktionsmuster, das in gegenläufiger Richtung schon die Selbstverortung der ersten Gruppe prägte (siehe Kapitel 4.2). Während die Aktivist:innen die Zuschreibung als Journalist:innen ablehnen, zögern die Journalist:innen mit der Selbstkategorisierung als Aktivist:innen. Die Journalist:innen grenzen sich allerdings nicht vom Aktivismus ab, weil sie diesen als gänzlich anderen und getrennten Arbeitsbereich sehen. Vielmehr assoziieren sie mit Aktivismus ein professionalisiertes, auf Dauer gestelltes, zeit- und ressourcenintensives Handeln. Aktivist:in zu sein, ist ein Zeugnis, das sie sich aus Respekt vor der Aufgabe nicht leichtfertig selbst ausstellen wollen. J4 nennt ihn einen zeitintensiven „Knochenjob“, weil aufwändig und kontinuierlich Strukturen und Netzwerke aufzubauen und zu pflegen seien. Außerdem brauche es spezielle Fähigkeiten, wie ein Gespür für das richtige Timing von Kampagnen und Initiativen. Vor diesem Hintergrund übt sie Kritik am inflationären Gebrauch der Zuschreibung: „[H]eute ist jeder Aktivist, der auf Twitter mal den Hashtag setzt. Es ist nicht mein Verständnis. Also für mich ist Aktivist mehr als Hashtags und Instagram-Kacheln.“ Aus Respekt vor ‚richtiger‘ aktivistischer Arbeit bezeichnet sich auch J3 „gar nicht so sehr als Aktivistin“.

Letztlich sind die Grenzen der mentalen Konzepte jedoch fließend. Die Gespräche bilden diesbezüglich Reflexionsprozesse ab. J2 lehnt die Zuschreibung, eine Aktivistin zu sein, zunächst ab. Zwar treibe sie das Thema der Vereinbarkeit von Beruf und Kinderbetreuung sowie die strukturellen Probleme des deutschen Bildungssystems schon lange um. Erst die pandemische Ausnahmesituation aber führte dazu, dass sie sich unter #CoronaEltern (und anderen Hashtags) hierzu aktiv und mit dezidiertem Haltung in den Diskurs einschaltete. Stärker interventionistische und subjektive Kommunikation ist für sie neu. Im Interview stellt sie die Gegenfrage, wie Aktivismus denn eigentlich definiert sei und wägt selbst wie folgt ab:

Also, wenn es darum geht, auf Probleme aufmerksam zu machen, Aufmerksamkeit zu schaffen für ein Thema, was aus meiner persönlichen Sicht im

öffentlichen Diskurs zu wenig stattfindet oder sich in eine falsche Richtung bewegt, wenn es darum geht, Interessen zu vertreten, die nicht nur meine eigenen sind, sondern die an mich herangetragen werden von Freunden, Bekannten oder anderen (...). Wenn das die Beschreibung einer Aktivistin ist, dann würde ich sagen: Auf jeden Fall. Also für was? Dann würde ich sagen für gleiche Bildungschancen für alle Kinder, für gleiche Aufstiegschancen für alle Menschen, unabhängig von ihrem Geschlecht und für einen fairen, sachlichen Diskurs, der ohne Extreme auskommt. Dafür würde ich auch jederzeit öffentlich meinen Kopf hinhalten. (J2)

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Akteur:innen plurale Zugehörigkeiten zum journalistischen System wie zu feministisch-aktivistischen Bewegungen öffentlich sichtbar kenntlich machen. Feminismus ist für J1, J3 und J4 ein zentraler Bezugshorizont, der die eigene Lebensführung durchdringt und auch für ihr journalistisches Handeln Bedeutung hat. Die Zugehörigkeit zum Aktivismus ist Gegenstand intensiver Aushandlung.

5.3 Diskursive Grenzarbeit: Intervention als Notwendigkeit

Die feministisch orientierten Journalist:innen treten offen für einen Wandel von Journalismus ein. Gerechtigkeit als übergeordnete Norm legitimiert für sie interventionistisches Handeln. Parteinahme bzw. Anwaltschaft gilt als notwendiges Korrektiv, um diagnostizierte Repräsentationslücken des traditionellen Journalismus zu schließen.

Die im Journalismus arbeitenden Akteur:innen kennen diesen von innen, wissen wie Journalismus praktisch entsteht und haben in der Zusammenarbeit mit Kolleg:innen und Vorgesetzten Erfahrungen gesammelt. Im Vergleich zu den Aktivist:innen führen sie die Auseinandersetzung über den Journalismus, seine Leistungen und Defizite, intensiver und offensiver. Während, wie oben berichtet, die Aktivist:innen zwar Medienkritik üben, jedoch keine weitergehenden Ansprüche an die Verschiebung bestehender Grenzen zwischen den Tätigkeitsfeldern thematisieren, formulieren die Journalist:innen ihre Forderungen nach Transformation und Innovation sehr deutlich. Dahinter steht bei ihnen die Einsicht, dass es prinzipiell keinen perspektivfreien Journalismus geben könne und mitunter künstlich gezogene Trennlinien für die Normalisierung bestehender Hierarchien und Machtverhältnisse sorgen. Auf dieser Grundlage formulieren sie den transformatorischen Anspruch, Journalismus anders, besser und transparenter machen zu wollen.

Geschlechtergerechtigkeit und soziale Gerechtigkeit sind dabei die zentralen Werte, die das eigene Handeln in und außerhalb des Journalismus anleiten (sollen) und die zugleich eine Überschreitung enger professioneller Rollenselbstverständnisse legitimieren: J1 wünscht sich einen „gerechteren Journalismus“, an dem alle beteiligt sind und in dem alle sichtbar werden. Sie konstatiert in Deutschland eine Entwicklung hin zu mehr thematischer Diversität, bescheinigt dem Mainstream journalistischer Medien jedoch weiterhin blinde Flecken und falsche Schwerpunk-

setzungen. Eine ähnliche Sicht artikuliert J3. Sie erachtet es als wichtig, plurale „Lebenswirklichkeiten“ jenseits „der großen Mehrheit“ zu beleuchten. An der Frauenfrage sensibilisiert, geht es den Akteur:innen um gesellschaftliche Gleichberechtigung, die im Bestfall alle sozialen Gruppen im Blick hat und repräsentiert. Untermauert wird der Anspruch auf Gleichberechtigung u. a. mit Verweis auf das Grundgesetz. Diese Sichtweisen lassen sich konzeptuell dem „anwaltschaftlichen Journalismus“ (Altmeppen, 2016) zuordnen, der angesichts zunehmender Awareness für Privilegien und strukturelle Ungleichheiten sowie veränderter Medienlandschaften und Kommunikationsflüsse womöglich eine Renaissance erlebt. Das wahrgenommene Gerechtigkeitsdefizit – in der Gesellschaft wie im Journalismus – motiviert engagiertes, auf Transformation zielendes Handeln.

Alle Akteur:innen artikulieren Veränderungs- und Reformwillen. In der Analyse der sich hier manifestierenden Grenzarbeit und der Relationen von Aktivismus und Journalismus ist allerdings genauer zu differenzieren. Zwei Aussagestränge zeigen sich. Der erste ist eher diagnostischer Natur und zielt auf die *kritische Selbstprüfung des journalistischen Systems* hinsichtlich der Frage, welche und wie Themen bearbeitet werden, wie Redaktionen besetzt sind usw. Angestrebte Verbesserungen in diesen Bereichen allein verletzen nicht zwingend traditionelle journalistische Normen. Hier von Aktivismus zu sprechen, zeugt aus Sicht der Befragten eher von Ausgrenzung bzw. von ausschließender Grenzarbeit durch Kolleg:innen, die sich selbst vor Delegitimierung schützen wollen: „(...) zu sagen, dass man für Gleichberechtigung ist, ist ja nur aktivistisch in einer Welt, die nicht gleichberechtigt ist.“ (J1) Innerhalb konventioneller Redaktionsstrukturen andersartige Prioritätensetzungen zu fordern, werde mitunter mit dem Vorwurf der Normverletzung zurückgewiesen. Im Raum steht dann, für politische Anliegen einzutreten und eine interventionistische Agenda zu verfolgen. Bewusst provokant kehrt J1 die Perspektive um:

Und ich denke, dass alle alten weißen Männer, die zum Beispiel bei der ZEIT arbeiten, auch für ein politisches Ziel schreiben. Und das könnte man genauso auch als Aktivismus bezeichnen. Aber es wird eben nur der, ein eher feministischer, linker Ansatz als Aktivismus bezeichnet. Und ich glaube, das sagt eher etwas über den Stand unserer Gesellschaft als über den Stand von Journalismus. (J1)

J1 äußert sich besonders pointiert. Die Befragten sind sich aber einig darin, dass Journalismus insgesamt gerechter und mit Blick auf die Analyse gesellschaftlicher Ungleichheit reflektierter arbeiten soll. In dieser Perspektive erscheint die Hybridisierung von Journalismus und Aktivismus eher als ein von außen an die Akteur:innen herangetragenes stigmatisierendes Etikett, das der Delegitimierung von strukturellem Wandel hin zu einem faireren Journalismus dient.

Der zweite Aussagestrang enthält weitergehende Vorschläge für eine Neuausrichtung journalistischen Handelns. Im Verhältnis zu interventionistischen Anliegen wird das Leitbild einer *transparenten Parteilichkeit* formuliert. Mit Blick auf die Sozialisationserfahrungen und veränderten Erwartungen vor allem junger Menschen in sozialen Medien, aber auch im Anschluss an neuere feministische Debatten wird zudem ein *Community-naher Journalismus mit hoher persönlicher Nahbarkeit* vorgeschlagen. Beide Argumentationslinien sind nicht zwingend miteinander ge-

koppelt. Vor allem im Bereich des digitalen, auf soziale Medien orientierten Journalismus besteht allerdings ein Nahverhältnis zwischen expliziter Positionierung und einem Community-orientierten Arbeiten.

5.3.1 Transparente Parteilichkeit – evidenzbasiert

Parteilich-anwaltschaftlicher Journalismus ist für die Befragten legitim, wenn er zwei Bedingungen erfüllt: Er muss auf einer fundierten, faktenbasierten Begründung aufbauen und sich transparent als gesellschaftlich positioniert zu erkennen geben.

J1, J3 und J4 bekennen sich nicht nur zu ihrem gesellschaftspolitischen Gestaltungswillen, sondern wollen diesen auch in ihr journalistisches Handeln integrieren. In den Interviews finden sich zwei Argumente der Legitimierung dieses Überschreitens eines konventionellen journalistischen Selbstverständnisses. Das erste ist oben bereits benannt und besteht in der strukturellen Ungleichheit mit Blick auf Geschlechterverhältnisse und andere Formen der Marginalisierung. Parteilichkeit ist in dieser Lesart legitim und notwendig, wenn diese Missstände einmal überwunden werden sollen. Wichtig ist den Frauen hierbei der Verweis auf objektive Tatsachen. Nur diese legitimieren ihnen zufolge Parteilichkeit. Sie folgen nicht subjektiven Befindlichkeiten oder privaten Anschauungen, sondern stützen sich auf evidenzbasierte strukturelle Missstände. Mit J3 gesprochen geht es nicht um „Oppression Olympics, wer leidet am meisten, wer hat am meisten irgendwie auf den Deckel bekommen – das nicht.“ Wichtig sei es, „das große Ganze im Blick zu behalten“.

Das zweite Argument der Legitimierung von Parteilichkeit ist grundsätzlicher angelegt. Die Auseinandersetzung und Verortung mit feministischen Positionen geht – wenn auch nicht explizit so benannt – mit einer *dekonstruktivistischen Perspektive* einher. Die Befragten gehen davon aus, dass jede Kommunikation notwendig perspektivgebunden ist. Es stellt sich dann nicht die Frage, *ob* Journalist:innen standortgebunden kommunizieren, sondern *wie* mit dieser (universalen) Tatsache umzugehen ist. Die Schlussfolgerung der Akteur:innen ist nicht, auf journalistische Normen und Standards zu verzichten. Vielmehr wird dafür plädiert, eigene Standorte und Parteilichkeit anzuerkennen und für die Rezipierenden explizit werden zu lassen. Der aktive Einsatz für mehr Gleichberechtigung wird so zu einem integralen Teil der journalistischen Haltung, die intersubjektiv nachvollziehbar ist und sich nicht hinter vermeintlicher Neutralität ‚versteckt‘. Wer Posts und Artikel der hier befragten Akteur:innen liest, weiß, dass diese mit Blick auf Geschlechtergerechtigkeit und soziale Ungleichheit eine Haltung haben. Neue professionelle Anforderungen, die sich aus der Dekonstruktion von Neutralität ergeben, sind der Anspruch auf *Transparenz* und sozio-kulturelle *Selbstreflexion*. J1 spricht sich dafür aus, dass Journalist:innen eigene Herkunft, Prägungen und Positionierungen nicht wie bislang möglichst ausklammern, sondern reflektiert in ihr Tun einfließen lassen – und auch öffentlich explizit machen. Es sei dann Aufgabe der Rezipierenden, diese Informationen für sich einzuordnen und zu bewerten:

Also ich glaube eben nicht, dass es so etwas wie Neutralität gibt, weil wir ja eben alle unseren Standpunkt haben, unsere Herkunftsgeschichte, Dinge, die wir erlebt haben, unser Geschlecht. All diese ganzen Sachen, die uns als Persönlichkeiten formen. Damit einher geht nicht immer unbedingt ein Ziel, das man hat, aber eine Perspektive. Und das ist so ein Grundsatz von meiner Arbeit, dass mir immer total wichtig ist, meine Perspektive klar zu machen. Weil Menschen dann auch klar ist, aus welcher Perspektive ich spreche, und dann finde ich, kann man sich ganz gut so abgleichen und kann so sagen: „Ah ja, okay, sie hat dieses Privileg und das nicht. Und ich habe das und deswegen kann ich das vielleicht auch so/ anders sehen.“ Also das mag ich ganz gerne und es wäre für mich auch langfristig etwas, was ich gerne mehr im Journalismus sehen würde. (J1)

Transparente Parteilichkeit lässt sich hier als neue journalistische Norm fassen. Als Grenzarbeit interpretiert dient sie der Legitimierung einer Handlungspraxis, die gemessen an konventionellen Normen des Journalismus außerhalb des Zulässigen stünde. Transparente Parteilichkeit legitimiert transformatorisches Agieren und platziert es innerhalb des journalistischen Feldes. Stellung beziehen und eine politische Haltung sind damit keine exklusiven Merkmale zivilgesellschaftlicher oder politischer Akteur:innen mehr, sondern Teil des journalistischen Selbstverständnisses.

5.3.2 Community-naher Journalismus und persönliche Nahbarkeit

Community-nahes Agieren und die direkte Interaktion mit dem Publikum stellen eine erfolgversprechende Strategie dar, um eine langfristige Bindung auf Basis geteilter Werthaltungen zu ermöglichen und damit auch die Finanzierung sicherzustellen.

Der „audience turn“ (Costera Meijer, 2020) verweist nicht zuletzt in Zeiten ökonomischer Herausforderungen auf eine neue Angewiesenheit des Journalismus auf sein Publikum. Die zunächst allgemein für (digitalen) Journalismus geltende Notwendigkeit, sich stärker an den Bedürfnissen und Orientierungen des Publikums auszurichten, erweist sich als passförmig für einen Journalismus, der eher Teil einer zivilgesellschaftlichen Community sein will, als dass er dieser nur beobachtend-berichtend gegenübersteht. J1 führt ihren Ansatz als „Community-nahen Journalismus“ ein, bei dem die Einbindung des Publikums sowie „emotionale Bindung“ und „Vertrauen“ von großer Bedeutung seien.

Ein erstes Charakteristikum der hier artikulierten Vorstellungen ist, die über die Plattformen vernetzten Nutzer:innen in die eigene Arbeit einzubinden. Die Communities sind Recherche-, Distributions- sowie Verhandlungs- und Bewertungsraum zugleich. Auffällig sind Beschreibungen, die das organische, fließende Ineingreifen von Social-Media-Kommunikation und Produktion journalistischen Contents betonen. J3 spricht von einem „komplette[n] Kreislauf aus Angel auswerfen und wieder einfangen.“ J1 ist es wichtig, die andernfalls vereinzelter Stimmen und Erfahrungen der Lesenden- bzw. Followerschaft in der journalistischen Textproduktion zu bündeln und hörbar zu machen. Solche Aussagen verweisen gleicher-

maßen auf veränderte Arbeits- und Produktionsbedingungen im digitalen Journalismus wie auf gemeinsames Handeln von Akteur:innen, die ein gesellschaftspolitisches Anliegen teilen. Die Aufgabe der Journalist:innen besteht darin, aktuelle Entwicklungen für und in der Community zu beobachten, einzuordnen, zu reflektieren und daraus abgeleitete, politische Forderungen zu kanalisieren. Generell sei im digitalen Raum ein Trend hin zu einem mehr „an den Reporter:innen ausgerichteten Journalismus“ (J1) zu beobachten. Engagierten Journalist:innen, die mit einer transparenten, gesellschaftskritischen Analyseperspektive auftreten, ist es möglich, Vertrauensbeziehungen auf der Basis geteilter Wertvorstellungen aufzubauen.

Community-naher Journalismus wird im Kern als gesellschaftspolitisches Projekt beschrieben. Flankierend werden jedoch auch *wirtschaftliche Erwägungen* sichtbar. Letztlich muss sich auch ein ins Aktivistische gewendeter Journalismus finanziell tragen. Personalisierte Vertrauensbeziehungen zwischen Publikum und journalistischen Personae werden im Ringen um Publikumsbindung als Ressource begriffen. J1 ist sich sicher, dass Leser:innen in Zukunft für diejenigen bezahlen werden, denen sie vertrauen, und deren Arbeit sie etwa auf Basis von Spenden und Crowdfunding unterstützen. Das sei, aus der Meta-Perspektive betrachtet und verallgemeinert, zwar „auch super gefährlich (...), weil wir dann alle nur noch so in unseren Bubbles sind. Ich glaube aber trotzdem, dass es so weitergehen wird.“

Ein weiterer Weg der Etablierung von Vertrauen und emotionaler Bindung besteht darin, als Mensch, Privatperson – und Frau – hinter der abstrakten, anonymen Figur der Journalist:in sichtbar und nahbar zu werden. Die hohe Affinität zu sozialen Medien von J1, J3 und J4 schlägt sich biografisch u. a. in Neben- und Begleitkarrieren als Blogger:innen und Podcaster:innen nieder. Die Akteur:innen bewegen sich von Beginn ihrer beruflichen Werdegänge an in Medienwelten, in denen das Zeigen und Verbinden privat-persönlicher Facetten, Interessen und politischer, gesellschaftlicher Anliegen Teil ihres kommunikativen Alltags ist. Die starke Verankerung in diesen Medienwelten strahlt aus auf ihr Verständnis davon, wie Journalismus heute agieren sollte – nicht nur im Sinne der gesellschaftspolitischen Anliegen, die sie verfolgen, sondern auch mit Blick auf innovative Geschäftsmodelle für das Post-Print(zeitungs)-Zeitalter.

5.4 Grenzarbeit im Spiegel der Medienpraxis

Auch für die Gruppe der Journalist:innen fragen wir danach, wie sich die diskursive Grenzarbeit in die Medienpraxis übersetzt. Die Ausgangslage ist allerdings eine andere: Wo die Aktivist:innen diskursiv traditionelle Grenzen zwischen den Tätigkeitsfeldern betonen, erscheinen die Grenzen zwischen Journalismus und Aktivismus in den Äußerungen der Journalist:innen variabler, die Beschreibung und Verteidigung von Hybridisierung ist verbreiteter. Wenn Hybridisierung – unter den genannten Bedingungen – als normativ erstrebenswert gilt, stellt sich die Frage nach dem Spannungsverhältnis von Anspruch und Wirklichkeit anders: Bei den Aktivist:innen zeigen sich Artikulations- und Arbeitsformen, die unterhalb oder jenseits der diskursiven Explikation Nähe zu journalistischen Praktiken aufweisen. Bei den Journalist:innen liegt die Spannung eher in realweltlichen Bedingungen

und Arbeitskontexten begründet, die der Durchsetzung der postulierten Idealbilder entgegenstehen.

5.4.1 Anker der Hybridisierung: Explizite Positionierung in sozialen Medien

In sozialen Medien agieren die Journalist:innen selbstbestimmter als in redaktionellen Kontexten. Frei von Redaktionsvorgaben und -erwartungen treten sie offen interventionistisch auf und zielen darauf ab, öffentliche Debatten aktiv zu beeinflussen und politischen Druck zu erzeugen.

Die Hybridisierung von Aktivismus und Journalismus zeigt sich am deutlichsten in der Social-Media-Kommunikation der vier Journalist:innen. Mit Rücksichtnahme auf die Schwierigkeiten, die zur Selbstzuschreibung ‚aktivistisch‘ geäußert wurden, sprechen wir von einer *expliziten Positionierung*. Alle Akteur:innen treten in ihren persönlichen Accounts deutlich erkennbar für gesellschaftliche Anliegen ein. Dazu zählen neben Twitter und Instagram als wichtigste Plattformen auch eigene Blogs, Podcasts und Homepages. Zur Illustration dient uns J2, weil sie eine Führungsposition im institutionalisierten Journalismus innehat und im Fallvergleich von ihr am ehestens ein Kommunikationsstil der journalistischen Zurückhaltung erwartbar wäre. Das ist in ihrer Beteiligung am Twitter-Hashtag #CoronaEltern explizit nicht der Fall. Im Untersuchungszeitraum vom 1.3.20 bis 30.6.21 setzt sie 525 Tweets unter diesem Hashtag ab, jeweils etwa zur Hälfte gänzlich eigene Posts (254) und Quotes (249). Hinzu kommen 19 Retweets. Damit zählt sie zu den Diskursakteur:innen, die die meisten Inhalte in diese Twitter-Debatte einbringen. Sie ist sich ihrer Kommunikationsmacht bewusst:

[D]adurch, dass ich natürlich den einen oder anderen Leser habe, Leute, die mich irgendwie im Fernsehen sehen oder die mir auf Twitter folgen, habe ich natürlich den Vorteil, dass ich so ein bisschen so eine Art Öffentlichkeit natürlich schon bedienen oder bespielen kann. (J2)

Thematisch geht es in den Tweets um die Stellung von Kindern in der Pandemiepolitik sowie deren öffentliche Wahrnehmung (zu Beginn etwa als „Virenschleudern“), grundsätzlich um die Bildung, Förderung und Entwicklung von Kindern sowie um Care-Arbeit und Kinderbetreuung. In ihren Posts fordert sie die Politik zum Handeln auf und beanstandet Tatenlosigkeit und Ignoranz. Im Kontext der Pandemiemaßnahmen (Schließung und Öffnung von Kitas und Schulen) fließen auch persönliche Erfahrungen und Empfindungen ein. Eindringlich beschreibt sie die Freude, als die Tochter wieder in die Kita darf und sich die Kinder zum Wiedersehen umarmen. Stilistisch bedienen sich die Posts eines breiten Spektrums an affektiven Färbungen. Sachlich gehaltene Informationen zu Studienergebnissen stehen neben empörten und sarkastischen Artikulationen, z. B. bzgl. empfundener Ungerechtigkeiten in der Öffnungspolitik. Empörung und Forderungen werden teils in Großbuchstaben artikuliert, Zustimmung über Ausdrücke wie „THIS!“.

Die Twitter-Kommunikation von J2 in #CoronaEltern steht exemplarisch für Beteiligungspraktiken und -modi, die sich von der Norm journalistischer Zurückhaltung und Neutralität abkehren. Das gilt ebenso für die anderen Fälle. Dieses

Ergebnis korrespondiert mit der Wahrnehmung einer weitgehenden Freiheit in der Gestaltung eigener Beiträge in sozialen Medien. Keine der Journalist:innen sieht sich durch redaktionelle Vorgaben oder Leitlinien der Arbeitgeber im Umgang mit den persönlichen Medien-Accounts eingeschränkt.. J1 spitzt sogar zu, dass derartige Vorschriften oder anderweitig an sie herangetragene Forderungen ein Grund wären, nicht bei einem journalistischen Medium zu arbeiten. Hinsichtlich der Explikation subjektiver Erfahrungen, Affekte sowie politischer und gesellschaftlicher Haltungen und Forderungen unterscheidet sich die Kommunikation der hier untersuchten Journalist:innen in den eigenverantworteten Medienkanälen nicht grundsätzlich von der Kommunikation der Aktivist:innen, die ihrerseits, wie berichtet, neben engagiert-interventionistischen ebenfalls sachlich-zurückhaltende Kommunikationsstile aufweisen.

Charakteristisch für die Diskursteilhabe ist zudem das Teilen und Kommentieren von Inhalten aus den thematischen Feldern, in denen sich die Journalist:innen gesellschaftspolitisch engagieren. Hier werden sie im besten Sinne als *Kurator:innen* tätig und praktizieren damit *gatewatching*, wie von Bruns (2017) beschrieben. Dabei vermischen sich journalistische und aktivistische Angebote unauflöslich.

5.4.2 Beyond Social Media: Weiteres Engagement als öffentliche Personen

Die Journalist:innen nutzen das soziale und kulturelle Kapital, das sie mit ihrer langjährigen Arbeit erworben haben, gezielt für ihre gesellschaftlichen Anliegen. Ihr Status als öffentlich bekannte Person wird vielfältig eingesetzt, um Interventionen und Forderungen öffentlichen Nachdruck zu verleihen.

Neben der eigenen Produktion journalistischer Inhalte und der Kommunikation in sozialen Medien sind die Akteur:innen mit weiteren Tätigkeiten als öffentliche Personen präsent. Insbesondere J1 und J4 sind regelmäßig Gäste in Talkshows und Diskussionsrunden verschiedener Medien unterschiedlicher Größe und Reichweite und selbst als Interviewpartner:innen gefragt. Mit ihrem langjährigen Engagement haben sie sich die Position erarbeitet, als Expert:innen zu ihren thematischen Anliegen wahrgenommen und angesprochen zu werden. Als Teil feministischer Netzwerke sind sie zudem an der Organisation von Veranstaltungen beteiligt oder nehmen an solchen teil. Im Kontext der Pandemie waren das etwa Lesungen und Spendenaktionen, die Frauenrechts- und Hilfsorganisationen zugutekamen. Das Engagement und der Status als Expertin und lautstarke Stimme für Gleichberechtigung bringt Möglichkeiten zur Gestaltung gesellschaftlicher Diskurse, die wiederum auf den institutionalisierten Journalismus zurückwirken. Gemeinsam mit anderen hat J4 in den ersten Monaten der Pandemie auf die Gefahr einer Re-Traditionalisierung der Geschlechterverhältnisse aufmerksam gemacht. Die öffentliche Diskursintervention dürfte mitverantwortlich dafür gewesen sein, dass sie von einer großen, überregionalen Tageszeitung (nicht jene, für die sie arbeitet) das Angebot erhielt, drei Seiten zu diesem Thema frei zu gestalten. Sie nutzte die Gelegenheit, um Positionen und Stimmen bekannter Frauen und Feministinnen abzubilden.

5.4.3 Eine Frage des Arbeitsumfelds: Transformation in redaktioneller Text- und Medienproduktion

In welchem Maße der interventionistische Anspruch von Journalist:innen in der redaktionellen Praxis umgesetzt wird, hängt fundamental vom jeweiligen Arbeitsumfeld ab. Zwischen Beharrungskräften und Wandlungsfähigkeit klaffen große Distanzen. Hier zeigt sich die schärfste Diskrepanz zwischen Soll und Ist, zwischen *role orientation* und *role performance*.

In der autonom verantworteten Kommunikation in sozialen Medien sowie dem weiterführenden ‚(semi-)privaten‘ Engagement als öffentliche Personen realisiert sich in allen Fällen der Anspruch, gesellschaftspolitische Diskurse aktiv mitzugestalten und Einfluss zu nehmen. Mehr Unterschiede offenbaren sich mit Blick auf die gewünschte und/oder überhaupt mögliche Transformation journalistischer Text- und Medienproduktion im engeren Sinn. Im Vergleich der Fälle wird hier das Anpassen und Verhandeln der Gegebenheiten sowie das Zusammenspiel aus individuellen Orientierungen und institutionellen Möglichkeitsräumen und Begrenzungen deutlich.

Als Chefredakteurin eines feministischen Online-Magazins bewegt sich J1 in einem Arbeitsumfeld, das ihr großen Gestaltungsspielraum gewährt und das sie selbst maßgeblich prägen kann. Sie hat die Ressourcen, um die formulierte Grenzarbeit auch praktisch umzusetzen. Haltung und transparente Parteilichkeit sind Programm des Portals, das neben feministischen Perspektiven auf Politik und Gesellschaft auch Beiträge publiziert, die eher im Lifestyle-Segment zu verorten sind. Die Umsetzung eines Community-nahen Journalismus demonstriert dabei schon die Entstehung des Hashtags #CoronaEltern. J1 war es, die mit ihrer kritischen Berichterstattung öffentliche Aufmerksamkeit darauf lenkte, dass Eltern, insbesondere Mütter, im Covid-Lockdown mit Schließung von Schulen und Kitas systematisch überlastet wurden. Der Hashtag #CoronaEltern erzeugte hier im Anschluss öffentliche Aufmerksamkeit.

Die drei anderen hier untersuchten Akteur:innen bewegen sich beruflich nicht in per se feministisch orientierten Medien. Wo J1 für die Verwirklichung einer weitgehenden Hybridisierung von feministischem Aktivismus und Journalismus steht, einschließlich der Entstehung und kommunikativen Einbindung journalistischer Texte in gemeinschaftliches, gesellschaftspolitisches Handeln, verweisen die weiteren Fälle auf komplexere Arrangements.

Die Handlungspraxis von J2 zeigt die größten Kontraste. Sie steht stellvertretend für Journalist:innen, die die Freiheiten sozialer Medien für persönliche Positionierung und gesellschaftspolitische Intervention nutzen, in ihren journalistischen Kerntätigkeiten aber weitgehend traditionellen Orientierungen folgen. Bei J2 manifestiert sich das sowohl in thematischen als auch medienräumlichen Trennungen. Zwischen dem Thema ihres gesellschaftspolitischen Engagements für bessere Bildungschancen aller Kinder und ihrer Ressortverantwortung bei einer großen deutschen Tageszeitung bestehen nur indirekt Bezüge. Im Gespräch äußert sie sich positiv zur Unterstützung und Rücksichtnahme auf die Mitarbeitenden durch den Arbeitgeber während der Pandemie, redaktionsintern setzt sie sich für die Belange

arbeitender Mütter und Eltern ein. Auf der Ebene der journalistischen Medien- und Textproduktion ist ihr Engagement jedoch kaum sichtbar. Eine Ausnahme sind zwei während der Pandemie online erschienene, als „Meinungsartikel“ deklarierte Texte, in denen sie auf die Situation von Kindern und Familien aufmerksam macht und hierbei der Politik Untätigkeit vorwirft. Die medienräumliche Trennung manifestiert sich u. a. in der Kennzeichnung ihres Twitter-Profiles als privat-persönlich motiviert. Im Sample ist sie die Einzige, die mit dem Zusatz „views are mine“ eine klare Distanzierung zu ihrer korporativ-beruflichen Rolle erkennen lässt.

Wiederum anders ist die Situation im Fall von J3. Sie artikuliert diskursiv ähnlich stark expansive Grenzarbeit wie J1, in der Social-Media-Kommunikation ist sie als klar feministisch orientiert zu erkennen. Ihr tägliches Arbeitsumfeld ist jedoch das Audience Development eines großen deutschen Nachrichtenportals, das neben tagesaktuellen Meldungen vor allem Unterhaltung und boulevardesk Vermischtes bietet. Das Online-Portal adressiert ein unspezifisches, allgemeines Publikum. Die durchschnittlichen Nutzer:innen beschreibt J3 als älter und männlich. Primär mit Erfolgsmonitoring und Fragen der Publikumsentwicklung beschäftigt, wird ihr feministisches Engagement in eigenen Beiträgen nur punktuell sichtbar. Im spezifischen Wirkraum des Nachrichtenportals möchte sie mit ihren Texten niedrigschwellig sensibilisieren. Über Gender-Themen schreibt sie im Bewusstsein, dass ihre Artikel von Menschen gelesen werden, die sich damit vermutlich wenig beschäftigen. Ein Beispiel hierfür ist ein Text, den sie anlässlich der Outing-Kampagne deutscher Stars im Februar 2021 verfasst hat. Der Text äußert sich klar positiv und wohlwollend zur Kampagne und erläutert anschließend Begriffe wie „trans“ und „queer“ allgemeinverständlich für ein breites Publikum. J3 sieht es als ihre Aufgabe, in diesem Bereich mehr Aufklärung zu leisten: „(...) weil man kann nicht von ‚Betroffenen‘ in Anführungsstrichen erwarten, dass sie jeden Tag Bildungsarbeit leisten, über ihre eigene Existenz.“ Der von J3 hier praktizierte Erklärjournalismus ist einerseits Ausdruck ihrer feministisch-intersektionalen Haltung. Andererseits ist ihr um Übersetzung von Komplexität in breite Verständlichkeit bemühter Ansatz eine der wenigen Möglichkeiten, in ihrem Arbeitsumfeld emanzipativ orientierte journalistische Beiträge einzubinden. Hinsichtlich des Anspruchs, die Community in ihr journalistisches Arbeiten einzubinden, ist die Passung hingegen größer. Es sind oft Tweets und Posts Dritter, die sie als Startpunkt nutzt, um ein Thema zu entwickeln, weiter zu recherchieren, Wissen zu vertiefen.

J4 schließlich arbeitet als freie Kolumnistin für eine überregionale deutsche Tageszeitung. Als solche verfügt sie über Artikulationsspielraum, den sie für politische und gesellschaftliche Intervention nutzt. Mit ihrem Profil ist sie innerhalb des institutionalisierten Journalismus klar im Bereich des Meinungsjournalismus platziert. Kolumnen, aber auch Formate wie ein Interview-Podcast im öffentlich-rechtlichen Hörfunk, bilden innerhalb des institutionalisierten Journalismus die Räume, in denen transparente Parteilichkeit am ehesten gelebt werden kann. Selbst im erweiterten Handlungsrahmen der Kolumne erlebt sie allerdings stilistische Begrenzungen:

Ich würde sagen, dass ich auf Twitter gerne so kommentiere wie ich im angelsächsischen Raum, wenn ich eine Kolumne hätte, kolumnieren würde,

dass man eben doch halt auch frecher ist zu Männern, dass man mehr provoziert, dass man Dinge ironischer darstellt. (J4)

Twitter und soziale Medien kompensieren für J4 ein in Deutschland fehlendes Segment im Printjournalismus. Sie wünscht sich mehr Raum für das „Spiel mit Sprache, mit Intellektualität“. Als Vorbild nennt sie die Kolumnen von Maureen Brigid Dowd in der New York Times.

5.4.4 Eine neue Debatte: Grenzen persönlicher Nah- und Sichtbarkeit

Im Community-nahen Journalismus ist ‚das Persönliche/Private‘ und ‚das Öffentliche‘ nicht trennscharf geschieden – im Gegenteil: Die Sichtbarkeit als Person wird zu einer Währung für Glaubwürdigkeit. Das jedoch erzeugt ethische Herausforderungen und wirft Fragen nach dem Schutz der Autor:innen vor (verbalen) Angriffen im digitalen Raum auf.

Differenzen zeigen sich auch mit Blick auf die Vision eines Community-nahen Journalismus, der von persönlicher Nahbarkeit lebt. Im Zeigen persönlicher Facetten und Problemlagen kreuzen sich zwei Bündel von Medienpraktiken. Zum einen reproduzieren die befragten Akteur:innen die über soziale Medien normalisierte teilöffentliche Privatkommunikation, die als common practice alle Bevölkerungssegmente gleichermaßen durchzieht (z. B. die Kommunikation über Freude, Leid, Banalität und Höhepunkte des Alltagslebens). J1 und J3 geben vor allem über ihre Instagram-Accounts vielfältige Einblicke, von Kochen und Essen bis Büchertipps. Zum anderen schreibt sich in die feministisch grundierte Kommunikation über Privates und Persönliches ein politisches Momentum ein. Explizit wird dies in den Dokumenten überall dort, wo über Eltern- und Mutterschaft, Kindererziehung/-krankheiten, Zeitknappheit, Zerrissenheit zwischen Beruf und Care-Arbeit oder Erschöpfungsgefühle berichtet wird. Hier steht die Kommunikation eindeutig in der feministischen Tradition der Politisierung des vermeintlich Privaten, dessen strukturelle Bedingungen so sichtbar gemacht werden. J1 postet und schreibt beispielsweise intensiv über Mutterschaft und wurde schon vor der Pandemie von Müttern adressiert. Während der Pandemie hat sich dies noch verstärkt: „Und dann bin ich natürlich irgendwie so was wie so eine öffentliche Ansprechpartnerin für Mütter. Das heißt, bei mir haben sich auch ganz viele gemeldet, die einfach sehr verzweifelt und erschöpft waren.“ (J1) In der intentionalen Überschreitung der Grenzen des privaten Raums wird sichtbar, dass Frauen mit ihren ‚privaten‘ Problemen nicht allein sind. Die eigenen Follower-Netzwerke haben multiple Funktionen, sind u. a. „persönliche Öffentlichkeiten“ (Schmidt, 2014), die hier für kollektive Solidarisierung und die Externalisierung von Betroffenheit genutzt werden. Die Akteur:innen agieren mal mehr als Journalist:innen, mal mehr als Aktivist:innen, zwischendrin auch einfach ‚nur‘ als empathische Menschen, die für andere da sind.

Bei den hier untersuchten Akteur:innen geht es darüber hinaus auch um die Pluralisierung von Vorstellungen, wie das Leben erfolgreicher Journalist:innen auszusehen hat. Es werde, so die Wahrnehmung von J3, immer noch „als erstrebenswert angesehen, seine eigene Freizeit, sein eigenes Leben hinten anzustellen für

den Journalismus.“ Das Sichtbarmachen des Lebenszusammenhangs als Ganzem soll dazu führen, dass das „tröpfchenweise auch in den Redaktionsleitungen (...), bei Chefredakteuren, bei Geschäftsführern“ ankommt – und diese lernen, dass journalistische Leistung und anderweitige Pflichten und Interessen sich nicht ausschließen.

In der Praxis ist das Sichtbarmachen privater Facetten dennoch ein Balanceakt, in dem verschiedene Interessen zu gewichten sind. Für die Akteur:innen stellt sich die Frage, wieviel sie an privaten und persönlichen Einblicken zulassen und wo sie Grenzen ziehen wollen. Für Frauen, die sich für feministische Themen einsetzen, schwingt hier auch die Sorge mit, im Netz für die eigenen Positionen bedroht und angegriffen zu werden. J1 betont, dass trotz aller Privatheit in der Kommunikation, sie sich als Privatperson schütze und verberge. Es ist eine professionelle Privatheit, die sie präsentiert. Diese sei nicht künstlich arrangiert, aber doch bewusst Teil der öffentlichen Persona.

Außerdem zeigen sich innerhalb des Feminismus differierende Auffassungen dazu, inwieweit das Teilen persönlicher Erfahrungen und Betroffenheiten überhaupt (noch) emanzipatorischen Charakter hat. J4 steht der ‚Flut‘ an Selbstoffenbarungen, in denen Frauen sich als verletztlich und belastet präsentieren, kritisch gegenüber. Sie sieht die Gefahr, dass sich Frauen dadurch „in die nächste Selbstoptimierungswelle werfen“, sie sich in den sozialen Medien eine Art Selbstüberbietungswettbewerb liefern, der letztlich doch darauf hinauslaufe zu zeigen, dass frau trotz Zerrissenheit und Erschöpfung imstande sei, alle Anforderungen zu bewältigen. Mithin nimmt sie bei feministischen Akteur:innen wahr, „dass man sich fast verpflichtet fühlt, das Private öffentlich zu machen“. Männer müssten so nicht agieren, sie verstehe nicht, „(...) warum ich, weil ich eine Frau bin, mehr von mir hergeben muss als Männer.“

6. Diskussion

Ziel der dargelegten Analyse ist es, den Grenzbereich von Aktivismus und Journalismus näher auszuleuchten. Am Beispiel von Akteur:innen, die sich aktivistisch sowie journalistisch mit Fragen von Geschlechtergerechtigkeit befassen. Hierfür haben wir Selbstverortungen, diskursive Grenzarbeiten sowie Legitimationen des eigenen Handelns herausgearbeitet, und diese normativen Orientierungen in Bezug zur faktischen Medienkommunikation und ihrer alltagsweltlichen und professionellen Bedingungen gesetzt. Abschließend abstrahieren wir von der Fallstudie und diskutieren die Ergebnisse hinsichtlich ihres Ertrags für eine relationale und praxeologische Erforschung von *boundary work* sowie den Wandel von Journalismus. In drei Schritten bündeln wir hierfür erstens die Erkenntnisse zur diskursiven Grenzarbeit; erläutern zweitens Implikationen, die sich aus der Orientierung auf transparente, evidenzbasierte Parteilichkeit ergeben, insbesondere für digitalen Journalismus. Drittens plädieren wir in methodischer Hinsicht für eine verstärkte Verschränkung von Grenzarbeits- und Medienpraxis-Analyse.

6.1 Diskursive Grenzarbeit: Komplementarität und Hybridisierung

Auf der Ebene diskursiver Grenzarbeit formulieren die untersuchten Aktivist:innen und Journalist:innen partiell abweichende Idealbilder des Verhältnisses ihrer jeweiligen Tätigkeitsbereiche. Mit den theoretisch eingeführten Modi lassen sich die geäußerten Vorstellungen einordnen (siehe Kap. 2.2.1): als *expansive Grenzarbeit*, welche die Legitimität von neuen Akteur:innen, Praktiken oder Werten als Teil des eigenen Tätigkeitsbereichs anerkennt; als *ausschließende Grenzarbeit*, die etablierte Grenzen wahrt und abweichende Akteur:innen, Praktiken und Werte sanktioniert und verdrängt, sowie als *Schutz der Autonomie*, d. h. als Deutungshoheit darüber, wer oder was zum eigenen Tätigkeitsfeld gehört.

Die *Aktivist:innen* zeichnen das Verhältnis als *komplementäre Beziehung* zweier klar getrennter Tätigkeitsfelder, die füreinander jeweils die „andere Seite des Schreibtischs“ bilden (siehe Kap. 4.3). Zwar kritisieren sie die Mängel der Berichterstattung der traditionellen Medien und erinnern Journalismus an seine eigenen Standards und Normen. In diesem Sinne agieren sie als Korrektive. Die Autorität von Journalismus als eigenständigem Tätigkeitsbereich stellen sie aber nicht in Frage. Vielmehr argumentieren sie mit Idealbildern journalistischen Handelns. Dazu gehört die Verpflichtung auf Neutralität und Ausgewogenheit. Mit ihren Argumentationen bestätigen sie die Tradition bewahrender Grenzarbeit im Nachrichtenjournalismus (siehe Kap. 2.2.1 und 2.3.1).

Für sich selbst reklamieren sie qua Rollenzuschreibung als Aktivist:innen die Transparenz von interessenbezogen positionierter Kommunikation sowie damit legitimierte Gestaltungs- und Artikulationsfreiräume. Ihre professionalisierte Medienarbeit verweist auf eigenständige Praktiken und Kompetenzen, nicht zuletzt im Umgang mit Journalismus. Insgesamt sind ihre Darlegungen Ausdruck einer ausschließenden Grenzarbeit sowie des Autonomieschutzes – bezogen sowohl auf den fremden Arbeitsbereich der Journalist:innen als auch auf die eigene aktivistische Medienarbeit, auch wenn sich in der konkreten Praxis durchaus Unschärfen und Entgrenzungen finden. Gestützt werden somit traditionelle Vorstellungen der Arbeitsteilung zwischen Journalismus und Aktivismus in der Genese von Öffentlichkeit.

Im Vorfeld der Analyse vermuteten wir, dass die Aktivist:innen weitergehende Grenzverschiebungen formulieren würden, nicht zuletzt angesichts der verbreiteten Kritik an journalistischen Medien hinsichtlich der Reproduktion von hierarchischen Geschlechterverhältnissen. Weshalb fordern sie keinen aktivistische(re)n Journalismus? Wäre ein solcher nicht hilfreich für die Kommunikation ihrer Belange? Drei Interpretationen helfen, die Ergebnisse einzuordnen:

Aus der Perspektive des *boundary work* Ansatzes ist festzuhalten, dass Aktivist:innen genauso Grenzarbeit betreiben und Autonomie für ihre Tätigkeit beanspruchen wie Journalist:innen. Die eigene professionelle Gruppe wird als relevante wie eigenständige Sprechposition in der Formierung öffentlicher Diskurse betrachtet. Die Vorstellung einer diffusen Vermengung der Arbeitsbereiche, an deren Ende nicht mehr genau sagbar ist, welcher Gruppe für welche Expertise und praktisches Wissen Anerkennung gebührt, kann als drohende Entwertung der eigenen Legitimation wahrgenommen werden. Kontraintuitiv zu dem auf Transformation gerichteten

Handeln treten die Aktivist:innen in Relation zum Journalismus daher als Bewahrer:innen des normativ etablierten Gefüges im System Öffentlichkeit auf.

Zweitens ist zu betonen, dass die normative Vorstellung klar getrennter Arbeitsbereiche für Aktivismus eine *diskursvalidierende Funktion* haben kann (vgl. zu diesem Interpretationsansatz Domingo & LeCam, 2015, S. 150). Die Zitation der eigenen Position in journalistischer Berichterstattung signalisiert Relevanz und stellt (im Bestfall) die eigenen Problemdefinitionen oder Lösungsvorschläge als legitim heraus. Aus der Perspektive der Aktivist:innen nimmt Journalismus eine Mittlerfunktion wahr. Praxeologisch ist es für Aktivismus durchaus sinnvoll, traditionelle Vorstellungen einer Rollenverteilung zwischen den Gruppen aufrechtzuerhalten. Dabei ist es nachrangig, ob Journalismus von Aktivist:innen tatsächlich als ‚neutral‘ wahrgenommen wird – die Ausführungen zur Kritik an der Berichterstattung verweisen erkennbar auf Zweifel.

Aus *methodischer Perspektive* ist drittens festzuhalten, dass unser Sampling kommunikativ erfolgreiche Akteur:innen in den untersuchten Debatten auf Twitter privilegiert und wir explizit nach Fällen gesucht haben, die Verbindungen zum Journalismus aufweisen. Unser Vorgehen bevorzugt damit tendenziell die Auswahl solcher Aktivist:innen, denen an gesamtgesellschaftlichem Anschluss und (massen-) medialer Resonanz gelegen ist. Es ist nur folgerichtig, dass sich diese Akteur:innen auf mediale und journalistische Logiken der Aufmerksamkeit einstellen und damit etablierte Kooperationsvorstellungen („protest paradigm“) reproduzieren (siehe Kap. 2.3.1). Daneben existieren andere Formen von Aktivismus, z. B. aktivistische Gruppen, die primär nach innen arbeiten und Öffentlichkeit vornehmlich für die eigene Community herstellen (siehe Kap. 2.4). Solche Aktivismen sind von der Kopplung zum institutionalisierten Journalismus gewissermaßen befreit, weil sie auf die Stärkung alternativer Öffentlichkeiten setzen, deren Spielregeln sie selbst bestimmen (z. B. Indymedia; radikalfeministische Medien).

Weiterreichende Transformations-Vorstellungen finden wir demgegenüber in unserem Sample verstärkt bei den untersuchten *Journalist:innen*. Mit den Aktivist:innen teilen sie die Kritik am institutionalisierten Journalismus. Ebenso wie diese fungieren die Journalist:innen als Korrektive und benennen Idealbilder von Journalismus, die – hypothetisch erfüllt – ihr Engagement entbehrlich machen würden. Bei dieser Diagnose bleiben sie aber nicht stehen; sie invertieren stattdessen die Logik: *Weil* die dominierenden Medien in ihrer Berichterstattung blinde Stellen aufweisen und Exklusion reproduzieren, ist ein engagierter Journalismus, bei dem Journalist:innen explizit Position beziehen, ein notwendiges Korrektiv. So zeigen die Journalist:innen Offenheit für *hybride Rollenverständnisse*. Sie setzen sich für einen Journalismus ein, dessen Grenzen zum Aktivismus – gemessen an den dominanten, aus dem politischen Nachrichtenjournalismus abgeleiteten Normen – porös, gezielt geöffnet sind (siehe Kap. 2.3.2 und Kap. 5.3).

Dieses Ergebnis ist ebenfalls im Lichte unserer Auswahlkriterien zu lesen: Wir haben gezielt nach Akteur:innen gesucht, die im Journalismus beheimatet sind und deren Twitter- und Social-Media-Praxis zugleich als feministisch und aktivistisch positioniert erkennbar ist. Es handelt sich also um Innovator:innen, die – ähnlich den „Pionierjournalist:innen“ (Hepp & Loosen, 2021) – ausgelöst durch gesellschaftlichen Wandel Veränderungen im Journalismus etablieren. In der zugehörigen

Grenzarbeit wiederholt sich zunächst das Abgrenzungsmuster, das von den Aktivist:innen in umgekehrter Richtung formuliert wird: aus Respekt vor der professionellen Arbeit und dem hohen persönlichen Einsatz von Aktivist:innen scheuen sich die Journalist:innen, ihr eigenes Engagement auf die gleiche Stufe zu heben. Mit Blick auf den eigenen Tätigkeitsbereich, Journalismus, dominiert jedoch der Modus expansiver Grenzarbeit: Die Journalist:innen sind gesellschaftspolitisch klar positioniert und begreifen Feminismus als Haltung, die alle Lebensbereiche durchzieht. Indem sie diese Positionierungen zu einem zentralen Bestandteil ihres journalistischen Selbstverständnisses erklären, erweitern sie nach konventionellen Maßstäben dessen Grenzen. Hierbei ist allerdings zwischen Zielen und Mitteln zu unterscheiden. Denn übergeordnet weisen die Journalist:innen auf universale, demokratische Werte als ideelle Basis jeden Journalismus hin (siehe Kap. 5.3). Der Anspruch auf Korrektur exkludierender Selektions-, Recherche- und Darstellungspraktiken im Journalismus selbst lässt sich in der Zielperspektive durchaus als eine Variante normbewahrender Grenzarbeit interpretieren – dieses Ziel wird aber mit Mitteln durch- und umgesetzt, die traditionelle journalistische Orientierungen herausfordern. Diese Mittel erfahren wiederum selbst eine Legitimierung, die folgend diskutiert wird.

6.2 Neues Leitbild: Transparente und evidenzbasierte Parteilichkeit

Zwei Aspekte erscheinen in den Begründungen der Journalist:innen zu ihrer hybriden Rolle an der Schnittstelle zum Aktivismus zentral: Zum einen betonen sie die Perspektivgebundenheit *jeglicher* journalistischen Artikulation und dekonstruieren damit die traditionelle Norm der Neutralität als prinzipiell unerreichbar (ähnlich wie die von Keinert et al., 2019, S. 179–180, befragten News-Entrepreneurs). Journalistische Themenselektion und -bearbeitung reproduziere Normalitätskonstruktionen und blende damit Macht- und Herrschaftsverhältnisse aus (dazu auch Wallace, 2019). Zum anderen verweisen die Befragten auf Gerechtigkeit und Gleichberechtigung als die ethischen Werte, die interventionistisch-aktivistisches Handeln legitimieren und ihre Motivation begründen (ebenso Ginosar & Reich, 2022, S. 670–671). Damit gehen Implikationen einher, deren Relevanz wir über den Zuschnitt unserer Studie hinaus für Journalismus allgemein zur Diskussion stellen:

Die Ergebnisse lassen sich als allgemeine *Forderung nach mehr Transparenz* lesen – auch für nicht-aktivistischen Journalismus. Journalist:innen sollten sich, ihre Auffassung und die Hintergründe für Bewertungen verstärkt erklären, sich nicht hinter abstrakten und als mithin realitätsfern wahrgenommenen Berufsrollennormen verstecken. In diesem Sinne können die Einschätzungen der Befragten im Rahmen von Transparenzimperativen eingeordnet werden: Die Unterstellung weit geteilter Normen und Werte als konsensuelle Basis großer Bevölkerungsgruppen ist durch Fragmentierung, Pluralisierung und Dissonanz (Pfetsch et al., 2018) brüchig geworden. Damit einher geht ein gestiegener Begründungs- und Rechtfertigungsdruck – der mit dem Weinberger (2009) zugeschriebenen Diktum „transparency is the new objectivity“ überschrieben werden kann. Für die hier fokussierte Hybridisierung von Journalismus und Aktivismus ist Transparenz unabdingbare Voraussetzung. Das Transparenz-Gebot tritt gewissermaßen in die Lücke, die durch die eingeschränk-

te Geltung von Neutralität entsteht. Hier lässt sich von einer partiellen Übernahme der aktivistischen Legitimationsstrategie sprechen. Öffentlich Sprechende müssen transparent machen, von welcher Position aus sie das Geschehen deuten. Der gestiegene Rechtfertigungsdruck ist generalisierbar (Singer, 2015, S. 21–22): Journalismus ist unter den aktuellen Bedingungen verstärkt verpflichtet und herausgefordert, seine Selektions- und Arbeitsprozesse zu begründen und nachvollziehbar zu machen. Öffentliche Formen der Kritik an journalistischen Leistungen fordern dies unübersehbar ein (Lilienthal & Neverla, 2017).

Für die *spezifische Legitimierung hybriden Handelns* zwischen Journalismus und Aktivismus ist Transparenz entscheidend. Sicht- und Erkennbarkeit der Position ist aber nur eine Voraussetzung für Legitimität. Eine weitere Voraussetzung ist, dass die eigene *Parteilichkeit angemessen begründet* ist. Das bedeutet im Umkehrschluss: Nicht jede Haltung, Standpunkt oder Thema legitimieren dazu, journalistisches und aktivistisches Handeln zu verquicken. Das gesellschaftliche Problem, das mit transparenter Parteilichkeit und mit aktivistisch erweiterten Artikulationsressourcen bearbeitet wird, muss strukturell bestehen. Die hier untersuchten Akteur:innen machen normative Werte der Gerechtigkeit, Gleichheit und der Teilhabe aller gesellschaftlichen Gruppen zur ideellen Grundlage ihres Handelns. Sie engagieren sich dabei gezielt in solchen Feldern, in denen gesellschaftliche Ungleichheit evidenzbasiert durch Fakten und Daten belegt sind. Hieran erweist sich aus ihrer Perspektive letztlich, was legitimes bzw. illegitimes gesellschaftspolitisch positioniertes journalistisches Arbeiten ist. Strukturelle Ungleichheit und Entwicklungschancen zwischen den Geschlechtern sowie Gewalt gegen Frauen sind als reale und manifeste Strukturen nachgewiesen (siehe Kap. 2.4).

Da es gesellschaftlich allerdings keine unstrittigen Standpunkte gibt, bleibt die Feststellung objektiver Ungleichheit notwendig selbst ein diskursiver und unabgeschlossener Prozess, der immer wieder neu der Prüfung und ggf. bereichsspezifischen Korrektur bedarf. So wie der Mythos von neutraler Berichterstattung („The View from Nowhere“) in der Geschichte der Journalismusforschung vielfach dekonstruiert wurde (siehe Kap. 1 und Kap. 2.3.2), ist auch die normative Grundlage eines parteilichen, sich auf Evidenz stützenden Journalismus Gegenstand von Auseinandersetzungen. Nicht immer ist die Sachlage eindeutig und unstrittig. Wenn gesellschaftliche Positionierung dazu führen würde, dass Fakten und Belege nurmehr selektiv zur Kenntnis genommen werden, um „eine vorgefasste Meinung zu untermauern“ (Lilienthal, 2017, S. 666), – dann bliebe noch Transparenz als Legitimationsanker; Eigenständigkeit im Sinne von Expertise und journalistischer Professionalität ginge indes verloren. Zugleich muss sich ein kritischer (hier: feministischer) Journalismus von Wissensbeständen abgrenzen dürfen, die konträr zu seinen Prämissen erzeugt werden – ohne Sensibilität etwa für das latente Inkorporieren und Tradieren von Rollenbildern sowie in- und exkludierender Denk-, Handlungs- und Erlebnismuster. Ambivalente und heterogene Wissenskonstellationen müssen jedoch kein Manko sein. Sie können zur Stärke gemacht werden, insofern das Publikum in Prozesse der Verortung und Abwägung transparent eingebunden ist. In letzter Instanz sind es die Rezipient:innen, die über „news-ness“ (Edgerly & Vraga, 2020) entscheiden und journalistische Legitimität zu- oder absprechen. Als eine spezifische Form von Journalismus bedient ein explizit gesellschaftlich positi-

onierter Journalismus nicht die Erwartungen eines allgemeinen Medienpublikums (siehe Kap. 2.2.2). Ob ihn ein zivilgesellschaftlich engagiertes Segment von Nutzer:innen als Innovation goutiert oder dazu tendiert, traditionelle Grenzziehungen zu wahren, bleibt zu erforschen. Auch die neue Norm einer transparenten Parteilichkeit wird Gegenstand der Grenzarbeit verschiedener Gruppen und Interessen sein: Fortlaufende Debatten dazu, wo strukturelle Benachteiligung und Betroffenheit (nicht) gegeben ist, sind für aktivistischen Journalismus Teil des reflexiven Meta-Diskurses (meta-journalistic discourse), in dem seine Legitimität verhandelt wird.

6.3 Community-Orientierung: Journalist:innen als öffentlich sichtbare, nahbare Figuren

Journalismus, der den Normen einer transparenten, evidenzbasierten Parteilichkeit folgt, muss nicht mit einer erhöhten Sichtbarkeit von Journalist:innen als Privatpersonen einhergehen. Eigene gesellschaftspolitische Perspektiven können auch bloß argumentativ plausibilisiert werden. In jedem Fall aber verweisen unsere Ergebnisse auf eine *neue Qualität an öffentlicher Sichtbarkeit von Journalist:innen* hinter ihren Texten bzw. Medienprodukten. Sie werden für ihr Publikum als Personen mit individuellen Prägungen, Herkunft und politischen, kulturellen Haltungen erkenn- und verstehbar. Es ist zu vermuten, dass das Bedürfnis von Journalist:innen, als politisch denkende und positionierte Menschen öffentlich aktiv sein zu können, mit den jüngeren Generationen zunimmt, auch über den hier untersuchten Kreis dezidiert aktivistisch orientierter Grenzgänger:innen hinaus. Jüngere Journalist:innen heute sind selbstverständlich mit sozialen Medien und den mit diesen gegebenen Artikulations- und Beteiligungsmöglichkeiten aufgewachsen. Die Biografien der hier untersuchten Akteur:innen weisen zudem auf dynamisch-wechselvolle Beschäftigungsverhältnisse und fluide Übergänge zwischen Blogosphäre und Tätigkeiten im Digitaljournalismus hin. Wer bereits eine Karriere in sozialen Medien hinter sich hat, gewissermaßen also ein persönliches *branding*, wird gewohnte Praktiken des Mitdiskutierens nicht zwangsläufig aufgeben, nur weil sie oder er nun das journalistische Feld betritt.

Umgekehrt stellt sich auch die Frage, ob ein solcher Bruch von den Digitalredaktionen überhaupt erwünscht wäre. Offensichtlich ist die sichtbare Verankerung der Akteur:innen in ihren Communities durchaus ein Grund für ihre Anstellung. *Community building* ist in digitalen Kommunikationsumgebungen zunehmend Arbeitsauftrag. Journalismus steht nicht mehr nur einem anonymen Publikum gegenüber, vielmehr ist er im Austausch mit konkreten Personen(kreisen), die zu antizipierten Nutzer:innen des Angebots werden. Diese allgemeine Tendenz zeigen unsere Daten zu aktivistisch orientiertem Journalismus in besonderer Weise. Community-naher Journalismus mit persönlicher Nahbarkeit lässt sich als ein möglicher und geeigneter Rahmen für die Verschränkung von Aktivismus und Journalismus deuten (siehe Kap. 5.3). Vereint im Streben nach gesellschaftlichem Wandel, manifestiert sich in der vernetzten Gemeinschaft das Versprechen nach diskursiver Teilhabe, Solidarität und ‚joint action‘. Mit dem Wissen um Parteilichkeit werden

Bindung und Vertrauen zu den Autor:innen wichtiger. Die Lesenden müssen sich darauf verlassen können, dass die Journalist:innen in ihrem aktivistischen Themenbereich selbst Expert:innen sind und über eine angemessene Wissenstiefe verfügen, die zu Abweichungen von traditionellen Normen (erst) berechtigt.

6.4 Diskurs und Praxis: *Boundary work* zwischen *role orientation* und *role performance*

Eine Besonderheit unserer qualitativ-ethnografischen Einzelfallstudien ist, dass wir nicht nur die diskursive Grenzarbeit der Akteur:innen dokumentieren – was sie schätzen, was sie verändert sehen wollen, wie sie es rechtfertigen; – sondern die formulierten Ansprüche in Relation zu ihrer Handlungspraxis in sozialen und journalistischen Medien stellen (siehe Kap. 2.2.2). Die Kombination aus „role orientation“ und „role performance“ (Hanitzsch & Vos, 2017) hat das Potenzial, laufende normative Diskurse um journalistische und aktivistische Selbstverständnisse rückzukoppeln an die heterogenen Arbeitsbedingungen und professionellen Positionen konkreter Akteur:innen. Diskrepanzen zwischen Ideal und Handlung sind praxeologisch schon deshalb naheliegend, weil Normen und Ideale zwar handlungsleitend und sinnstiftend sind, aber eben nicht das Handeln und die diesem zugrunde liegenden Praktiken selbst. Diese vollziehen sich immer in spezifischen Kontexten und verlangen dort Adaptionen. Aus der Überschneidung verschiedener Praxisbereiche resultieren zudem mögliche Normenkonflikte. Ein Beispiel in unserem Material ist die artikulierte Vision eines Community-nahen Journalismus mit persönlicher Nahbarkeit, welche aber auszubalancieren ist mit dem Bedürfnis nach Privatheit und dem Schutz vor anti-feministischen Angriffen.

Für die hier untersuchten *Aktivist:innen* konnten, trotz der von ihnen betonten Abgrenzung auf diskursiver Ebene, stilistisch durchaus Anpassung an und das Reproduzieren von journalistischen Darstellungs- und Kommunikationspraktiken nachgewiesen werden (siehe Kap. 4.4). Bei den vorgefundenen Unschärfen, bei denen sich Arbeitsleistungen von Aktivist:innen und Journalist:innen nicht trennscharf voneinander abgrenzen lassen, wiederholen sich Phänomene, die als (fehlende) Trennung der Sphären zwischen Journalismus und Politik oder PR bereits seit langem Gegenstand kommunikationswissenschaftlicher Forschung sind (Hoffjann, 2021). Wie solche Adaptionen zu bewerten sind, dazu braucht es weitere Forschung ebenso wie weiterführende theoretische Reflexion. Möglicherweise haben wir es mit einer praktischen Konvergenz von Handlungsmustern zu tun, die den Akteur:innen unbewusst bleibt und sich ihnen als Professionalisierung und Erfolg aktivistischen Medienhandelns darstellt.

In den Fallstudien zu den *Journalist:innen* ermöglichte die Konfrontation von „orientation“ und „performance“ den Blick auf die institutionelle (Vor)Strukturierung von Spiel- und Handlungsräumen (siehe Kap. 5.4). Die hier untersuchten Journalist:innen nutzen soziale Medien ausgiebig, um zu kommentieren, Stellung zu beziehen und diskursiv im Sinne ihrer Anliegen zu intervenieren. Wie weit aktivistische Praxis in die (Kern-)Arbeit journalistischer Redaktionstätigkeit und journalistischer Textproduktion hineinragt, ist bei ihnen jedoch stark von den

Rahmenbedingungen der jeweiligen Medien abhängig, für die sie tätig sind. Die Fälle verweisen hier auf sehr heterogene Kontexte. Die Arbeit in einem feministischen Onlinemagazin unterscheidet sich grundlegend von der Arbeit in einer überregionalen Tageszeitung oder einem Online-Nachrichtenportal. Aber auch die Zugehörigkeit zu und Anbindung an institutionalisierten Journalismus ist nur ein schwaches Kriterium, um die Möglichkeits- und Spielräume der faktischen Arbeitsumgebungen im „hybrid media system“ (Chadwick, 2013) zu bestimmen. Digitale Ableger und damit verbundene veränderte Handlungsspielräume sowie Anpassungsdruck an die Logiken sozialer Medien, zielgruppenspezifische Zusatzangebote wie Wochenendbeilagen/-magazine, neuere Formate wie Podcasts, journalistische Newsletter, die Kuratierung der eigenen Berichterstattung durch Newsletter („Die Lage am Morgen/Abend“) – die thematische und gattungsbezogene Binnendifferenzierung der großen, etablierten Medien ist hoch und wächst beständig. Die primär aus dem politischen Nachrichtenjournalismus abgeleiteten Normen mögen in der Außenwahrnehmung *pars pro toto* für das gesamte Angebot/das Image des Mediums stehen, faktisch treffen sie jedoch nur auf einen Teil des Outputs zu. Hier ist der Einsicht von Schapals (2022, S. 10, eig. Hervorheb.) zu folgen und „(...) to simply acknowledge *a move from journalism to journalisms*: to appreciate that there are other, non-traditional outlets that form a legitimate part of the assemblage that makes up contemporary journalism.“ Für künftige Studien zur Hybridisierung von Journalismus und Aktivismus ist systematischer zwischen Aktivismus-inklusive und Aktivismus-exkludierende Arbeitsumgebungen und Medienformaten zu unterscheiden. Ob dabei die Trennlinie tatsächlich, wie gemeinhin vermutet, zwischen institutionalisiertem Journalismus und sogenannten alternativen Medien verläuft, ist insbesondere im Raum des digitalen Journalismus eine offene Frage, die empirisch und nicht normativ zu beantworten ist.

Förderhinweis

Dieser Artikel ist im Rahmen des DFG-geförderten Forschungsprojekts "Herausforderungen an Journalismus: Zum Verständnis von performativen Öffentlichkeiten durch Media Practice" entstanden (Projektnummer 418375831).

Literatur

- Aigner, I., & Lenz, I. (2019). Antifeminismus und Antigenderismus in medialen und digitalen Öffentlichkeiten [Antifeminism and antigenderism in mediated and digital public spheres]. In J. Dorer, B. Geiger, B. Hipfl & V. Ratković (Hrsg.), *Handbuch Medien und Geschlecht* (S. 1–10). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0_45-1
- Altmeppen, K.-D. (2016). Anwaltschaftlicher Journalismus [Advocacy journalism]. In J. Heesen (Hrsg.), *Handbuch Medien- und Informationsethik* (S. 132–137). J.B. Metzler. https://doi.org/10.1007/978-3-476-05394-7_18
- Ammann, I. (2010). Gedenktagsjournalismus. Bedeutung und Funktion in der Erinnerungskultur [Memorial day journalism. Meaning and function in the culture of memory]. In

- K. Arnold, W. Hömberg & S. Kinnebrock (Hrsg.), *Geschichtsjournalismus: Zwischen Information und Inszenierung* (S. 153–167). LIT Verlag.
- Baer, H. (2016). Redoing feminism: Digital activism, body politics, and neoliberalism. *Feminist Media Studies*, 16(1), 17–34. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1093070>
- Banjac, S., & Hanusch, F. (2022). A question of perspective: Exploring audiences' views of journalistic boundaries. *New Media & Society*, 24(3), 705–723. <https://doi.org/10.1177/1461444820963795>
- Barker-Plummer, B., & Barker-Plummer, D. (2017). Twitter as a feminist resource: #YesAll-Women, digital platforms, and discursive social change. In J. Earl & D. A. Rohlinger (Hrsg.), *Social Movements and Media* (S. 91–118). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S2050-206020170000014010>
- Barnard, S. R. (2018). Tweeting #Ferguson: Mediatized fields and the new activist journalist. *New Media & Society*, 20(7), 2252–2271. <https://doi.org/10.1177/1461444817712723>
- Belair-Gagnon, V., & Holton, A. E. (2018). Boundary work, interloper media, and analytics in newsrooms: An analysis of the roles of web analytics companies in news production. *Digital Journalism*, 6(4), 492–508. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1445001>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739–768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Bettendorf, S. (2019). *Instagram-Journalismus: Ein Leitfaden für Redaktionen und freie Journalisten* [Instagram journalism: A guideline for newsrooms and free journalists]. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-25853-5>
- Boltanski, L., & Thévenot, L. (2007). *Über die Rechtfertigung. Eine Soziologie der kritischen Urteilskraft* [On justification. Economies of Worth]. Hamburger Edition.
- boyd, d. (2011). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Hrsg.), *A Networked self: Identity, community and culture on social network sites* (S. 39–58). Routledge.
- Brinkmann, J. (2023). *Journalistische Grenzgänger. Wie die Reportage-Formate von funk Wirklichkeit konstruieren*. [Journalistic border crossers. How funk's reportage formats construct reality]. Otto-Brenner-Stiftung. <https://www.otto-brenner-stiftung.de/journalistische-grenzgaenger/>
- Brüggemann, M., Frech, J., & Schäfer, T. (2021). *Transformative journalism: How the ecological crisis is transforming journalism* [Preprint]. Open Science Framework. <https://doi.org/10.31219/osf.io/mqv5w>
- Bruns, A. (2017). *Gatewatching and news curation: Journalism, social media, and the public sphere*. Peter Lang.
- Burri, R. V. (2008). Doing distinctions: Boundary work and symbolic capital in radiology. *Social Studies of Science*, 38(1), 35–62. <https://doi.org/10.1177/0306312707082021>
- Cabas-Mijares, A. (2023). In feminism we trust! On how feminist standpoint epistemologies shape journalism practices in two Argentine digital newsrooms. *Journalism*, 24(8), 1615–1633. <https://doi.org/10.1177/14648849221090741>
- Carlson, M. (2015). Introduction. The many boundaries of journalism. In M. Carlson & S. C. Lewis (Hrsg.), *Boundaries of journalism: Professionalism, practices and participation* (S. 1–18). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315727684>

- Carlson, M. (2016). Metajournalistic discourse and the meanings of journalism: Definitional control, boundary work, and legitimation. *Communication Theory*, 26(4), 349–368. <https://doi.org/10.1111/comt.12088>
- Carlson, M., & Lewis, S. C. (Hrsg.) (2015). *Boundaries of journalism: Professionalism, practices and participation*. Routledge.
- Carlson, M., & Lewis, S. C. (2019). Boundary work. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Hrsg.), *The handbook of journalism studies* (S. 123–135). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315167497-8>
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Chan, J. M., & Lee, C.-C. (1984). The journalistic paradigm on civil protests: A case study of Hong Kong. In A. Arno & W. Dissanayake (Hrsg.), *The news media in national and international conflict* (S. 182–202). Westview.
- Cohen, B. C. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton University Press.
- Costera Meijer, I. (2020). Understanding the audience turn in journalism: From quality discourse to innovation discourse as anchoring practices 1995–2020. *Journalism Studies*, 21(16), 2326–2342. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1847681>
- Crossley, A. D. (2015). Facebook feminism: Social media, blogs, and new technologies of contemporary U.S. feminism. *Mobilization: An International Quarterly*, 20(2), 253–268. <https://doi.org/10.17813/1086-671X-20-2-253>
- Di Salvo, P. (2020). The boundary space between journalism and activism. In P. Di Salvo, *Digital whistleblowing platforms in journalism* (S. 155–174). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-38505-7_7
- Domingo, D., & Le Cam, F. (2015). *Journalism beyond the boundaries. The collective construction of news narratives*. In M. Carlson & S. C. Lewis (Hrsg.), *Boundaries of journalism: professionalism, practices and participation* (S. 137–151). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315727684>
- Drücke, R. (2019). Digitale Öffentlichkeiten und feministische Protestkulturen [Digital public spheres and feminist protest cultures]. In J. Dorer, B. Geiger, B. Hipfl & V. Ratković (Hrsg.), *Handbuch Medien und Geschlecht. Perspektiven und Befunde der feministischen Kommunikations- und Medienforschung* [Handbook media and gender. Perspectives and findings of feminist communication and media research] (S. 1–11). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0_42-1
- Edgerly, S., & Vraga, E. K. (2020). Deciding what's news: News-ness as an audience concept for the hybrid media environment. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(2), 416–434. <https://doi.org/10.1177/1077699020916808>
- Eldridge II, S. A. (2019). Where do we draw the line? Interlopers, (ant)agonists, and an unbounded journalistic field. *Media and Communication*, 7(4), 8–18. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i4.2295>
- Ferrucci, P., & Canella, G. (2023). Resisting the resistance (journalism): Ben Smith, Ronan Farrow, and delineating boundaries of practice. *Journalism*, 24(3), 513–530. <https://doi.org/10.1177/14648849211064379>
- Fotopoulou, A. (2017). *Feminist activism and digital networks: Between empowerment and vulnerability*. Palgrave Macmillan.
- Gieryn, T. F. (1983). Boundary-work and the demarcation of science from non-science: Strains and interests in professional ideologies of scientists. *American Sociological Review*, 48(6), 781–795.

- Ginosar, A., & Reich, Z. (2022). Obsessive-activist journalists: A new model of journalism? *Journalism Practice*, 16(4), 660–680. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1816488>
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Mellado, C., Anikina, M., Berganza, R., Cangoz, I., Coman, M., Hamada, B., Hernández, M. E., Karadjov, C. D., Moreira, S. V., Mwesige, P. G., Plaisance, P. L., Reich, Z., Seethaler, J., Skewes, E. A., Vardiansyah Noor, D., & Kee Wang Yuen, E. (2011). Mapping journalism cultures across nations: A comparative study of 18 countries. *Journalism Studies*, 12(3), 273–293. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2010.512502>
- Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2017). Journalistic roles and the struggle over institutional identity: The discursive Constitution of Journalism. *Communication Theory*, 27(2), 115–135. <https://doi.org/10.1111/comt.12112>
- Hanusch, F. (2018). Political journalists' corporate and personal identities on twitter profile pages: A comparative analysis in four Westminster democracies. *New Media & Society*, 20(4), 1488–1505. <https://doi.org/10.1177/1461444817698479>
- Hanusch, F., & Löhmman, K. (2022). Dimensions of peripherality in journalism: A typology for studying new actors in the journalistic field. *Digital Journalism*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2148549>
- Hepp, A., & Loosen, W. (2021). Pioneer journalism: Conceptualizing the role of pioneer journalists and pioneer communities in the organizational re-figuration of journalism. *Journalism*, 22(3), 577–595. <https://doi.org/10.1177/1464884919829277>
- Hoffjann, O. (2021). Public Relations und Journalismus [Public relations and journalism]. In P. Szyszka, R. Fröhlich & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations* (S. 1–22). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-28149-6_17-1
- Holt, K., Figenschou, T. U., & Frischlich, L. (2019). Key dimensions of alternative news media. *Digital Journalism*, 7(7), 860–869. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1625715>
- Holton, A. E., & Belair-Gagnon, V. (2018). Strangers to the game? Interlopers, intralopers, and shifting news production. *Media and Communication*, 6(4), 70–78. <https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1490>
- Horak, G. (2008). Feministische Zeitschriften in Österreich. Feministischer Journalismus arbeitet nach anderen Qualitätskriterien [Feminist magazines in Austria. Feminist journalism works according to different quality criteria]. In L. Susemichel, S. Rudigier & G. Horak (Hrsg.), *Feministische Medien: Öffentlichkeiten jenseits des Malestream* (S. 19–31). U. Helmer.
- Ismail, A., Torosyan, G., & Tully, M. (2019). Social media, legacy media and gatekeeping: The protest paradigm in news of Ferguson and Charlottesville. *The Communication Review*, 22(3), 169–195. <https://doi.org/10.1080/10714421.2019.1651153>
- Jackson, S. J., Bailey, M., & Welles, B. F. (2020). *#HashtagActivism: Networks of race and gender justice*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/10858.001.0001>
- Kananovich, V., & Perreault, G. (2021). Audience as journalistic boundary worker: The rhetorical use of comments to critique media practice, assert legitimacy and claim authority. *Journalism Studies*, 22(3), 322–341. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1869912>
- Keinert, A., Heft, A., & Dogruel, L. (2019). Wie sehen News-Entrepreneurs die Zukunft ihrer Profession? Vier Thesen zum Journalismus von morgen [How do news entrepreneurs see the future of their profession? Four theses on the journalism of tomorrow]. *Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung*, 2(3), 171–188. <https://doi.org/10.1453/2569-152X-32019-10134-de>

- Kinnebrock, S. (2005). *Anita Augspurg (1857–1943). Feministin und Pazifistin zwischen Journalismus und Politik. Eine kommunikationshistorische Biographie* [Anita Augspurg (1857–1943). Feminist and pacifist between journalism and politics. A biography from the perspective of communication history]. Centaurus.
- Kinnebrock, S., Klaus, E., & Wischermann, U. (2014). GrenzgängerInnentum als terra incognita der KommunikatorInnenforschung? Zum Potenzial von Autobiographien für die historische Berufsfeldforschung [Border crossers as terra incognita in communicator research? On the potential of autobiographies for historical vocational field research]. *Medien & Zeit*, 29(4), 5–15.
- Klaus, E. (2004). Öffentlichkeit und Privatheit: Frauenöffentlichkeiten und feministische Öffentlichkeiten [Public and private spheres: Female public spheres and feminist public spheres]. In R. Becker & B. Kortendiek (Hrsg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie* (S. 209–216). Springer VS.
- Klaus, E., & Wischermann, U. (2013). *Journalistinnen. Eine Geschichte in Biographien und Texten 1848–1990* [Female journalists. A history in biographies and texts 1848–1990]. LIT.
- Laws, N., & Chojnicka, J. (2020). “A Future to believe in”: Introducing varieties of advocacy journalism. The examples sustainability and the Sanders campaign. *Journalism Studies*, 21(9), 1261–1283. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1742773>
- Lenz, I. (2019). Feminismus: Denkweisen, Differenzen, Debatten [Feminism: mindsets, differences, debates]. In B. Kortendiek, B. Riegraf & K. Sabisch (Hrsg.), *Handbuch Interdisziplinäre Geschlechterforschung* (S. 231–241). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-12496-0_18
- Lilienthal, V. (2017). Recherchejournalismus für das Gemeinwohl. Correctiv – eine Journalismusorganisation neuen Typs in der Entwicklung [Investigative journalism for the common good. Correctiv – a new type of journalism organization in development]. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 65(4), 659–681. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-4-659>
- Lilienthal, V., & Neverla, I. (Hrsg.). (2017). *Lügenpresse. Anatomie eines Kampfbegriffs* [Lying press. Anatomy of a tendentious term]. Kiepenheuer & Witsch.
- Loosen, W. (2015). The notion of the „blurring boundaries“: Journalism as a (de-)differentiated phenomenon. *Digital Journalism*, 3(1), 68–84. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.928000>
- Loosen, W., Ahva, L., Reimer, J., Solbach, P., Deuze, M., & Matzat, L. (2022). ‘X Journalism’. Exploring journalism’s diverse meanings through the names we give it. *Journalism*, 23(1), 39–58. <https://doi.org/10.1177/1464884920950090>
- Lünenborg, M. (1997). *Journalistinnen in Europa: Eine internationale vergleichende Analyse zum Gendering im sozialen System Journalismus* [Female journalists in Europe: An international comparative analysis of gendering in the social system of journalism]. Westdeutscher Verlag.
- Lünenborg, M. (2005). *Journalismus als kultureller Prozess: Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft. Ein Entwurf* [Journalism as a cultural process: On the significance of journalism in the media society. An outline]. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lünenborg, M., Raetzsch, C., Reißmann, W., & Siemon, M. (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten: Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung [Media practice in performative publics: Toward a practice-theoretical

- positioning of journalism research]. In J. Schützeneder, K. Meier & N. Springer (Hrsg.), *Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft: Proceedings zur Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 2019* (S. 34–51). Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V. <https://doi.org/10.21241/ssoar.70817>
- Martini, F. (2020). Wer ist #MeToo? Eine netzwerkanalytische Untersuchung (anti-)feministischen Protests auf Twitter [Who is #MeToo? A network analysis of (anti-)feminist protests on twitter]. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 68(3), 255–272. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2020-3-255>
- Meier, K. (2019). Berichterstattungsmuster als Strategie der Komplexitätsreduktion [Reporting patterns as a strategy for complexity reduction]. In B. Dernbach, A. Godulla & A. Sehl (Hrsg.), *Komplexität im Journalismus* (S. 101–116). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-22860-6_10
- Mellado, C. (2019). Journalists' professional roles and role performance. In M. Powers (Hrsg.), *Oxford research encyclopedia of communication*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.832>
- Mellado, C., & Alfaro, A. (2020). Platforms, journalists and their digital selves. *Digital Journalism*, 8(10), 1258–1279. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1817763>
- Møller Hartley, J., & Askanius, T. (2021). Activist-journalism and the norm of objectivity: Role performance in the reporting of the #MeToo movement in Denmark and Sweden. *Journalism Practice*, 15(6), 860–877. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1805792>
- Neuberger, C. (2014). Konflikt, Konkurrenz und Kooperation. Interaktionsmodi in einer Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit [Conflict, competition and cooperation. Modes of interaction in a theory of dynamic networked public sphere]. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 62(4), 567–587. <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567>
- Neuberger, C., Nuernbergk, C., & Langenohl, S. (2019). Journalism as multichannel communication. *Journalism Studies*, 20(9), 1260–1280. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1507685>
- Örnebring, H. (2013). Anything you can do, I can do better? Professional journalists on citizen journalism in six European countries. *International Communication Gazette*, 75(1), 35–53. <https://doi.org/10.1177/1748048512461761>
- Pfetsch, B., Löblich, M., & Eilders, C. (2018). Dissonante Öffentlichkeiten als Perspektive kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung [Dissonant public spheres. A new perspective in communication theory]. *Publizistik*, 63(4), 477–495. <https://doi.org/10.1007/s11616-018-0441-1>
- Raetzsch, C., & Lünenborg, M. (2020). Anchoring practices for public connection: Media practice and its challenges for journalism studies. *International Journal of Communication*, 14, 2868–2886. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/11213/3100>
- Reschke, A. (2018). *Haltung zeigen!* [Show attitude!] Rowohlt.
- Robinson, S. (2010). Traditionalists vs. convergers: Textual privilege, boundary work, and the journalist – audience relationship in the commenting policies of online news sites. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 16(1), 125–143. <https://doi.org/10.1177/1354856509347719>
- Rosen, J. (2010). The view from nowhere: Questions and answers. *PressThink*. <https://press-think.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/>

- Rucht, D. (2004). The quadruple 'A': media strategies of protest movements since the 1960s. In W. Van de Donk, B. D. Loader, P. G. Nixon & D. Rucht (Hrsg.), *Cyberprotest* (S. 29–56). Routledge.
- Schapals, A. K. (2022). *Peripheral actors in journalism: Deviating from the norm?* Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003144663>
- Schmidt, J.-H. (2014). Twitter and the rise of personal publics. In K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt & C. Puschmann (Hrsg.), *Twitter and Society* (S. 3–14). Peter Lang.
- Schudson, M. (1978). *Discovering the news. A social history of American newspapers*. Basic Books.
- Schultz, T. (2021). Der Reporter-Blick von nirgendwo?: Journalismus in der Spannung zwischen Objektivität und Subjektivität [A reporter's view from nowhere? Journalism's tension between objectivity and subjectivity]. *Publizistik*, 66(1), 21–41. <https://doi.org/10.1007/s11616-020-00624-1>
- Schulz, W. (1990). *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung* [The construction of reality in the news media. Analysis of current reporting] (2. Aufl.). Karl Alber.
- Seiler, M. (2021). *Ergebnisse meiner Masterarbeit: Feministische Journalist*innen erleben einen beruflichen Rollenkonflikt* [Results of my master's thesis: Feminist journalists experience a professional role conflict].
- Singer, J. B. (2015). Out of bounds: Professional norms as boundary markers. In M. Carlson & S. C. Lewis (Hrsg.), *Boundaries of journalism: Professionalism, practices and participation* (S. 21–36). Routledge.
- Sobieraj, S. (2010). Reporting conventions: Journalists, activists, and the thorny struggle for political visibility. *Social Problems*, 57(4), 505–528. <https://doi.org/10.1525/sp.2010.57.4.505>
- Susemichel, L., Rudigier, S., & Horak, G. (Hrsg.) (2008). *Feministische Medien: Öffentlichkeiten jenseits des Malestream* [Feminist media: Public spheres beyond the malestream]. U. Helmer.
- Swart, J., Peters, C., & Broersma, M. (2017). Repositioning news and public connection in everyday life: A user-oriented perspective on inclusiveness, engagement, relevance, and constructiveness. *Media, Culture & Society*, 39(6), 902–918. <https://doi.org/10.1177/0163443716679034>
- Tuchman, G. (1972). Objectivity as strategic ritual. An examination of newsmen's notions of objectivity. *American Journal of Sociology*, 77(4), 660–679.
- Usher, N. (2016). *Interactive journalism: Hackers, data and code*. University of Illinois Press.
- Vos, T. P., & Moore, J. (2020). Building the journalistic paradigm: Beyond paradigm repair. *Journalism*, 21(1), 17–33. <https://doi.org/10.1177/1464884918767586>
- Wallace, L. R. (2017). Objectivity is dead, and I'm okay with it. *Medium*. <https://medium.com/@lewispants/objectivity-is-dead-and-im-okay-with-it-7fd2b4b5c58f>
- Wallace, L. R. (2019). *The view from somewhere: Undoing the myth of journalistic objectivity*. University of Chicago Press.
- Weinberger, D. (2009). *Transparency is the new objectivity*. <https://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity/>
- Wimmer, J. (2007). *(Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft: Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses* [(Counter)Public sphere in the media society: Analysis of a media tension.]. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-90549-5>
- Zelizer, B. (1990). Achieving journalistic authority through narrative. *Critical Studies in Mass Communication*, 7(4), 366–376. <https://doi.org/10.1080/15295039009360185>

EXTENDED ABSTRACT

On the relationship between journalism and activism: Boundary work as navigating between complementarity and hybridization.

A case study on feminist actors in digital public spheres

Zum Verhältnis von Journalismus und Aktivismus: *Boundary work* als Navigieren zwischen Komplementarität und Hybridisierung.

Eine Fallstudie zu feministischen Akteur:innen in digitalen Öffentlichkeiten

Wolfgang Reißmann, Margreth Lünenborg & Miriam Siemon

Wolfgang Reißmann (Dr.), Universität Leipzig, Universitätsbibliothek, Beethovenstr. 6, 04107 Leipzig, Deutschland. Kontakt: wolfgang.reissmann@uni-leipzig.de. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9032-5586>

Margreth Lünenborg (Prof. Dr.), Freie Universität Berlin, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Arbeitsstelle Journalistik, Garystraße 55, 14195 Berlin, Deutschland. Kontakt: margreth.luenenborg@fu-berlin.de. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3200-4765>

Miriam Siemon (M.A.), Freie Universität Berlin, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Arbeitsstelle Journalistik, Garystraße 55, 14195 Berlin, Deutschland. Kontakt: miriam.siemon@fu-berlin.de. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3343-8880>



EXTENDED ABSTRACT

On the relationship between journalism and activism: *Boundary work* as navigating between complementarity and hybridization.
A case study on feminist actors in digital public spheres

Zum Verhältnis von Journalismus und Aktivismus: *Boundary work* als Navigieren zwischen Komplementarität und Hybridisierung.
Eine Fallstudie zu feministischen Akteur:innen in digitalen Öffentlichkeiten

Wolfgang Reißmann, Margreth Lünenborg & Miriam Siemon

1. Introduction

Discursive self-empowerment, the visibility of political attitudes, and efforts toward societal transformation are vernacular practices on social media. This applies to journalists who advocate for equality and social justice alongside or within their professional activities (Hanusch & Löhrmann, 2022; Laws & Chojnicka, 2020). Activist journalists take a stance, develop expertise on specific topics, and hold an interventionist approach to their work, both professionally and personally (Brüggemann et al., 2021; Ginosar & Reich, 2022).

In our case study, we explore feminist journalism and activism as intersecting fields in the struggle for social justice. Digital feminist activism has gained relevance both nationally and internationally (Clark-Parsons, 2022; Jackson et al., 2020; Sorce & Thomas, 2025), fueling controversies about traditional journalistic ideals such as independence, impartiality, detachment, and objectivity (Møller Hartley & Askanian, 2021).

Our qualitative research sheds light on feminist actors between journalism and activism in Germany, conceptualizing them as ‘pioneer journalists’ (Hepp & Looßen, 2021). The case studies trace the nuances of self-positioning, practices, and legitimation of selected actors within the liminal space between journalism and activism. Guided by the *boundary work approach* (Carlson, 2015), which explores the discursive negotiation of professional journalism’s vis-à-vis other types of communicative actors’ borders, our analysis addresses the following research questions:

- *How do actors situate themselves between journalism, activism, and feminism? What boundaries do they draw, what connections do they establish?*

- *What demands do journalists and activists make on their own media work and that of other groups?*
- *What reasons and justifications do they offer to legitimize their practices?*
- *How does discursive boundary work (role orientation) relate to factual positioning and media practice (role performance)?*

2. Project background and methodic approach

This study is part of a mixed-methods project investigating “performative publics” (Lünenborg & Raetzsch, 2018). The broader approach integrates social network analysis (hashtag and keyword-based datasets), standardized profile and posting analysis, and in-depth qualitative case studies, with this paper focusing on the latter.

Eight media-ethnographic case studies form the empirical basis, analyzing women engaged in feminist activism or professional journalism. Thematically, the data revolves around gender justice debates during the COVID-19 pandemic, addressing the value of professional and private care work, the re-traditionalization of gender roles, and gender-based violence as consequences of the pandemic measures.

Case selection was based on network data and standardized analysis results (for details Reißmann et al., 2022). The eight actors included were central nodes in the digital networks, identified as primarily activist (A1–A4) or journalists (J1–J4) according to their Twitter profiles (the primary self-ascribed affiliation), and contributed own content to the debates (i.e., not owe their relevance in the networks solely due to high indegrees). With these basic requirements in mind, the study deliberately focuses on actors operating at the intersection of journalism and activism.

Data collection included at least one in-depth, semi-structured interview (1–2.5 hours) per actor, network analysis data (ego networks), and/or selected postings as elicitation material. Interviews covered the actors’ self-positioning in the fields of journalism, activism, and feminism. Where feasible, participatory (online) observation complemented the data collection, though this was more easily realized with activists than journalists due to time constraints. Additionally, a comprehensive dataset of tweets and cross-platform materials enabled the reconstruction of media practices.

For the analysis of boundary work, we expanded the focus beyond normative legitimation (role orientation) to include factual practice (role performance). This allowed us to examine how self-positioning and discursive boundary work align with actual media practices and professional conditions, responding to calls for more research on ‘role performance’ (Hanitzsch & Vos, 2017) and emphasizing a practice-theory-oriented perspective beyond the (self)rationalizations of actors.

3. Results

Comparing activists and journalists reveals contrasting patterns of boundary work: While feminist activists discursively advocate for a clear separation between activism and journalism as two separated social worlds each characterized by unique norms and orientations – placing activism at “the other side of the desk from journalism”

(quote A3) – feminist journalists actively claim to blur these boundaries within their work, justifying the hybridization of activism and journalism as a condition to counteract deficits in public communication.

Activists engage in boundary work and claim autonomy for their activities, much like journalists. They see themselves as relevant and independent contributors to public discourse, criticizing traditional media's shortcomings while upholding journalism's authority as an independent field and thus acting as critical corrective. Their arguments often invoke ideals of neutrality and balance, legitimizing their own interest-driven communication through transparency. Despite professionalized media practices, activists reinforce exclusionary boundaries and a traditional division of labor between journalism and activism, claiming the protection of autonomy. We interpret this as a strategic doxa, a sense of usefulness: Perpetuating the myth of objective reporting in journalism helps activists to not only gain visibility, but get messages discursively validated as legitimate demands.

Journalists, in contrast, adopt a hybrid role, often sharing the activists' criticism of institutionalized journalism. While they, too, reference ideal journalistic standards, they identify blind spots in traditional journalism's reporting on gender issues which reproduce exclusion and hierarchies and argue for engaged interventions, advocating for a type of journalism whose boundaries with activism are porous and deliberately open, a journalism that embraces advocacy as a necessary corrective. Their self-conception challenges traditional boundaries but is not the end of journalistic norms and ideals. Quite the contrary, the actors carefully outline a new framework for journalistic action, promoting a hybridized form of journalism legitimized by a (new) norm of *transparent, evidence-based partisanship*. This is linked to the idea of community-oriented journalism, emphasizing a high degree of personal approachability and engagement.

On the level of practical performance, activists display formal and stylistic overlaps with journalistic practices, contrasting their verbal demarcation, whereas some journalists enact the hybridity they claim by making extensive use of social media to comment, take a stand, and intervene discursively in the interests of their concerns. However, the extent of activist practice in journalism very much depends on the media organization involved; feminist online magazines allow more flexibility than national daily newspaper or online news portals.

4. Conclusion

Methodologically, this study makes the concept of boundary work fruitful for praxeological analysis of ongoing negotiation of boundaries between professional journalism and other forms of public communication and intervention in digital media environments. Its relational approach moves beyond dichotomous distinctions (journalism vs non-journalism), offering a more dynamic perspective on boundary shifts and communicative roles. By linking discursive boundary work with actual media practices, the study contributes to a nuanced understanding of ongoing normative discourses on journalistic and activist self-perception within their respective heterogeneous working conditions and institutional constraints.

References

- Brüggemann, M., Frech, J., & Schäfer, T. (2021). *Transformative journalism: How the ecological crisis is transforming journalism* [Preprint]. Open Science Framework. <https://doi.org/10.31219/osf.io/mqv5w>
- Carlson, M. (2015). Introduction. The many boundaries of journalism. In M. Carlson & S. C. Lewis (Hrsg.), *Boundaries of journalism: Professionalism, practices and participation* (pp. 1–18). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315727684>
- Clark-Parsons, R. (2022). *Networked feminism: How digital media makers transformed gender justice movements*. University of California Press.
- Ginosar, A., & Reich, Z. (2022). Obsessive-activist journalists: A new model of journalism? *Journalism Practice*, 16(4), 660–680. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1816488>
- Hepp, A., & Loosen, W. (2021). Pioneer journalism: Conceptualizing the role of pioneer journalists and pioneer communities in the organizational re-figuration of journalism. *Journalism*, 22(3), 577–595. <https://doi.org/10.1177/1464884919829277>
- Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2017). Journalistic roles and the struggle over institutional identity: The discursive constitution of journalism. *Communication Theory*, 27(2), 115–135. <https://doi.org/10.1111/comt.12112>
- Hanusch, F., & Löhmann, K. (2022). Dimensions of peripherality in journalism: A typology for studying new actors in the journalistic field. *Digital Journalism*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2148549>
- Jackson, S. J., Bailey, M., & Foucault Welles, B. (2020). *#HashtagActivism: Networks of race and gender justice*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/10858.001.0001>
- Laws, N., & Chojnicka, J. (2020). “A future to believe in”: Introducing varieties of advocacy journalism. The examples sustainability and the Sanders campaign. *Journalism Studies*, 21(9), 1261–1283. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1742773>
- Lünenborg, M., & Raetzsch, C. (2018). From Public Sphere to Performative Publics: Developing Media Practice as an Analytic Model. In S. Foellmer, M. Lünenborg, C. Raetzsch (Eds.), *Media practices, social movements, and performativity: transdisciplinary approaches* (pp. 13–35). Routledge.
- Møller Hartley, J., & Askanius, T. (2021). Activist-journalism and the norm of objectivity: Role performance in the reporting of the #MeToo movement in Denmark and Sweden. *Journalism Practice*, 15(6), 860–877. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1805792>
- Reißmann, W., Siemon, M., Lünenborg, M., & Raetzsch, C. (2022). Praxisprofile als mixed-methods Ansatz zur Analyse performativer Öffentlichkeiten: Vorschlag für eine relationale Journalismusforschung [Practice profiles as a mixed-methods approach to retrace performative publics: A proposal for relational journalism studies]. *Studies in Communication Sciences*, 22(1), 69–88. <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2022.01.3057>
- Sorce, G., & Thomas, T. (2025). *New Digital Feminist Interventions*. Routledge.

FULL PAPER

Netflix and chill? The content-related and gratificational antecedents of binge-watching tendency

Netflix and Chill? Einfluss von inhaltebezogenen Programmattributen und Gratifikationen auf Binge-watching Verhalten

Christian Zabel, Louis Schaffeld & Daniel O'Brien

Christian Zabel (Prof. Dr.), Schmalenbach School of Business Economics, TH Köln University of Applied Sciences, 50678 Cologne, Germany. Contact: christian.zabel@th-koeln.de, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4636-6679>

Louis Schaffeld, Schmalenbach School of Business Economics, TH Köln University of Applied Sciences, 50678 Cologne, Germany.

Daniel O'Brien (Dr.), Schmalenbach School of Business Economics, TH Köln University of Applied Sciences, 50678 Cologne, Germany. Contact: ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5836-5972>



Netflix and chill? The content-related and gratifical antecedents of binge-watching tendency

Netflix and Chill? Einfluss von inhaltebezogenen Programmattributen und Gratifikationen auf Binge-watching Verhalten

Christian Zabel, Louis Schaffeld & Daniel O'Brien

Abstract: The purpose of this study is to investigate the phenomenon of binge-watching and its antecedents. By examining content-related factors such as preferences for TV formats, serial genres, and narrative structures this study extends current knowledge of factors influencing binge-watching behavior. Furthermore, this paper also analyzes factors previously identified in the literature, such as uses and gratifications, to provide a comprehensive understanding of their impact on binge-watching. A cross-sectional online survey with 1,959 German participants was conducted. Based on this data, multiple regression analysis was used to identify significant influences on audiences' binge-watching behavior and to assess effect sizes. The analysis suggests that strong preferences for TV series in general and for specific serial genres (comedy/sitcom, crime, sci-fi and fantasy) positively influence peoples' binge-watching tendencies, while preferences for horror and family serial genres as well as sports events have the opposite effect. In addition, specific narrative structures (dark tonality, extraordinary story setting) positively drive binge-watching as does the use of the streaming services Netflix and Amazon Prime Video. Regarding uses and gratifications, fun, entertainment, arousal, and passing time also show a positive correlation with audience's binge-watching tendency, while the desire to be informed about current events in the world correlates negatively. Overall, the model was able to explain 43.9% of the variance. This study offers insights into previously unexamined factors that relate to binge-watching while validating previously identified motivators in the German market. The study suggests that motivations and influences for binge-watching are even more varied than previously assumed and prove to be useful information for understanding why audiences watch TV programs back-to-back.

Keywords: binge-watching, content preferences, gratifications, streaming services, SVOD, TV formats, TV genres, Uses and Gratifications

Zusammenfassung: Die Studie untersucht inhaltsbezogene Einflussfaktoren auf das Binge-Watching-Verhalten, wie Vorlieben für Fernsehformate, Seriengenres und Erzählstrukturen. Darüber hinaus werden in dieser Studie auch bereits in der Literatur betrachtete Faktoren, wie z. B. Uses and Gratifications betrachtet, um ein umfassendes Verständnis ihrer Auswirkungen auf das Binge-Watching zu erhalten. Basierend auf einer Onlinebefragung 1.959 deutscher Streamingnutzer wurde eine multiple Regressionsanalyse durchgeführt, um signifikante Einflüsse auf das Binge-Watching-Verhalten zu identifizieren und Effektgrößen zu

ermitteln. Die Analyse deutet darauf hin, dass Präferenzen für TV-Serien im Allgemeinen und für bestimmte Seriengenres (Comedy/Sitcom, Crime, Sci-Fi und Fantasy) das Binge-Watching-Verhalten positiv beeinflussen, während Präferenz für Horror- und Familienserien sowie Sportereignisse den gegenteiligen Effekt haben. Darüber hinaus wirken sich bestimmte Erzählstrukturen (düstere Tonalität/Setting, außergewöhnlicher Handlungsort) positiv auf das Binge-Watching-Verhalten aus, ebenso wie die Nutzung der Streaming-Dienste Netflix und Amazon Prime Video. Hinsichtlich der Uses and Gratifications zeigen Spaß, Unterhaltung, Erregung und Zeitvertreib ebenfalls eine positive Korrelation mit der Binge-Watching-Tendenz des Publikums, während der Wunsch, über aktuelle Ereignisse in der Welt informiert zu werden, negativ korreliert. Insgesamt konnte das Modell 43,9 % der Varianz erklären. Diese Studie bietet Einblicke in bisher nicht untersuchte Faktoren, die mit Binge-Watching in Verbindung stehen, und validiert gleichzeitig zuvor identifizierte Motivatoren auf dem deutschen Markt. Die Studie deutet darauf hin, dass die Motivationen und Einflüsse für Binge-Watching noch vielfältiger sind als bisher angenommen und sich als nützliche Information erweisen, um zu verstehen, warum das Publikum Fernsehsendungen ‚am Stück‘ schaut.

Schlagworte: Binge-Watching, Inhaltspräferenzen, Gratifikationen, Streaminganbieter, SVOD, TV-Formate, TV-Genres, Nutzen und Gratifikationen

1. Introduction

With the growing popularity of streaming services, specific video content is more easily accessible to audiences than ever before. This enabled consumers to watch any show they want at a frequency they preferred, regardless of the linear TV program dictated by networks (Czichon, 2019). Streaming services provide a large content library available to all their users with an internet connection (Jenner, 2016). In 2022, 80% of European internet users accessed video content this way (von Abrams, 2022). Furthermore, the usage of streaming services has become so common that TV remotes nowadays often implement specific buttons for streaming services such as “Netflix” or “Amazon Prime Video” (Schaber, 2022). With the rise of streaming platforms, the phenomenon of binge-watching (BW) emerged, which describes the act of watching multiple episodes of one show in quick succession (von Abrams, 2022; Walton-Pattison et al., 2018). It was first introduced by Netflix in 2013 as the “new, normal” (Netflix, 2013) way of consuming TV shows. Recently, more than 70% of US Americans reported themselves as binge-viewers (Steiner & Xu, 2020).

Even though BW as a term was coined rather recently, the practice itself began to develop much earlier. In the 1980s, TV channels started to air entire seasons of shows as one big marathon (Ahmed, 2017). Later, consumers were able to binge episodes of one show in quick succession by buying a DVD box set (Hills, 2007). Streaming services like Netflix or Amazon Prime Video increased this autonomy even more by enabling viewers to marathon any show provided by their services, regardless of whether people even knew about these shows beforehand and intended to watch them. BW mostly applies to TV series content but was observed for other content forms as well, e.g. sports content (Steiner, 2018) or reality and game shows (Merikivi et al., 2016). The strategic aim is to increase consumption of video content, which in turn may attract new subscribers and avoid customer churn. It

is also of paramount importance for the marketing strategies of streaming providers. Thus, understanding BW and its antecedents is highly relevant for researchers, broadcasters, and marketing professionals alike (Song et al., 2021). Given the relatively recent nature of the subject, there are still many aspects of BW that have not been extensively covered by researchers. Several studies focused on the effects of excessive BW on mental health (Flayelle et al., 2020; Horvath et al., 2017; Song et al., 2021). The uses and gratifications that lead viewers to a BW session have also been addressed in some studies (e.g., Flayelle et al., 2020; Panda & Pandey, 2017; Pittman & Sheehan, 2015). Anyhow, the effects of preferences for specific TV programs, genres, or content-related aspects on BW have only rarely been investigated (Chang & Peng, 2022; Ferchaud, 2018; Schweidel & Moe, 2016) and more frequently on a qualitative basis (Flayelle et al., 2020; Turner, 2021). In sum, while most research to this point covers mental health aspects of BW, the content-related personal preferences that influence BW are not particularly well understood.

Therefore, this paper tries to close this research gap by giving a more refined view of how gratifications and content characteristics may affect binge-watching tendency (BWT). For this purpose, we analyzed observational data from a cross-sectional survey ($N = 1,959$) of German streaming service users via multiple regression analysis. By doing so, this paper extends the existing literature and yields significant insights for media professionals who produce or distribute content in order to boost their show's viewing hours, as well as for marketing and broadcasting executives.

2. Background/literature review

While there is an increasing stream of research focusing on BW, there is no clear consensus for the operationalization and measurement of the concept (Flayelle et al., 2020). Jenner (2016, p. 265) notes that "at any rate, what exactly constitutes a binge is likely to be different for everybody and defined through highly individualized terms and practices". Some researchers define BW by an exact minimum number of episodes watched in close succession (e.g., Merrill Jr. & Rubenking, 2019; Pittman & Sheehan, 2015; Pittman & Steiner, 2019), given that viewers tend to identify BWT more through the number of episodes than the total time spent on viewing a show (Jenner, 2021). Others captured the participants' BWT with the help of multiple questions regarding their attitude toward their viewing behavior (e.g., Shim et al., 2018). One advantage of this approach is that it eliminates the need for respondents to recall the exact number of episodes watched, thereby reducing the likelihood of inaccurate responses due to memory lapses (Shim et al., 2018). We define BW as "the consumption of multiple videos in one sitting" (Song et al., 2021) and operationalize this behavior by three attitudinal items, focusing on whether respondents watch multiple episodes in one sitting, in quick succession and if they watch episodes as a binge (Shim & Kim, 2018; Song et al., 2021).

Regardless of the operationalization, several overarching observations can be identified in the literature, especially regarding the gratifications of BW as well as its advantages and disadvantages (Rubenking et al., 2018). In addition to socio-demographic and mental health-related aspects, we can broadly group these findings

into content characteristics and uses and gratifications. These will be reviewed in more detail below (for an overview of the literature, see Table 1).

Table 1. Literature overview

Construct	Effect on BW (if any)	Sources
Content characteristics: Television formats		
TV Series	+	Mikos, 2016
Movies	-	Mikos, 2016
Documentaries	+	Ahmed, 2017; Nikolic et al., 2023*; Rentfrow et al., 2011*
Daily Soaps	n/a	Devisetty & Phadtare, 2023*; Dhiman, 2021*
News Broadcasts	n/a	Diego & Etago, 2013*; Noh, 2021*
Sports	+	Diego & Etago, 2013*; Gantz et al., 2006*; Rentfrow et al., 2011*
Reality TV	+	Ahmed, 2017; Jenner, 2020; Pittman & Steiner, 2019; Shim & Kim, 2018
Content characteristics: Preference for serial genres		
Drama	+	Ahmed, 2017; Ferchaud, 2018; Gantz, 2006*; Mikos, 2016; Moore, 2015; Shim & Kim, 2018
Comedy/Sitcom	+	Abou & Ennam, 2024; Ahmed, 2017; Mikos, 2016; Moore, 2015; Shim & Kim, 2018
Crime	+	Ferchaud, 2018; Mikos, 2016
Mystery	+	Ferchaud, 2018
Sci-Fi and Fantasy	+	Mikos, 2016; Moore, 2015
Action and Adventure	+	Moore, 2015
Animation	+	Gantz, 2006*
Content characteristics: Preference for narrative structure		
Dark Tonality	+	Mikos 2016, Ferchaud 2018
Cross-episode Storylines	+	Erickson et al., 2019; Ferchaud, 2018; Flayelle et al., 2020; Kozak & Zeller-Jacques, 2021; Mikos, 2016; Rubenking et al., 2018; Steiner & Xu, 2018
	0	Pittman & Steiner, 2019
Long Episodes	+	Steiner & Xu, 2018
Complex Story Structure	+	Ferchaud, 2018; Flayelle et al., 2020; Mikos, 2016

Uses and gratifications		
Arousal	+	Ferchaud, 2018; Flayelle et al., 2019; Flayelle et al., 2020; Mikos, 2016; Pittman & Sheehan, 2015; Rubenking et al., 2018; Shim & Kim, 2018; Song et al., 2021; Starosta & Izydorczyk, 2020
Fun	+	Flayelle et al., 2020; Pittman & Sheehan, 2015; Shim & Kim, 2018; Song et al., 2021; Starosta & Izydorczyk, 2020
	-	Ferchaud, 2018; Horvard, 2020
Entertainment	+	Abou & Ennam, 2024; Flayelle et al., 2020; Nanda & Banerjee, 2020; Pittman & Sheehan, 2015; Starosta et al., 2019; Starosta & Izydorczyk, 2020; Steiner & Xu, 2018; Sung et al., 2018
	0	Tukachinsky & Eyal, 2018
Relaxation	+	Abou & Ennam, 2024; Mikos & Castro, 2021; Perks, 2021; Song et al., 2021; Starosta & Izydorczyk, 2020
	0	Sung et al., 2018
Passing Time	+	Flayelle et al., 2020; Song et al., 2021
	0	Nanda & Banerjee, 2020; Sung et al., 2018
Boredom	+	Abou & Ennam, 2024; Flayelle et al., 2020; Mikos & Castro, 2021
Habit	+	Bastos et al., 2024
Escape	+	Flayelle et al., 2020; Granow et al., 2018; Nanda & Banerjee, 2020; Panda & Pandey, 2017; Starosta & Izydorczyk, 2020
	0	Sung et al., 2018
Company	+	Abou & Ennam, 2024; Ahmed, 2017; Flayelle et al., 2020; Song et al., 2021; Sung et al., 2018
	0	Tukachinsky & Eyal, 2018
Intersocial	+	Panda & Pandey, 2017; Shim & Kim, 2018; Song et al., 2021
	0	Sung et al., 2018
Family and Friends	+	Mikos & Castro, 2021; Shim & Kim, 2018
Life satisfaction		
Life Satisfaction	+ (for lower mental health)	Ahmed, 2017; Starosta & Izydorczyk, 2020; Taqiyah, 2024; Tefertiller, 2018
Socio-demographic factors		
Age	-(higher age)	Ahmed, 2017; Excelmans & Van den Bulck, 2017; Flayelle et al., 2020; Jasmine et al., 2023; Orosz et al., 2016; Panda & Pandey, 2017; Rubenking et al., 2018; Shim et al., 2018; Shim & Kim, 2018; Starosta & Izydorczyk, 2020

Income	-	Song et al., 2021
	0	Ahmed, 2017
Educational Level	+ (higher education)	Spruanc et al., 2017, Song et al., 2021
	- (higher education)	Shim et al., 2018

Notes. * Research not directly focused on binge-watching

Characteristics of streaming services can also increase BWT, such as few interruptions between episodes (Walton-Pattison et al., 2018), a lower price (Panda & Pandey, 2017), or an effective recommendation algorithm. The perception and construction of BW audience typologies by service providers have also been studied (Steiner, 2021). BW has been intensively addressed concerning mental health aspects. Several studies found that BW can be a product of a self-control deficiency (e.g., Granow et al., 2018; Song et al., 2021). Parallels between BW and other forms of binge behavior like binge-drinking, binge-eating (Sung et al., 2018), or excessive TV viewing (Song et al., 2021) have been identified. Problematic viewing behavior can result from the gratifications people derive from BW; audiences may distract themselves from their problems with excessive BW (Starosta & Izydorczyk, 2020). The act of BW can be seen as quite impulsive (Pittman & Sheehan, 2015) and offering only temporary relief (Song et al., 2021). Rather than planning a specific BW session, people may let themselves get lost in the flow (Pierce-Grove, 2021). Unplanned BW often leads to strong feelings of regret among viewers (Starosta & Izydorczyk, 2020) and lower life satisfaction in the long term, although this might vary depending on the type of shows consumed (Pittman & Steiner, 2019). Finally, studies also showed that there is a positive correlation between depression (Ahmed, 2017) or anxiety (Tefertiller 2018) and BW. Especially during the Covid-19 pandemic, scholars found that people with a lower level of BW showed a higher level of psychological well-being (Taqiyah, 2024). BW could, therefore, be either a way to cope with negative feelings (Granow et al., 2018) or be partly responsible for a poor mental state (Starosta & Izydorczyk, 2020).

2.1 Content characteristics: Television formats

Traditional TV research already examined the role of formats like documentaries (Nikolic et al., 2023; Rentfrow et al., 2011), news programs (Diego & Etayo, 2013; Noh, 2021), or sports programs (Diego & Etayo, 2013; Rentfrow et al., 2011) for television consumption. Viewing behavior of audiences with different TV format preferences can differ significantly. Sports fans, for example, plan their viewing sessions more often and are much more involved with their preferred program before and after their viewing experience than fans of different formats (Gantz et al., 2006). Studies suggest that television series are particularly suitable for binge-watching (Flayelle et al., 2020; Rubenking & Bracken, 2021). However, BW can also be observed for other formats as well (if to a lower degree): Steiner (2018), for example, found that viewers used the term binge to describe their behavior of

watching a lot of TV, including sports tournaments. However, research on television formats and BWT, for many aspects, is mostly qualitative (Czichon, 2019; Flayelle et al., 2020). Mikos (2016) found that TV shows are generally preferred over films for media marathoning. Furthermore, the 'binge-ability', which Ferchaud (2018) describes as the likelihood of a show being binged because of its characteristics, may vary concerning the format of the content, e.g., daily soaps or reality TV (Devisetty & Phadtare, 2023; Dhiman, 2021; Jenner 2020). Thus, preferences for different types of TV formats (like shows, movies, or documentaries), might affect the BWT.

2.2 Content characteristics: TV series genres

Given the high relevance of TV series for TV consumption, the genre has attracted strong research interest. Genres are a well-known differentiator of serial television viewing behavior, with drama being the most popular (Parrot Analytics, 2022). TV series genres play a critical role in helping viewers decide what they want to watch since they are easily identifiable by users and make it easier to articulate their preferences (Noh, 2021). Possible ways to assign a genre to a TV show could be to either look for common textual elements present in the genre or to check its classification in movie databases like the Internet Movie Database (IMDb; Noh, 2021). Nikolic et al. (2023) differentiated between ten genres, such as romance, drama, animation, sci-fi, action, horror, and comedy. Rentfrow et al. (2011) additionally mentioned mystery, while Noh (2021) also included crime and family as distinct genres.

People seek out certain genres to derive a sense of community or identity, with their preferences being often linked to their personality and demographic (Rentfrow et al., 2011). Because audiences are repeatedly exposed to content, preferences can develop further and build up over time (Nikolic et al., 2023). Involvement may vary between fans of different genres. Animation fans, for example, were found to be a lot less engaged with their favorite program than fans of primetime drama shows (Gantz, 2006).

However, the effect of genre on BW has only rarely been studied. Qualitative studies have found that crime, mystery (Ferchaud, 2018), drama (Shim & Kim, 2018), action, sci-fi and fantasy (Moore, 2015), as well as comedy (Ahmed, 2017) have a strong impact on BW. Abou & Ennam (2024) found in their study that college students preferred humorous content for their BW sessions.

2.3 Content characteristics: Narrative structure

Going even 'deeper' than the analysis of genres, qualitative research has also focused on the narrative structure of TV shows. Mikos (2016) found that shows which are famous for their complex narrative (e.g., "Game of Thrones") were described by study participants as especially 'binge-able'. This was confirmed in other studies, in which series with more complex storylines were preferred for BW (e.g., Ferchaud, 2018; Flayelle et al., 2020). Similarly, shows with longer episodes require more attentive viewing and are also more likely to be binged because viewers feel a

stronger urge to follow the narrative (Steiner & Xu, 2020). The effect of episode-spanning storylines is inconclusive in prior research. Steiner and Xu (2020) found that users preferred these types of series for BW; this might be especially true for series produced for streaming services (Kozak & Zeller-Jacques, 2021). Other studies indicate that episodic conclusions increase BW (e.g., Ferchaud, 2018; Mikos, 2016), while others found no significant effect (Pittman & Steiner, 2019). Another relevant content characteristic was identified in the qualitative studies by Ferchaud (2018) and Mikos (2016), where participants preferred to binge TV shows with a darker tonality like “House of Cards” or “Breaking Bad”.

2.4 Uses and gratifications

In addition to what type of content audiences prefer, scholars have often investigated the possible motivations for media use. Rubin (1981) identified arousal, entertainment, relaxation, passing time, companionship, social interaction, information, fun, boredom, and habit as primary motivators for television consumption. Alongside these gratifications, scholars have identified additional motivations such as fandom (Yoon et al., 2021), and sex appeal (Papacharissi & Mendelson, 2007) as relevant to TV consumption. Regarding BW, the effect of hedonic motivations such as arousal, entertainment, and fun has been considered especially important (Shim & Kim, 2018; Song et al., 2021). Watching their favorite show leads viewers to experience an emotional high point (Pittman & Sheehan, 2015). BW can therefore be seen as a particularly pleasurable experience that increases enjoyment (Flayelle et al., 2020). Gratifications related to social interaction have also been shown to impact audiences’ BWT. These include users’ need to feel less lonely (Ahmed, 2017), being able to talk to others about a show (Panda & Pandey, 2017), or being a part of a fan group (Shim & Kim, 2018). Hedonic motivations are especially important for viewers who plan out their viewing sessions, saving up content for a binge during school or work breaks (Perks, 2021). Habit can also be seen as a potent predictor of BW, overshadowing more conscious intentions of watching something (Bastos et al., 2024).

Based on the literature review of content-related and uses and gratification-based research on BW, we formulate the following research questions:

RQ1: Which format preferences influence the audience’s BWT?

RQ2: Which preferences for specific TV genres influence audience’s BWT?

RQ3: Which preferences for content characteristics influence audience’s BWT?

RQ4: Which uses and gratifications influence the audience’s BWT?

3. Method

3.1 Operationalization and scale selection

The survey in our study consists of a series of questions designed to assess participants' television format, serial genre, and content characteristics preferences, as well as their streaming service usage and BWT. We relied on established items and scales identified in the literature to operationalize the dependent and independent variables. Where necessary, we developed new items (for a complete list of survey items, see Appendix A1).

The dependent variable in this study is BWT. We used three items based on Song et al. (2021) to determine the BWT of the viewers (e.g., "I tend to watch multiple videos/episodes of a particular television program in one sitting") on a Likert scale ranging from "strongly disagree" (1) to "strongly agree" (7).

To assess uses and gratifications we relied on established items based mostly on Rubin (1981). Participants rated these items also on a scale from 1 (strongly disagree) to 7 (strongly agree). These statements all read "I watch video streaming series, because..." and included gratifications such as "fun", "entertainment", "information", "escapism", "arousal", "entertainment", "intersocial", and "family and friends".

Regarding content characteristics, we included variables on preferences for TV formats, serial genres, as well as narrative structures. Preferences for TV genres were based on the most frequently used genre evaluations in literature, such as mystery, crime, drama, family (not including children's programming), action, animation, sci-fi and fantasy, romance, horror, and comedy (Ahmed, 2017; Ferchaud, 2018; Moore, 2015; Shim & Kim, 2018). These were assessed using a scale from 1 (dislike very much) to 7 (like very much). Preferences for TV formats such as shows (Rubenking & Bracken, 2021), movies, documentaries, daily soaps, news broadcasts, information shows, sports, and reality TV were also taken into account (Flayelle et al., 2020; Kim, 2020; Nikolic et al., 2023; Rentfrow et al., 2011; Rubenking & Bracken, 2021).

For the aspects of narrative structure, we could not rely on established items. Therefore, we decided to develop specific measurements and operationalize certain aspects as bipolar scales. These dimensions of narrative structure were based on previous literature and developed and validated in a series of workshops with a total of 13 program experts from a leading German television production company and one of the leading German film festivals, which took place in December 2022 and January 2023. As a result, a bipolar scale for narrative structure characteristics was derived, comprising tonality (light vs. dark), story setting (extraordinary vs. every day), narrative complexity (complex vs. simple), narrative style (slow vs. fast-paced), multi-episodic storyline (closed episodes/overarching story arcs), and episode length (short vs. long). The items were evaluated on a scale of 1 to 7, i.e., respondents indicated their preference for the type of content, for example, 1 for highly complex series and 7 for simpler narratives, where the midpoint indicated indifference.

To ensure the validity of the answers, for all items relating to the TV format, serial genre, or narrative structure, three at the time of the survey recent and well-known content examples were provided (e.g., sci-fi and fantasy genre was indicated by “House of the Dragon”, “The Witcher”, “Star Trek: Picard”). The selection of examples was also developed and validated during the workshops.

In addition, the actual usage of SVOD services was assessed using an ordinal scale (“1 – never”, “2 – monthly”, “3 – weekly”, or “4 – daily”). The SVOD services queried included Amazon Prime Video, Netflix, Disney+, DAZN, Apple TV+, Paramount+, and WOW.

Since the response options are not interval-scaled, dummy variables were utilized for further analysis. Consequently, the responses were transformed into categories of users and non-users, thereby creating an artificial dichotomy. This approach aligns with the methodology outlined by Döring (2023), facilitating a clear distinction between engagement levels in these digital platforms.

In addition, our research also considers key demographic and socio-economic variables as control variables. These include age, gender, educational level, and income. These control variables allow for a more nuanced analysis of BW behavior, taking into account the diverse backgrounds and living circumstances of the respondents.

To ensure the reliability and validity of the items for the main study, a qualitative pre-test and then a quantitative pre-test was conducted among German university students. Adjustments were made based on the feedback received. The qualitative pre-test took place in January 2023; the quantitative pre-test over two weeks, spanning January and February 2023. Following the exclusion of 23.5% of the responses due to factors such as incomplete surveys, a total of 702 datasets were deemed suitable for analysis. All items, old and new, were applied in this comprehensive preliminary survey.

3.2 Survey design and sample

The study employed a cross-sectional online survey to investigate BW behavior. Based on the conceptual framework and operationalisation, a fully structured questionnaire was designed and executed using Tivian XI GmbH's EFS survey tool. To conduct the online survey, participants were recruited via the certified panel provider Bilendi. The survey was carried out in two separate field phases to minimise common method bias. The first wave took place in February 2023, which interviewed participants on their media usage and content preferences, the second in March 2023, focusing on the usage of streaming services, with a four-week interval between them. Participants who completed the survey during the first phase were invited to partake in the second phase. To integrate the data from both phases, individual test IDs were used to link and merge the two datasets. This two-wave approach provided a comprehensive and robust set of responses for our analysis, limiting potential common-method bias.

A total of 2,528 participants engaged in both phases of the survey. However, the dataset underwent a cleaning process to ensure data quality and accuracy. Concerning the average questionnaire completion time of 11 minutes and 59 se-

conds, we excluded participants who finished the survey in less than five minutes. We factored out participants with inconsistent response behavior by controlling for 'impossible' answer combinations in mutually exclusive item batteries. One-sided clicking behavior was evaluated by calculating the standard deviation for each item battery and looking for cases with a standard deviation of zero throughout the whole questionnaire or a large item battery. Extreme outliers (e.g., in reported hours per week of streaming content usage) were also eliminated, as well as cases where respondents did not provide answers to at least one of the three questions regarding BWT. In total, 569 cases were eliminated and a total of $N = 1,959$ cases were deemed suitable for the final analysis.

3.3 Construct quality assessment

In our study, we measured BWT as a construct comprising three indicators to ensure construct validity, in line with the methodology proposed by Bagozzi et al. (1991). To assess factor reliability, we applied Cronbach's α and examined the factor loadings to ensure item reliability, following the guidelines of Fabrigar et al. (1999) and Nunnally (1978). All indicators met the Cronbach's α threshold of 0.7, thereby indicating satisfactory reliability. Our exploratory factor analysis (EFA), utilizing principal component analysis with varimax rotation, revealed that the BWT construct is comprised of three reliable indicators ($\alpha = 0.877$, loadings: 0.873–0.911). Additionally, a principal component analysis successfully extracted the life satisfaction factor. The reliability of this scale was confirmed with a Cronbach's $\alpha = 0.918$. This comprehensive analysis underscores the robustness and reliability of the constructs used in our study.

To assess the validity of our constructs, we observed the correlations between our items. While there were some moderate Pearson correlations between items of the same category (e.g., different items of uses & gratifications) the overlap of items across categories did not exceed a correlation coefficient of 0.5, with the vast majority lying under the value of 0.3 (see Appendix A4). Furthermore, the value of the variance inflation factors (VIFs) lies under the conservative threshold of 3, as proposed by Hair et al. (2019). Only two items exceed this level but still lie under the acceptable threshold of 5. We, therefore, do not consider multicollinearity as a problem.

3.4 Sample composition and data analysis

The sample included 961 men (49.1%) and 998 women (50.9%). Regarding educational qualifications, 33.6% of the participants held a university degree, 19.6% had completed general university entrance qualifications, 34.1% had finished vocational training, and 11.3% possessed a primary or secondary school certificate. 65.1% of the respondents were employees or civil servants, followed by retirees (16.3%), unemployed/homemakers (8.1%), self-employed individuals (5.6%), and students or apprentices (4.9%). 8.8% of the respondents reported having a migration background. The survey included participants from all German federal states, with the largest portion from North Rhine-Westphalia (22.4%), Bavaria

(13.4%), and Baden-Wuerttemberg (11%). The most prominent age group was those between 30 and 39 years, comprising 29.1% of the sample, followed by the 40–49 age group at 27.5%, those 60 years or older at 19.1%, and the 50–59 age group at 12.6%. The youngest cohort, aged 18–29, was the smallest group in the sample (11.7%). The sample data is summarized in appendix A2.

The gathered data was processed using IBM SPSS Statistics 27, focusing on multiple regression analysis and factor analysis. Specifically, we conducted exploratory factor analysis (EFA), as outlined by Netemeyer et al. (2003), utilizing principal component analysis with varimax rotation. This approach was employed to assess the reliability and validity of the constructs and measures that were adapted for our study.

Given that three indicators were operationalized to gauge the tendency towards BW, these were consolidated into a single factor via an explorative principal component analysis. This analysis extracted a principal component that can be termed as the BWT.

4. Results

Our study reveals significant insights into the factors influencing BWT. The model explains 43.9% of the variance (adjusted R²), which represents a good quality fit in the context of behavioral and social sciences research (Cohen, 1988). For an overview of the regression model results, see Table 2, the means and standard deviations can be found in Appendix A3.

Table 2. Regression model on BWT

Item	B	Std. Error	Beta	<i>t</i>	<i>p</i> -value
Content characteristics: Television formats					
TV series	0.057	0.011	0.115	5.300	0.000***
Movies	-0.014	0.013	-0.023	-1.047	0.295
Documentaries	0.005	0.012	0.008	0.385	0.701
Daily soaps	-0.008	0.011	-0.016	-0.730	0.465
News broadcast	0.001	0.012	0.002	0.094	0.925
Information shows	-0.019	0.014	-0.030	-1.391	0.164
Sports	-0.024	0.010	-0.054	-2.548	0.011*
Reality TV	0.022	0.012	0.043	1.832	0.067
(Live) Entertain-ment/event show	-0.013	0.012	-0.024	-1.061	0.289
Children’s program	0.015	0.011	0.026	1.335	0.182
Content characteristics: Preference for serial genres					
Drama	0.018	0.012	0.036	1.538	0.124
Comedy/sitcom	0.058	0.011	0.122	5.252	0.000***
Crime	0.035	0.012	0.070	2.880	0.004**

Mystery	0.003	0.012	0.006	0.238	0.812
Sci-Fi and fantasy	0.032	0.011	0.071	2.882	0.004**
Family	-0.025	0.012	-0.048	-1.987	0.047*
Romance	0.023	0.012	0.044	1.880	0.060
Horror	-0.021	0.011	-0.044	-1.921	0.055
Action and adventure	0.015	0.012	0.031	1.278	0.201
Animation	-0.024	0.012	-0.047	-2.053	0.040*
Content characteristics: Preference for narrative structure					
Dark tonality	0.031	0.014	0.048	2.278	0.023*
Cross-episode storylines	0.023	0.012	0.036	1.872	0.061
Long episodes	0.006	0.014	0.008	0.422	0.673
Complex story structure	0.000	0.014	0.000	0.022	0.982
Everyday setting	-0.038	0.014	-0.055	-2.791	0.005**
Fast paced story development	0.008	0.014	0.010	0.571	0.568
Uses and gratifications					
Arousal	0.052	0.014	0.086	3.710	0.000***
Fun	0.055	0.021	0.089	2.617	0.009**
Entertainment	0.063	0.024	0.096	2.594	0.010*
Relaxation	0.024	0.018	0.039	1.387	0.165
Passing time	0.047	0.015	0.080	3.128	0.002**
Boredom	0.017	0.012	0.031	1.393	0.164
Escape	0.007	0.012	0.014	0.604	0.546
Habit	-0.016	0.012	-0.030	-1.361	0.174
Learning about world events	-0.031	0.014	-0.057	-2.149	0.032*
Information	-0.004	0.015	-0.007	-0.241	0.810
Company	0.004	0.013	0.008	0.331	0.740
Intersocial	0.000	0.015	-0.001	-0.028	0.977
Family and friends	-0.005	0.013	-0.010	-0.407	0.684
Controls					
Intercept	-1.684	0.188		-8.982	0.000***
Age (years)	-0.006	0.002	-0.079	-3.635	0.000***
Gender	-0.080	0.041	-0.040	-1.926	0.054
Income	-0.020	0.014	-0.028	-1.417	0.157
Educational level	-0.014	0.013	-0.020	-1.066	0.287
Amazon Prime Video use	0.077	0.019	0.083	4.114	0.000***
Netflix use	0.112	0.018	0.133	6.160	0.000***

Disney+ use	0.003	0.022	0.003	0.130	0.896
DAZN use	-0.002	0.033	-0.001	-0.053	0.958
Apple TV+ use	-0.024	0.042	-0.013	-0.566	0.572
Paramount+ use	-0.048	0.040	-0.026	-1.183	0.237
Sky Wow use	0.016	0.030	0.011	0.526	0.599
Model Fit	R ²	Adj. R ²	F	df	p-value
	0.454	0.439	30.982	51	<0.001***

Notes. Significance levels: *<.05, ** <.01, ***<.001

TV format preferences mostly did not show a significant effect on BWT. Only a preference for series proved to be positively significant ($\beta = 0.115, p < 0.001$), while liking sports programs proved to be a negative predictor ($\beta = -0.054, p < 0.05$). Several serial genres impacted participants' BWT significantly. The strongest positive relationship was observed for comedy/sitcom ($\beta = 0.122, p < 0.001$), followed by sci-fi and fantasy ($\beta = 0.071, p = <0.01$), and crime shows ($\beta = 0.070, p < 0.01$). Conversely, a preference for family shows was negatively associated with BWT ($\beta = -0.048, p < 0.05$) as well as for animation ($\beta = -0.047, p < 0.05$). In terms of narrative structure, a preference for darker themes had a positive correlation ($\beta = 0.048, p < 0.05$) while a preference for everyday settings ($\beta = -0.055, p < 0.01$) was negatively correlated with BWT. Noteworthy, a storyline that spans multiple episodes was not associated with a significant increase in BWT, with the p-level being close to 0.05 ($\beta = 0.036, p = 0.061$).

The uses and gratifications correlated with BWT behavior included entertainment ($\beta = 0.097, p < 0.001$), fun ($\beta = 0.089, p < 0.01$), and arousal ($\beta = 0.086, p < 0.001$). Another notable motivation for watching was to pass time ($\beta = 0.080, p < 0.01$) while learning about world events ($\beta = -0.057, p < 0.05$) was negatively correlated. Certain motivations such as seeking escapism or learning new things did not significantly correlate with BWT.

Concerning the control variables, only age had a small but significant negative relationship with BW ($\beta = -0.079, p < 0.001$), suggesting that BWT is less frequent as age increases. Gender just failed to have a significant effect ($\beta = -0.040, p = 0.054$). Focusing on the use of the most relevant SVOD services, only the use of Netflix ($\beta = 0.133, p < 0.001$) and Amazon Prime Video ($\beta = 0.083, p < 0.001$) proved to be positively associated with BWT.

The results show that there is an effect on BWT for every category we observed, however not every item showed a significant influence. The direction of the effect also differed between items. Table 3 shows the results of the research questions of our study.

Table 3. Table of results

Item	Results
RQ1: Content characteristics: Preference for television formats	
TV shows	positive effect
Movies	no effect
Documentaries	no effect
Daily soaps	no effect
News broadcast	no effect
Information shows	no effect
Sports	negative effect
Reality TV	no effect
(Live) Entertainment/event show	no effect
Children's program	no effect
RQ 2: Content characteristics: Preference for serial genres	
Drama	no effect
Comedy/sitcom	positive effect
Crime	positive effect
Mystery	no effect
Sci-Fi/fantasy	positive effect
Family	negative effect
Romance	no effect
Horror	no effect
Action	no effect
Animation	negative effect
RQ3: Preference for narrative structure	
Dark tonality	positive effect
Cross-episode storylines	no effect
Long episodes	no effect
Complex story structure	no effect
Everyday setting	negative supported
Fast paced story development	no effect
RQ 4: Uses and gratifications	
Arousal	positive effect

Fun	positive effect
Entertainment	positive effect
Relaxation	no effect
Passing time	positive effect
Boredom	no effect
Escape	no effect
Habit	no effect
Learning about world events	negative effect
Information	no effect
Company	no effect
Intersocial	no effect
Family and friends	no effect

5. Discussion

The purpose of this empirical study was to investigate the antecedents of BW behavior, operationalized as BWT. To deepen the research on this relatively recent phenomenon, we closely examined factors such as preferences for TV formats, serial genres and narrative structures, and uses and gratifications to provide a comprehensive understanding of their impact on BWT.

The strongest influence on BWT is exerted by uses and gratifications, particularly hedonic ones such as fun, entertainment, and arousal. BW is mostly used to satisfy a need for these hedonic motivations. Shows that are particularly delightful to watch can therefore be considered especially binge-able. This observation aligns with findings from other qualitative studies (Flayelle et al., 2020), which have now been empirically verified for Germany.

Surprisingly, social gratifications did not show a significant effect, differing from previous studies like Panda & Pandey (2017). The desire to discuss a series on an SVOD service with others or to watch the same series as friends and family does not significantly influence BWT. At the same time, BWT does not seem to be a substitute for social contact, as loneliness showed no influence on BWT. This observation is consistent with the findings of Tukachinsky & Eyal (2018), who also detected no correlation with loneliness. The discrepancy with Panda & Pandey (2017) may be due to the sample selection, as their study was conducted among college students, while this study does not have such a limitation.

Relaxation was not found to be a significant gratification driving BWT, potentially due to the greater cognitive effort required for BW (Starosta & Izydorczyk, 2020). However, passing time did significantly affect BWT, suggesting that BW is strongly driven by impulses. Additionally, a negative influence of the gratification of learning about current world events suggests that BW is less about education and gaining new insights and more about enjoying content. This might align with

the almost significant effect of escapism on BWT. Therefore, the hedonic and pass time oriented uses and gratifications like fun or arousal are found to affect BWT, in line with previous research (Pittman & Sheehan, 2015).

As already noted, the effects of content characteristics on BWT have received significantly less academic attention, with most studies being conducted qualitatively. We contributed to the body of research by examining their impact on BWT quantitatively. Considering TV formats, only a preference for TV series showed a significant (and large) effect on BWT. This might not seem surprising since TV series are widely considered to be especially suitable for BWT (Flayelle et al., 2019). However, it is interesting to see that the other TV formats did not display significant effects, therefore, indicating somewhat limited appeal to drive BWT strategies. Extending this line of thought, sports formats were found to be negatively associated with BWT. This might be explained by the fact that sports events do not follow narratives in which viewers could become more deeply involved over episodes. The advantage that is generated through cumulative viewing is therefore absent. On the contrary, sports formats are driven by their live character, which severely limits BW potential.

With TV series being the most relevant content category for BWT, our analysis also yields interesting insights into the relevance of serial content characteristics. The effect of preferences for series with a dark tonality in combination with the gratification of arousal is in line with the traditional theory of tragedy, which alludes to a kind of catharsis effect (positive feelings aroused through negative identification), which could influence BWT. This is also mirrored for the more 'dark' genre of crime series, in line with previous findings (e.g., Ferchaud, 2018). In addition, our findings point to the relevance of extraordinary story settings as a driver for BWT. This is underscored by the influence of preferences for sci-fi and fantasy series on BWT, where the setting diverges from reality.

On the other hand, the results of the regression analysis show a negative effect of everyday settings on BWT. The family genre, which deals with more everyday situations, exhibits a negative influence on BWT. This type of light-hearted and potentially low-brow genre has been discussed in the past as part of the escapist use and gratification of BW (Halfmann & Reinecke, 2021). However, since escapism could not be demonstrated to be a significant factor in this study, it might also correlate with the fact that BW is less an escapist than, as outlined above, a more positively performed, hedonic behavior. Taken together, our findings may explain previous assessments that shows like "Game of Thrones", "Dr. Who", or "Breaking Bad" are often associated with BWT (Mikos, 2016; Pittman & Steiner, 2019; Starosta et al., 2019). Anyhow, the often-cited relevance of storylines arching over many episodes was not found to have a significant effect.

Interestingly, in addition to the family genre, only animation has a negative influence on BWT. It might be assumed that animation shows might cater to a very specific demographic which could be distinct from the typical binge-watcher. This finding suggests a more complex relationship between genre and viewing behavior, warranting further investigation into how different narrative structures and themes impact BWT.

Regarding control variables, we found that the usage of specific SVOD services, notably Netflix and Amazon Prime Video is correlated with BWT. Here, it is unclear if correlation or causation can be observed. The literature review had already suggested that several product characteristics of streaming services like Netflix may facilitate BWT, such as lack of advertising interruptions (at least at the time of the study), affordable price, and an effective recommendation algorithm. Furthermore, the range of series offered by the service is likely an important factor; according to a Nielsen study for the year 2022 (Nielsen, 2023), 10 of the 15 most-streamed series were found on Netflix. This makes particular sense, as Netflix first and foremost is not only associated with the potential to binge-watch but even formed the concept of BW. In a similar vein, Amazon Prime Video as (again, at least at the time of the study) the foremost competitor can serve as a similar outlet. This is in line with literature that conceptualizes both of these outlets as the main device for binge-watchers (Nanda & Banerjee, 2020). But it also might be argued that higher BWT may drive the purchase of a respective streaming provider subscription. This might be especially true if BWT drives habit formation, which has been shown to significantly affect not only usage intention but also brand perception of a service (Zabel et al., 2024). The findings of this study, therefore, provide several starting points for further research.

The controls indicated that only age serves as a significant factor for BWT. Previous research yielded inconclusive results. While Pittmann and Sheehan did not find a significant effect of age (2015), Flayelle et al. (2020) did argue for a small effect in their literature review. Those vague results can be interpreted in line with research on other digital technologies, which past research frequently described as a young people's game. However, this general cohort effect of the use of digital technologies, similar to virtual reality (Kunz et al., 2022), online journalism (O'Brien et al., 2020), or video games (Greenberg et al., 2010), might vanish over time as older cohorts become more and more inclined to use digital technologies, thus also more inclined to a tendency to binge-watch (Charness & Boot, 2009).

6. Conclusion

This study provides valuable insights into various factors influencing BWT, thereby enriching the existing body of research, particularly within the German context. Our findings reveal that the motivations and determinants of BWT are crucial in deciphering the reasons behind the continuous, back-to-back consumption of TV shows by audiences. Furthermore, the understanding of BWT is more diverse and complex than previously thought.

Concerning this understanding, hedonic uses and gratifications like fun, entertainment, arousal, and passing time exhibit a strong positive effect on the propensity to binge-watch, whereas the desire to stay informed about current world events shows a negative correlation. Inter- or parasocial and family/friend-relational uses and gratifications are not central, underlying the hedonistic nature of BW.

Furthermore, our analysis highlights that a generally strong preference for TV series and serial genres like comedy, crime, sci-fi and fantasy in particular, have a positive impact on BWT. On the contrary, genres such as horror and family, along

with sports events, tend to negatively influence these tendencies. The use of streaming services like Netflix and Amazon Prime Video emerges as a significant positive factor, aligning with the global trend towards on-demand digital media consumption. Additionally, a preference for darker tonalities and extraordinary settings in TV shows further underscores the importance of content characteristics in driving BW behaviors.

Our study yields several practical implications. First, the high relevance of the serial TV formats for BWT holds implications for streaming platforms and content library operators alike. A focus on reality-based or sports content, as displayed, e.g., by the streaming platform RTL+, may not drive BWT to a similar degree as can be observed on the market-leading streaming competitors. Also, specific content characteristics can be identified that could prove to be more suitable for audience strategies built around BW behavior. Employment of complex storytelling, novel settings, or darker tones tends to be more engaging and thus more likely to induce BW behavior. This finding is important for content producers and streaming services in garnering strategies to create BW-worthy formats for a content-hungry audience. Also, it remains to be seen if smaller streaming providers can profit from BWT in the same way that the larger providers, Netflix and Amazon Prime Video did in our sample.

Nevertheless, this study naturally has its limitations. Firstly, the cross-sectional nature of this study limits the ability to causal inferences. Longitudinal studies or research designs including either real-world data from streaming services or experiments could help generalize some of the findings of this study and better understand how such behavior develops over time. Related to said point, while we try to circumvent common-method bias via a two-wave survey, data from different sources could also help to further mitigate the risk of such biases.

Secondly, while our sample was diverse and representative of the German population, it is limited due to cultural and geographic reasons. In this regard, genre or serial preferences may be affected by (previous) traditional television, or newer streaming services offered in Germany, which may vary from other countries. Also, the operationalisation of BWT, which focuses on episodes, may have been more applicable for serial contents than for formats where units are not defined as episodes (e.g., feature films). The findings may also be affected by other 'general' cultural and media-specific factors, e.g., the fact that German media markets are often slow adopters of new technology and trends (Naudé & Nagler, 2017). Thus, the study of different cultural contexts could validate and/or extend our findings, e.g., regarding uses and gratifications or content characteristics. A cross-country survey in Europe but also on other continents or in developing countries could further develop the understanding of 'general' traits of hedonic BW behavior. They would enhance our understanding of how regional variations in media consumption patterns and media availability influence BW behaviors. This could be particularly enlightening in regions where streaming services are just beginning to gain a foothold, offering a glimpse into how BWT might evolve in new markets.

While our model explained a considerable portion of the variance (43.9% adjusted R^2), it leaves room for exploration into factors that were not included or were less significant in our study. Our study focused primarily on content charac-

teristics and personal gratifications, not addressing other relevant factors such as personality, mental health, or specific life circumstances that might influence BW behavior. Future research could delve into the psychological and social aspects not captured in this study.

Furthermore, while the present research took a bird's eye view on the subject, dealing with the abstraction of formats, genres, and content characteristics, future research could also focus on BW behavior at the media product level, e.g., focusing on specific particularly (un-)successful shows. Here, a variety of methods could be applied such as incentive-aligned experiments, conjoint analyses, or qualitative comparative analyses. This would also be particularly interesting from a marketing perspective. As pointed out, BW plays a central role in marketing strategies of streaming providers. The study of specific word-of-mouth qualities and the underlying market dynamics between hit shows and niche offerings can yield important insights for marketing to BW-willing audiences.

7. References

- Abou, Y.B. & Ennam, A. (2024). Binge-watching and academic achievement among university students: A case study. *Journal of Positive Psychology and Wellbeing*, 8(1), 101–118. <https://journalppw.com/index.php/jppw/article/view/18073/11309>
- Ahmed, A. A.-A. M. (2017). A new era of TV-watching behavior: Binge watching and its psychological effects. *Media Watch*, 8(2). 192–207. <https://doi.org/10.15655/mw/2017/v8i2/49006>
- Bagozzi, R. P., Yi, Y., & Phillips, L. W. (1991). Assessing construct validity in organizational research. *Administrative Science Quarterly*, 36(3), 421–458. <https://doi.org/10.2307/2393203>
- Bastos M., Naranjo-Zolotov M., & Aparício, M. (2024). Binge-watching uncovered: Examining the interplay of perceived usefulness, habit, and regret in continuous viewing. *Heliyon*, 10(6), e27848. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e27848>
- Chang, Y.-J., & Peng, C.-Y. (2022). Exploring experiences of binge-watching and perceived addictiveness among binge-watchers: A qualitative study. *BMC Public Health*, 22(1), 2285. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-14789-z>
- Charness, N., & Boot, W. R. (2009). Aging and information technology use: Potential and barriers. *Current Directions in Psychological Science*, 18(5), 253–258. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2009.01647.x>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed). L. Erlbaum Associates.
- Czichon, M. (2019). *Kumulierte Serienrezeption: Ein Modell zur Erklärung des Rezeptionsphänomens Binge Watching*. [Cumulative series reception: A model to explain the phenomenon of binge watching] Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Devisetty, H., & Phadtare, P. (2023). A study of the genre of shows that viewers are consuming and the platform they choose to consume the content. *AIP Conference Proceedings*, 2523(1), 020100. <https://doi.org/10.1063/5.0110642>
- Dhiman, D. B. (2021). Psychosocial impact of web series and streaming content: A study on indian youth. Dhiman, B., & Malik, PS (2021). *Global Media Journal*, 19(46), 1–7.

- Diego, P., & Etayo, C. (2013). Explanatory factors of preferences for domestically-produced versus American-made fiction series. *Communication & Society*, 26(1), 155–174. <https://doi.org/10.15581/003.26.36152>
- Döring, N. (2023). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften* [Research methods and evaluation in the social and human sciences] (6th ed.). Springer.
- Erickson, S., Dal Cin, S., & Byl, H. (2019). An experimental examination of binge watching and narrative engagement. *Social Sciences*, 8(1), 19. <https://doi.org/10.3390/socsci8010019>
- Fabrigar, L. R., Wegener, D. T., MacCallum, R. C., & Strahan, E. J. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *Psychological Methods*, 4(3), 272–299. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.4.3.272>
- Ferchaud, A. (2018). *Binge and bingeability: The antecedents and consequences of binge-watching behaviour* [Doctoral dissertation, The Pennsylvania State University].
- Playelle, M., Canale, N., Vögele, C., Karila, L., Maurage, P., & Billieux, J. (2019). Assessing binge-watching behaviors: Development and validation of the “Watching TV Series Motives” and “Binge-watching Engagement and Symptoms” questionnaires. *Computers in Human Behavior*, 90, 26–36. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.022>
- Playelle, M., Maurage, P., Di Lorenzo, K. R., Vögele, C., Gainsbury, S. M., & Billieux, J. (2020). Binge-watching: What do we know so far? A first systematic review of the evidence. *Current Addiction Reports*, 7(1), 44–60. <https://doi.org/10.1007/s40429-020-00299-8>
- Gantz, W., Wang, Z., Paul, B., & Potter, R. F. (2006). Sports versus all comers: Comparing TV sports fans with fans of other programming genres. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(1), 95–118. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem5001_6
- Granow, V. C., Reinecke, L., & Ziegele, M. (2018). Binge-watching and psychological well-being: Media use between lack of control and perceived autonomy. *Communication Research Reports*, 35(5), 392–401. <https://doi.org/10.1080/08824096.2018.1525347>
- Greenberg, B. S., Sherry, J., Lachlan, K., Lucas, K., & Holmstrom, A. (2010). Orientations to video games among gender and age groups. *Simulation & Gaming*, 41(2), 238–259. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1177/1046878108319930>
- Halfmann, A., & Reinecke, L. (2021). Binge-watching as case of escapist entertainment use. In P. Vorderer & C. Klimmt (Eds.), *The Oxford handbook of entertainment theory*, (pp. 181–203). Oxford University Press. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.24690.25288>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hills, M. (2007). From the box in the corner to the box set on the shelf: ‘TVIII’ and the cultural/textual valorisations of DVD. *New Review of Film and Television Studies*, 5(1), 41–60. <https://doi.org/10.1080/17400300601140167>
- Horvath, J. C., Horton, A. J., Lodge, J. M., & Hattie, J. A. C. (2017). The impact of binge watching on memory and perceived comprehension. *First Monday*, 22(9). <https://doi.org/10.5210/fm.v22i9.7729>
- Jasmine, V. M., Sruthiya, V. N., & Jose, N. (2023). Factors affecting the binge-watching behavior of young consumers. *IUP Journal of Marketing Management*, 22(3), 41–58. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/factors-affecting-binge-watching-behavior-young/docview/2875139569/se-2>

- Jenner, M. (2016). Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching. *New Media & Society*, 18(2), 257–273. <https://doi.org/10.1177/1461444814541523>
- Jenner, M. (2020). Researching binge-watching. *Critical Studies in Television*, 15(3), 267–279. <https://doi.org/10.1177/1749602020935012>
- Jenner, M. (2021). *Binge-watching and contemporary television studies*. Edinburgh University Press.
- Kim, D. D. E. (2020). The search for pleasure and meaning on TV, captured in-app: Eudaimonia and hedonism effects on TV consumption as self-reported via mobile app. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64(5), 693–713. <https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1849702>
- Kozak, L., & Zeller-Jacques, M. (2021). Digressions and recaps: The bingeable narrative. In L. Kozak & M. Zeller-Jacques (Eds.), *Binge-watching and contemporary television studies*, (pp. 207–223). Edinburgh University Press. <https://doi.org/10.3366/edinburgh/9781474461986.003.0014>
- Kunz, R. E., Roth, A., Telkmann, V., & Zabel, C. (2022). *Service value—theoretische Konzeptualisierung und empirische Exploration am Beispiel von Virtual-Reality-Games*. [Service value—theoretical conceptualization and empirical exploration using the example of virtual reality games.] Internet-Intermediäre und virtuelle Plattformen medienökonomisch betrachtet: Proceedings zur Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 2021, Hamburg, Germany. <https://doi.org/10.21241/SSOAR.78769>
- Merikivi, J, Mäntymäki, M, Salovaara, A, and Zhang, L. (2016) Binge watching television shows: conceptualization and measurement. *Research Papers*, 16. https://aisel.aisnet.org/ecis2016_rp/16
- Merrill Jr., K., & Rubenking, B. (2019). Go long or go often: Influences on binge watching frequency and duration among college students. *Social Sciences*, 8(1), 10. <https://doi.org/10.3390/socsci8010010>
- Mikos, L. (2016). Digital media platforms and the use of TV content: Binge watching and video-on-demand in Germany. *Media and Communication*, 4(3), 154–161. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i3.542>
- Mikos, L. & Castro, D. (2021). Binge-watching and the organisation of everyday life. In M. Jenner (Ed.), *Binge-watching and contemporary television studies* (pp. 112–130). Edinburgh University Press. <https://doi.org/10.1515/9781474462006-010>
- Moore, A. E. (2015). Binge watching: Exploring the relationship of binge watched television genres and colleges at Clemson University. *Graduate Research and Discovery Symposium (GRADS)*, 138. https://tigerprints.clemson.edu/grads_symposium/138
- Nanda, A. P., & Banerjee, R. (2020). Binge watching: An exploration of the role of technology. *Psychology & Marketing*, 37(9), 1212–1230. <https://doi.org/10.1002/mar.21353>
- Naudé, W., & Nagler, P. (2017). Technological innovation and inclusive growth in Germany. *SSRN Electronic Journal*, IZA DP No. 11194. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3088958>
- Netemeyer, R. G., Bearden, W. O., & Sharma, S. (2003). *Scaling procedures: Issues and applications*. SAGE Publications.
- Netflix, Inc (2013, December 13). *Netflix declares binge watching is the new normal*. PR Newswire. <https://www.prnewswire.com/news-releases/netflix-declares-binge-watching-is-the-new-normal-235713431.html>

- Nielsen. (2023, January). *Streaming unwrapped: 2022 was the year of original content*. <https://www.nielsen.com/insights/2023/streaming-unwrapped-2022-was-the-year-of-original-content/>
- Nikolic, D., Kostic-Stankovic, M., & Jeremic, V. (2023). How does genre preference influence the importance of film marketing mix elements: Evidence during the COVID-19 pandemics. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 36(1), 2080734. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2080734>
- Noh, S. (2021). Dual portfolio management strategies of online subscription video on demand (SVOD) companies: A genre perspective. *Journal of Media Business Studies*, 18(2), 132–153. <https://doi.org/10.1080/16522354.2020.1797270>
- Nunnally, J. C. (1978). An overview of psychological measurement. In B. B. Wolman (Eds.), *Clinical Diagnosis of Mental Disorders*, (pp. 97–146). Springer US. https://doi.org/10.1007/978-1-4684-2490-4_4
- O'Brien, D., Wellbrock, C.-M., & Kleer, N. (2020). Content for free? Drivers of past payment, paying intent and willingness to pay for digital journalism: A systematic literature review. *Digital Journalism*, 8(5), 643–672. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1770112>
- Panda, S., & Pandey, S. C. (2017). Binge watching and college students: Motivations and outcomes. *Young Consumers*, 18(4), 425–438. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2017-00707>
- Papacharissi, Z., & Mendelson, A. L. (2007). An exploratory study of reality appeal: Uses and gratifications of reality TV shows. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(2), 355–370. <https://doi.org/10.1080/08838150701307152>
- Parrot Analytics. (2024). Most popular TV series genres based on audience demand in the United States in 2023 [Data set]. As cited in Statista. Available at <https://www.statista.com/statistics/715161/most-in-demand-tv-genre-in-north-america/>
- Perks, L. G. (2021) Binge-watching conditions and multitasking: The enjoyable ephemeral. In M. Jenner (Ed.), *Binge-watching and contemporary television studies* (pp. 82–97). Edinburgh University Press. <https://doi.org/10.1515/9781474462006-008>
- Pierce-Grove, R. (2021). What Defines a Binge? Elapsed Time versus Episodes. In M. Jenner (Ed.), *Binge-watching and contemporary television studies* (pp. 82–97). Edinburgh University Press. <https://doi.org/10.1515/9781474462006-008>
- Pittman, M., & Sheehan, K. (2015). Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix. *First Monday*, 20(10). <https://doi.org/10.5210/fm.v20i10.6138>
- Pittman, M., & Steiner, E. (2019). Transportation or narrative completion? Attentiveness during binge-watching moderates regret. *Social Sciences*, 8(3), 99. <https://doi.org/10.3390/socsci8030099>
- Rentfrow, P. J., Goldberg, L. R., & Zilca, R. (2011). Listening, watching, and reading: The structure and correlates of entertainment preferences. *Journal of Personality*, 79(2), 223–258. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2010.00662.x>
- Rubenking, B., & Bracken, C. C. (2021). Binge watching and serial viewing: Comparing new media viewing habits in 2015 and 2020. *Addictive Behaviors Reports*, 14, 100356. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2021.100356>
- Rubenking, B., Bracken, C. C., Sandoval, J., & Rister, A. (2018). Defining new viewing behaviours: What makes and motivates TV binge-watching? *International Journal of Digital Television*, 9(1), 69–85. https://doi.org/10.1386/jdtv.9.1.69_1

- Rubin, A. M. (1981). An examination of television viewing motivations. *Communication Research*, 8(2), 141–165. <https://doi.org/10.1177/009365028100800201>
- Schaber, R.W. (2022, August 03). *Roku und Fire TV: Darum sind die Fernbedienungen mit Netflix-Buttons zugepflastert* [Roku and Fire TV: Why remotes have been plastered with Netflix-buttons]. *Netzwelt*. <https://www.netzwelt.de/news/206542-roku-fire-tv-fernbedienungen-netflix-buttons-zugepflastert.html>
- Schweidel, D. A., & Moe, W. W. (2016). Binge watching and advertising. *Journal of Marketing*, 80(5), 1–19. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0258>
- Shim, H., & Kim, K. J. (2018). An exploration of the motivations for binge-watching and the role of individual differences. *Computers in Human Behavior*, 82, 94–100. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.032>
- Shim, H., Lim, S., Jung, E. E., & Shin, E. (2018). I hate binge-watching but I can't help doing it: The moderating effect of immediate gratification and need for cognition on binge-watching attitude-behavior relation. *Telematics and Informatics*, 35(7), 1971–1979. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.07.001>
- Song, L., Hu, B., & Mou, J. (2021). Investigating consumer binge-watching behavior: A valence framework perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62, 102604. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102604>
- Starosta, J. A., & Izydorczyk, B. (2020). Understanding the phenomenon of binge-watching: A Systematic Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 4469. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124469>
- Starosta, J., Izydorczyk, B., & Lizińczyk, S. (2019). Characteristics of people's binge-watching behavior in the “entering into early adulthood” period of life. *Health Psychology Report*, 7(2), 149–164. <https://doi.org/10.5114/hpr.2019.83025>
- Steiner, E. (2018). *Binge-watching killed the idiot box: The changing identities of viewers and television in the experiential, streaming video age* [Doctoral dissertation, Temple University]. <http://dx.doi.org/10.34944/dspace/2442>
- Steiner, E. (2021). Commercial constructions of binge-viewers: A typology of the new and improved couch potato as seen on TV. In E. Steiner (Ed.), *Binge-Watching and Contemporary Television Studies*, (pp. 65–81). Edinburgh University Press. <https://doi.org/10.3366/edinburgh/9781474461986.003.0005>
- Steiner, E., & Xu, K. (2020). Binge-watching motivates change: Uses and gratifications of streaming video viewers challenge traditional TV research. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 26(1), 82–101. <https://doi.org/10.1177/1354856517750365>
- Sung, Y. H., Kang, E. Y., & Lee, W.-N. (2018). Why do we indulge? Exploring motivations for binge watching. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 62(3), 408–426. <https://doi.org/10.1080/08838151.2018.1451851>
- Taqiyah, L. N. (2024). The relationship between binge-watching behavior and psychological well-being in early adulthood during the pandemic COVID-19. *European Journal of Psychological Research*, 11(2).
- Tefertiller, A. (2018) Media substitution in cable cord-cutting: The adoption of web-streaming television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 62(3), 390–407. <https://doi.org/10.1080/08838151.2018.1451868>

- Tukachinsky, R., & Eyal, K. (2018). The psychology of marathon television viewing: Antecedents and viewer involvement. *Mass Communication and Society*, 21(3), 275–295. <https://doi.org/10.1080/15205436.2017.1422765>
- Turner, G. (2021). Television studies, we need to talk about “binge-viewing”. *Television & New Media*, 22(3), 228–240. <https://doi.org/10.1177/1527476419877041>
- von Abrams, K. (2022). *Western Europe digital Video 2022: Inflation won't dent steady growth in viewers*. EMARKETER <https://www.insiderintelligence.com/content/western-europe-digital-video-2022#>
- Walton-Pattison, E., Dombrowski, S. U., & Presseau, J. (2018). ‘Just one more episode’: Frequency and theoretical correlates of television binge watching. *Journal of Health Psychology*, 23(1), 17–24. <https://doi.org/10.1177/1359105316643379>
- Yoon, S.-H., Kim, H.-W., & Kankanhalli, A. (2021). What makes people watch online TV clips? An empirical investigation of survey data and viewing logs. *International Journal of Information Management*, 59, 102329. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102329>
- Zabel, C., Kunz, R. E., Telkmann, V., & O'Brien, D. (2024). The show must go on(line): The impact of content and system quality on the usage of television streaming content libraries. *Journal of Media Economics*, 35(3–4), 63–86. <https://doi.org/10.1080/08997764.2024.2322825>

Appendix

Appendix A1. Questionnaire

Item	Operationalization
Content characteristics: Television formats	Please indicate what you think about the following video content.
TV shows	1 (“I don’t like it at all”) to 7 (“I like it very much”)
Movies	1 (“I don’t like it at all”) to 7 (“I like it very much”)
Documentaries	1 (“I don’t like it at all”) to 7 (“I like it very much”)
Daily soaps	1 (“I don’t like it at all”) to 7 (“I like it very much”)
News broadcast	1 (“I don’t like it at all”) to 7 (“I like it very much”)
Information shows	1 (“I don’t like it at all”) to 7 (“I like it very much”)
Sports	1 (“I don’t like it at all”) to 7 (“I like it very much”)
Reality TV	1 (“I don’t like it at all”) to 7 (“I like it very much”)
Content characteristics: Serial genres	Please indicate which series you like to watch.
Drama	1 (“I don’t like it at all”) to 7 (“I like it very much”)
Comedy/Sitcom	1 (“I don’t like it at all”) to 7 (“I like it very much”)
Crime	1 (“I don’t like it at all”) to 7 (“I like it very much”)

Mystery	1 (“I don’t like it at all“) to 7 (“I like it very much”)
Sci-Fi/Fantasy	1 (“I don’t like it at all“) to 7 (“I like it very much”)
Family	1 (“I don’t like it at all“) to 7 (“I like it very much”)
Romance	1 (“I don’t like it at all“) to 7 (“I like it very much”)
Horror	1 (“I don’t like it at all“) to 7 (“I like it very much”)
Action	1 (“I don’t like it at all“) to 7 (“I like it very much”)
Animation	1 (“I don’t like it at all“) to 7 (“I like it very much”)

Content characteristics: Narrative structure	Please indicate on a scale which type of series you prefer.
Dark tonality	1 (“friendly, carefree atmosphere/wholesome world”) to 7 (“Gloomy mood/troublesome”)
Over branching storylines	1 (“episodes that are closed in terms of content”) to 7 (“stories spanning episodes”)
Long episodes	1 (“short episodes”) to 7 (“long episodes”)
Complex story structure	1 (“multi-layered/complex narrative”) to 7 (“simply narrated/ one can follow casually”)
Everyday setting	1 (“ordinary setting”) to 7 (“special setting”)

Gratifications	“I watch video streaming series...”
Arousal	“...because it’s exciting.”
Fun	“...because they are fun for me.”
Entertainment	“...because they are entertaining.”
Relaxation	“...because I can relax.”
Passing Time	“...to pass the time.”
Boredom	“...because I’m bored.”
Escape	“...to escape reality and seek refuge in fictional worlds.”
Habit	“...because it’s a habit.”
Learning about world events	“...to find out about what’s happening in the world.”
Information	“...to learn how to do things I’ve never done before.”
Company	“...so that I don’t feel alone.”
Intersocial	“...so that I can talk to other people about the program.”
Family and Friends	“...because my friends and family watch it too.”

Life satisfaction (construct)	Please indicate how strongly you agree with the following statement (1: "do not agree at all" – 7: "completely agree")
LS1	"In most areas, my life corresponds to my ideals."
LS2	"My living conditions are excellent."
LS3	"I am happy with my life."
Binge-watching tendency (construct)	Please indicate how strongly you agree with the following statement (1: "do not agree at all" – 7: "completely agree")
BW1	"I tend to watch several episodes of a particular series in one sitting."
BW2	"I tend to watch several episodes of a particular series in quick succession."
BW3	"Sometimes I watch episodes of a series back-to-back ("binge-watching")."

Appendix A2. Sample demographics

Variable	Number	%
Sex		
Female	961	49.1
Male	998	50.9
Education		
University degree	658	33.6
General university entrance qualifications	384	19.6
Vocational training	667	34.1
Primary or secondary school certificate	222	11.3
Others	27	1.4
Employment		
Employee/civil servant	1268	65.1
Retiree	318	16.3
Unemployed/homemaker	159	8.1
Self employed	109	5.6
Student/apprentice	96	4.9
Migration status		

With	172	8.8
Without	1778	91.2
Age		
18–29	229	11.7
30–39	570	29.1
40–49	539	27.5
50–59	247	12.6
60+	374	19.1

Appendix A3. Means and standard deviations

Variable	Mean	Standard deviation
Age	45,07	13,900
Education	4,03	1,422
Income	4,57	1,432
Subscriptions		
Amazon Prime Video	2,28	1,092
Netflix	2,30	1,188
Disney+	1,63	0,980
DAZN	1,26	0,685
Apple TV+	1,15	0,537
Paramount+	1,17	0,557
Sky Wow	1,26	0,706
Others	0,60	0,856
Content Characteristics: Serial Genres		
Mystery	3,74	2,181
Crime	4,04	2,024
Drama	3,73	2,040
Familie	3,41	1,952
Action	3,87	2,014
Animation	3,11	1,966
Sci-Fi & Fantasy	3,89	2,243
Romance	3,24	1,989
Horror	3,20	2,117
Comedy	3,96	2,122

Content Characteristics: Narrative Structure		
Dark tonality	3,97	1,598
Complex story structure	3,66	1,580
Over branching storylines	4,02	1,618
Long episodes	4,24	1,424
Everyday Setting	3,83	1,525

Gratifications		
Arousal	4,49	1,692
Fun	5,34	1,664
Entertainment	5,52	1,557
Relaxation	5,30	1,641
Passing Time	4,97	1,732
Escape	3,92	1,988
Boredom	3,67	1,915
Habit	3,94	1,886
Learning about world event	3,68	1,882
Information	3,35	1,830
Company	2,94	1,901
Intersocial	3,27	1,876
Family and Friends	3,29	1,922
Content Characteristics: Television Formats		
TV Shows	4,64	2,053
Movies	5,05	1,660
Documentaries	4,66	1,717
Daily Soaps	2,65	1,990
News broadcast	4,88	1,776
Information Shows	4,59	1,590
Sports	3,58	2,227
Reality TV	2,68	1,912

Appendix A4. Correlations

	Age	Gender	Edu- cation	Income	Amazon	Netflix	Disney+	DAZN	Apple TV+	Para- mount+	Sky Wow	Mystery	Crime	Drama	Family	Action
Age	1	.079"	-.123"	-.090"												
Gender	.079"	1	0.040	.095"												
Education	-.123"	0.040	1	.322"												
Income	-.090"	.095"	.322"	1												
Amazon	-.252"	.045"	.056"	.151"	1	.388"	.354"	.276"	.240"	.253"	.233"					
Netflix	-.364"	0.005	.096"	.190"	.388"	1	.390"	.222"	.226"	.251"	.212"					
Disney+	-.293"	0.036	.101"	.144"	.354"	.390"	1	.281"	.361"	.383"	.307"					
DAZN	-.141"	.169"	.087"	.104"	.276"	.222"	.281"	1	.489"	.479"	.480"					
Apple TV+	-.143"	.079"	.125"	.096"	.240"	.226"	.361"	.489"	1	.570"	.471"					
Paramount+	-.143"	.102"	.080"	.077"	.253"	.251"	.383"	.479"	.570"	1	.477"					
Sky Wow	-.135"	.100"	.078"	.108"	.233"	.212"	.307"	.480"	.471"	.477"	1					
Mystery	-.343"	0.039	.094"	.094"	.313"	.402"	.330"	.096"	.164"	.150"	.158"	1	.533"	.387"	.268"	.443"
Crime	-.202"	0.006	.108"	.133"	.269"	.320"	.226"	.150"	.171"	.140"	.142"	.533"	1	.471"	.336"	.578"
Drama	-.254"	-.192"	.102"	.083"	.263"	.338"	.194"	.130"	.185"	.157"	.135"	.387"	.471"	1	.483"	.353"
Family	-.237"	-.135"	.087"	.073"	.217"	.264"	.256"	.165"	.208"	.164"	.164"	.288"	.336"	.483"	1	.335"
Action	-.188"	.131"	0.042	.095"	.323"	.283"	.253"	.174"	.164"	.152"	.150"	.443"	.578"	.353"	.335"	1
Animation	-.337"	.199"	.092"	0.041	.234"	.216"	.288"	.204"	.210"	.186"	.194"	.398"	.249"	.211"	.341"	.322"
SciFi/Fantasy	-.220"	.138"	.081"	.074"	.292"	.299"	.318"	.097"	.140"	.154"	.152"	.606"	.347"	.272"	.197"	.440"
Romance	-.240"	-.239"	.101"	.096"	.218"	.304"	.226"	.161"	.215"	.177"	.139"	.314"	.316"	.546"	.499"	.296"
Horror	-.196"	.162"	-0.005	0.032	.254"	.279"	.268"	.154"	.200"	.170"	.206"	.553"	.375"	.237"	.196"	.438"
Comedy	-.385"	.047"	.156"	.097"	.229"	.255"	.274"	.150"	.149"	.119"	.134"	.343"	.321"	.317"	.472"	.333"
Fun	-.277"	-0.018	.051"	.098"	.293"	.364"	.235"	0.045	0.035	.063"	.066"	.349"	.310"	.290"	.200"	.285"
Entertainment	-.278"	-0.025	.053"	.093"	.285"	.356"	.226"	.053"	0.045	.068"	.073"	.337"	.333"	.302"	.215"	.310"
Relaxation	-.268"	-.085"	-0.007	.073"	.249"	.289"	.205"	0.010	0.027	.049"	0.034	.270"	.278"	.280"	.201"	.259"
Passing Time	-.221"	-0.045	-0.035	0.033	.261"	.276"	.198"	.066"	.076"	.078"	.065"	.253"	.241"	.225"	.190"	.226"
Escape	-.307"	-.046"	-0.005	-0.052	.259"	.228"	.206"	.116"	.144"	.139"	.107"	.293"	.196"	.239"	.234"	.210"
Boredom	-.292"	-0.015	-0.026	-0.045	.193"	.217"	.183"	.103"	.135"	.118"	.107"	.224"	.161"	.179"	.194"	.184"
Habit	-.224"	-0.035	-0.014	-0.005	.229"	.228"	.191"	.153"	.144"	.154"	.128"	.221"	.231"	.245"	.276"	.208"
Learning ab. Events	-0.045	0.043	0.031	-0.019	.175"	.114"	.145"	.200"	.194"	.166"	.159"	.127"	.168"	.223"	.276"	.171"
Information	-.119"	.055	0.013	-0.005	.199"	.174"	.156"	.204"	.215"	.187"	.166"	.169"	.174"	.238"	.298"	.196"
Company	-.191"	-0.007	-0.026	-.116"	.145"	.129"	.140"	.171"	.201"	.183"	.131"	.178"	.137"	.189"	.232"	.128"
Intersocial	-.192"	0.020	0.020	0.038	.190"	.235"	.233"	.208"	.176"	.180"	.181"	.239"	.201"	.242"	.309"	.215"
Family & Friends	-.169"	0.020	0.045	.080"	.212"	.241"	.212"	.214"	.178"	.162"	.187"	.201"	.169"	.234"	.310"	.181"
Arousal	-.204"	.045"	0.010	0.035	.282"	.284"	.233"	.124"	.150"	.153"	.134"	.346"	.341"	.301"	.255"	.374"
Series	-.209"	-0.078"	.095"	.066"	.201"	.232"	.245"	.047"	.099"	.089"	.096"	.369"	.350"	.342"	.326"	.384"
Movies	-.100"	.048"	.106"	.104"	.190"	.176"	.180"	0.027	.076"	.049"	.068"	.304"	.371"	.227"	.188"	.391"
Documentaries	-0.027	.079"	.097"	0.039	.071"	.089"	.078"	.054"	.074"	.047"	.073"	.197"	.235"	.179"	.148"	.201"
Daily Soaps	-.104"	-.128"	-.052"	0.027	.136"	.086"	.131"	.190"	.224"	.190"	.154"	.050"	.070"	.190"	.347"	.108"
News	.232"	.082"	0.038	.095"	0.025	-0.089"	-0.054"	.086"	.052"	0.034	0.023	-0.079"	.045"	.057"	.076"	0.031
Information Shows	-.102"	-0.022	-0.024	0.045	.053"	-0.008	-0.008	.075"	.083"	.081"	.048"	0.011	.093"	.118"	.148"	.089"
Sports	.071"	.358"	.058"	.131"	.122"	.062"	.072"	.381"	.153"	.159"	.201"	0.005	.128"	0.012	.126"	.185"
Live Entertainment/Event Shows	-.145"	-.095"	0.040	.052"	.143"	.096"	.138"	.218"	.244"	.173"	.148"	.080"	.134"	.235"	.356"	.157"
Reality TV	-.266"	-.083"	.050"	.118"	.189"	.216"	.210"	.250"	.270"	.235"	.196"	.168"	.193"	.260"	.408"	.179"
Children's Program	-.144"	-.060"	.067"	.083"	.148"	.117"	.225"	.189"	.189"	.171"	.122"	.158"	.167"	.229"	.330"	.197"
Dark tonality	-.057"	.184"	0.023	0.007	.155"	.182"	.096"	.117"	.083"	.087"	.128"	.333"	.260"	.071"	-.113"	.232"
Everyday Setting	.050"	-.116"	0.024	-0.028	-0.016	-.121"	-0.020	.054"	.069"	.063"	0.025	-.205"	-.149"	0.045	.198"	-.102"
Complex Story Structure	-.066"	-0.014	-0.026	-0.013	0.031	-.075"	0.027	.088"	.057"	.060"	.056"	-.153"	-.174"	-.054"	.191"	-.080"
Fast paced Story Development	-.062"	0.008	0.035	0.038	.080"	.082"	.099"	.115"	.086"	.093"	.090"	.102"	.146"	.066"	.093"	.182"
Cross-episode Storylines	-.178"	.104"	.106"	.111"	.156"	.201"	.094"	.082"	.076"	.063"	.077"	.235"	.111"	.099"	0.026	.098"
Long Episodes	-0.045	.091"	0.026	0.026	.104"	.121"	.108"	.052"	.105"	.121"	.055"	.202"	.115"	.125"	0.008	.186"

	Animation	SciFi/Fantasy	Romance	Horror	Comedy	Fun	Entertainment	Relaxation	Passing Time	Escape	Boredom	Habit	Learning ab. Events	Information	Company
Age															
Gender															
Education															
Income															
Amazon															
Netflix															
Disney+															
DAZN															
Apple TV+															
Paramount+															
Sky Wow															
Mystery	.398"	.606"	.314"	.553"	.343"										
Crime	.249"	.347"	.316"	.375"	.321"										
Drama	.211"	.272"	.546"	.237"	.317"										
Family	.341"	.197"	.499"	.198"	.472"										
Action	.322"	.440"	.296"	.438"	.333"										
Animation	.1	.425"	.192"	.387"	.483"										
SciFi/Fantasy	.425"	.1	.234"	.479"	.297"										
Romance	.192"	.234"	.1	.213"	.302"										
Horror	.387"	.479"	.213"	.1	.287"										
Comedy	.483"	.297"	.302"	.287"	.1										
Fun	.190"	.316"	.202"	.226"	.274"	.1	.864"	.699"	.576"	.375"	.240"	.311"	.178"	.142"	.103"
Entertainment	.198"	.311"	.227"	.238"	.282"	.864"	.1	.745"	.604"	.366"	.241"	.329"	.183"	.138"	.099"
Relaxation	.147"	.250"	.211"	.184"	.226"	.699"	.745"	.1	.633"	.434"	.284"	.356"	.193"	.185"	.156"
Passing Time	.174"	.206"	.197"	.183"	.229"	.576"	.604"	.633"	.1	.453"	.490"	.427"	.233"	.250"	.261"
Escape	.241"	.264"	.248"	.234"	.212"	.375"	.366"	.434"	.453"	.1	.410"	.416"	.359"	.412"	.496"
Boredom	.229"	.170"	.198"	.200"	.237"	.240"	.241"	.284"	.490"	.410"	.1	.450"	.241"	.330"	.459"
Habit	.184"	.143"	.234"	.188"	.226"	.311"	.329"	.356"	.427"	.416"	.450"	.1	.380"	.390"	.454"
Learning ab. Events	.223"	.090"	.226"	.169"	.155"	.178"	.183"	.193"	.233"	.359"	.241"	.380"	.1	.734"	.425"
Information	.262"	.148"	.266"	.205"	.194"	.142"	.138"	.185"	.250"	.412"	.330"	.390"	.734"	.1	.491"
Company	.244"	.117"	.226"	.165"	.167"	.103"	.099"	.156"	.261"	.496"	.459"	.454"	.425"	.491"	.1
Intersocial	.268"	.194"	.269"	.227"	.233"	.208"	.216"	.233"	.288"	.423"	.347"	.419"	.466"	.518"	.556"
Family & Friends	.241"	.149"	.260"	.178"	.202"	.196"	.183"	.186"	.251"	.330"	.286"	.390"	.408"	.451"	.463"
Arousal	.260"	.304"	.268"	.310"	.236"	.500"	.512"	.460"	.409"	.442"	.265"	.377"	.356"	.363"	.293"
Series	.219"	.351"	.271"	.221"	.284"	.318"	.335"	.275"	.215"	.182"	.115"	.221"	.060"	.077"	.102"
Movies	.191"	.320"	.173"	.226"	.222"	.290"	.304"	.268"	.188"	.152"	.060"	.105"	.081"	.047"	.020
Documentaries	.206"	.226"	.103"	.163"	.160"	.158"	.151"	.117"	.103"	.054"	.050"	.044"	.155"	.118"	.023
Daily Soaps	.136"	.0003	.319"	.092"	.097"	-0.006	0.002	0.043	.089"	.199"	.135"	.234"	.215"	.233"	.256"
News	.0009	-0.023	0.042	0.010	-.048"	-0.008	0.001	-0.011	-0.003	-.074"	-.072"	0.006	.209"	.112"	-0.006
Information Shows	.049"	0.021	.147"	.068"	0.030	0.035	.055	0.038	.056"	0.004	0.029	0.021	.220"	.176"	0.027
Sports	.149"	0.036	.071"	.099"	.124"	0.012	0.012	-0.016	-0.007	-0.010	0.017	0.036	.206"	.193"	.082"
Live Entertainment/Event Shows	.170"	.053"	.364"	.120"	.181"	0.032	.069"	.054"	.085"	.161"	.151"	.177"	.248"	.252"	.213"
Reality TV	.223"	.090"	.375"	.187"	.236"	.085"	.099"	.109"	.150"	.204"	.200"	.233"	.255"	.294"	.239"
Children's Program	.302"	.161"	.304"	.145"	.245"	.079"	.095"	.106"	.097"	.128"	.083"	.104"	.170"	.222"	.157"
Dark tonality	.107"	.296"	-.113"	.368"	-.061"	.132"	.112"	.066"	.067"	.079"	.062"	0.028	0.017	.053"	.047"
Everyday Setting	-0.011	-.185"	.167"	-.150"	.079"	-.113"	-.104"	-.062"	-0.027	0.037	0.024	.110"	.062"	.080"	.117"
Complex Story Structure	.147"	-.117"	.087"	-.073"	.278"	-.075"	-.078"	-0.043	0.037	.055"	.086"	.102"	.060"	.115"	.115"
Fast paced Story Development	.060"	0.043	.062"	.106"	.104"	.071"	.081"	.054"	.048"	0.015	0.026	0.044	.063"	.091"	.048"
Cross-episode Storylines	.095"	.259"	.082"	.121"	.049"	.173"	.158"	.064"	.074"	.134"	0.021	.061"	.070"	.079"	0.042
Long Episodes	.068"	.322"	.049"	.155"	0.011	.150"	.141"	.094"	.094"	.135"	0.032	.064"	0.036	.062"	.063"

	Inter-social	Family & Friends	Arousal	Series	Movies	Documentaries	Daily Soaps	News	Information Shows	Sports	Live Entertainment/Event Shows	Reality TV	Children's Program	Dark tonality
Age														
Gender														
Education														
Income														
Amazon														
Netflix														
Disney+														
DAZN														
Apple TV+														
Paramount+														
Sky Wow														
Mystery														
Crime														
Drama														
Family														
Action														
Animation														
SciFi/Fantasy														
Romance														
Horror														
Comedy														
Fun	,208"	,196"	,500"											
Entertainment	,216"	,183"	,512"											
Relaxation	,233"	,186"	,460"											
Passing Time	,288"	,251"	,409"											
Escape	,423"	,330"	,442"											
Boredom	,347"	,266"	,265"											
Habit	,419"	,390"	,377"											
Learning ab. Events	,466"	,408"	,356"											
Information	,518"	,451"	,363"											
Company	,556"	,463"	,293"											
Intersocial	1	,715"	,412"											
Family & Friends	,715"	1	,368"											
Arousal	,412"	,368"	1											
Series	,165"	,146"	,295"	1	,468"	,248"	,170"	0,005	,054"	0,041		,179"	,147"	,185"
Movies	,108"	,106"	,225"	,468"	1	,391"	0,023	,137"	,156"	,124"		,107"	,069"	,151"
Documentaries	,087"	,071"	,103"	,248"	,391"	1	-0,023	,254"	,351"	,148"		,080"	,074"	,190"
Daily Soaps	,246"	,242"	,164"	,170"	0,023	-0,023	1	,150"	,172"	,118"		,449"	,461"	,239"
News	,107"	,076"	,078"	0,005	,137"	,254"	,150"	1	,503"	,258"		,163"	,055"	,146"
Information Shows	,140"	,109"	,102"	,054"	,156"	,351"	,172"	,503"	1	,168"		,264"	,194"	,217"
Sports	,177"	,200"	,148"	0,041	,124"	,148"	,118"	,258"	,168"	1		,236"	,167"	,181"
Live Entertainment/Event Shows	,262"	,238"	,177"	,179"	,107"	,080"	,449"	,163"	,264"	,236"	1	,579"	,268"	
Reality TV	,273"	,282"	,202"	,147"	,069"	,074"	,461"	,055"	,194"	,167"			1	,240"
Children's Program	,172"	,177"	,146"	,185"	,151"	,190"	,239"	,146"	,217"	,181"		,268"	,240"	1
Dark tonality	,075"	,053"	,164"	,061"	,154"	,131"	-,108"	0,019	-0,039	,077"		-,112"	-0,043	-,048"
Everyday Setting	0,044	,056"	-,051"	-0,025	-,086"	-0,041	,227"	,059"	0,045	0,015		,138"	,115"	,148"
Complex Story Structure	,086"	,096"	-,081"	-,059"	-,109"	-,051"	,164"	-0,007	0,044	,054"		,130"	,111"	,158"
Fast paced Story Development	,078"	,075"	,112"	,059"	,056"	,049"	0,022	0,037	0,040	,084"		,058"	,074"	0,037
Cross-episode Storylines	,127"	,115"	,175"	,070"	,129"	,060"	-0,007	-0,001	-0,045	,061"		0,002	0,029	0,022
Long Episodes	,081"	,073"	,218"	,128"	,112"	,050"	-0,005	-0,020	-0,008	-0,008		0,007	0,032	0,028

	Everyday Setting	Complex Story Structure	Fast paced Story Development	Crossepisode Storylines	Long Episodes
Age					
Gender					
Education					
Income					
Amazon					
Netflix					
Disney+					
DAZN					
Apple TV+					
Paramount+					
Sky Wow					
Mystery					
Crime					
Drama					
Family					
Action					
Animation					
SciFi/Fanta sy					
Romance					
Horror					
Comedy					
Fun					
Entertain- ment					
Relaxation					
Passing Time					
Escape					
Boredom					
Habit					
Learning ab. Events					
Information					
Company					
Intersocial					
Family & Friends					
Arousal					
Series					
Movies					
Documen- taries					
Daily Soaps					
News					
Information					
Shows					
Sports					
Live					
Entertainme nt/Event					
Shows					
Reality TV					
Children's Program					
Dark tonality	-.273**	-.323**	.113**	.271**	.242**
Everyday Setting	1	.367**	-.070**	-.163**	-.069**
Complex Story Structure	.367**	1	0.031	-.126**	-.088**
Fast paced Story Develope- ment	-.070**	0.031	1	0.030	.116**
Cross- episode Storylines	-.163**	-.126**	0.030	1	.305**
Long Episodes	-.069**	-.088**	.116**	.305**	1

Notes. **. The correlation is significant at the 0.01 level (two-tailed).

*. The correlation is significant at the 0.05 level (two-tailed).

FULL PAPER

Misinformation on social media: Individual reception and the importance of self-directed internet search for rebuttal

Fehlinformationen in sozialen Medien: Individuelle Rezeption und die Bedeutung eigenständiger Internetsuche zur Widerlegung

Sabrina Heike Kessler

Sabrina Heike Kessler (Dr.), University of Zürich, Department of Communication and Media Research, Andreasstrasse 15, 8057 Zürich, Switzerland. Contact: s.kessler@ikmz.uzh.ch. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1858-7041>



Misinformation on social media: Individual reception and the importance of self-directed internet search for rebuttal

Fehlinformationen in sozialen Medien: Individuelle Rezeption und die Bedeutung eigenständiger Internetsuche zur Widerlegung

Sabrina Heike Kessler

Abstract: In the era of COVID-19 and the Ukraine war, the proliferation of misinformation on social media raises concerns for both individuals and society. This study delves into its reception and effects on attitudes, with a focus on individual verification processes through independent online information search. Drawing on a multimethod laboratory experiment involving 86 participants, the study addresses two key questions. First, it examines differences in the reception process between accurate and misleading social media posts and how it can influence the impact of misinformation. Second, it scrutinizes individual information search and selection processes, assessing their impact on recipient attitudes. The eye-tracking data reveal similar reception engagement with accurate and misleading posts. An effect was observed only with the accurate posts, independent of reception processes. Screen-recorded online search processes enhance the assessment of (mis)information correctness, albeit with topic-specific variations. Implications for countering misinformation and enhancing digital literacy are discussed.

Keywords: Misinformation, Rebuttal, Debunking, Online Information Search, Social Media, Eye Tracking, Screen Recording, COVID-19, Ukraine War

Zusammenfassung: Im Zeitalter von COVID-19 und dem Ukraine-Krieg wirft die Verbreitung von Fehlinformationen in sozialen Medien sowohl für Einzelpersonen als auch für die Gesellschaft Bedenken auf. Diese Studie untersucht deren Rezeption und Auswirkungen auf Einstellungen, mit einem Fokus auf individuellen Verifizierungsprozessen durch eigenständige Online-Informationssuche. Basierend auf einem multimethodischen Laborexperiment mit 86 Teilnehmenden werden zwei zentrale Forschungsfragen behandelt. Erstens wird untersucht, inwieweit sich der Rezeptionsprozess zwischen korrekten und fehlinformierenden Social-Media-Posts unterscheidet und wie dies die Wirkung von Fehlinformationen beeinflussen kann. Zweitens werden die individuellen Informationssuch- und Auswahlprozesse analysiert und deren Einfluss auf die Einstellungen der Rezipierenden evaluiert. Die Eye-Tracking-Daten zeigen ein ähnliches Rezeptionsengagement bei korrekten und fehlinformierenden Posts. Ein Effekt wurde jedoch nur bei den korrekten Posts festgestellt, unabhängig von den Rezeptionsprozessen. Die aufgezeichneten Online-Rechercheprozesse verbesserten die Bewertung der Korrektheit von (Fehl-)Informationen, wenn auch mit themenspezifischen Variationen. Die Implikationen für den Umgang mit Fehlinformationen und die Förderung digitaler Kompetenz werden diskutiert.

Schlagwörter: Fehlinformationen, Widerlegung, Entlarvung, Online-Informationssuche, Soziale Medien, Eye Tracking, Bildschirmaufzeichnung, COVID-19, Ukraine-Krieg

1. Introduction

Especially during a crisis, misinformation flourishes on social media, which can have negative repercussions for individuals and society as a whole (Lazer et al., 2018; Tucker et al., 2018). This was evident with political issues, such as in the last U.S. presidential election (Bovet & Makse, 2019) or the Ukraine war (OECD, 2022; Pierri et al., 2023) and health-related issues, such as in the COVID-19 pandemic, where a large amount of (false) information was and is disseminated worldwide (Zeng & Chan, 2021), leading the WHO to use the label “infodemic” (WHO, 2020).

Misinformation refers to information that is not correct (Möller et al., 2020). Politically motivated misinformation can pose a serious threat to democracy. In a democratic society, every citizen has the right to shape the outcome of elections and thus their country’s political and social reality through their vote. A prerequisite for this is that information is freely accessible and factually accurate. (Social) Media plays a significant role as it facilitates public discourse and is supposed to reflect the diverse opinions and sentiments within the population. However, the deliberate spread of misinformation, especially on social media, systematically undermines this essential element of a functioning democracy (e.g., Avaaz, 2020; Bradshaw & Howard, 2018; Echtermann, 2020; Knuutila et al., 2020; Tandoc et al., 2020). Free formation and expression of opinions through the media should be accessible to all, but misinformation can distort public discourse.

When users encounter online misinformation, one way to address it is with an information search to verify its correctness before believing it (Kessler & Humprecht, 2023). This verification aims to form a personal opinion about evidence and accuracy based on additional reliable information (Sun, 2022). Unfortunately, only a few individuals actively check the (false) information they encounter online (Kessler et al., 2022). Moreover, people vary in their success in searching for, finding, evaluating, and applying evidence-based information online (De Gani et al., 2021). A demand was made for more (critical) digital information literacy (Brisola & Doyle, 2019; Brørs et al., 2020), but the fear became prominent that people will consciously or unconsciously select media offerings and content in online searches that correspond to their own attitudes (selective exposure; Zillich & Kessler, 2019).

My aim was to investigate the reception of misinformation on social media on attitudes, with a particular focus on individual verification processes through independent online information search.

2. Misinformation: Definition, dissemination, reception, and impact

The definition of misinformation and disinformation has sparked a broad scientific discussion (Möller et al., 2020). The most widely accepted consensus is that disinformation must encompass two elements: 1) it involves information that is not correct; 2) it has been intentionally disseminated (Möller et al., 2020; Tandoc

et al., 2018; Wardle, 2018). Regarding the testing of correctness, specifically in the field of health, misinformation can be defined as “any health-related claim of fact that is false based on current scientific consensus” (Chou et al., 2020, p. 5273). In many studies, misinformation is referred to in general, with disinformation considered a subset of misinformation; this approach is also taken in the present study. The intentions behind spreading misinformation are hard to measure and can vary, including purely political, economic, religious, or social motives (Bennett & Livingston, 2018). The purpose behind politically motivated misinformation in Western countries is often to unsettle free and democratic society through targeted misinformation, inhibiting people from making informed decisions in their political or daily actions. Politically motivated misinformation primarily seeks to influence public opinion through false narratives, generate uncertainty and mistrust among the population, disrupt democratic processes, and foster societal polarization (Bennett & Livingston, 2018; Marwick & Lewis, 2017), such as in Russian misinformation campaigns in 2007 in Estonia, 2014 Ukraine crisis, 2016 Brexit referendum, recent U.S. presidential elections, and the Ukraine war (Bovet & Makse, 2019; OECD, 2022; Pierri et al., 2023). Regarding the Ukraine war, misinformation is deliberately disseminated, for instance, to diminish support from citizens and governments of other countries for the Ukrainian population (Correctiv, 2022). Politically motivated misinformation in the field of health topics has notably manifested online to a significant extent about the COVID-19 pandemic (Zeng & Chan, 2021).

Social media platforms and messaging services, in particular, facilitate the rapid and widespread dissemination of misinformation (e.g., Avaaz, 2020; Bradshaw & Howard, 2018; Echtermann, 2020; Knuutila et al., 2020; Tandoc et al., 2020). It is sometimes spread faster and further on the internet and social media than correct information. A study uncovered that false social media posts had a higher likelihood of being retweeted compared to accurate posts (Vosoughi et al., 2018), and another revealed that false information on Facebook garners six times more user engagement than factual posts (Edelson et al., 2021). On social media, any individual can post and share unverified claims (anonymously); regulatory bodies and oversight are largely absent. Complicating matters is the gray area between freedom of speech and misinformation: it is often challenging to distinguish legitimate expressions of opinion from targeted misinformation, but deliberate misinformation is sometimes spread under the guise of freedom of expression, endangering public discourse and democratic processes.

Information processing is the precursor to belief formation, and the investigation of it allows to examine how users process misinformation and why they fall for it (Lutz et al., 2024). The perception and information processing of misinformation on social media has been under-researched, and there is no comprehensive theory addressing how misinformation is received or detected. A notable study by George (2024) sheds light on this issue. In this study, George examined 26 participants who viewed 20 social media posts, both honest and dishonest, on various healthcare topics. Participants were tasked with identifying the truthfulness of the posts and explaining their reasoning, with their gaze tracked via eye-tracking technology. The study aimed to uncover which elements of misinformation lead

viewers to believe a post is true. The findings revealed that the source of the post, the apparent reasonableness of its claims, and the overall look and feel of the post were the most influential factors in their judgments. Nevertheless, existing research offers mixed conclusions about the importance of the source. Some studies highlight its significance: participants spent more time on posts from reputable newspapers rather than tabloids (Sülflo et al., 2018), and experienced higher anxiety and perceived greater crisis severity when corrective information came from government agencies or news media as opposed to an individual Facebook friend (van der Meer & Jin, 2020). On the other hand, other studies have found the source to be less critical in evaluating misinformation (Buchanan, 2020; Schaewitz et al., 2020). These latter studies suggest that individual differences are more crucial in assessing the credibility of disinformation than the characteristics of the social media posts themselves.

This study aims to address that research question (RQ):

RQ1: What are the differences in the reception process between correct or misinforming social media posts (RQ1a), and what impact does the source of the posts have (RQ1b)?

The research has examined a wide range of factors of the sender, message, channel, and receiver that influence, if people believe misinformation spread by social media (Tandoc, 2021). Survey studies indicate that greater exposure to social media is associated with greater misinformation beliefs (Allington et al., 2020; De Coninck et al., 2021; Nielsen et al., 2021). Furthermore, those using social media are more likely to state that they have been exposed to COVID-19 misinformation than nonusers (Jurkowitz & Mitchell, 2020; Newman et al., 2020). Surveys confirmed that social media was reported as a frequent source of misinformation (Allington et al., 2020; De Coninck et al., 2021; Kessler et al., 2022; Nielsen et al., 2021).

Misinformation can negatively affect the opinions, emotions, and behavior of believers. Numerous valid studies have representatively researched the dissemination and impact of misinformation on the topic of COVID-19 vaccination (e.g., Loomba et al., 2021; Singh et al., 2022; see also van der Linden, 2022) and the Ukraine war (Geissler et al., 2023; Porter et al., 2023; Wenzel et al., 2024). COVID-19 and the Ukraine war are particularly relevant for studying misinformation and its combat because both involve widespread, impactful misinformation that affects public health and geopolitical stability. Studying these topics helps develop effective strategies to counter misinformation in diverse, high-stakes contexts. Belief in COVID-19 misinformation has posed a global threat to virus containment, as it has been associated with reductions in vaccine intent, preventive behavior, and adherence to government pandemic control guidelines, among other factors (Bertin et al., 2020; Freeman et al., 2022; Juanchich et al., 2021; Roozenbeek et al., 2020). However, the relationship between perception processes and the effect of misinformation is less researched. Studies indicate that reception processes can influence the impact of misinformation (George, 2024; Lutz et al., 2020, 2024; Simko et al., 2019).

The following hypothesis is proposed:

H1: The influence of (mis)informative social media posts on the attitudes of the recipients is affected by their reception processes.

3. Individual information check through online information search

The internet is generally one of the most important sources for information search independent of the topic (Newman et al., 2020). However, misinformation, in particular, is widely disseminated online and especially via social media. Online information search could, therefore, also have negative effects. In general, few people verify the (false) information they find online (Flanagin & Metzger, 2007; Kessler, 2023; Sun, 2022). More (critical) digital information literacy is needed (Brisola & Doyle, 2019; Brørs et al., 2020).

According to the selective-exposure theory, individuals consciously or unconsciously select media offers and content in online search that correspond to their own attitudes because they strive to achieve a cognitive congruence (Klapper, 1960). That research is based on Festinger's (1957) theory of cognitive dissonance. Several experimental studies confirm that theory (Hastall & Wagner, 2017; Knobloch-Westerwick & Meng, 2011; Knobloch-Westerwick et al., 2013). However, studies in real internet settings and not artificial websites cannot confirm it and rather assume habitualized, attitude-independent internet search behavior (Kessler & Zillich, 2019).

Taddicken and Wolff (2023) explored search and selection behavior after (inadvertent) exposure to counter-attitudinal misinformation. The exposure to climate-change-denying misinformation decreased acceptance of climate change and its human causes. In the free internet search after stimulus exposure, attitude-confirming anthropogeny-accepting positions and journalistic content dominated users' selection behavior but not search terms. However, far from avoiding counter-attitudinal information, users actively searched for it.

Kessler and Humprecht (2023) examined individual search, selection, and reception processes regarding misinformation about COVID-19 vaccination. In an observational and survey study, they examined the effects of YouTube videos containing misinformation and subsequent online search behavior. Misinformation tended to have negative effects, mostly on unvaccinated participants. However, searches led to more positive attitudes toward vaccination, regardless of vaccination status or prior beliefs. They also analyzed the search process in more detail: individual information search led to positive results. Misinforming content was rarely selected and perceived, and participants were more likely to perceive supportive and mostly neutral information.

Both Kessler and Humprecht (2023) and Taddicken and Wolff (2023) combined eye tracking and screen recording with surveys. The internet searches in the studies were only about misinformation and checking it. Kessler and Humprecht (2023) but not Taddicken and Wolff (2023) showed a positive effect of individual online search: Misinformation was identified and its negative effect averted. My aim is to investigate how an information search for checking (self-rated) misinforming or correct social media posts on the topics of COVID-19 and the Ukraine war affects

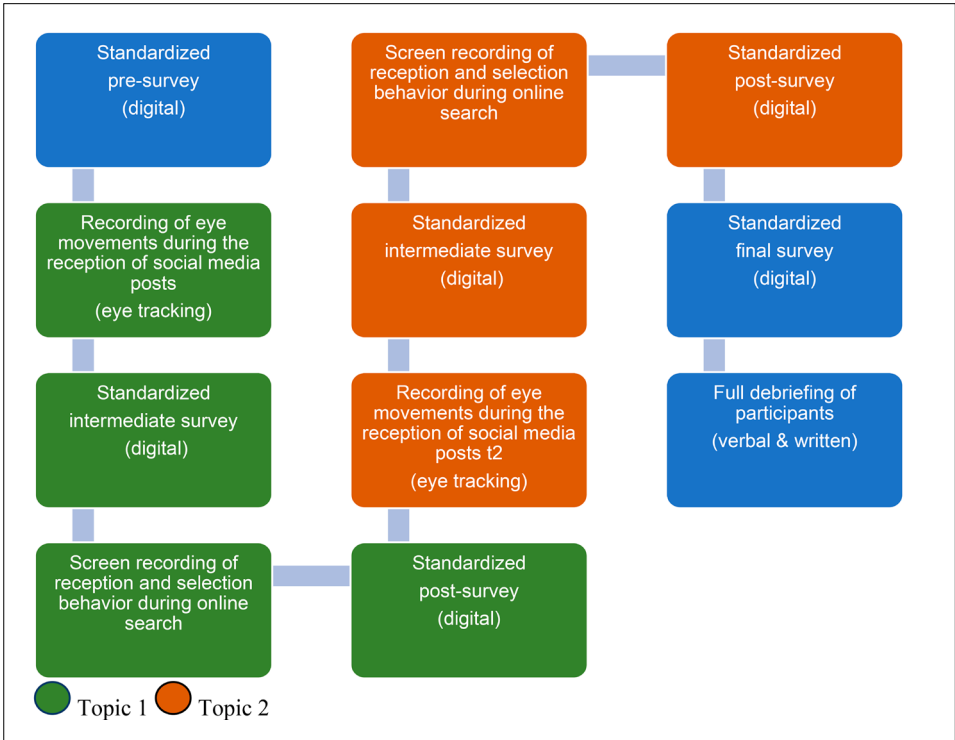
attitudes; the individual search, selection, and reception processes for checking misinformation and correct information should be examined in detail. Little investigation has addressed what online information-seeking to verify perceived (mis) information looks like and its results are.

RQ2: What do individual search, selection, and reception processes for checking (mis)informing and correct social media posts look like (RQ2a), and what effect do they have on attitudes of the recipients (RQ2b)?

4. Methods

In a laboratory experiment using a multimethod design, 86 participants (51% female; two-stage gender, three-stage age, and three-stage education level quotas) from Switzerland were asked to identify misinformation communicated by various sources and check this via online search. Eye tracking was used to record the perception behavior during misinformation identification and screen recording for the search reception and selection behavior. Standardized online surveys measured participants' attitudes at various times (cf. Figure 1).

Figure 1. Multimethod research design from the participants' point of view



Note: duration per person: approx. 1 h.

Participants were recruited via flyers in the city of Zurich, where the study was conducted, and location-specific Facebook groups for classified ads; to fill the quotas for gender, age, and education, the university's study participant server was used. Participants received an expense allowance of CHF 40 (\$45), as is customary in the University of Zurich. The experiment averaged one hour per person and was conducted by three assistants (not study author) in January/February 2023. The sample size was calculated using a G-power analysis (Faul et al., 2009).¹

The topics of misinformation were COVID-19 vaccination and the Ukraine war because these were the most prominent topics in Switzerland in the year before the study (Eisenegger & Vogler, 2022) and misinformation on them is disseminated worldwide via social media (OECD, 2022; Pierri et al., 2023; WHO, 2020; Zeng & Chan, 2021). A study addressing misinformation on both COVID-19 and the Ukraine war offers several advantages over single-theme studies. It provides a comprehensive understanding of misinformation dynamics across different crises, highlights similarities and differences, and helps develop more effective, universal, and context-specific strategies for combating misinformation. Artificial posts were first created in social media design, which were communicated by various designated sources of information (see Figures A1–4). Four sources were set in each case: a widely read public service medium (the Swiss *SRF*), a widely read tabloid (the Swiss *Blick*), a political account (Federal Department of Foreign Affairs Switzerland or Federal Office of Public Health Switzerland), and a science-related account (Institute of Medical Virology or Political Science of the University of Zurich). Participants received four posts with correct information and four with misinformation (scientifically refuted or substantiated statements about COVID-19 vaccination and eyewitness reports and journalistically refuted or confirmed statements about the Ukraine war) (see Table 2, columns 1–2). All misinforming statements had thus already been disseminated and refuted by fact-checking organizations, such as *correctiv.org*. The statements were determined via a pretest consisting of 24 statements, which were evaluated for comprehensibility, credibility (scale with five items according to Roberts, 2010), emotionality, familiarity, degree of generality, and correctness (see Table A1).²

After an initial questioning about participants' attitudes regarding the relevant topics (see Table A2), they were placed in front of a stationary eye tracker (SensoMotoric Instruments stationary remote system; iView X Red 120 Hz). Data collection began after an initial calibration phase in which the correct eye focus was measured at nine points. For each participant, the data were within an acceptable range (derivation *x*: $M = 0.5$; $SD = 0.2$; derivation *y*: $M = 0.5$; $SD = 0.2$). All 86 par-

- 1 The sample size was calculated using a G-Power analysis (Faul et al., 2009). The aim is to measure the influence of up to four different variables on the dependent variables of disinformation reception and identification via regression analysis and thereby also identify mean effects ($f^2 = .25$) (α error probability = .05; power = .95). Second, an analysis of variance with repeated measures on the dependent variable of attitude should also be able to measure at least medium effects ($f^2 = .25$) (α error probability = .05; power = .95).
- 2 The statements should all be as credible and understandable as possible, have a similar degree of emotionality, familiarity, and degree of generality, and the misinformation should be rated as rather correct and the correct information as rather incorrect. In addition, the statements in German had a similar number of words, so they were similarly long.

ticipants searched the internet for information twice, once for each topic. Participants were given a task: “You will now see four news posts. There is a high probability that at least one of the following news posts on the topic of COVID-19/Ukraine war, is intentionally spread misinformation (fake news). Please read the news posts and then make an assessment.” The software randomly selected the posts; reception was recorded via eye tracking (measuring fixations and gaze duration). A questionnaire on the content-related assessment of the posts’ correctness was then followed in each thematic case by searching the internet (see Tables A3 and A4). Search behavior was recorded via IMotions’ screen-recording software. The participants had no time limit and were free to search anywhere; analyzing online search behavior without external time constraints and in a real online environment leads to higher external validity than approaches used in most studies on online search behavior (Zillich & Kessler, 2019). Google, the most widely used search engine in Switzerland at that time, was set as the start page. Finally, attitudes and attributions of correctness were asked again to see whether the search had led to a change. The exact question items and constructs of the total of six online surveys per person are listed in Tables A2–A7. SoSci-Survey survey software was used. The individual internet searches were analyzed using standardized content analysis (two trained coders; reliability test results of 10% of the sample were satisfactory; see Table A8). In the debriefing, participants were given detailed verbal and written explanations about the experiment and the posts’ accuracy levels. The ethics committee of the Faculty of Arts and Social Sciences of the University of Zurich approved the experiment (Ethics Committee Approval Number: 22.10.8).

5. Results

5.1 Descriptives

The majority of respondents were fully vaccinated against COVID-19 and had been infected once. This also corresponds to the average of the Swiss population at the time of the survey (SRF Data, 2022). About one in ten had relatives or acquaintances in Russia or Ukraine. The average political attitude was between right- and left-wing. For both topics, people had mainly searched for information online. Most used social media rather frequent (3.6 on a 5-point scale with 5 = very often and 1 = never) and searched online for information daily to several times daily.

The internet was the most frequently mentioned source of information for both topics in the sample. On average, respondents said they encountered misinformation about both topics on the internet and on social media weekly; most simply ignored it and were annoyed by it. They indicated slightly less frequently that they tried to verify it and the source by further information search. Only very rarely did they report misinformation to the platform provider. This shows that the sample uses social media, where they are potentially confronted with misinformation on the relevant topics. However, in this study, subsequent information searches were enforced. In real life, this does not occur very frequently for every suspected misinformation. Tables A2 and A7 provide the exact values of the sample descriptions.

5.2 RQ1a: Reception process

Using eye tracking, the perception of each set of accurate and misleading posts per topic was examined. On average, the four misleading posts were viewed for 53 seconds ($M = 53.2$; $SD = 22.4$; $Min = 14.7$; $Max = 134.0$) and the correct posts for 62 seconds ($M = 61.5$; $SD = 32.0$; $Min = 22.7$; $Max = 186.8$) (see Table A9). The dwell time for individual misleading and accurate posts averaged 17 and 23 seconds, respectively. The average fixation frequency was six and eight times for individual misleading and accurate posts, respectively. The sources were viewed for an average of 8 seconds and fixated three times.

The eye-tracking analysis of gaze behavior yielded the following findings: posts with accurate information were viewed slightly longer and fixated more frequently (ratio 1:1.2). Post content received more fixations and longer gaze times than the sources did (ratio 3:1).

5.3 RQ1b: Impact of the source of the posts on the reception process

Non-journalistic sources (scientific institutes and government agencies) were perceived as more credible in the survey (see Tables A3 and A4), particularly scientific sources (dwell time $M = 4$; fixations $M = 12$) and also viewed for longer and fixated more often than tabloids (dwell time $M = 2$; fixations $M = 5$; see Table A9). However, even when controlling for initial beliefs, no significant correlation appeared between accuracy assessment and the number or duration of fixations, suggesting that both were independent of accuracy assessments; both were also independent of whether participants generally classified the content as credible.

5.4 H1: Effects of the reception of the posts on recipients' attitudes

No significant correlation between reception behavior and the impact of the (mis)informing posts on the attitudes of the recipients could be detected. Accordingly, there is no support for the proposed H1. For the correct statements, an effect independent of reception behavior could be detected. Individuals who read accurate statements about COVID-19 vaccination tended to be more convinced about it, had more trust in its effectiveness, felt less uncertain, and experienced less fear of it (statistical significance for anxiety reduction; $F(1.79, 75.24) = 3.8$, $p = .031$, $\eta^2 = .08$, $n = 43$; means compared, see Table 1). Similarly, those who read accurate statements about the Ukraine war were also slightly more convinced, in terms of mean differences, that Russia deliberately and unlawfully attacked Ukraine and exhibited less fear (statistical significance for anxiety reduction; $F(2,80) = 10.74$, $p < .001$, $\eta^2 = .21$, $n = 41$; means compared). Overall, for both topics, misleading posts were rated as less correct (see Table 1).

Table 1. Attitude toward COVID-19 and the Russia–Ukraine War

Topic & Correctness of state- ment	Statements	Pre- survey (t1) <i>M (SD)</i>	Inter- mediate survey (t2) <i>M (SD)</i>	Post- survey (t3) <i>M (SD)</i>
COVID-19 Misinform- ation	I believe that vaccination against COVID-19 helps against severe COVID-19 disease.	5.0 (2.1)	5.7 (1.6)	5.6 (1.8)
	I have advised other people before to get vaccinated against COVID-19.	4.2 (2.6)	4.8 (2.1)	4.6 (2.3)
	I am skeptical about the efficacy of the COVID-19 vaccine.	2.8 (1.8)	2.6 (1.8)	2.8 (2.1)
	I trust in the efficacy of the COVID-19 vaccine.	5.0 (1.8)	5.4 (1.8)	5.3 (2.0)
	I am afraid of the COVID-19 vaccine.	2.3 (1.8)	2.1 (1.5)	1.9 (1.5)
	I am uncertain about the efficacy of COVID-19 vaccination.	2.9 (1.9)	2.6 (1.6)	2.7 (2.0)
	I believe that vaccination against COVID-19 helps against severe COVID-19 disease.	5.4 (1.9)	5.8 (1.6)	5.9 (1.5)
COVID-19 No misin- formation	I believe that vaccination against COVID-19 helps against severe COVID-19 disease.	5.4 (1.9)	5.8 (1.6)	5.9 (1.5)
	I have advised other people before to get vaccinated against COVID-19.	5.5 (1.9)	4.8 (2.3)	4.8 (2.3)
	I am skeptical about the efficacy of the COVID-19 vaccine.	2.7 (1.9)	2.8 (2.0)	2.8 (1.9)
	I trust in the efficacy of the COVID-19 vaccine.	4.9 (1.9)	5.3 (1.8)	5.3 (1.9)
	I am afraid of the COVID-19 vaccine.	2.4 (1.5)	2.0 (1.3)	1.9 (1.4)
	I am uncertain about the efficacy of COVID-19 vaccination.	2.9 (2.0)	3.0 (2.0)	2.6 (1.8)
	I believe that Ukraine was targeted and illegitimately attacked by Russia.	5.7 (1.8)	5.7 (1.8)	5.7 (1.8)
Ukraine war Misinform- ation	I have told other people before that Russia targeted and illegitimately attacked Ukraine.	3.8 (2.4)	4.4 (2.3)	4.2 (2.4)
	I am skeptical about a targeted and illegitimate attack by Russia on Ukraine.	3.0 (2.0)	2.7 (1.9)	2.5 (1.8)
	I trust that Russia attacked Ukraine in a targeted and illegitimate way.	5.2 (1.8)	5.0 (1.9)	5.4 (1.9)
	I am afraid of targeted and illegitimate attacks by Russia.	3.7 (2.0)	3.7 (2.1)	3.4 (2.1)
	I am uncertain about a targeted and illegitimate attack by Russia on Ukraine.	3.0 (2.0)	2.9 (2.1)	2.7 (1.9)
	I believe that Ukraine was targeted and illegitimately attacked by Russia.	5.8 (1.5)	5.9 (1.2)	5.7 (1.5)
	I have told other people before that Russia targeted and illegitimately attacked Ukraine.	3.9 (2.1)	3.6 (2.2)	3.8 (2.3)
Ukraine war No misin- formation	I am skeptical about a targeted and illegitimate attack by Russia on Ukraine.	3.1 (1.9)	2.6 (1.5)	2.5 (1.6)
	I trust that Russia attacked Ukraine in a targeted and illegitimate way.	5.2 (1.8)	5.2 (1.5)	5.2 (1.7)
	I am afraid of targeted and illegitimate attacks by Russia.	4.0 (1.9)	3.4 (1.9)	3.4 (1.9)
	I am uncertain about a targeted and illegitimate attack by Russia on Ukraine.	3.2 (1.8)	2.7 (1.6)	2.9 (1.8)

Notes. *N* = 85. Likert scale from 1 = *do not agree at all* to 7 = *completely agree*.

5.5 RQ2a: Search, selection, and reception processes

In the study, internet searches after reception of accurate or misleading social media posts were captured and analyzed through screen recording and content analysis. All participants conducted two online searches, one for each topic. On average, both searches took approximately 7.5 minutes, and participants visited 9–10 web pages (see Tables A10–A13). Internet search behavior has largely become habitual or accustomed, following a similar pattern. The points of interest now lie in the aspects that differ and whether the search influenced attitudes.

Without including the search engine pages, regarding COVID-19 vaccination, websites of federal agencies and ministries (45%) and print or broadcast media (25%) were frequently accessed, in contrast to scientific journals (3%), fact-checking websites (0.5%), and “alternative media” (0.5%). On average, participants spent 7 minutes searching and visited 9 websites (43% search engine pages). The queries entered into search engines (primarily Google) mostly related to vaccination (77%). Individuals who encountered misinformation were more than twice as likely to include a negative assessment of vaccination in their queries (39% of queries). For instance, they often explicitly searched for vaccine-related harm and deaths. Over 85% of the selected websites were vaccine-related, and in more than half of the cases, these websites exclusively provided a positive evaluation of vaccination. Websites with exclusively negative evaluations were rarely accessed: 3% and 6% for the groups exposed to accurate and misleading posts, respectively. The group that saw misleading posts also more frequently visited websites that were ambivalent (both positive and negative evaluations; 20% vs. 6%) or contained misinformation (2% vs. 0.2%).

Regarding the Ukraine war, websites of print or broadcast media were accessed more frequently (54%) compared to the vaccination topic. Websites of federal agencies and ministries were accessed somewhat less often (17%). Scientific journals were rarely visited (0.2%). Fact-checking websites constituted 7% of the websites but were exclusively visited by the group exposed to misleading posts. On average, participants spent 8 minutes searching and visited 10 websites (45% search engine pages). The selected search results were mostly without explicit evaluations; 95% were related to the Ukraine war, with over half explicitly negatively assessing Russia’s role. The group exposed to misleading posts slightly more frequently visited websites that were ambivalent (3% vs. 1%) or contained misinformation (3% vs. 0.2%).

Table 2. Analyses of variance statement evaluation before and after online information search

Topic & correctness assessment	Statement	Analysis of variance with repeated measurement	Bonferroni-corrected pairwise comparisons	Effect size f according to Cohen (1988)
COVID-19 Misinformation	The COVID-19 vaccines are less safe than conventional vaccines because they were developed too quickly out of necessity.	$F(1,40) = 14.45$, $p < .001$, $\eta_p^2 = .26$, $n = 41$	Significantly more likely to be classified as correct before ($M = 5.10$, $SD = 2.01$) than after ($M = 5.76$, $SD = 1.61$)	0.60 = strong effect
	Many of the side effects that occurred in people who received the COVID-19 vaccine were intentionally not disclosed to the public.	$F(1,38) = 5.895$, $p < .05$, $\eta_p^2 = .134$, $n = 39$	Significantly more likely to be classified as correct before ($M = 4.54$, $SD = 1.95$) than after ($M = 5.13$, $SD = 1.91$)	0.39 = medium to strong effect
	COVID-19 vaccination during pregnancy increases the risk of miscarriage.	$F(1,37) = 18.287$, $p < .001$, $\eta_p^2 = .331$, $n = 38$	Significantly more likely to be classified as correct before ($M = 4.58$, $SD = 2.06$) than after ($M = 6.00$, $SD = 1.64$)	0.70 = strong effect
	The likelihood of unknown late effects in persons vaccinated against COVID-19 with mRNA vaccines is high.	$F(1,40) = 6.776$, $p < .05$, $\eta_p^2 = .145$, $n = 41$	Significantly more likely to be classified as correct before ($M = 4.61$, $SD = 1.95$) than after ($M = 5.29$, $SD = 1.95$)	0.41 = strong effect

COVID-19 No misinformation	After mRNA vaccination, protection against severe COVID-19 disease is higher than after any natural infection.	$F(1,31) = 9.478, p < .05, \eta^2 = .234, n = 32$	Significantly more likely to be classified as false before ($M = 4.34, SD = 2.21$) than after ($M = 3.13, SD = 2.01$)	0.55 = strong effect
	COVID-19 vaccine protection is stronger at younger ages than at older ages, regardless of vaccine type and viral variant.	$F(1,32) = 0.015, p > .05, \eta^2 = .0, n = 33$	Not significantly more likely to be classified as correct or false before ($M = 3.42, SD = 2.08$) than after ($M = 3.39, SD = 2.25$)	n/a
	COVID-19 disease may occur despite vaccination; general protection against infection has not been evaluated in pivotal trials.	$F(1,35) = 3.408, p > .05, \eta^2 = .089, n = 36$	Not significantly more likely to be classified as correct or false before ($M = 2.03, SD = 1.46$) than after ($M = 2.56, SD = 1.87$)	n/a
	Unvaccinated pregnant women with COVID-19 are more likely to require inpatient intensive care than vaccinated pregnant women and non-pregnant women.	$F(1,31) = 0.284, p > .05, \eta^2 = .009, n = 32$	Not significantly more likely to be classified as correct or false before ($M = 2.50, SD = 1.57$) than after ($M = 2.41, SD = 1.81$)	n/a

Ukraine war Misinformation	NATO had promised Russia that it would not expand eastward, especially into Ukraine.	$F(1,28) = 1.190, p > .05,$ $\eta_p^2 = .041, n = 29$	Not significantly more likely to be classified as correct or false before ($M = 4.21, SD = 2.01$) than after ($M = 4.66, SD = 2.11$)	n/a
	Since the beginning of the war, massive embezzlement of Western and Swiss aid money had been uncovered in Ukraine.	$F(1,22) = 2.477, p > .05,$ $\eta_p^2 = .101, n = 23$	Not significantly more likely to be classified as correct or false before ($M = 4.30, SD = 1.85$) than after ($M = 5.00, SD = 2.02$)	n/a
	NATO wanted to include Ukraine in order to get closer to Russia and to be able to control it better.	$F(1,30) = 0.795, p > .05,$ $\eta_p^2 = .026, n = 31$	Not significantly more likely to be classified as correct or false before ($M = 4.84, SD = 1.95$) than after ($M = 5.10, SD = 2.02$)	n/a
	The sanctions against Russia because of the war in Ukraine are having no effect; the West is hurting itself more than Putin.	$F(1,34) = 4.444, p < .05,$ $\eta_p^2 = .116, n = 35$	Significantly more likely to be classified as correct before ($M = 3.57, SD = 1.899$) than after ($M = 4.17, SD = 2.05$)	0.36 = medium to strong effect

Ukraine war No misinformation	Ukraine is not a NATO member and did not meet the criteria for NATO membership before its defensive war began.	$F(1,22) = 0.338, p > .05, \eta_p^2 = .015, n = 23$	Not significantly more likely to be classified as correct or false before ($M = 2.52, SD = 1.08$) than after ($M = 2.35, SD = 1.58$)	n/a
	The U.S. and other European countries supplied heavy weapons to Ukraine only after the war with Russia began.	$F(1,20) = 1.628, p > .05, \eta_p^2 = .075, n = 21$	Not significantly more likely to be classified as correct or false before ($M = 3.48, SD = 2.27$) than after ($M = 3.81, SD = 2.09$)	n/a
	The actual influence of nationalist and far-right parties in Ukraine was rather small before the Russian invasion.	$F(1,20) = 7.811, p < .05, \eta_p^2 = .281, n = 21$	Significantly more likely to be classified as correct before ($M = 3.33, SD = 1.43$) than after ($M = 4.14, SD = 1.49$)	0.62 = strong effect
	Russia recognizes the Luhansk and Donetsk regions of Ukraine as independent states, in violation of international law.	$F(1,30) = 2.373, p > .05, \eta_p^2 = .073, n = 31$	Not significantly more likely to be classified as correct or false before ($M = 2.77, SD = 2.23$) than after ($M = 2.45, SD = 2.03$)	n/a

Note. A Likert scale from 1 = correct to 7 = false was used for all statements.

5.6 RQ2b: Effect of information search

Respondents rated their need to seek further information after stimulus exposure as moderately strong and indicated that their internet search behavior was mostly typical for them (see Tables A3, A4, and A7). They tend to rate their own internet skills quite highly, and most of them searched online at least daily (see Table A2). The search, especially about COVID-19 vaccination, significantly improved misinformation identification (see Table 2): individuals who received the four items of misinformation perceived them all as significantly less correct (strong effects) afterward. Correct information also sometimes appeared to be perceived as even more correct afterward. Similarly, on the Ukraine war, at least one misinformation item was significantly perceived as less correct after a search, but so was one accurate piece of information (a negative effect). No significant effects of the search appeared on general attitudes toward the topics and credibility attributions to the posts' sources (see Table A14).

6. Discussion

This multimethod study's findings provide significant insights into the complex dynamics of (mis)information reception and verification on social media, particularly in critical times shaped by the COVID-19 pandemic (Bertin et al., 2020; WHO, 2020) and the Ukraine war (Pierri et al., 2023; Wenzel et al., 2024). The experimental results underscore the nuanced differences in how individuals process accurate versus misleading posts, and the differences in their subsequent information-seeking behavior.

Through eye tracking, the perception of social media posts was measured. Posts containing accurate information were viewed for slightly longer durations and fixated upon more frequently. This could be because participants exposed only to accurate posts had to deliberate more about the possibility of them also containing misinformation. Lutz et al. (2020) also found similar results regarding the fixation on headlines. Shorter mean fixation durations were associated with greater perceived fakeness and a higher probability of incorrect assessments. Even in a later study by Lutz et al. (2024), it was shown that misleading news stories received fewer eye fixations than accurate news. They explain this by suggesting that participants experience affective responses due to cognitive dissonance when exposed to misinformation as opposed to accurate information. This explanation is supported by Christianson et al. (1991), who analyzed participants' fixation behavior. Their results suggest that participants focusing on emotional content, compared to neutral or unusual content, exhibit shorter fixation durations. Overall, no correlation appeared in this study between fixation number or duration and the subjective assessment of statement accuracy. The statements were perceived with equal intensity. The cognitive decision process to assess their correctness or incorrectness is not correlated with the perception of the posts. The cognitive processes are crucial for the correct identification of misinformation (Lutz et al., 2024). Even other studies indicate that the relationship between the time spent viewing experimental stimuli and the (correct) detection of false information is not clear. Some

studies find evidence that more attention (at least to parts of a post) improves the assessment (George, 2024; Simko et al., 2019), while others find the opposite (Lutz et al., 2020). Future research should focus more on the intra-individual processing routes from the perspective of dual processing theories (see also George, 2024). Understanding how individuals switch between processing routes when assessing information on social media could provide deeper insights into the mechanisms behind misinformation detection and impact.

The results of the study indicate that non-journalistic sources, specifically scientific institutes and government agencies, were perceived as more credible by participants. This perception was also reflected in longer dwell times and more frequent fixations on posts from these sources compared to tabloid sources. However, despite the increased attention given to posts from scientific and governmental sources, there was no significant correlation between the accuracy assessments of these posts and the number or duration of fixations on the sources. While Sülflow et al. (2018) and van der Meer & Jin (2020) highlight the importance of reputable sources, Buchanan (2020) and Schaewitz et al. (2020) suggest the source is less critical. Overall, the current study contributes to the ongoing debate by indicating that while source credibility affects attention, it does not necessarily enhance the accuracy of misinformation detection, underscoring the need for further research to understand the complex dynamics of misinformation perception on social media.

The study showed that a single exposure to misinformation on social media regarding a topic for which participants already held a predisposition had no significant impact on attitudes and was independent of the reception process. About a quarter of the studies measuring the effects of exposure to misinformation on attitudes reached similar conclusions, as shown in the systematic literature review by Schmid et al. (2023). At times, studies only reveal significant effects on specific subgroups, as seen in Kessler and Humprecht (2023). In about 30% of the studies identified by Schmid et al. (2023), significant effects arise after exposure, as also observed in Taddicken and Wolff (2023). An explanation for this variability could be the diversity of misinformation, topics, settings, and stimulus design. Thus, despite the positive outcomes of the current study, the potential of misinformation to influence attitudes should not be underestimated. The experiment showed that a single exposure to information can have a positive effect on attitudes (the effect of posts with correct statements: correct beliefs were strengthened and fear decreased).

The content-analytical assessment of the screen-recording data from online information searches yielded the following summary: search behaviors after exposure to misleading or accurate information did not significantly differ in many aspects. Internet search behavior has largely become habitualized, meaning it follows a consistent pattern due to routine (see Kessler & Humprecht, 2023; Kessler & Zillich, 2019). This is also consistent with the finding that online information search proceeded independently of the prior attitude, which, as in other studies, also contradicts the selective-exposure assumption (cf. Kessler & Humprecht, 2023; Kessler & Zillich, 2019; Taddicken & Wolff, 2023). However, a few distinctions should still be addressed. Individuals exposed to misleading content tended to search for more negative information about vaccination and ambivalent assessments

of Russia's role in the war and engaged with a slightly higher amount of misleading content and fact-checking websites. For COVID-19, information was primarily sourced from government agencies and ministries; a wide range of such content exists, and these pages are often prominently displayed in Google search results. Conversely, for the Ukraine war, the availability of information from government agencies and ministries was limited at the time of the study. Thus, users turned to journalistic sources, which were prominently provided by Google. Overall, fact-checking websites and scientific articles played a minor role in the information search process (see also Schuetz et al., 2021).

The experiment demonstrated that information search can contribute to a better assessment of the correctness of (mis)information. However, this positive effect likely varies by topic, as the availability of reliable information and sources online can differ. This positive effect was notably strong for COVID-19 vaccination, which was also observed in Kessler and Humprecht (2023) on the same subject. Participants became more proficient in distinguishing between correct and false statements after information searches. The supply of reliable sources and information on this topic is incomparably high at the time of the study. However, no meaningful effect was observed for the Ukraine war, as also demonstrated by Taddicken and Wolff (2023) for climate change. For these subjects, the online sources, information, and/or Google's search algorithm are more diverse: it was not the search behavior that was different but the online offering.

6.1 Limitations

A critical factor affecting the generalizability of the findings is that artificial posts were created and presented, each focusing on one topic. The sample size for an eye-tracking study is relatively large, given that each subject spent a minimum of 1 hour. However, a larger sample would be preferable to capture smaller effects (below $f < .25$) and the impacts of significant influencing variables on the effects. The attitude assessment questionnaires employed the same questions thrice, using identical phrasing. This dependent variable might prompt respondents to act more in line with social desirability or defensiveness rather than their natural responses.

Participants were actively encouraged to identify misinformation and verify their assessments through online information searches. This behavior was enforced and might not be as prevalent or extensive in a typical situation after receiving social media posts. The systematic searching documented in the study could be less frequent outside of the laboratory. Moreover, the use of eye tracking and screen recording within the laboratory setting itself presents limitations. Participants are conscious of being observed, which introduces the possibility of conforming to socially desirable behavior that differs from that in an unobserved scenario.

7. Conclusion: Recommendations for action

The study provides insights and recommendations to reduce the spread of misinformation and further enhance users' resilience against it. A promising approach emerges: the battle against misinformation should also involve empowering indi-

viduals to identify it. Whether politically motivated misinformation can negatively impact recipients hinges on recognizing it. Unearthing misinformation on an individual level, at most, yields only a minor detrimental influence on opinion formation. Through personal online searches, users can verify online (mis)information. If they could improve their correctness assessment, this would diminish forwarding and sharing misinformation (Kessler, 2023).

A recommended action for users is to independently verify social media content they find through information research. It is crucial that users possess adequate social media and information literacy, which needs to be individually cultivated and nurtured throughout the lifetime. People should understand which sources provide fact-based information, what defines trustworthy sources, and how to locate them. The work and quality of established fact-checking organizations and their online offerings could also be taught more prominently (see also Schuetz et al., 2021). Additionally, the success of an (often brief) information search can also depend on the topic, as the online landscape varies. For instance, for COVID-19 vaccination, numerous trustworthy and well-researched online platforms offer evidence-based information, prominently displayed at the top of Google search results for easy access. However, with other topics, users might need to engage in more extensive search to access appropriate information and better assess accuracy. For example, searching about the Ukraine war was not always productive and might require an added level of information and search literacy, particularly because ongoing events make independent verification challenging. The recent study by Aslett et al. (2023) also showed that the use of online search engines to evaluate misinformation can increase the likelihood of false information being judged as true. The assumption is that this is because those who search online to evaluate misinformation risk falling into data voids or informational spaces where there is corroborating evidence from low-quality sources. Accordingly, when misinformation circulates on a particular topic, it is advisable to communicate and propagate accurate, fact-based information more extensively through various stakeholders and on diverse platforms, with the support of algorithms if possible.

Acknowledgements

I thank the projects' student assistants Elena Maria Witzgall, Leandra Wildhaber und Damiano Lombardi for their support in the project. Last but not least, I especially thank the editors and reviewers of the journal.

Ethical approval

The study was granted ethical approval by the ethics committee of the Faculty of Arts and Social Sciences of the University of Zürich (Switzerland) on 02.11.2022. The approval number is 22.10.8. Informed consent was obtained from all participants before study participation via printed and signed information sheet and consent forms.

Declaration of conflicting interests

The author declared no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.

Funding

The author received financial support for the research by the Media Authority of North Rhine-Westphalia (Germany).

References

- Allington, D., Duffy, B., Wessely, S., Dhavan, N., & Rubin, J. (2020). Health-protective behaviour, social media usage and conspiracy belief during the COVID-19 public health emergency. *Psychological Medicine*, 51(10), 1–7. <https://doi.org/10.1017/S003329172000224X>
- Aslett, K., Sanderson, Z., Godel, W., Persily, N., Nagler, J., & Tucker, J. A. (2023). Online searches to evaluate misinformation can increase its perceived veracity. *Nature*, 625(7995), 548–556. <https://doi.org/10.1038/s41586-023-06883-y>
- Avaaz. (2020). Facebook’s algorithm: A major threat to public health. Retrieved from www.avaaz.org/campaign/en/facebook_threat_health/
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Bertin, P., Nera, K., & Delouvée, S. (2020). Conspiracy beliefs, rejection of vaccination, and support for hydroxychloroquine: A conceptual replication-extension in the COVID-19 pandemic context. *Frontiers in Psychology*, 11, 565128. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.565128>
- Bovet, A., & Makse, H. A. (2019). Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election. *Nature Communications*, 10. <https://doi.org/10.1038/s41467-018-07761-2>
- Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2018). The global organization of social media disinformation campaigns. *Journal of International Affairs*, 71(1.5), 23–32. <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:67cd8a98-8b3c-45c0-b07f-5e25b25ea67a/files/madb637c676fc7e1c0d8bd-552a32751bc>
- Brisola, A., & Doyle, A. (2019). Critical information literacy as a path to resist “Fake News”: Understanding disinformation as the root problem. *Open Information Science*, 3(1), 274–286. <https://doi.org/10.1515/opis-2019-0019>
- Brørs, G., Norman, C. D., & Norekvål, T. M. (2020). Accelerated importance of eHealth literacy in the COVID-19 outbreak and beyond. *European Journal of Cardiovascular Nursing*, 19(6), 458–461. <https://doi.org/10.1177/1474515120941307>
- Buchanan, T. (2020). Why do people spread false information online? The effects of message and viewer characteristics on self-reported likelihood of sharing social media disinformation. *PLOS ONE*, 15(10), e0239666. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0239666>
- Chou, W-Y S., Gaysynski, A., & Cappella, J.N. (2020). Where we go from here: Health misinformation on social media. *American Journal of Public Health*, 110(S3), 273–275. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2020.305905>

- Christianson, S.-Å., Loftus, E. F., Hoffman, H., & Loftus, G. R. (1991). Eye fixations and memory for emotional events. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory & Cognition*, 17(4), 693–701. <https://doi.org/10.1037//0278-7393.17.4.693>
- Correctiv. (2022). Diese Falschinformationen und Gerüchte kursieren zum Russland-Ukraine-Krieg [This misinformation and rumours are circulating about the Russia-Ukraine war]. Retrieved from www.correctiv.org/faktencheck/hintergrund/2022/02/22/diese-falschinformationen-und-geruechte-kursieren-zum-ukraine-russland-konflikt/
- De Coninck, D., Frissen, T., Matthijs, K., d'Haenens, L., Lits, G., Champagne-Poirier, O., Carignan, M.-E., David, M. D., Pignard-Cheynel, N., Salerno, S., & G  n  reux, M. (2021). Beliefs in conspiracy theories and misinformation about COVID-19: Comparative perspectives on the role of anxiety, depression, and exposure to and trust in information sources. *Frontiers in Psychology*, 12, 646394. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.646394>
- De Gani, S. M., Jaks, R., Bieri, U., & Kocher, J. P. (2021). *Health Literacy Survey Schweiz 2019-2021: Schlussbericht (V2) im Auftrag des Bundesamtes f  r Gesundheit BAG [Final report (V2) commissioned by the Federal Office of Public Health FOPH]*. Careum Stiftung. Retrieved from https://www.bag.admin.ch/dam/bag/de/dokumente/nat-gesundheitspolitik/gesundheitskompetenz/schlussbericht-health-literacy-survey-careum.pdf.download.pdf/HLS19-21-CH_Schlussbericht_Careum%20Gesundheitskompetenz_Health%20Literacy%20Survey_20210914.pdf
- Echtermann, A. (2020). Datenanalyse: Nutzer finden fragwürdige Corona-Informationen vor allem auf Youtube und verbreiten sie über Whatsapp [Data analysis: Users find questionable Corona information mainly on Youtube and spread it via Whatsapp]. Correctiv. Retrieved from www.correctiv.org/faktencheck/hintergrund/2020/05/12/datenanalyse-nutzer-finden-fragwuerdige-corona-informationen-vor-allem-auf-youtube-und-verbreiten-sie-ueber-whatsapp/
- Edelson, L., Nguyen, M.-K., Goldstein, I., Goga, O., McCoy, D., & Lauinger, T. (2021). Understanding engagement with US (mis)information news sources on Facebook. In *Proceedings of the 21st ACM Internet Measurement Conference* (pp. 444–463), November 2nd-4th, 2021, Virtual Event. ACM. <https://doi.org/10.1145/3487552.3487859>
- Eisenegger, M., & Vogler, D. (2022). Hauptbefunde – Zunahme der News-Deprivation mit negativen Folgen f  r den demokratischen Prozess [Main findings - Increase in news deprivation with negative consequences for the democratic process]. In f  g - Forschungsinstitut   ffentlichkeit und Gesellschaft (Ed.), *Jahrbuch Qualität der Medien 2022* (pp. 9–26). Schwabe Verlag. <https://doi.org/10.5167/uzh-224549>
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A.-G. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, 41(4), 1149–1160. <https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149>
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
- Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2007). The role of site features, user attributes, and information verification behaviors on the perceived credibility of web-based information. *New Media & Society*, 9(2), 319–342. <https://doi.org/10.1177/1461444807075015>
- Freeman, D., Waite, F., Rosebrock, L., Petit, A., Causier, C., East, A., Jenner, L., Teale, A.-L., Carr, L., Mulhall, S., Bold, E., & Lambe, S. (2022). Coronavirus conspiracy beliefs, mistrust, and compliance with government guidelines in England. *Psychological Medicine*, 52(2), 251–263. <https://doi.org/10.1017/S0033291720001890>

- Geissler, D., Bär, D., Pröllochs, N., & Feurriegel, S. (2023). Russian propaganda on social media during the 2022 invasion of Ukraine. *EPJ Data Science*, 12. <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-023-00414-5>
- George J. F. (2024). Discovering why people believe disinformation about healthcare. *PLoS ONE*, 19(3), e0300497. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0300497>
- Hastall, M. R., & Wagner, A. J. M. (2017). Enhancing selective exposure to health messages and health intentions: Effects of susceptibility cues and gain–loss framing. *Journal of Media Psychology*, 30(4), 217–231. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000197>
- Juanchich, M., Sirota, M., Jolles, D., & Whiley, L. A. (2021). Are COVID-19 conspiracies a threat to public health? Psychological characteristics and health protective behaviours of believers. *European Journal of Social Psychology*, 51, 969–989. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2796>
- Jurkowitz, M., & Mitchell, A. (2020). Americans who primarily get news through social media are least likely to follow COVID-19 coverage, most likely to report seeing made-up news. Pew Research Center. Retrieved from www.pewresearch.org/journalism/2020/03/25/americans-who-primarily-get-news-through-social-media-are-least-likely-to-follow-covid-19-coverage-most-likely-to-report-seeing-made-up-news/
- Kessler, S. H. (2023). Vorsicht #Desinformation: Die Wirkung von desinformierenden Social Media-Posts auf die Meinungsbildung und Interventionen [Beware of #Disinformation: The effect of disinforming social media posts on opinion formation and interventions]. Landesanstalt für Medien NRW. Retrieved from www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/Bericht__Studie_Vorsicht_Desinformation
- Kessler, S. H., & Humprrecht, E. (2023). COVID-19 Misinformation on YouTube: An Analysis of Its Impact and Subsequent Online Information Searches for Verification. *Digital Health*, 9, 20552076231177131. <https://doi.org/10.5167/uzh-233864>
- Kessler, S. H., & Zillich, A. F. (2019). Searching online for information about vaccination: Assessing the influence of user-specific cognitive factors using eye-tracking. *Health Communication*, 34(10), 1150–1158. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1465793>
- Kessler, S. H., Cano Pardo, M. S., Jobin, A., & Georgi, F. (2022). How informed are the Swiss about Covid-19 and prevention measures? Results of a survey on information awareness, behaviour, and deficits. *European Journal of Health Communication*, 3(3), 118–142. <https://doi.org/10.47368/ejhc.2022.306>
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. Free Press.
- Knobloch-Westerwick, S., & Meng, J. (2011). Reinforcement of the political self through selective exposure to political messages. *Journal of Communication*, 61(2), 349–368. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01543.x>
- Knobloch-Westerwick, S., Johnson, B. K., & Westerwick, A. (2013). To your health: Self-regulation of health behavior through selective exposure to online health messages. *Journal of Communication*, 63(5), 807–829. <https://doi.org/10.1111/jcom.12055>
- Knuutila, A., Herasimenka, A., Au, H., Bright, J., & Howard, P. N. (2020). COVID-related misinformation on Youtube: The spread of misinformation videos on social media and the effectiveness of platform policies. University of Oxford. Retrieved from <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2020/09/Knuutila-YouTube-misinformation-memo-v1.pdf>
- Lazer, D.M.J. et al. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–2096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>

- Loomba, S., de Figueiredo, A., Piatek, S.J., De Graaf, K., & Larson, H.J. (2021). Measuring the impact of COVID-19 vaccine misinformation on vaccination intent in the UK and USA. *Nature Human Behaviour*, 5, 337–348. <https://doi.org/10.1038/s41562-021-01056-1>
- Lutz, B., Adam, M.T.P., Feuerriegel, S., Pröllochs, N., & Neumann, D. (2020). Affective information processing of fake news: Evidence from NeuroIS. *European Journal of Information Systems*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2023.2224973>
- Lutz, B., Adam, M., Feuerriegel, S., Pröllochs, N., & Neumann, D. (2024). Which linguistic cues make people fall for fake news? A comparison of cognitive and affective processing. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 8(CSCW1). <https://doi.org/10.1145/3641030>
- Marwick, A., & Lewis, R. (2017). Media manipulation and disinformation online. Data & Society. Retrieved from https://datasociety.net/wp-content/uploads/2017/05/DataAnd-Society_MediaManipulationAndDisinformationOnline-1.pdf
- Möller, J., Hameleers, M., & Ferreau, F. (2020). Typen von Desinformation und Misinformation. [Types of disinformation and misinformation]. die medienanstalten – ALM GbR. Retrieved from <https://www.lfk.de/fileadmin/PDFs/Publikationen/Studien/Typen-von-Desinformation-und-Misinformation/typen-von-desinformation-und-misinformation.pdf>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., & Nielsen, R. K. (2020). *Reuters Institute Digital News Report 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf
- Nielsen, R. K., Schulz, A., & Fletcher, L. (2021). An ongoing infodemic: How people in eight countries access news and information about coronavirus a year into the pandemic. *Reuters Institute report*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/ongoing-infodemic-how-people-eight-countries-access-news-and-information-about-coronavirus-year>
- Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD]. (2022). Disinformation and Russia's war of aggression against Ukraine: Threats and governance responses. Retrieved from https://www.oecd.org/en/publications/disinformation-and-russia-s-war-of-aggression-against-ukraine_37186bde-en.html
- Porter, E., Scott, R. B., Wood, T. J., & Zhandayeva, R. (2023). Correcting misinformation about the Russia-Ukraine War reduces false beliefs but does not change views about the War. <https://doi.org/10.31219/osf.io/efvds>
- Pierri, F., Luceri, L., Jindal, N., & Ferrara, E. (2023). Propaganda and misinformation on Facebook and Twitter during the Russian invasion of Ukraine. In *Proceedings of the 15th ACM Web Science Conference 2023* (pp. 65–74), April 30th–May 1st, Austin, TX, USA. ACM. <https://doi.org/10.1145/3578503.3583597>
- Roberts, C. (2010). Correlations among variables in message and messenger credibility scales. *American Behavioral Scientist*, 54(1), 43–56. <https://doi.org/10.1177/0002764210376310>
- Roozenbeek, J., Schneider, C. R., Dryhurst, S., Kerr, J., Freeman, A. L. J., Recchia, G., van der Bles, A. M., & van der Linden, S. (2020). Susceptibility to misinformation about COVID-19 around the world. *Royal Society Open Science*, 7(10), 201199. <https://doi.org/10.1098/rsos.201199>
- Schaewitz, L., Kluck, J.P., Klosters, L., & Kramer, N.C. (2020). When is disinformation (in) credible? Experimental findings on message characteristics and individual differences.

- Mass Communication and Society*, 23(4), 484–509. <https://doi.org/10.1080/15205436.2020.1716983>
- Schmid, P., Altay, S., & Scherer, L. D. (2023). The psychological impacts and message features of health misinformation. *European Psychologist*, 28(3), 162–172. <https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000494>
- Schuetz, S.W., Sykes, T.A., & Venkatesh, V. (2021). Combating COVID-19 fake news on social media through fact checking: Antecedents and consequences. *European Journal of Information Systems*, 30(4), 376–388. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2021.1895682>
- Singh, K., Lima, G., Cha, M., Cha, C., Kulshrestha, J., Ahn, Y.Y., & Varol, O. (2022). Misinformation, believability, and vaccine acceptance over 40 countries: Takeaways from the initial phase of the COVID-19 infodemic. *PLoS ONE*, 17(2), e0263381. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0263381>
- Simko, J., Hanakova, M., Racsco, P., Tomlein, M. Moro, R., & Bielikova, M. (2019). Fake news reading on social media: An eye-tracking study. *HT '19: Proceedings of the 30th ACM Conference on Hypertext and Social Media*, September, Hof, Germany. <https://doi.org/10.1145/3342220.3343642>
- SRF Data [Schweizer Radio und Fernsehen] (2022). Impfmonitor: So impft die Schweiz gegen Corona. [Vaccination Monitor: How Switzerland is vaccinating against COVID-19] SRF. Retrieved from <https://www.srf.ch/news/schweiz/impfmonitor-so-impft-die-schweiz-gegen-corona>
- Sülflow, M., Schäfer, S., & Winter, S. (2018). Selective attention in the news feed: An eye-tracking study on the perception and selection of political news posts on Facebook. *New Media & Society*, 21(1), 168–190. <https://doi.org/10.1177/1461444818791520>
- Sun, Y. (2022). Verification upon exposure to COVID-19 misinformation: Predictors, outcomes, and the mediating role of verification. *Science Communication*, 44(3), 261–291. <https://doi.org/10.1177/10755470221088927>
- Taddicken, M., & Wolff, L. (2023). Climate change-related counter-attitudinal Fake News exposure and its effects on search and selection behavior. *Environmental Communication*, 17(7), 720–739. <https://doi.org/10.1080/17524032.2023.2239516>
- Tandoc, E.C. (2021). Tools of disinformation: How fake news gets to deceive. In Jayakumar S., Ang, B., Anwar, N.D. (Eds.), *Disinformation and Fake News* (pp. 35–46), Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-981-15-5876-4_3
- Tandoc, E. C., Lim, D., & Ling, R. (2020). Diffusion of disinformation: How social media users respond to fake news and why. *Journalism*, 21(3), 381–398. <https://doi.org/10.1177/1464884919868325>
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., & Nyhan, B. (2018). Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. SSRN, 1–95. Retrieved from <https://www.hewlett.org/wp-content/uploads/2018/03/Social-Media-Political-Polarization-and-Political-Disinformation-Literature-Review.pdf>
- van der Linden, S. (2022). Misinformation: Susceptibility, spread, and interventions to immunize the public. *Nature Medicine*, 28, 460–467. <https://doi.org/10.1038/s41591-022-01713-6>

- van der Meer G.L.A. & Jin Y. (2020). Seeking formula for misinformation treatment in public health crises: The effects of corrective information type and source. *Health Communication*, 35(5), 560–575. <https://doi.org/10.1080/10410236.2019.1573295>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wardle, C. (2018). The need for smarter definitions and practical, timely empirical research on information disorder. *Digital Journalism*, 6(8), 951–963. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1502047>
- Wenzel, M., Stasiuk-Krajewska, K., Macková, V., & Turková, K. (2024). The penetration of Russian disinformation related to the war in Ukraine: Evidence from Poland, the Czech Republic and Slovakia. *International Political Science Review*, 45(2), 192–208. <https://doi.org/10.1177/01925121231205259>
- World Health Organization [WHO]. (2020). Working together to tackle the “infodemic”. WHO/Europe. Retrieved from www.who.int/europe/news/item/29-06-2020-working-together-to-tackle-the-infodemic
- Zeng, J., & Chan, C. H. (2021). A cross-national diagnosis of infodemics: Comparing the topical and temporal features of misinformation around COVID-19 in China, India, the US, Germany, and France. *Online Information Review*, 45(4), 709–728. <https://doi.org/10.5167/uzh-199058>
- Zillich, A. F., & Kessler, S. H. (2019). Measuring selective exposure to online information: Combining eye-tracking and content analysis of users’ actual search behavior. In C. Peter, T. Naab, & R. Kühne (Eds.), *Measuring media use and exposure: Recent developments and challenges* (pp. 196–220). Halem.

APPENDIX

Misinformation on social media: Individual reception and the importance of self-directed internet search for rebuttal

Fehlinformationen in sozialen Medien: Individuelle Rezeption und die Bedeutung eigenständiger Internetsuche zur Widerlegung

Sabrina Heike Kessler

Sabrina Heike Kessler (Dr.), University of Zürich, Department of Communication and Media Research, Andreasstrasse 15, 8057 Zürich, Switzerland. Contact: s.kessler@ikmz.uzh.ch. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1858-7041>



APPENDIX

Misinformation on social media: Individual reception and the importance of self-directed internet search for rebuttal

Fehlinformationen in sozialen Medien: Individuelle Rezeption und die Bedeutung eigenständiger Internetsuche zur Widerlegung

Sabrina Heike Kessler

Table A1. Pretest evaluation of selected statements

Topic & statements (<i>n</i>)	Statement correct/false	Variables	<i>M</i> (<i>SD</i>)	Cronbach's Alpha
COVID-19 The COVID-19 vaccines are less safe than conventional vaccines because they were developed too quickly out of necessity. (<i>n</i> = 127)	false	False-correct	1.99 (1.21)	.85
		Comprehensible-incomprehensible	1.90 (1.17)	
		Known-unknown	1.93 (1.18)	
		Specific-general	2.86 (1.37)	
		Emotional-unemotional	2.51 (1.31)	
COVID-19 Many of the side effects that occurred in people who received the COVID-19 vaccine were intentionally not disclosed to the public. (<i>n</i> = 99)	false	Attributed credibility	2.09 (0.87)	.83
		False-correct	2.02 (1.13)	
		Comprehensible-incomprehensible	1.99 (1.17)	
		Known-unknown	2.73 (1.29)	
		Specific-general	3.04 (1.25)	
COVID-19 COVID-19 vaccination during pregnancy increases the risk of miscarriage. (<i>n</i> = 108)	false	Emotional-unemotional	2.27 (1.24)	.81
		Attributed credibility	2.18 (0.86)	
		False-correct	2.27 (1.27)	
		Comprehensible-incomprehensible	1.95 (1.19)	
		Known-unknown	2.78 (1.33)	
COVID-19 The likelihood of unknown late effects in persons vaccinated against COVID-19 with mRNA vaccines is high. (<i>n</i> = 114)	false	Specific-general	2.32 (1.20)	.80
		Emotional-unemotional	2.37 (1.32)	
		Attributed credibility	2.48 (0.89)	
		False-correct	2.22 (1.21)	
		Comprehensible-incomprehensible	2.08 (1.29)	
COVID-19 After mRNA vaccination, protection against severe COVID-19 disease is higher than after any natural infection. (<i>n</i> = 90)	correct	Known-unknown	2.60 (1.35)	.88
		Specific-general	2.97 (1.33)	
		Emotional-unemotional	2.75 (1.25)	
		Attributed credibility	2.29 (0.80)	
		False-correct	2.86 (1.36)	
COVID-19 COVID-19 vaccine protection is stronger at younger ages than at older ages, regardless of vaccine type and viral variant. (<i>n</i> = 98)	correct	Comprehensible-incomprehensible	1.97 (1.14)	.87
		Known-unknown	2.59 (1.22)	
		Specific-general	2.48 (1.18)	
		Emotional-unemotional	3.53 (1.13)	
		Attributed credibility	2.94 (0.90)	

COVID-19	correct	False-correct	3.82 (1.18)	.89
COVID-19 disease may occur despite vaccination; general protection against infection has not been evaluated in pivotal trials. (<i>n</i> = 122)		Comprehensible-incomprehensible	2.03 (1.17)	
		Known-unknown	2.06 (1.04)	
		Specific-general	2.61 (1.16)	
		Emotional-unemotional	3.63 (1.23)	
		Attributed credibility	3.26 (0.94)	
COVID-19	correct	False-correct	3.60 (1.24)	.87
Unvaccinated pregnant women with COVID-19 are more likely to require in-patient intensive care than vaccinated pregnant women and non-pregnant women. (<i>n</i> = 103)		Comprehensible-incomprehensible	2.26 (1.25)	
		Known-unknown	2.98 (1.27)	
		Specific-general	2.10 (1.12)	
		Emotional-unemotional	3.14 (1.29)	
		Attributed credibility	3.12 (0.90)	
Ukraine war	correct	False-correct	3.40 (1.18)	.84
The U.S. and other European countries supplied heavy weapons to Ukraine only after the war with Russia began. (<i>n</i> = 93)		Comprehensible-incomprehensible	1.75 (0.93)	
		Known-unknown	2.85 (1.22)	
		Specific-general	2.79 (1.22)	
		Emotional-unemotional	3.37 (1.10)	
		Attributed credibility	3.08 (0.75)	
Ukraine war	correct	False-correct	3.15 (1.18)	.83
The actual influence of nationalist and far-right parties in Ukraine was rather small before the Russian invasion. (<i>n</i> = 72).		Comprehensible-incomprehensible	2.21 (1.18)	
		Known-unknown	3.55 (1.24)	
		Specific-general	2.93 (1.17)	
		Emotional-unemotional	3.18 (1.08)	
		Attributed credibility	2.81 (0.75)	
Ukraine war	correct	False-correct	3.39 (1.54)	.85
Russia recognizes the Luhansk and Donetsk regions of Ukraine as independent states, in violation of international law. (<i>n</i> = 75)		Comprehensible-incomprehensible	2.37 (1.30)	
		Known-unknown	3.14 (1.31)	
		Specific-general	2.22 (1.02)	
		Emotional-unemotional	3.04 (1.14)	
		Attributed credibility	3.00 (0.85)	
Ukraine war	false	False-correct	2.99 (1.44)	.86
NATO had promised Russia that it would not expand eastward, especially into Ukraine. (<i>n</i> = 87)		Comprehensible-incomprehensible	1.99 (1.05)	
		Known-unknown	2.80 (1.30)	
		Specific-general	2.52 (1.13)	
		Emotional-unemotional	3.27 (1.15)	
		Attributed credibility	2.82 (0.85)	

Ukraine war In Ukraine, since the beginning of the war, massive embezzlement of Western. (<i>n</i> = 62)	false	False-correct Comprehensible-incomprehensible Known-unknown Specific-general Emotional-unemotional Attributed credibility	2.34 (1.04) 3.73 (1.22) 3.95 (1.06) 2.85 (1.19) 2.60 (1.14) 2.50 (0.68)	.80
Ukraine war NATO wanted to include Ukraine in order to get closer to Russia and to be able to control it better. (<i>n</i> = 112)	false	False-correct Comprehensible-incomprehensible Known-unknown Specific-general Emotional-unemotional Attributed credibility	2.20 (1.12) 3.65 (1.32) 2.96 (1.29) 2.71 (1.17) 2.85 (1.23) 2.38 (0.77)	.80
Ukraine war The sanctions against Russia because of the war in Ukraine are having no ef- fect, the West is hurting itself more than Putin. (<i>n</i> = 85)	false	False-correct Comprehensible-incomprehensible Known-unknown Specific-general Emotional-unemotional Attributed credibility	3.02 (1.12) 3.83 (1.13) 2.54 (1.21) 3.31 (1.18) 2.59 (1.15) 2.66 (0.81)	.84

Note. 5-level semantic differential

Table A2. Pre-survey (t1): Constructs/variables, exact question wording, items, scale levels, and means

Construct	Question	Measurement details	Items and characteristics of the measurement	Mean value (standard deviation) or frequency (percent)
Attitude vaccination/ Russia	A. What is your attitude toward vaccination against COVID-19 in general? B. What is your attitude toward Russia with regard to its role in the conflict with Ukraine in general? Please indicate how strongly you agree with each of the following statements.	Seven-point Likert scale	1 = <i>completely positive</i> to 7 = <i>completely negative</i>	A. $M = 2.7$; $SD = 1.6$ B. $M = 6.0$; $SD = 1.0$
Attitude items COVID-19		Six items; seven-point Likert scale: 1 = <i>strongly disagree</i> to 7 = <i>strongly agree</i> ; items randomized	- I believe that vaccination against COVID-19 helps against severe COVID-19 disease. - I have advised other people to get vaccinated against COVID-19 before. - I am skeptical about the effectiveness of the COVID-19 vaccine. - I trust in the effectiveness of the COVID-19 vaccine. - I am afraid of the COVID-19 vaccine. - I am uncertain about the effectiveness of the COVID-19 vaccine. - I believe that Ukraine was targeted and illegitimately attacked by Russia. - I have told other people before that Russia targeted and illegitimately attacked Ukraine. - I am skeptical about a targeted and illegitimate attack by Russia on Ukraine. - I trust that Russia attacked Ukraine in a targeted and illegitimate way. - I am afraid of targeted and illegitimate attacks by Russia. - I am uncertain about a targeted and illegitimate attack by Russia on Ukraine.	$M_{\text{Belief}} = 5.2$; $SD = 2.0$ $M_{\text{Advice}} = 4.9$; $SD = 2.4$ $M_{\text{Skepticism}} = 2.7$; $SD = 1.8$ $M_{\text{Trust}} = 5.0$; $SD = 1.8$ $M_{\text{Fear}} = 2.3$; $SD = 1.7$ $M_{\text{Uncertainty}} = 2.9$; $SD = 1.9$
Attitude items Ukraine war	Please indicate how strongly you agree with each of the following statements.	Six items; seven-point Likert scale: 1 = <i>strongly disagree</i> to 7 = <i>strongly agree</i> ; items randomized	- I believe that Ukraine was targeted and illegitimately attacked by Russia. - I have told other people before that Russia targeted and illegitimately attacked Ukraine. - I am skeptical about a targeted and illegitimate attack by Russia on Ukraine. - I trust that Russia attacked Ukraine in a targeted and illegitimate way. - I am afraid of targeted and illegitimate attacks by Russia. - I am uncertain about a targeted and illegitimate attack by Russia on Ukraine.	$M_{\text{Belief}} = 5.7$; $SD = 1.7$ $M_{\text{Advice}} = 3.8$; $SD = 2.2$ $M_{\text{Skepticism}} = 3.0$; $SD = 1.9$ $M_{\text{Trust}} = 5.2$; $SD = 1.8$ $M_{\text{Fear}} = 3.9$; $SD = 1.9$ $M_{\text{Uncertainty}} = 3.1$; $SD = 1.9$
COVID-19-vaccination	Have you been fully vaccinated against COVID-19?	Nominal scale	1 = <i>Yes</i> ; 2 = <i>No</i>	$M_{\text{Vaccinated}} = 1.1$; $SD = 0.3$
Frequency of social media use	How often do you use social media channels like YouTube, Instagram, Facebook or Twitter to get information?	Five-point Likert scale	1 = <i>several times a day</i> ; 2 = <i>daily</i> ; 3 = <i>weekly</i> ; 4 = <i>monthly</i> ; 5 = <i>never</i>	$M = 3.6$; $SD = 1.2$
Credibility of information about COVID-19	I assess the information about COVID-19 vaccination on social media as follows:	Nine items; five-level semantic differential; items randomized.	- trustworthy—not trustworthy - fair—unfair - inaccurate—accurate - complete (tells the whole story)—incomplete (does not tell the whole story) - unbiased—biased - comprehensible—incomprehensible - exaggerated—understated - high quality—inferior quality - helpful—unhelpful	$M_{\text{Trustworthiness}} = 3.6$; $SD = 1.1$ $M_{\text{Fairness}} = 3.2$; $SD = 1.0$ $M_{\text{Accuracy}} = 3.5$; $SD = 1.1$ $M_{\text{Completeness}} = 4.0$; $SD = 1.0$ $M_{\text{Bias}} = 3.6$; $SD = 1.2$ $M_{\text{Comprehensibility}} = 2.6$; $SD = 1.1$ $M_{\text{Exaggeration}} = 2.2$; $SD = 1.0$ $M_{\text{Quality}} = 3.5$; $SD = 1.0$ $M_{\text{Helpful}} = 3.3$; $SD = 1.0$ $M_{\text{Index}} = 3.3$; $SD = 0.7$ $(\alpha = .841)$

Credibility of information on Russia–Ukraine conflict	I assess the information about the conflict between Russia and Ukraine on social media as follows: randomized.	Nine items; five-level semantic differential; items randomized.	• trustworthy-not trustworthy • fair-unfair • inaccurate-accurate • complete (tells the whole story)-incomplete (does not tell the whole story) • unbiased-biased • comprehensible - incomprehensible • exaggerated-understated • high-quality-inferior-quality • helpful-unhelpful	$M_{Trust} = 3.4; SD = 1.0$ $M_{Fairness} = 3.1; SD = 1.0$ $M_{Accuracy} = 3.6; SD = 1.0$ $M_{Completeness} = 4.0; SD = 0.9$ $M_{Bias} = 3.7; SD = 1.1$ $M_{Comprehens} = 2.7; SD = 1.0$ $M_{Exaggeration} = 2.7; SD = 0.8$ $M_{Quality} = 3.5; SD = 1.0$ $M_{Helpful} = 3.3; SD = 1.1$ $M_{Index} = 3.3; SD = 0.7$ ($\alpha = .841$)
Internet capability	How would you rate your ability to search specific topics on the internet?	Seven-point Likert scale	1 = <i>very low</i> to 7 = <i>very high</i>	$M = 5.5; SD = 1.1$
Frequency of information search on the internet	How often do you search for information on the internet?	Five-point Likert scale	1 = <i>several times a day</i> ; 2 = <i>daily</i> ; 3 = <i>weekly</i> ; 4 = <i>monthly</i> ; 5 = <i>never</i>	$M = 1.6; SD = 0.7$
Gender	Which gender do you feel you belong to?	Nominal scale 1–3	1 = <i>female</i> ; 2 = <i>male</i> ; 3 = <i>diverse</i>	$n_{female} = 43$ (51%) $n_{male} = 41$ (48%) $n_{diverse} = 1$ (1%) $n_{low} = 7$ (8%) $n_{medium} = 21$ (25%) $n_{high} = 54$ (63%) $n_{highest} = 3$ (4%)
Education	What was the last education you completed?	Nominal scale 1–10 Educational levels: 1 & 2 = <i>low</i> 3 to 5 = <i>medium</i> 6 to 9 = <i>high</i> 10 = <i>highest</i>	1 = No education completed 2 = Compulsory school 3 = Diploma secondary school or vocational preparatory school 4 = Vocational apprenticeship 5 = Matura school 6 = Teacher training college 7 = higher technical and vocational training 8 = higher technical school 9 = university, university of applied sciences (Bachelor, Master) 10 = University (Postdoc or higher)	
Age	How old are you?	0–x years	18–x	$M = 36.7; SD = 12.4$

Note. $N = 85$. $\alpha =$ Cronbach's α .

Table A3. *Interim survey Ukraine (t2): Constructs/variables, exact question wording, items, scale levels, and means*

Construct	Question	Measurement details	Items and characteristics of the measurement	Mean value and standard deviation
Statements on the Ukraine–Russia conflict	Please rate the following statements in terms of their correctness.	Eight items; seven-point Likert scale: 1 = <i>correct</i> to 7 = <i>false</i> ; items randomized.	• NATO had promised Russia that it would not expand eastward, especially into Ukraine. • Since the beginning of the war, massive embezzlement of Western and Swiss aid money had been uncovered in Ukraine. • NATO wanted to include Ukraine in order to get closer to Russia and to be able to control it better. • The sanctions against Russia because of the war in Ukraine are having no effect, the West is hurting itself more than Putin. • Ukraine is not a NATO member and did not meet the criteria for NATO membership before its defensive war began. • The U.S. and other European countries supplied heavy weapons to Ukraine only after the war with Russia began. • The actual influence of nationalist and far-right parties in Ukraine was rather small before the Russian invasion. • Russia recognizes the Luhansk and Donetsk regions of Ukraine as independent states, in violation of international law.	$M_{\text{NATO}} = 4.1$; $SD = 2.0$ $M_{\text{embezzlement}} = 5.0$; $SD = 1.8$ $M_{\text{Control Russia}} = 4.9$; $SD = 2.0$ $M_{\text{Sanctions}} = 3.9$; $SD = 1.8$ $M_{\text{NATO accession}} = 2.8$; $SD = 1.8$ $M_{\text{Weapons}} = 3.3$; $SD = 2.2$ $M_{\text{Right-wing}} = 3.2$; $SD = 1.5$ $M_{\text{Ukraine regions}} = 2.7$; $SD = 2.1$
Need for information	How great do you rate your need to now inform yourself about the contents of the news item(s) you classified as misinformation on the internet?	Seven-point Likert scale	1 = <i>strong</i> to 7 = <i>weak</i>	$M = 3.4$; $SD = 1.7$
Credibility SRF News	How do you rate the source of the information?	Five items of Roberts' (2010) credibility scale; five-level semantic differential; items randomized	• trustworthy-not trustworthy • fair-unfair • accurate-inaccurate • complete (tells the whole story)-incomplete (does not tell the whole story) • unbiased-biased	$M_{\text{trustworthiness}} = 1.9$; $SD = 0.8$ $M_{\text{Fairness}} = 2.2$; $SD = 0.9$ $M_{\text{Accuracy}} = 2.1$; $SD = 0.8$ $M_{\text{Completeness}} = 2.5$; $SD = 1.0$ $M_{\text{Bias}} = 2.5$; $SD = 1.1$ $M_{\text{Index}} = 2.2$; $SD = 0.7$ ($\alpha = .862$)

Credibility Blick	How do you rate the source of the information?	Five items of Roberts' (2010) credibility scale; five-level semantic differential; items randomized	• trustworthy-not trustworthy • fair-unfair • accurate-inaccurate • complete (tells the whole story)-incomplete (does not tell the whole story) • unbiased- biased	$M_{Trustworthiness} = 3.8; SD = 0.9$ $M_{Fairness} = 3.5; SD = 0.9$ $M_{Accuracy} = 3.9; SD = 0.8$ $M_{Completeness} = 4.1; SD = 0.8$ $M_{Bias} = 3.5; SD = 1.0$ $M_{Index} = 3.7; SD = 0.7$ ($\alpha = .818$)
Credibility Federal Department of Foreign Affairs Switzerland (EDA)	How do you rate the source of the information?	Five items of Roberts' (2010) credibility scale; five-level semantic differential; items randomized	• trustworthy-not trustworthy • fair-unfair • accurate-inaccurate • complete (tells the whole story)-incomplete (does not tell the whole story) • unbiased- biased	$M_{Trustworthiness} = 1.9; SD = 0.8$ $M_{Fairness} = 2.2; SD = 0.9$ $M_{Accuracy} = 2.2; SD = 1.0$ $M_{Completeness} = 2.4; SD = 1.0$ $M_{Bias} = 2.7; SD = 1.0$ $M_{Index} = 2.3; SD = 0.8$ ($\alpha = .859$)
Credibility Institute for Political Science at the University of Zurich (IPZ UZH)	How do you rate the source of the information?	Five items of Roberts' (2010) credibility scale; five-level semantic differential; items randomized	• trustworthy-not trustworthy • fair-unfair • accurate-inaccurate • complete (tells the whole story)-incomplete (does not tell the whole story) • unbiased- biased	$M_{Trustworthiness} = 1.7; SD = 0.7$ $M_{Fairness} = 2.0; SD = 0.7$ $M_{Accuracy} = 1.9; SD = 0.8$ $M_{Completeness} = 2.0; SD = 0.8$ $M_{Bias} = 2.1; SD = 0.8$ $M_{Index} = 1.9; SD = 0.6$ ($\alpha = .852$)
Attitude Statements Ukraine–Russia Conflict	Please indicate how strongly you agree with the following statements.	Six items; seven-point Likert scale: 1 = strongly disagree to 7 = strongly agree; items randomized	• I believe that Ukraine was targeted and illegitimately attacked by Russia. • I have told other people before that Russia targeted and illegitimately attacked Ukraine. • I am skeptical about a targeted and illegitimate attack by Russia on Ukraine. • I trust that Russia attacked Ukraine in a targeted and illegitimate way. • I am afraid of targeted and illegitimate attacks by Russia. • I am uncertain about a targeted and illegitimate attack by Russia on Ukraine.	$M_{Persuasion} = 5.8; SD = 1.5$ $M_{Advice} = 4.0; SD = 2.3$ $M_{Skepticism} = 2.7; SD = 1.7$ $M_{Trust} = 5.1; SD = 1.7$ $M_{Fear} = 3.6; SD = 2.0$ $M_{Uncertainty} = 2.8; SD = 1.9$

Note. $N = 85$. $\alpha =$ Cronbach's α .

Table A4. Interim survey COVID-19 (t2): Constructs/variables, exact question wording, items, scale levels, and means

Construct	Question	Information about the measurement	Items and characteristics of the measurement	Mean value and standard deviation
Statements COVID-19 vaccination	Please rate the following statements in terms of their correctness.	Eight items; seven-point Likert scale: 1 = <i>correct</i> to 7 = <i>false</i> ; items randomized.	- The COVID-19 vaccines are less safe than conventional vaccines because they were developed too quickly out of necessity. - Many of the side effects that occurred in people who received the COVID-19 vaccine were intentionally not disclosed to the public. - COVID-19 vaccination during pregnancy increases the risk of miscarriage. - The likelihood of unknown late effects in persons vaccinated against COVID-19 with mRNA vaccines is high. - After mRNA vaccination, protection against severe COVID-19 disease is higher than after any natural infection. - COVID-19 vaccine protection is stronger at younger ages than at older ages, regardless of vaccine type and viral variant. - COVID-19 disease may occur despite vaccination; general protection against infection has not been evaluated in pivotal trials. - Unvaccinated pregnant women with COVID-19 are more likely to require inpatient intensive care than vaccinated pregnant women and non-pregnant women.	$M_{Uncertainty} = 5.0$; $SD = 2.0$ $M_{Side\ effects} = 4.8$; $SD = 1.9$ $M_{Miscarriage} = 4.6$; $SD = 2.0$ $M_{Late\ effects} = 4.9$; $SD = 1.8$ $M_{Protection\ vaccine} = 4.2$; $SD = 2.1$ $M_{Protection\ age} = 3.7$; $SD = 2.1$ $M_{Illness} = 2.4$; $SD = 1.7$ $M_{Pregnancy} = 2.9$; $SD = 1.9$
Need for information	How great do you rate your need to now inform yourself about the contents of the news item(s) you classified as misinformation on the internet?	Seven-level semantic differential	1 = <i>strong</i> to 7 = <i>weak</i>	$M = 3.7$; $SD = 1.8$
Credibility SRF News	How do you assess the source of the information?	Five items from Roberts' (2010) credibility scale; five-level semantic differential; items randomized.	- trustworthy-not trustworthy - fair-unfair - accurate-inaccurate - complete (tells the whole story)-incomplete (does not tell the whole story) - unbiased-biased	$M_{Trustworthiness} = 2.1$; $SD = 0.9$ $M_{Fairness} = 2.2$; $SD = 1.0$ $M_{Accuracy} = 2.2$; $SD = 1.0$ $M_{Completeness} = 2.5$; $SD = 1.0$ $M_{Bias} = 2.6$; $SD = 1.0$ $M_{Index} = 2.3$; $SD = 0.8$ $(\alpha = .868)$

Credibility Blick	How do you assess the source of the information?	Five items from Roberts' (2010) credibility scale; five-level semantic differential; items randomized.	• trustworthy-not trustworthy • fair-unfair • accurate-inaccurate • complete (tells the whole story)-incomplete (does not tell the whole story) • unbiased-biased	$M_{Trustworthiness} = 3.9; SD = 1.0$ $M_{Fairness} = 3.7; SD = 0.9$ $M_{Accuracy} = 3.9; SD = 0.9$ $M_{Completeness} = 4.1; SD = 0.9$ $M_{Bias} = 3.7; SD = 1.1$ $M_{Index} = 3.8; SD = 0.7$ ($\alpha = .821$)
Credibility Federal Office of Public Health Switzerland (BAG)	How do you assess the source of the information?	Five items from Roberts' (2010) credibility scale; five-level semantic differential; items randomized.	• trustworthy-not trustworthy • fair-unfair • accurate-inaccurate • complete (tells the whole story)-incomplete (does not tell the whole story) • unbiased-biased	$M_{Trustworthiness} = 1.9; SD = 0.8$ $M_{Fairness} = 2.0; SD = 0.8$ $M_{Accuracy} = 1.9; SD = 0.8$ $M_{Completeness} = 2.5; SD = 1.0$ $M_{Bias} = 2.6; SD = 1.1$ $M_{Index} = 2.2; SD = 0.7$ ($\alpha = .854$)
Credibility Institute of Medical Virology (IMV)	How do you assess the source of the information?	Five items from Roberts' (2010) credibility scale; five-level semantic differential; items randomized.	• trustworthy-not trustworthy • fair-unfair • accurate-inaccurate • complete (tells the whole story)-incomplete (does not tell the whole story) • unbiased-biased	$M_{Trustworthiness} = 1.5; SD = 0.6$ $M_{Fairness} = 1.8; SD = 0.7$ $M_{Accuracy} = 1.5; SD = 0.6$ $M_{Completeness} = 1.8; SD = 0.8$ $M_{Bias} = 2.2; SD = 1.1$ $M_{Index} = 1.7; SD = 0.5$ ($\alpha = .759$)
Attitude statements COVID-19	Please indicate how strongly you agree with each of the following statements.	Six items; seven-point Likert scale: 1 = <i>strongly disagree</i> to 7 = <i>strongly agree</i> ; items randomized	• I believe that vaccination against COVID-19 helps against weak COVID-19 disease. • I will advise other people to get vaccinated against COVID-19. • I am skeptical about the efficacy of the COVID-19 vaccine. • I trust in the efficacy of the COVID-19 vaccine. • I am afraid of the COVID-19 vaccine. • I am uncertain about the efficacy of COVID-19 vaccination.	$M_{Persuasion} = 5.7; SD = 1.6$ $M_{Advice} = 4.8; SD = 2.2$ $M_{Skepticism} = 2.7; SD = 1.9$ $M_{Trust} = 5.3; SD = 1.8$ $M_{Fear} = 2.0; SD = 1.4$ $M_{Uncertainty} = 2.8; SD = 1.8$

Note. $N = 85$. $\alpha =$ Cronbach's α .

Table A5. Post-survey Ukraine (t3): Constructs/variables, exact question wording, items, scale levels, and means.

Construct	Question	Information about the measurement	Items and characteristics of the measurement	Mean value and standard deviation
Statements on the Ukraine-Russia conflict after internet research	Please rate the following statements in terms of their correctness according to your internet research.	Eight items; seven-point Likert scale: 1 = <i>correct</i> to 7 = <i>false</i> ; items randomized.	• NATO had promised Russia that it would not expand eastward, especially into Ukraine. • Since the beginning of the war massive embezzlement of Western and Swiss aid money had been uncovered in Ukraine. • NATO wanted to include Ukraine in order to get closer to Russia and to be able to control it better. • The sanctions against Russia because of the war in Ukraine are having no effect; the West is hurting itself more than Putin. • Ukraine is not a NATO member and did not meet the criteria for NATO membership before its defensive war began. • The U.S. and other European countries supplied heavy weapons to Ukraine only after the war with Russia began. • The actual influence of nationalist and far-right parties in Ukraine was rather small before the Russian invasion. • Russia recognizes the Luhansk and Donetsk regions of Ukraine as independent states, in violation of international law. • NATO had promised Russia that it would not expand eastward, especially into Ukraine.	$M_{NATO} = 4.4$; $SD = 2.2$ $M_{Embezzlement} = 5.0$; $SD = 1.9$ $M_{Control\ Russia} = 5.2$; $SD = 2.0$ $M_{Sanctions} = 4.2$; $SD = 2.0$ $M_{NATO\ accession} = 3.0$; $SD = 2.1$ $M_{Weapons} = 4.1$; $SD = 2.4$ $M_{Rightwing} = 3.9$; $SD = 1.6$ $M_{Ukraine} = 2.4$; $SD = 2.0$
Internet search statements	Please mark which of the statements you searched for on the internet.	Eight items; five-point Likert scale: 1 = <i>not searched for at all</i> to 5 = <i>intensively searched for</i> ; items randomized	• Since the beginning of the war massive embezzlement of Western and Swiss aid money had been uncovered in Ukraine. • NATO wanted to include Ukraine in order to get closer to Russia and to be able to control it better. • The sanctions against Russia because of the war in Ukraine are having no effect; the West is hurting itself more than Putin. • Ukraine is not a NATO member and did not meet the criteria for NATO membership before its defensive war began. • The U.S. and other European countries supplied heavy weapons to Ukraine only after the war with Russia began. • The actual influence of nationalist and far-right parties in Ukraine was rather small before the Russian invasion. • Russia recognizes the Luhansk and Donetsk regions of Ukraine as independent states, in violation of international law.	$M_{NATO} = 2.5$; $SD = 1.5$ $M_{Embezzlement} = 2.1$; $SD = 1.4$ $M_{Control\ Russia} = 2.4$; $SD = 1.4$ $M_{Sanctions} = 2.1$; $SD = 1.4$ $M_{NATO\ accession} = 3.1$; $SD = 1.5$ $M_{Weapons} = 2.7$; $SD = 1.6$ $M_{Rightwing} = 1.9$; $SD = 1.3$ $M_{Ukraine} = 2.2$; $SD = 1.5$

Credibility SRF News after Internet research	How do you rate the source of the informa- tion now that you have done your internet search?	Five items from Roberts' (2010) credibility scale; five-level semantic differential; items randomized.	• trustworthy—not trustworthy • fair—unfair • accurate—inaccurate • complete (tells the whole story)—incomplete (does not tell the whole story) • unbiased—biased	$M_{Trustworthiness}$ = 2.0; SD = 0.9 $M_{Fairness}$ = 2.2; SD = 0.9 $M_{Accuracy}$ = 2.2; SD = 0.9 $M_{Completeness}$ = 2.5; SD = 1.0 M_{Bias} = 2.6; SD = 1.1 M_{Index} = 2.3; SD = 0.8 (α = .900)
Blick after Internet research	How do you rate the source of the informa- tion now that you have done your internet search?	Five items from Roberts' (2010) credibility scale; five-level semantic differential; items randomized.	• trustworthy—not trustworthy • fair—unfair • accurate—inaccurate • complete (tells the whole story)—incomplete (does not tell the whole story) • unbiased—biased	$M_{Trustworthiness}$ = 3.8; SD = 1.0 $M_{Fairness}$ = 3.4; SD = 0.9 $M_{Accuracy}$ = 3.8; SD = 0.9 $M_{Completeness}$ = 3.8; SD = 1.0 M_{Bias} = 3.6; SD = 1.0 M_{Index} = 3.7; SD = 0.8 (α = .850)
Credibility EDA after Internet research	How do you rate the source of the information now that you have done your inter- net search?	Five items from Roberts' (2010) credibility scale; five-level semantic differential; items randomized.	• trustworthy—not trustworthy • fair—unfair • accurate—inaccurate • complete (tells the whole story)—incomplete (does not tell the whole story) • unbiased—biased	$M_{Trustworthiness}$ = 1.8; SD = 0.8 $M_{Fairness}$ = 2.1; SD = 0.7 $M_{Accuracy}$ = 2.0; SD = 0.9 $M_{Completeness}$ = 2.4; SD = 1.0 M_{Bias} = 2.7; SD = 1.1 M_{Index} = 2.2; SD = 0.7 (α = .854)
Credibility Institute for Political Science of the University of Zurich after Internet research	How do you rate the source of the informa- tion now that you have done your internet search?	Five items from Roberts' (2010) credibility scale; five-level semantic differential; items randomized.	• trustworthy—not trustworthy • fair—unfair • accurate—inaccurate • complete (tells the whole story)—incomplete (does not tell the whole story) • unbiased—biased	$M_{Trustworthiness}$ = 1.7; SD = 0.7 $M_{Fairness}$ = 1.9; SD = 0.7 $M_{Accuracy}$ = 1.8; SD = 0.8 $M_{Completeness}$ = 2.2; SD = 1.0 M_{Bias} = 2.1; SD = 0.9 M_{Index} = 1.9; SD = 0.6 (α = .839)
Attitude statements Ukraine- Russia conflict	Please indicate how strongly you agree with each of the following statements.	Six items: seven- point Likert scale: 1 = <i>strongly</i> <i>disagree</i> to 7 = <i>strongly agree</i> ; items randomized	• I believe that Ukraine was targeted and illegitimately attacked by Russia. • I have told other people before that Russia targeted and illegitimately attacked Ukraine. • I am skeptical about a targeted and illegitimate attack by Russia on Ukraine. • I trust that Russia attacked Ukraine in a targeted and illegitimate way. • I am afraid of targeted and illegitimate attacks by Russia. • I am uncertain about a targeted and illegitimate attack by Russia on Ukraine.	M_{Belief} = 5.7; SD = 1.7 M_{Advice} = 4.0; SD = 2.3 $M_{Skeptical}$ = 2.5; SD = 1.7 M_{Trust} = 5.3; SD = 1.8 M_{Fear} = 3.4; SD = 2.0 $M_{Uncertainty}$ = 2.8; SD = 1.8

Note. N = 85. α = Cronbach's α .

Table A6. Post-survey COVID-19 (t3): Constructs/variables, exact question wording, items, scale levels, and means

Construct	Question	Information about the measurement	Items and characteristics of the measurement	Mean value and standard deviation
Statements on COVID-19 vaccination after internet research	Please rate the following statements in terms of their correctness according to your internet research.	Eight items; seven-point Likert scale: 1 = <i>correct</i> to 7 = <i>false</i> ; items randomized.	- The COVID-19 vaccines are less safe than conventional vaccines because they were developed too quickly out of necessity. - Many of the side effects that occurred in people who received the COVID-19 vaccine were intentionally not disclosed to the public. - COVID-19 vaccination during pregnancy increases the risk of miscarriage. - The likelihood of unknown late effects in persons vaccinated against COVID-19 with mRNA vaccines is high. - After mRNA vaccination, protection against severe COVID-19 disease is higher than after any natural infection. - COVID-19 vaccine protection is stronger at younger ages than at older ages, regardless of vaccine type and viral variant. - COVID-19 disease may occur despite vaccination; general protection against infection has not been evaluated in pivotal trials. - Unvaccinated pregnant women with COVID-19 are more likely to require inpatient intensive care than vaccinated pregnant women and non-pregnant women.	$M_{\text{Uncertainty vaccine}} = 5.6$; $SD = 1.7$ $M_{\text{Side effects}} = 5.2$; $SD = 1.8$ $M_{\text{Miscarriage}} = 6.0$; $SD = 1.4$ $M_{\text{Late effects}} = 5.4$; $SD = 1.8$ $M_{\text{Protection vaccine}} = 3.2$; $SD = 1.9$ $M_{\text{Protection age}} = 3.4$; $SD = 2.3$ $M_{\text{Illness}} = 2.6$; $SD = 1.9$ $M_{\text{Pregnancy}} = 2.6$; $SD = 1.9$
Internet search statements	Please mark which of the statements you searched for on the internet.	Eight items; five-point Likert scale: 1 = <i>not searched for at all</i> to 5 = <i>intensively searched for</i> ; items randomized	- The COVID-19 vaccines are less safe than conventional vaccines because they were developed too quickly out of necessity - Many of the side effects that occurred in people who received the COVID-19 vaccine were intentionally not disclosed to the public. - COVID-19 vaccination during pregnancy increases the risk of miscarriage. - The likelihood of unknown late effects in persons vaccinated against COVID-19 with mRNA vaccines is high. - After mRNA vaccination, protection against severe COVID-19 disease is higher than after any natural infection. - COVID-19 vaccine protection is more pronounced at younger ages than at older ages, regardless of vaccine type and viral variant. - COVID-19 disease may occur despite vaccination; general protection against infection has not been established in pivotal trials. - Unvaccinated pregnant women with COVID-19 are more likely to require intensive care than vaccinated pregnant women and non-pregnant women.	$M_{\text{Uncertainty vaccine}} = 2.5$; $SD = 1.5$ $M_{\text{Side effects}} = 2.2$; $SD = 1.4$ $M_{\text{Miscarriage}} = 3.4$; $SD = 1.5$ $M_{\text{Late effects}} = 2.7$; $SD = 1.4$ $M_{\text{Protection vaccine}} = 2.6$; $SD = 1.5$ $M_{\text{Protection age}} = 2.3$; $SD = 1.5$ $M_{\text{Illness}} = 2.6$; $SD = 1.5$ $M_{\text{Pregnancy}} = 3.3$; $SD = 1.5$

Credibility of SRF News according to Internet research	How do you rate the source of the informa- tion now that you have done your internet re- search?	Five items from Roberts' (2010) credibility scale; five-level semantic dif- ferential; items random- ized. • trustworthy—not trustworthy • fair—unfair • accurate—inaccurate • complete (tells the whole story)—incomplete (does not tell the whole story) • unbiased—biased	$M_{\text{Trustworthiness}} = 2.1; SD = 1.0$ $M_{\text{Fairness}} = 2.2; SD = 1.0$ $M_{\text{Accuracy}} = 2.3; SD = 0.9$ $M_{\text{Completeness}} = 2.6; SD = 1.0$ $M_{\text{Bias}} = 2.6; SD = 1.1$ $M_{\text{Index}} = 2.4; SD = 0.8$ ($\alpha = .900$)
Credibility Blick after internet research	How do you rate the source of the informa- tion now that you have done your internet search?	Five items from Roberts' (2010) credibility scale; five-level semantic dif- ferential; items random- ized. • trustworthy—not trustworthy • fair—unfair • accurate—inaccurate • complete (tells the whole story)—incomplete (does not tell the whole story) • unbiased—biased	$M_{\text{Trustworthiness}} = 4.0; SD = 0.9$ $M_{\text{Fairness}} = 3.6; SD = 0.9$ $M_{\text{Accuracy}} = 3.9; SD = 0.8$ $M_{\text{Completeness}} = 4.0; SD = 0.8$ $M_{\text{Bias}} = 3.6; SD = 0.9$ $M_{\text{Index}} = 3.8; SD = 0.7$ ($\alpha = .855$)
Credibility BAG after internet research	How do you rate the source of the informa- tion now that you have done your internet search?	Five items from Roberts' (2010) credibility scale; five-level semantic dif- ferential; items random- ized. • trustworthy—not trustworthy • fair—unfair • accurate—inaccurate • complete (tells the whole story)—incomplete (does not tell the whole story) • unbiased—biased	$M_{\text{Trustworthiness}} = 1.9; SD = 0.9$ $M_{\text{Fairness}} = 2.0; SD = 0.9$ $M_{\text{Accuracy}} = 1.9; SD = 0.9$ $M_{\text{Completeness}} = 2.5; SD = 1.2$ $M_{\text{Bias}} = 2.5; SD = 1.1$ $M_{\text{Index}} = 2.2; SD = 0.7$ ($\alpha = .797$)
Credibility IMV after internet research	How do you rate the source of the informa- tion now that you have done your internet search?	Five items from Roberts' (2010) credibility scale; five-level semantic dif- ferential; items random- ized. • trustworthy—not trustworthy • fair—unfair • accurate—inaccurate • complete (tells the whole story)—incomplete (does not tell the whole story) • unbiased—biased	$M_{\text{Trustworthiness}} = 1.6; SD = 0.7$ $M_{\text{Fairness}} = 1.8; SD = 0.8$ $M_{\text{Accuracy}} = 1.7; SD = 0.8$ $M_{\text{Completeness}} = 2.0; SD = 0.9$ $M_{\text{Bias}} = 2.2; SD = 1.1$ $M_{\text{Index}} = 1.8; SD = 0.7$ ($\alpha = .822$)
Attitude state- ments COVID-19	Please indicate how strongly you agree with each of the following statements. Six items; seven-point Likert scale: 1 = <i>strongly disagree</i> to 7 = <i>strongly agree</i> ; items randomized • I believe that vaccination against COVID-19 helps against weak COVID-19 disease. • I will advise other people to get vaccinated against COVID-19. • I am skeptical about the efficacy of the COVID-19 vaccine. • I trust in the efficacy of the COVID-19 vaccine. • I am afraid of the COVID-19 vaccine. • I am uncertain about the efficacy of COVID-19 vaccination.	$M_{\text{Persuasion}} = 5.8; SD = 1.6$ $M_{\text{Advice}} = 4.7; SD = 2.3$ $M_{\text{Skepticism}} = 2.8; SD = 2.0$ $M_{\text{Trust}} = 5.3; SD = 2.0$ $M_{\text{Fear}} = 1.9; SD = 1.4$ $M_{\text{Uncertainty}} = 2.7; SD = 1.9$	

Note. $N = 85$. $\alpha = \text{Cronbach's } \alpha$.

Table A7. Final survey (t4): Constructs/variables, exact question wording, items, scale levels, and means

Construct	Question	Information about the measurement	Items and characteristics of the measurement	Mean (standard deviation) or frequency (percent)
Internet search behavior	Did your internet search behavior, the internet searches you just conducted, correspond to your normal/everyday online research behavior?	Seven-point Likert scale	1 = <i>yes, completely</i> to 7 = <i>no, not at all</i>	M = 3.1; SD = 1.8
Media use COVID-19	Since the start of the Corona pandemic, how often have you sought information about vaccination against COVID-19 through the following channels?	Seven items; five-point Likert scale; 1 = <i>never</i> to 5 = <i>very often</i> ; items randomized	• Television • Radio • Printed daily newspapers, weekly newspapers or magazines • Popular science magazines (e.g., PM, GEO, or Spektrum der Wissenschaft) • Internet • Scientific journals (e.g., Science, Nature, or Lancet) • Conversations with friends and acquaintances	$M_{Television} = 3.3$; SD = 1.3 $M_{Radio} = 3.0$; SD = 1.4 $M_{Newspapers} = 3.1$; SD = 1.3 $M_{Magazines} = 1.7$; SD = 0.9 $M_{Internet} = 4.3$; SD = 0.8 $M_{Journals} = 1.8$; SD = 1.2 $M_{Conversations} = 4.0$; SD = 0.9
Media use Ukraine-Russia conflict	Since the beginning of the conflict between Russia and Ukraine, how often have you sought information on the topic through the following channels?	Seven items; five-point Likert scale; 1 = <i>never</i> to 5 = <i>very often</i> ; items randomized	• Television • Radio • Printed daily newspapers, weekly newspapers or magazines • Popular science magazines (e.g., Der Spiegel, GEO, or Fokus) • Internet • Scientific journals (e.g., Economist, Nebelspalter, or Cicero) • Conversations with friends and acquaintances	$M_{Television} = 3.5$; SD = 1.3 $M_{Radio} = 2.7$; SD = 1.3 $M_{Newspapers} = 2.9$; SD = 1.3 $M_{Magazines} = 1.8$; SD = 1.1 $M_{Internet} = 3.9$; SD = 0.9 $M_{Journals} = 1.6$; SD = 1.0 $M_{Conversations} = 3.4$; SD = 1.1
Misinformation COVID-19	Misinformation (Fake News) about the vaccination against COVID-19 you yourself encountered so far A. in general B. on the internet C. on social media	Six-point Likert scale	1 = <i>hourly</i> ; 2 = <i>daily</i> ; 3 = <i>weekly</i> ; 4 = <i>monthly</i> ; 5 = <i>semiannually</i> ; 6 = <i>never before</i> .	A. M = 3.1; SD = 1.0 B. M = 2.9; SD = 1.1 C. M = 3.0; SD = 1.5

A. $M = 3.2$; $SD = 1.1$
B. $M = 3.1$; $SD = 1.2$
C. $M = 3.2$; $SD = 1.1$

1 = *hourly*; 2 = *daily*; 3 = *weekly*; 4 = *monthly*;
5 = *semiannually*; 6 = *never before*.

Six-point Likert scale

Misinformation (fake news) about the conflict between Russia and Ukraine you yourself encountered so far

Misinformation Ukraine-Russia conflict

- A. in general
- B. on the internet
- C. on social media

How do you react when you come across news or information about COVID-19 vaccination or the conflict between Russia and Ukraine that you suspect is false?

Seven items; five-point Likert scale; 1 = *never* to 5 = *very often*; items randomized

Reaction Misinformation

$M_{ignore} = 5.4$; $SD = 1.6$
 $M_{indicate} = 3.9$; $SD = 1.9$
 $M_{verify} = 4.6$; $SD = 1.8$
 $M_{report} = 1.8$; $SD = 1.6$
 $M_{others} = 4.0$; $SD = 2.0$
 $M_{annoy} = 5.1$; $SD = 1.7$
 $M_{share} = 1.2$; $SD = 0.8$

- I ignore this information.
- I point out to others that this information may be incorrect.
- I verify this information and the information source by further research.
- I report this information to the platform provider
- I do not respond to it, but I appreciate it when others correct the information and I then share or like the correction
- I am annoyed by such information
- I share this information and see how my followers react.

Infection COVID-19 Do you have or have you been infected with coronavirus? Nominal scale 1 & 2; option: not specified

Acquaintances Ukraine Do you have acquaintances or relatives in Ukraine? Nominal scale 1 & 2; option: not specified

Acquaintances Russia Do you have acquaintances or relatives in Russia? Nominal scale 1 & 2; option: not specified

Political orientation How would you rank your own political views? Five-point Likert scale

$n_{Yes} = 61$ (73%)
 $n_{No} = 23$ (27%)
 $n_{Yes} = 11$ (13%)
 $n_{No} = 74$ (87%)
 $n_{Yes} = 10$ (12%)
 $n_{No} = 75$ (88%)
 $M = 2.4$; $SD = 1.0$

Note. $N = 85$. $\alpha =$ Cronbach's α

Table A8. Reliability test of the content analysis of the screen recordings

Variable	Attributes	Holsti coefficient	Cohen's Kappa	n
Search	1 = first search 2 = second search	1.00	1.00	18
Topic	1 = Ukraine war 2 = COVID-19 vaccination	1.00	1.00	18
File name	String	1.00	1.00	18
Total time of online behavior	in seconds	1.00	1.00	18
Accessed internet pages	in words	.99	.99	117
Number of internet pages visited	as numerical value	.83	.81	18
Category internet pages	1–30	.97	.96	117
Number of search engine pages accessed	as numerical value	.94	.93	18
Total time spent on search engine pages	in seconds	1.00	1.00	18
Search request	in words	1.00	1.00	54
Vaccine reference search request	0 = no reference to vaccination 1 = reference to vaccination	1.00	1.00	54
Vaccination Assessment	0 = no evaluation 1 = (somewhat) positive 2 = (somewhat) negative 3 = both positive and negative	1.00	1.00	54
Reference Ukraine search request	0 = no relation to the conflict in Ukraine 1 = relation to the conflict in Ukraine	1.00	1.00	54
Russia assessment	0 = no evaluation 1 = (somewhat) positive 2 = (somewhat) negative 3 = both positive and negative	.98	.96	54
Search request length	Number of words as numerical value	1.00	1.00	54
Autocomplete	0 = no 1 = yes	.96	.92	54
Number of search requests	as numerical value	.89	.86	18
Teaser hit list	1–x	1.00	1.00	81
Teaser position	1–x	.98	.97	81
Main topic teaser	1–x	.93	.92	81
Vaccination reference teaser	0 = no reference to vaccination 1 = reference to vaccination	.98	.95	81

Vaccination Assessment teaser	0 = no evaluation 1 = (somewhat) positive 2 = (somewhat) negative 3 = both positive and negative	.89	.86	81
Reference Ukraine teaser	0 = no relation to the conflict in Ukraine 1 = relation to the conflict in Ukraine	.98	.95	81
Russia assessment teaser	0 = no evaluation 1 = (somewhat) positive toward Russia 2 = (somewhat) negative toward Russia 3 = both positive and negative	.91	.86	81
Number of teasers	as numerical value	1	1	18
Website	in words	1	1	65
Main topic website	1-x	.83	.82	65
Vaccination reference search request website	0 = no reference to vaccination 1 = reference to vaccination	1	1	65
Vaccination Assessment website	0 = no evaluation 1 = (somewhat) positive 2 = (somewhat) negative 3 = both positive and negative	.80	.77	65
Reference Ukraine search request website	0 = no relation to the conflict in Ukraine 1 = relation to the conflict in Ukraine	.98	.93	65
Russia assessment website	0 = no evaluation 1 = (somewhat) positive toward Russia 2 = (somewhat) negative toward Russia 3 = both positive and negative	.80	.77	65
Misinformation website	0 = no, no misinformation (correct) 1 = yes, misinformation (completely wrong)	1	1	65
Misinformation «half-correct» website	0 = no, no misinformation (half-correct) 1 = yes, misinformation (half-correct)	1	1	65
Time on website	in seconds	.97	.95	65
Number of websites	as numeric value	.94	.93	18

Table A9. Perception of (mis)information regarding COVID-19 and the Ukraine war

Topic & Correctness of statement	Statements	Dwell time (DT)/Fixation Count (F)	M (SD)
COVID-19 Misinformation	Total time of reception (sec.)		52.33 (23.47)
	The COVID-19 vaccines are less safe than conventional vaccines because they were developed too quickly out of necessity.	F	17.21 (13.22)
	Many of the side effects that occurred in people who received the COVID-19 vaccine were intentionally not disclosed to the public.	F	20.62 (15.51)
	COVID-19 vaccination during pregnancy increases the risk of miscarriage.	F	15.79 (9.68)
	The likelihood of unknown late effects in persons vaccinated against COVID-19 with mRNA vaccines is high.	F	20.81 (16.61)
	The COVID-19 vaccines are less safe than conventional vaccines because they were developed too quickly out of necessity.	DT	5.41 (5.05)
	Many of the side effects that occurred in people who received the COVID-19 vaccine were intentionally not disclosed to the public.	DT	6.99 (5.33)
	COVID-19 vaccination during pregnancy increases the risk of miscarriage.	DT	6.83 (5.27)
	The likelihood of unknown late effects in persons vaccinated against COVID-19 with mRNA vaccines is high.	DT	5.4 (5.46)
	SRF	F	6.26 (6.29)
No misinformation	Blick	F	5.4 (5.46)
	Federal Office of Public Health Switzerland (BAG)	F	6.05 (5.78)
	Institute of Medical Virology (IMV)	F	11.02 (9.41)
	SRF	DT	2.37 (2.35)
	Blick	DT	1.82 (1.91)
	Federal Office of Public Health Switzerland (BAG)	DT	3.82 (3.41)
	Institute of Medical Virology (IMV)	DT	2.01 (1.99)
	Total time of reception (sec.)		65.44 (38.39)
	After mRNA vaccination, protection against severe COVID-19 disease is higher than after any natural infection.	F	19.15 (14.74)
	COVID-19 vaccine protection is stronger at younger ages than at older ages, regardless of vaccine type and viral variant.	F	26 (23.34)
COVID-19 Misinformation	COVID-19 disease may occur despite vaccination; general protection against infection has not been evaluated in pivotal trials.	F	22.73 (18.65)
	Unvaccinated pregnant women with COVID-19 are more likely to require inpatient intensive care than vaccinated pregnant women and non-pregnant women.	F	27.58 (19.38)
	After mRNA vaccination, protection against severe COVID-19 disease is higher than after any natural infection.	DT	5.6 (3.73)
	COVID-19 vaccine protection is stronger at younger ages than at older ages, regardless of vaccine type and viral variant.	DT	9.08 (8.03)
	COVID-19 disease may occur despite vaccination; general protection against infection has not been evaluated in pivotal trials.	DT	7.31 (5.95)
	Unvaccinated pregnant women with COVID-19 are more likely to require inpatient intensive care than vaccinated pregnant women and non-pregnant women.	DT	9.38 (6.69)
	SRF	F	5.05 (4.46)
	Blick	F	6.15 (7.15)
	Federal Office of Public Health Switzerland (BAG)	F	9.03 (8.5)
	Institute of Medical Virology (IMV)	F	9.8 (6.79)
COVID-19 Misinformation	SRF	DT	1.73 (1.41)
	Blick	DT	2.29 (2.56)
	Federal Office of Public Health Switzerland (BAG)	DT	3.19 (2.86)
	Institute of Medical Virology (IMV)	DT	3.21 (2.14)

Ukraine war Misinformation	Total time of reception (sec.)			54.12 (21.24)
	NATO had promised Russia that it would not expand eastward, especially into Ukraine.	F		19.15 (14.74)
	Since the beginning of the war, massive embezzlement of Western and Swiss aid money had been uncovered in Ukraine.	F		26 (23.34)
	NATO wanted to include Ukraine in order to get closer to Russia and to be able to control it better.	F		22.73 (18.65)
	The sanctions against Russia because of the war in Ukraine are having no effect, the West is hurting itself more than Putin.	F		27.58 (19.38)
	NATO had promised Russia that it would not expand eastward, especially into Ukraine.	DT		5.6 (3.73)
	Since the beginning of the war, massive embezzlement of Western and Swiss aid money had been uncovered in Ukraine.	DT		9.08 (8.03)
	NATO wanted to include Ukraine in order to get closer to Russia and to be able to control it better.	DT		7.31 (5.95)
	The sanctions against Russia because of the war in Ukraine are having no effect, the West is hurting itself more than Putin.	DT		9.38 (6.69)
	SRF	F		5.05 (4.46)
Ukraine war No misinformation	Blick	F		6.15 (7.15)
	Federal department of foreign affairs Switzerland (EDA)	F		9.03 (8.5)
	Institute for Political Science at the University of Zurich (IPZ UZH)	F		9.8 (6.79)
	SRF	F		1.73 (1.41)
	Blick	DT		2.29 (2.56)
	Federal department of foreign affairs Switzerland (EDA)	DT		3.19 (2.86)
	Institute for Political Science at the University of Zurich (IPZ UZH)	DT		3.21 (2.14)
	Total time of reception (sec.)			57.48 (23.57)
	The actual influence of nationalist and far-right parties in Ukraine was rather small before the Russian invasion.	F		24.51 (15.4)
	Russia recognizes the Luhansk and Donetsk regions of Ukraine as independent states, in violation of international law.	F		18.31 (13.98)
Ukraine war No misinformation	The U.S. and other European countries supplied heavy weapons to Ukraine only after the war with Russia began.	F		16.74 (11.55)
	Ukraine is not a NATO member and did not meet the criteria for NATO membership before its defensive war began.	F		23.79 (14.47)
	The actual influence of nationalist and far-right parties in Ukraine was rather small before the Russian invasion.	DT		8.86 (6.87)
	Russia recognizes the Luhansk and Donetsk regions of Ukraine as independent states, in violation of international law.	DT		6.07 (4.36)
	The U.S. and other European countries supplied heavy weapons to Ukraine only after the war with Russia began.	DT		5.91 (4.08)
	Ukraine is not a NATO member and did not meet the criteria for NATO membership before its defensive war began.	DT		8.35 (5.78)
	SRF	F		6.1 (5.49)
	Blick	F		5.38 (6.65)
	Federal department of foreign affairs Switzerland (EDA)	F		9.6 (7.86)
	Institute for Political Science at the University of Zurich (IPZ UZH)	F		14.17 (10.34)
Ukraine war No misinformation	SRF	DT		2.33 (2.08)
	Blick	DT		1.99 (2.41)
	Federal department of foreign affairs Switzerland (EDA)	DT		3.17 (2.57)
	Institute for Political Science at the University of Zurich (IPZ UZH)	DT		4.93 (4.02)

Note: N = 85

Table A10. Content analysis of the screen recordings on COVID-19 misinformation: Variables, characteristics, frequencies, and means

Variables	Characteristics	Frequencies <i>n</i> (%)	Mean value (standard deviation)
Total length of online behavior	in seconds		450.36 (245.79)
Number of visited internet pages	as numeric value		9.64 (5.348)
Categorization internet page	1 = Search engine page 2 = Encyclopedias 3 = Websites of ministries/authorities 6 = Online presence of a print product (newspaper) 7 = Online appearance of a TV product 8 = Online information portal 9 = University pages 10 = Social-Media-Sites 11 = Associations / Networks / NGOs 12 = Website of the BAG 14 = Fact-checking websites 15 = scientific journals 16 = Alternative media websites 30 = Other (open)	188 (43.1) 4 (0.9) 52 (11.9) 25 (5.7) 40 (9.2) 25 (5.7) 10 (2.3) 2 (0.5) 10 (2.3) 67 (15.4) 1 (0.2) 7 (1.6) 2 (0.5)	
Number of search engine pages viewed	as numeric value		4.13 (2.63)
Total time on search engine pages	in seconds		124.69 (84.99)
Vaccination reference of the typed search request	0 = no vaccination reference 1 = Reference to vaccination	45 (24.5) 139 (75.5)	
Vaccination assessment	0 = no evaluation 1 = (somewhat) positive 2 = (somewhat) negative 3 = both positive and negative	108 (58.7) 5 (2.7) 71 (38.6) 0 (0.0)	
Length of the search request	as numeric value		4.13 (1.69)
Autocomplete the search request	0 = no 1 = yes	122 (65.9) 63 (34.1)	
Total number of searches	as numeric value		4.11 (2.53)
Teaser hit list page	1-x		1.02 (.178)
Teaser position	1-x		3.54 (3.08)
Vaccination reference of the typed search request (teaser level)	0 = no vaccination reference 1 = Reference to vaccination	52 (24.1) 164 (75.9)	

Vaccination assessment (teaser level)	0 = no evaluation 1 = (somewhat) positive 2 = (somewhat) negative 3 = both positive and negative as numeric value	150 (69.4) 23 (10.6) 37 (17.1) 6 (2.8)	4.87 (2.54)
Number of selected teasers			
Vaccination reference of the typed search request (Website level)	0 = no vaccination reference 1 = Reference to vaccination	32 (13.7) 201 (86.3)	
Vaccination assessment (Website level)	0 = no evaluation 1 = (somewhat) positive 2 = (somewhat) negative 3 = both positive and negative 0 = no, no misinformation (completely false) 1 = yes, Misinformation (completely false) 0 = no, no misinformation (half-correct) 1 = yes, Misinformation (half-correct) in seconds	45 (19.3) 129 (55.4) 13 (5.6) 46 (19.7) 233 (99.1) 2 (0.9) 233 (99.1) 2 (0.9)	
Misinformation			54.19 (45.37)
Misinformation „half-correct“			284.22 (194.97)
Time on the post			
Time on all websites in total			
Number of received websites	as numeric value		5.22 (2.67)
Number of received websites Pro vaccine	as numeric value		2.98 (1.66)
Number of received websites ambivalent/neutral vaccination	as numeric value		1.04 (1.17)
Number of received websites contra vaccination	as numeric value		0.18 (.49)
Time received websites Pro vaccine	in seconds		184.07 (149.36)
Time received websites ambivalent/neutral vaccination	in seconds		55.58 (80.35)
Time received websites contra vaccination	in seconds		9.18 (29.06)
Number of received websites completely false	as numeric value		0.04 (0.3)
Time received websites completely false	in seconds		2.69 (17.89)
Number of received websites half-truths	as numeric value		0 (0.00)
Time received websites half-truths	in seconds		2.87 (19.23)

Note: *n* = 45

Table A11. Content analysis of the screen recordings on correct COVID-19 information: Variables, characteristics, frequencies, and means

Variables	Characteristics	Frequencies <i>n</i> (%)	Mean value (standard deviation)
Total length of online behavior	in seconds		417.85 (285.71)
Number of visited internet pages	as numeric value		8.63 (5.99)
Categorization internet page	1 = Search engine page 2 = Encyclopedias 3 = Websites of ministries/authorities 6 = Online presence of a print product (newspaper) 7 = Online appearance of a TV product 8 = Online information portal 9 = University pages 10 = Social-Media-Sites 11 = Associations/Networks/NGOs 12 = Website of the BAG 15 = scientific journals 30 = Other (open)	157 (42.1) 1 (0.3) 49 (13.1) 29 (7.8) 28 (7.5) 16 (4.3) 7 (1.9) 1 (0.3) 16 (4.3) 57 (15.3) 6 (1.6)	
Number of search engine pages viewed	as numeric value		4.07 (3.36)
Total time on search engine pages	in seconds		118.80 (85.8)
Vaccination reference of the typed search request	0 = no vaccination reference 1 = Reference to vaccination	35 (21.9) 125 (78.1)	
Vaccination assessment	0 = no evaluation 1 = (somewhat) positive 2 = (somewhat) negative 3 = both positive and negative	118 (73.8) 18 (11.3) 24 (15.0) 0 (0.0)	
Length of the search request	as numeric value		4.06 (1.77)
Autocomplete the search request	0 = no 1 = yes	0 (0.0) 0 (0.0)	
Total number of searches	as numeric value		3.98 (2.83)
Teaser hit list page	1-x		1.04 (.2879)
Teaser position	1-x		3.22 (2.36)
Vaccination reference of the typed search request (teaser level)	0 = no vaccination reference 1 = Reference to vaccination	36 (18.8) 155 (81.2)	

Vaccination assessment (teaser level)	0 = no evaluation 1 = (somewhat) positive 2 = (somewhat) negative 3 = both positive and negative as numeric value	133 (69.6) 34 (17.8) 19 (9.9) 5 (2.6)	4.71 (3.24)
Number of selected teasers	0 = no vaccination reference 1 = Reference to vaccination	26 (12.4) 184 (87.6)	
Vaccination reference of the typed search request (Website level)	0 = no evaluation 1 = (somewhat) positive 2 = (somewhat) negative 3 = both positive and negative	40 (19.0) 137 (65.2) 6 (2.9) 27 (12.9)	
Vaccination assessment (Website level)	0 = no, no misinformation (completely false) 1 = yes, Misinformation (completely false) 0 = no, no misinformation (half-correct) 1 = yes, Misinformation (half-correct)	210 (100.0) 0 (0.0) 209 (99.5) 1 (0.5)	
Misinformation	in seconds		50.50 (49.82)
Misinformation „half-correct“	in seconds		262.34 (205.64)
Time on the post	as numeric value		5.12 (3.40)
Time on all websites in total	as numeric value		3.34 (2.39)
Number of received websites Pro vaccinate	as numeric value		0.66 (0.97)
Number of received websites ambivalent/neutral vaccination	as numeric value		0.15 (.42)
Number of received websites contra vaccination	in seconds		188.00 (164.11)
Time received websites Pro vaccinate	in seconds		31.80 (49.36)
Time received websites ambivalent/neutral vaccination	in seconds		5.95 (21.45)
Time received websites contra vaccination	as numeric value		0 (.00)
Number of received websites completely false	in seconds		0 (.00)
Time received websites completely false	as numeric value		0.03 (.16)
Number of received websites Half-truths	in seconds		
Time received websites Half-truths			0.40 (2.53)

Note: n = 41

Table A12. *Content analysis of the screen recordings on Ukraine war misinformation: Variables, characteristics, frequencies, and means*

Variables	Characteristics	Frequencies <i>n</i> (%)	Mean value (standard deviation)
Total length of online behavior	in seconds		458.49 (292.14)
Number of visited internet pages	as numeric value		9.65 (6.02)
Categorization internet page	1 = Search engine page	167 (42.7)	
	2 = Encyclopedias	11 (2.8)	
	3 = Websites of ministries/authorities	30 (7.7)	
	6 = Online presence of a print product (newspaper)	56 (14.3)	
	7 = Online appearance of a TV product	65 (16.6)	
	8 = Online information portal	22 (5.6)	
	9 = University pages	8 (2.0)	
	11 = Associations/Networks/NGOs	11 (2.8)	
	14 = Fact-checking websites	16 (4.1)	
	30 = Other (open)		
	as numeric value		4.07 (2.66)
Number of search engine pages viewed	in seconds		138.51 (107.77)
Total time on search engine pages	0 = no reference to the conflict in Ukraine	20 (11.9)	
Reference to the conflict in Ukraine of the search request	1 = Reference to the conflict in Ukraine	148 (88.1)	
Russia assessment	0 = no evaluation	161 (95.8)	
	1 = (somewhat) positive toward Russia	2 (1.2)	
	2 = (somewhat) negative toward Russia	5 (3.0)	
	3 = both positive and negative	0 (0.0)	
	as numeric value		3.83 (1.61)
Length of the search request	0 = no	115 (68.5)	
Autocomplete the search request	1 = yes	53 (31.5)	
Total number of searches			
Teaser hit list page	1-x		4.10 (2.61)
Teaser position	1-x		1.04 (.36)
Reference to the conflict in Ukraine of the search request (teaser level)	0 = no reference to the conflict in Ukraine	23 (9.1)	
Russia assessment (teaser level)	1 = Reference to the conflict in Ukraine	231 (90.9)	
	0 = no evaluation	243 (95.7)	
	1 = (somewhat) positive toward Russia	1 (0.4)	
	2 = (somewhat) negative toward Russia	10 (3.9)	
	3 = both positive and negative	0 (0.0)	

Number of selected teasers	as numeric value	6.23 (4.66)
Reference to the conflict in Ukraine of the search request (Website level)	0 = no reference to the conflict in Ukraine 1 = Reference to the conflict in Ukraine	13 (6.1) 200 (93.9)
Russia assessment (Website level)	0 = no evaluation 1 = (somewhat) positive toward Russia 2 = (somewhat) negative toward Russia 3 = both positive and negative	105 (49.3) 1 (0.5) 101 (47.4) 6 (2.8)
Misinformation	0 = no, no misinformation (completely false) 1 = yes, Misinformation (completely false)	213 (100.0) 0 (0.0)
Misinformation „half-correct“	0 = no, no misinformation (half-correct) 1 = yes, Misinformation (half-correct)	206 (96.7) 7 (3.3)
Time on the post	in seconds	53.22 (60.30)
Time on all websites in total	in seconds	282.95 (246.98)
Number of received websites	as numeric value	5.20 (3.42)
Number of received websites pro Russia	as numeric value	.02 (0.16)
Number of received websites ambivalent/neutral Russia	as numeric value	.24 (0.80)
Number of received websites contra Russia	as numeric value	2.49 (2.06)
Time received websites pro Russia	in seconds	0.49 (3.12)
Time received websites ambivalent/neutral Russia	in seconds	9.51 (34.24)
Time received websites contra Russia	in seconds	171.32 (187.87)
Number of received websites completely false	as numeric value	0 (0.00)
Time received websites completely false	in seconds	0 (0.00)
Number of received websites Half-truths	as numeric value	0.12 (.33)
Time received websites Half-truths	in seconds	3.90 (12.68)

Note: n = 41

Table A13. *Content analysis of the screen recordings on correct Ukraine war information: Variables, characteristics, frequencies, and means*

Variables	Characteristics	Frequencies <i>n</i> (%)	Mean value (standard deviation)
Total length of online behavior	in seconds		536.36 (277.58)
Number of visited internet pages	as numeric value		10.73 (5.50)
Categorization internet page	1 = Search engine page	238 (49.2)	
	2 = Encyclopedias	26 (5.4)	
	3 = Websites of ministries/authorities	40 (8.3)	
	6 = Online presence of a print product (newspaper)	58 (12.0)	
	7 = Online appearance of a TV product	72 (14.9)	
	8 = Online information portal	22 (4.5)	
	9 = University pages	1 (0.2)	
	10 = Social-Media-Sites	5 (1.0)	
	11 = Associations/Networks/NGOs	12 (2.5)	
	13 = Website of the FDA	6 (1.2)	
	14 = Fact-checking websites	3 (0.6)	
	15 = scientific journals	1 (0.2)	
	30 = Other (open)		
Number of search engine pages viewed	as numeric value		5.29 (3.04)
Total time on search engine pages	in seconds		171.64 (101.98)
Reference to the conflict in Ukraine of the search request	0 = no reference to the conflict in Ukraine	27 (11.2)	
	1 = Reference to the conflict in Ukraine	214 (88.4)	
Russia assessment	0 = no evaluation	230 (95.0)	
	1 = (somewhat) positive toward Russia	0 (0.0)	
	2 = (somewhat) negative toward Russia	12 (5.0)	
	3 = both positive and negative	0 (0.0)	
Autocomplete the search request	0 = no	153 (63.2)	
	1 = yes	89 (36.8)	
	as numeric value		5.38 (3.09)
Total number of searches	1–x		1.09 (0.59)
Teaser hit list page	1–x		3.64 (2.80)
Teaser position			
Reference to the conflict in Ukraine of the search request (teaser level)	0 = no reference to the conflict in Ukraine	22 (7.9)	
	1 = Reference to the conflict in Ukraine	258 (92.1)	

Russia assessment (teaser level)	0 = no evaluation 1 = (somewhat) positive toward Russia 2 = (somewhat) negative toward Russia 3 = both positive and negative as numeric value	268 (95.7) 1 (0.4) 11 (3.9) 0 (0.0)
Number of selected teasers	in words	6.30 (3.72)
Website		
Reference to the conflict in Ukraine of the search request (Website level)	0 = no reference to the conflict in Ukraine 1 = Reference to the conflict in Ukraine	11 (4.8) 218 (95.2)
Russia assessment (Website level)	0 = no evaluation 1 = (somewhat) positive toward Russia 2 = (somewhat) negative toward Russia 3 = both positive and negative as numeric value	93 (40.6) 1 (0.4) 129 (56.3) 6 (2.6)
Misinformation	0 = no, no misinformation (completely false) 1 = yes, Misinformation (completely false)	229 (100.0) 0 (0.0)
Misinformation „half-correct“	0 = no, no misinformation (half-correct) 1 = yes, Misinformation (half-correct) in seconds	229 (100.0) 0 (0.0)
Time on the post	in seconds	63.29 (61.00)
Time on all websites in total	as numeric value	323.47 (226.42)
Number of received websites	as numeric value	7.31 (15.97)
Number of received websites pro Russia	as numeric value	.02 (0.15)
Number of received websites ambivalent/neutral Russia	as numeric value	.13 (0.34)
Number of received websites contra Russia	as numeric value	2.87 (1.96)
Time received websites pro Russia	in seconds	1.49 (9.99)
Time received websites ambivalent/neutral Russia	in seconds	8.87 (33.09)
Time received websites contra Russia	in seconds	212.62 (204.38)
Number of received websites completely false	as numeric value	0 (0.00)
Time received websites completely false	in seconds	0 (0.00)
Number of received websites Half-truths	as numeric value	0 (0.00)
Time received websites Half-truths	in seconds	0 (0.00)

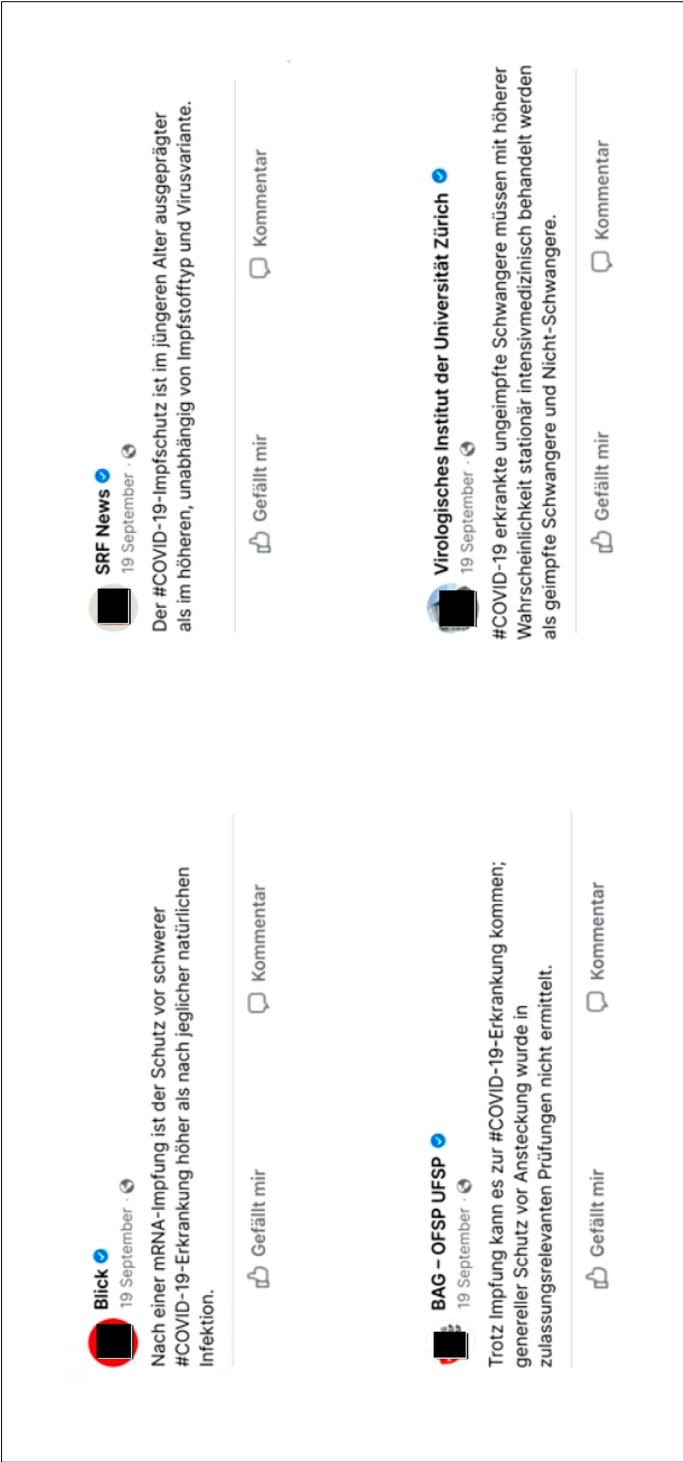
Note: n = 45

Table A14. *Credibility of sources before and after online information search*

Topic & correctness assessment	Sources	Before online information search (intermediate survey)	After online information search (post survey)
		<i>M (SD)</i>	<i>M (SD)</i>
COVID-19 Misinformation	SRF	2.2 (0.7)	2.3 (0.9)
	Blick	4.0 (0.7)	3.9 (0.7)
	BAG	2.1 (0.8)	2.1 (0.8)
	IV UZH	1.7 (0.6)	1.8 (0.7)
COVID-19 No misinformation	SRF	2.5 (0.9)	2.4 (0.8)
	Blick	3.7 (0.7)	3.7 (0.7)
	BAG	2.3 (0.6)	2.3 (0.7)
	IV UZH	1.8 (0.5)	1.8 (0.6)
Ukraine war Misinformation	SRF	2.2 (0.8)	2.3 (0.8)
	Blick	3.7 (0.7)	3.7 (0.7)
	EDA	2.4 (0.8)	2.4 (0.7)
	IPZ UZH	2.0 (0.6)	2.1 (0.7)
Ukraine war No misinformation	SRF	2.2 (0.7)	2.2 (0.8)
	Blick	3.8 (0.7)	3.6 (0.8)
	EDA	2.2 (0.7)	2.0 (0.7)
	IPZ UZH	1.8 (0.6)	1.8 (0.6)

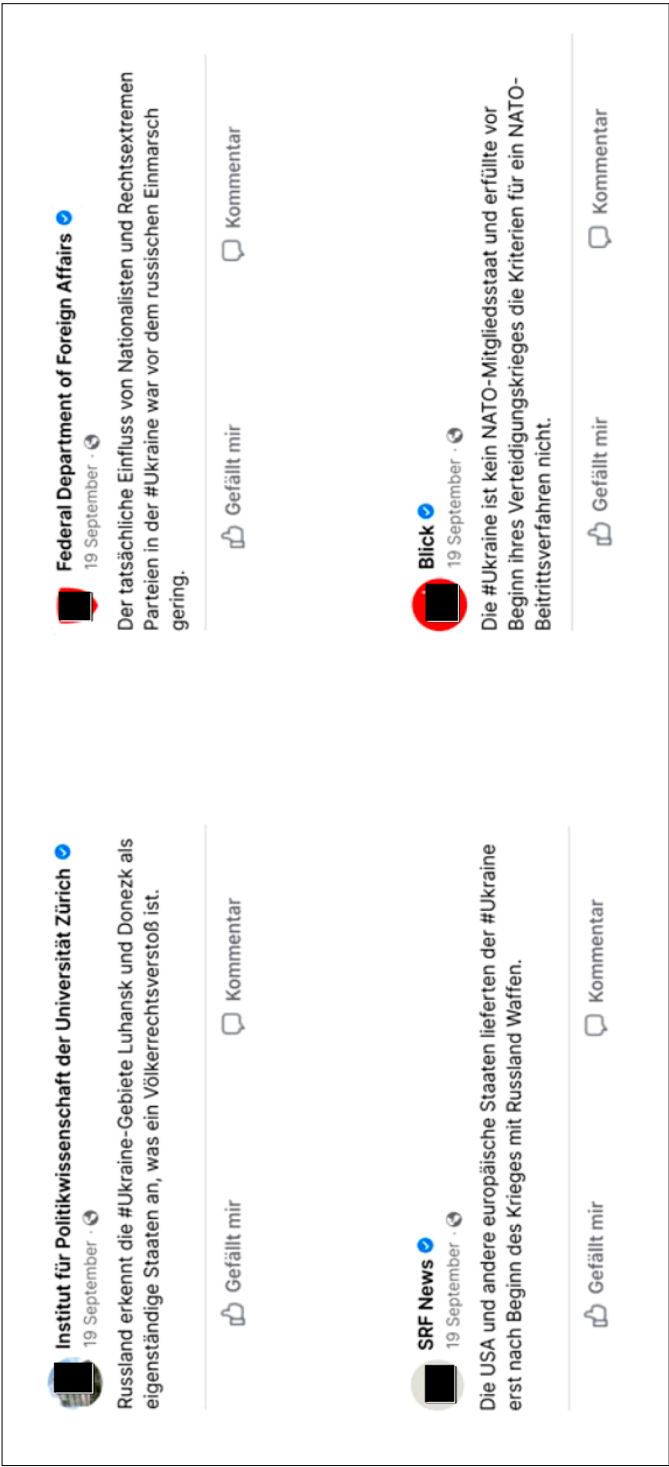
Note. $N = 85$. Semantic differential of 1 = *credible* to 5 = *not credible*.

Figure 1. Stimulus: COVID-19 correct statements



Note: Randomized post order, randomized source assignment, randomized topic assignment, and assignment of correct or incorrect posts; logos made unrecognizable for publication for copyright reasons; the size of the stimuli covered the entire screen in the experiment.

Figure 2. Stimulus: Ukraine war correct statements



Note: Randomized post order, randomized source assignment, randomized topic assignment, and assignment of correct or incorrect posts; logos made unrecognizable for publication for copyright reasons; the size of the stimuli covered the entire screen in the experiment.

Figure 3. Stimulus: COVID-19 misinformation statements

**Virologisches Institut der Universität Zürich** ✓
19 September · 🌐

Die Wahrscheinlichkeit von unbekannten Spätfolgen für Personen, die mit mRNA-Impfstoffen gegen #COVID-19 geimpft wurden, ist hoch.

 Gefällt mir  Kommentar

**BAG – OFSP UFSP** ✓
19 September · 🌐

Wenn die #COVID-19-Impfung in der Schwangerschaft durchgeführt wird, dann erhöht dies das Risiko einer Fehlgeburt.

 Gefällt mir  Kommentar

**Blick** ✓
19 September · 🌐

Die #COVID-19-Impfstoffe sind unsicherer als herkömmliche Impfstoffe, weil sie aus der Not zu schnell entwickelt wurden.

 Gefällt mir  Kommentar

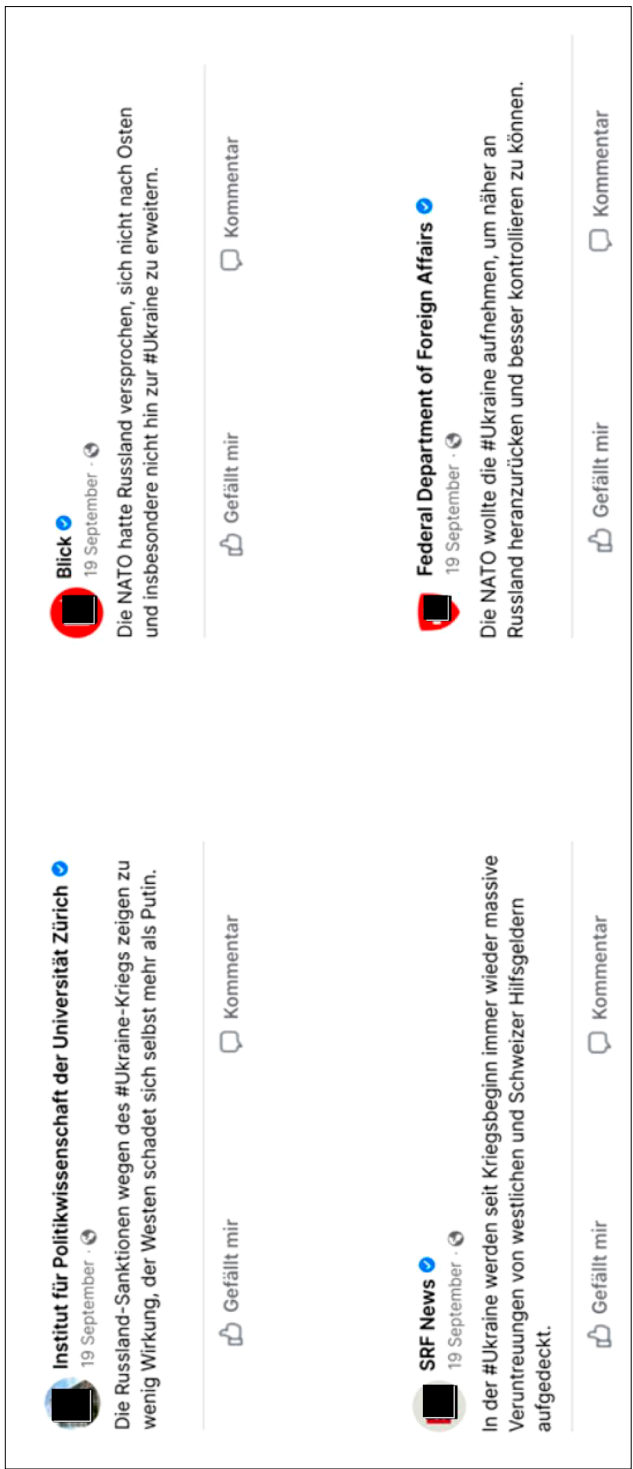
**SRF News** ✓
19 September · 🌐

Viele der Nebenwirkungen, die bei Menschen im Zulassungsverfahren der #COVID-19-Impfung auftraten, wurden absichtlich nicht öffentlich kommuniziert.

 Gefällt mir  Kommentar

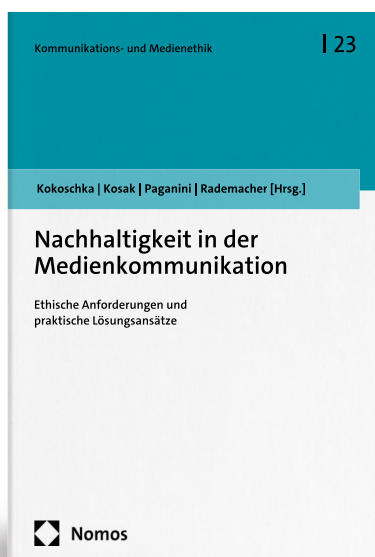
Note: Randomized post order, randomized source assignment, randomized topic assignment, and assignment of correct or incorrect posts; logos made unrecognizable for publication for copyright reasons; the size of the stimuli covered the entire screen in the experiment.

Figure 4. Stimul.Zus: Ukraine war misinformation statements



Note: Randomized post order, randomized source assignment, randomized topic assignment, and assignment of correct or incorrect posts; logos made unrecognizable for publication for copyright reasons; the size of the stimuli covered the entire screen in the experiment.

Sustainability from a Media Ethics Perspective



Vanessa Kokoschka | Stefan Kosak |
Claudia Paganini | Lars Rademacher [Eds.]

Nachhaltigkeit in der Medienkommunikation

**Ethische Anforderungen und
praktische Lösungsansätze**

2025, 324 pp., pb., € 84.00

ISBN 978-3-7560-1814-7

E-Book 978-3-7489-4061-6

(Kommunikations- und Medienethik, vol. 23)

In German Language

Several disciplines are concerned with the implementation of sustainable development, including communication and media ethics. This volume presents theoretical analyses and empirical research on the media representation of sustainability and its ethical dimensions. The contributions address topics such as the transformation of journalistic identity, the role of artificial intelligence in sustainability, the communication of sustainability-related content on social media platforms, and the responsibilities of strategic communication in this field. This volume is aimed at communication scholars, students, professionals and interested citizens.

With contributions by

Vanessa Albus | Laura-Maria Altendorfer | Mario Anastasiadis | Janis Brinkmann | Bernhard Debatin | Beatrice Dernbach | Philip Dietrich | Tobias Eberwein | Hektor Haarkötter | Pia Sue Helferich | Brigitte Huber | Sigrid Kannengießer | Lina Kegel | Kathrin Keller | Vanessa Kokoschka | Stefan Kosak | Larissa Krainer | Christina Krakovsky | Alisa Kronberger | Anne Mollen | Mariana Ochoa Moreno | Christian Oggolder | Thomas Pleil | Marlis Prinzing | Lars Rademacher | Torsten Schäfer | Robert Urlacher | Denise Voci | Kristina Wied

 Nomos
eLibrary nomos-elibrary.de

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.



Nomos