

1.7.2020



# Die Rolle der (sozialen) Medien in der Corona-Krise

Ringvorlesung

Die Corona-Pandemie: eine Analyse und Reflexion aus Sicht der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Sonja Utz

Leibniz-Institut für Wissensmedien Tübingen

[s.utz@iwm-tuebingen.de](mailto:s.utz@iwm-tuebingen.de)

# GLIEDERUNG

- Definition soziale Medien
- Potentielle Effekte der Nutzung sozialer Medien in der Corona-Krise
- Empirische Studien:
  - Fake News in der Corona-Krise
  - Mediennutzung zur Stressbewältigung
  - Wissenschaftskommunikation auf sozialen Medien

# SOZIALE MEDIEN

- Sammelbegriff für verschiedenen Websites und Apps
- Nutzergenerierte Inhalte (Text, Fotos, Videos,...)
- Soziale Interaktion zentral (Liken, Teilen, Kommentieren,...)
- (meist) Verschwimmen der Grenze zwischen privater und öffentlicher Kommunikation
- Meist: Profil + Newsfeed



# MÖGLICHE POSITIVE EFFEKTE DER NUTZUNG SOZIALER MEDIEN

(HAMILTON ET AL., 2020)

- Zugang zu COVID-19 Ressourcen
  - soziale Medien v.a. für Jüngere oft zentrale Informationsquelle (News, COVID-19 Information auf Facebook)
  - Erfahrungen: Berichte von Betroffenen => Effekte auf Risikowahrnehmung und prosoziales Verhalten
- Soziale Verbundenheit
  - Effekte abhängig von Nutzung (aktiv vs. passiv)
- Identitätsentwicklung/Selbstentfaltung
- Soziale Unterstützung

# MÖGLICHE NEGATIVE EFFEKTE DER NUTZUNG SOZIALER MEDIEN

(HAMILTON ET AL., 2020)

- Fake News und Falschinformationen
- Selbstwert/Körperwahrnehmung
  - Soziale Vergleiche (aktiv vs. passiv)
- Angst/Stimmung
- Schlafmangel

# STRESSBEWÄLTIGUNG

- Stress: Anforderungen in einer Situation übersteigen die Ressourcen
  - Besteht Stress?
  - Kann ich den Stress irgendwie bewältigen?  
⇒ verschiedene Strategien
- Problemfokussierte Stressbewältigungsstrategien: z.B. Suche nach Informationen, aktive Bewältigung/Planen
- Emotionsorientierte Stressbewältigungsstrategien: emotionale Unterstützung; Ablenkung
- Früher oft in adaptive vs. maladaptive Strategien unterschieden
- Neuere Ansätze: abhängig von Veränderbarkeit des Problems; Flexibilität bei der Wahl der Strategie besser (Bonanno & Burton, 2013)

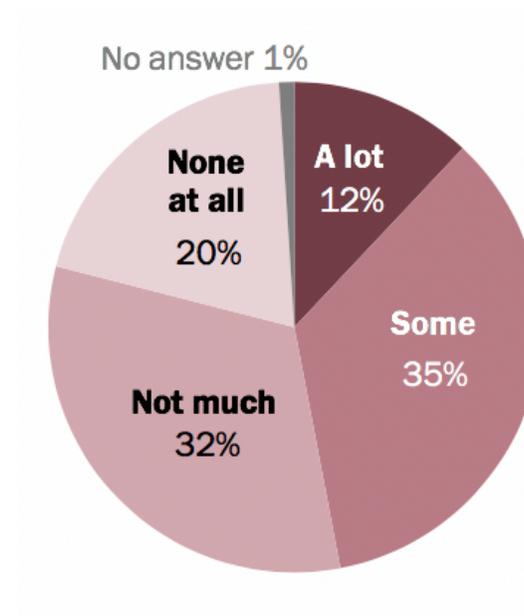
# Fake News

# FAKE NEWS

- Begriff seit US-Wahl 2016 aufgetaucht
- v.a. im Zusammenhang mit Politik, aber auch Gesundheit (Impfgegner)

## About half of Americans say they have seen at least some made-up COVID-19 news

*% of U.S. adults who say they have seen \_\_\_ of news and information about the COVID-19 outbreak that seemed completely made up*



Source: Survey of U.S. adults conducted March 10-16, 2020.

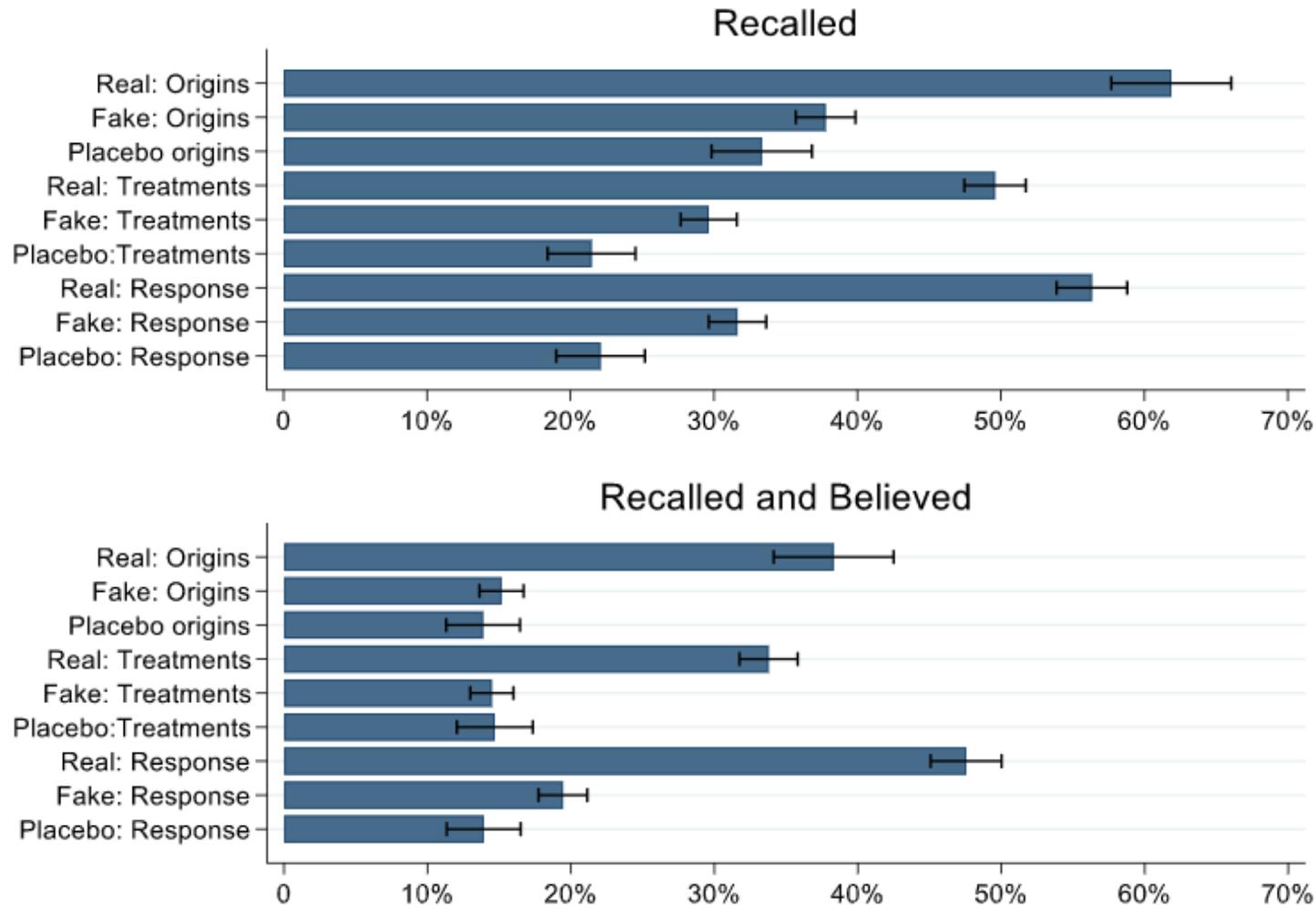
PEW RESEARCH CENTER

# STUDIE IN DEN USA (KREPS & KRINER, PREPRINT)

- Drei Sorten von Schlagzeilen
  - korrekte Schlagzeilen
  - Fake News
  - Placebo (erfundene Schlagzeilen)
- Falschinformationen zu drei Themen:
  - Verschwörungstheorien/unbewiesene Aussagen zum Ursprung des Virus
  - Falsche Aussagen über Behandlung/Heilung von COVID-19
  - Falsche Aussagen über Maßnahmen der Regierung
- Gemessen: Erinnerung und Glauben des Inhalts

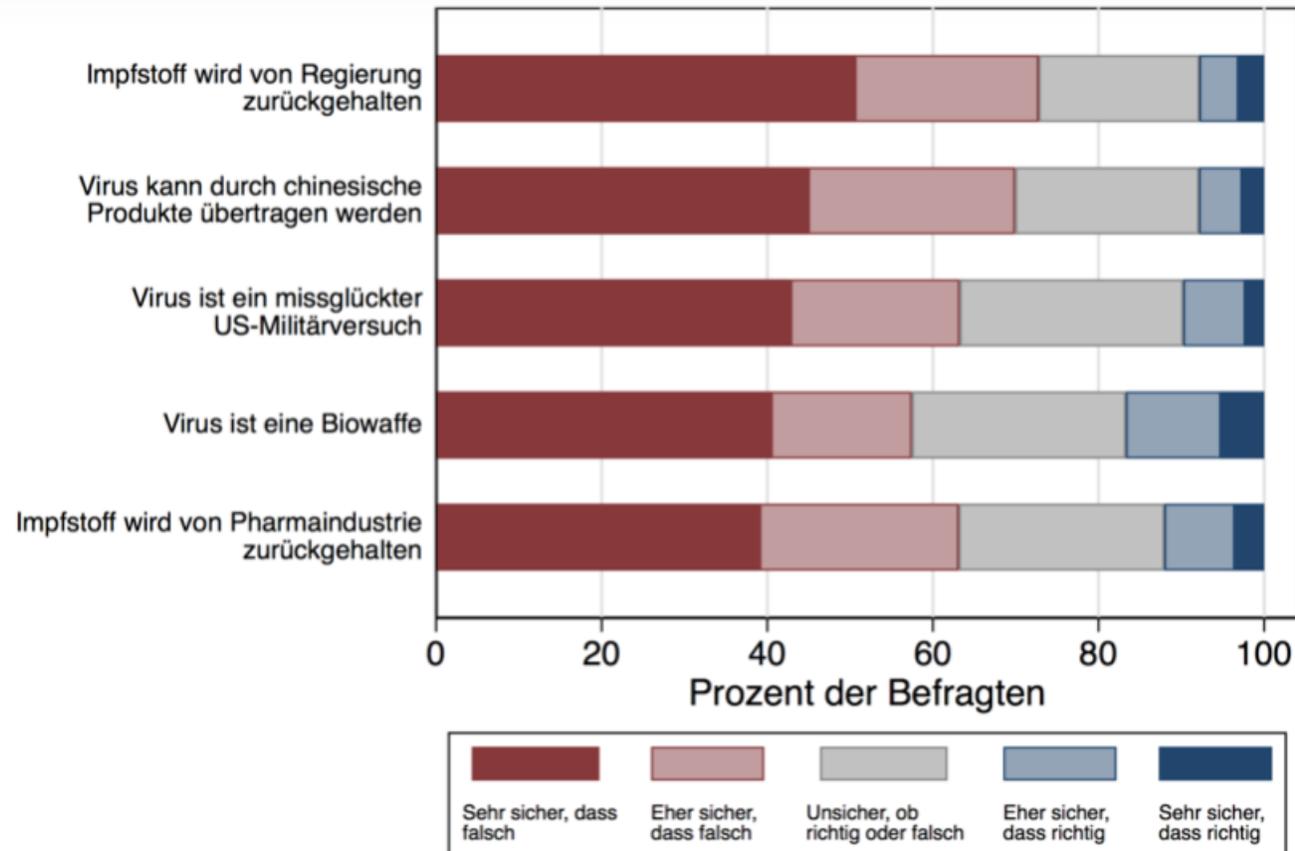
# ERGEBNISSE STUDIE 1

Figure 1: Percentage that Recalled and Believed Fake and Real Headlines



Höhere Werte als in früherer Studie zu politischen Fake News!

# ÄHNLICHE BEFUNDE IN ÖSTERREICH (EBERT, NÖLLE & BOOMGARDEN, 2020)



- ORF-NutzerInnen und *Der Standard*-LeserInnen besser
- Personen, die Nachrichten vorwiegend über das Privatfernsehen, Kronen Zeitung, WhatsApp, Instagram oder YouTube beziehen, schlechter

Abbildung 1: Identifikation von Desinformation (Anmerkungen: Feldzeit: 03.-08. April 2020, N=1.559 befragte Personen (ab 14 Jahre), Daten repräsentativ für die österreichische Wohnbevölkerung gewichtet.)

<https://viecer.univie.ac.at/corona-blog/corona-blog-beitraege/blog21/>

# BEWUSSTE VERARBEITUNG VS. TEILEN AUF SOZIALEN MEDIEN (PENNYCOOK ET AL., IN PRESS)

- Je 15 korrekte Schlagzeilen und 15 Fake News
- Zwei Bedingungen:  
Wie korrekt ist die Schlagzeile?  
Würden Sie diesen Beitrag teilen?



WSJ.COM | BY FRANCIS X. ROCCA

## Coronavirus Infections Increase in Italy

Italy's coronavirus outbreak continued to spread, bucking efforts to contain it...



Vatican confirms Pope Francis and two aides test positive for Coronavirus

CBN2.COM

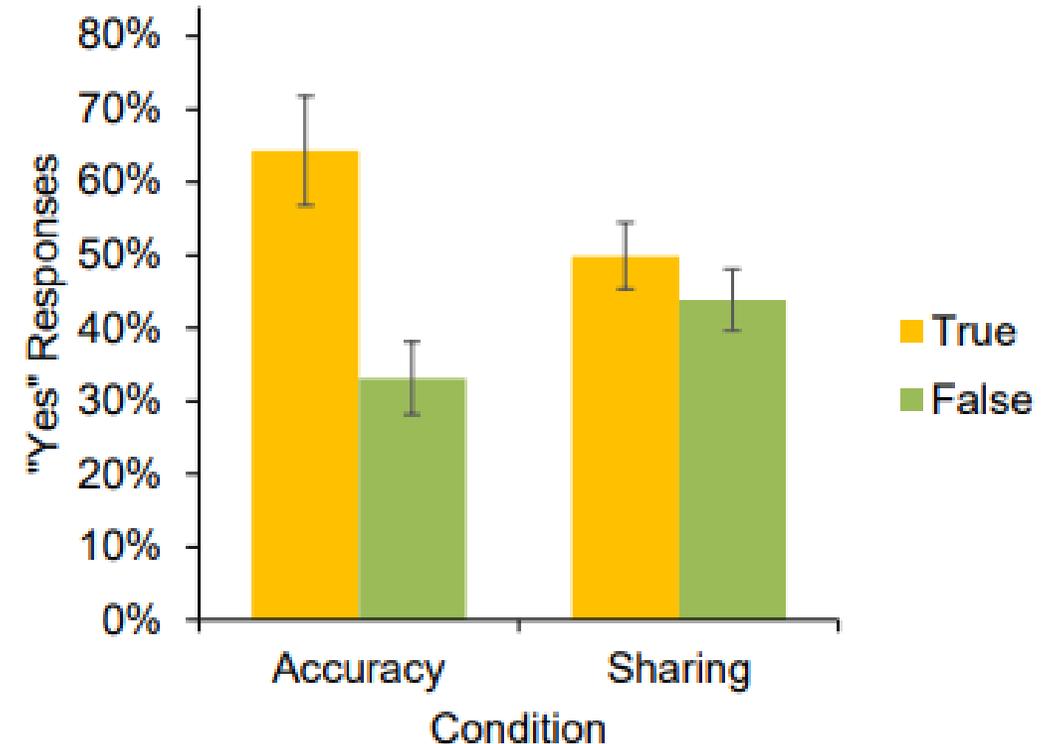
## Vatican confirms Pope Francis and two aides test positive for the Coronavirus.

# BEWUSSTE VERARBEITUNG VS. TEILEN AUF SOZIALEN MEDIEN (PENNYCOOK ET AL., IN PRESS)

- Je 15 korrekte Schlagzeilen und 15 Fake News

Zwei Bedingungen:

- Wie korrekt ist die Schlagzeile?
  - Würden Sie diesen Beitrag teilen?
- => Fake News werden leichtfertig geteilt



# DISKUSSION

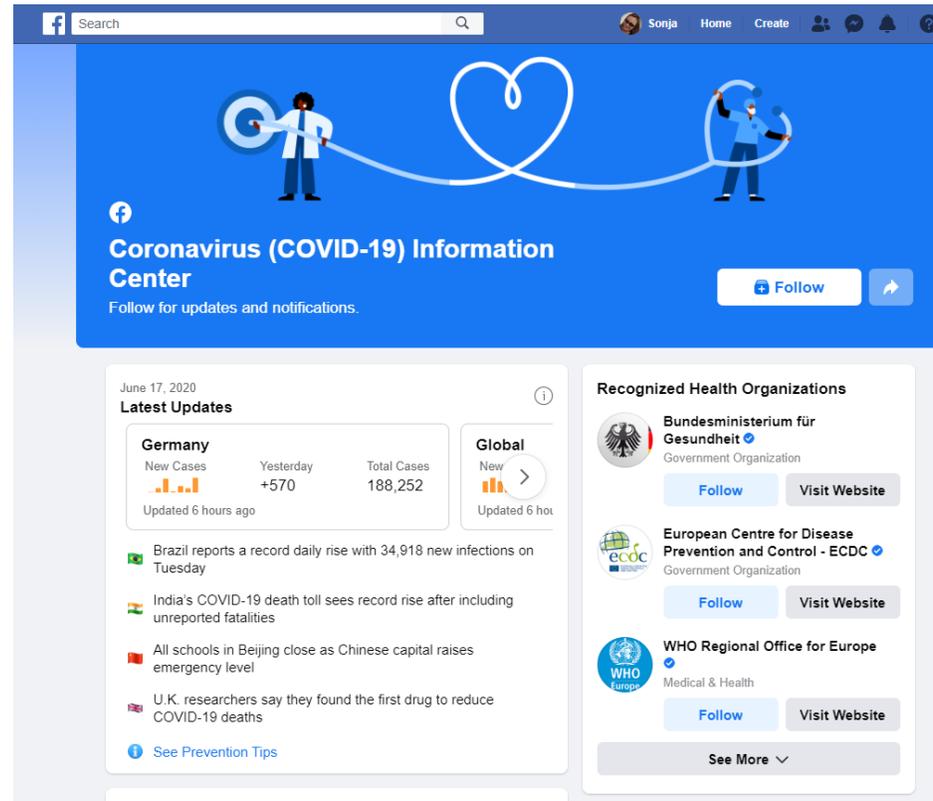
- Es gibt Fake News, aber viele erkennen Fake News bzw. glauben Fake News nicht
- Personen, die Nachrichten v.a. über soziale Medien beziehen, gefährdeter
- Problematisch: viele glauben auch korrekte Schlagzeilen nicht
- Mehr Probleme bei Erkennung als bei Studie zu Fake News im Wahlkampf

Aber:

- Neues Virus => kein/kaum Vorwissen, Wissensstand wächst täglich (s. Umgang mit Masken, Ibuprofen,...)

# GENERELL

- Neu in Corona-Krise: Bemühungen der Plattformen, Fake News einzuschränken



# GENERELL

- Neu in Corona-Krise: Bemühungen der Plattformen, Fake News einzuschränken
- Problematisch: oberflächliche Verarbeitung auf sozialen Medien, automatisches Teilen

POLICY / TECH / TWITTER

## Twitter would like you to actually read stories before you retweet them

*It's the latest test to foster meaningful conversations*

By Makena Kelly | @kellymakena | Jun 10, 2020, 3:17pm EDT

<https://www.theverge.com/21286855/twitter-articles-prompt-unread-feature-conversations>

- Aber: relativ wenig Fake News auf Facebookseiten alternativer Medien (1.1%; Boberg, Quandt, Schatto-Eckrodt & Frischlich, preprint)
- => Mehr Fake News in WhatsApp-Gruppen

# Mediennutzung zur Stressbewältigung

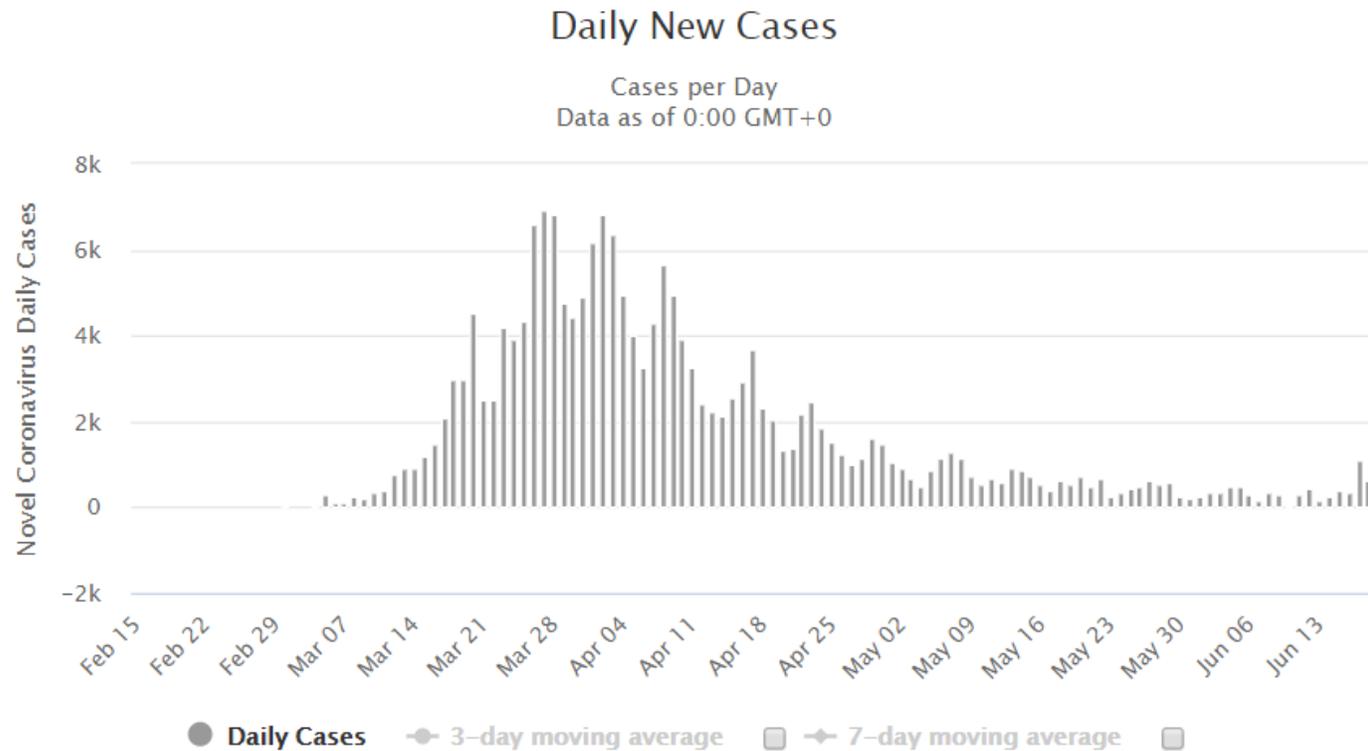
# METHODE (LARA WOLFERS, WORK IN PROGRESS)

- Fragebogen, 2 Wellen (Anfang/Mitte April 2020)
- N = 323 für beide Wellen; deutschsprachige TeilnehmerInnen (rekrutiert über Prolific)
- 61% Männer, Durchschnittsalter 28, hohe Bildung
- 41% Studierende
- Stress in der letzten Woche (1-100)
- Bewältigungsstrategien, angepasster Brief Cope (Carver, 1997)
- Mediennutzung: allgemein und für Stressbewältigung
- Wahrgenommene Effektivität der Stressbewältigung (z.B. „Ich habe das Gefühl, dass ich die aktuelle Situation gut bewältige“)

# METHODE (LARA WOLFERS, WORK IN PROGRESS)

- F
- N
- Ü
- 6
- 4
- S
- B
- N
- W
- G

Daily New Cases in Germany



n (rekrutiert

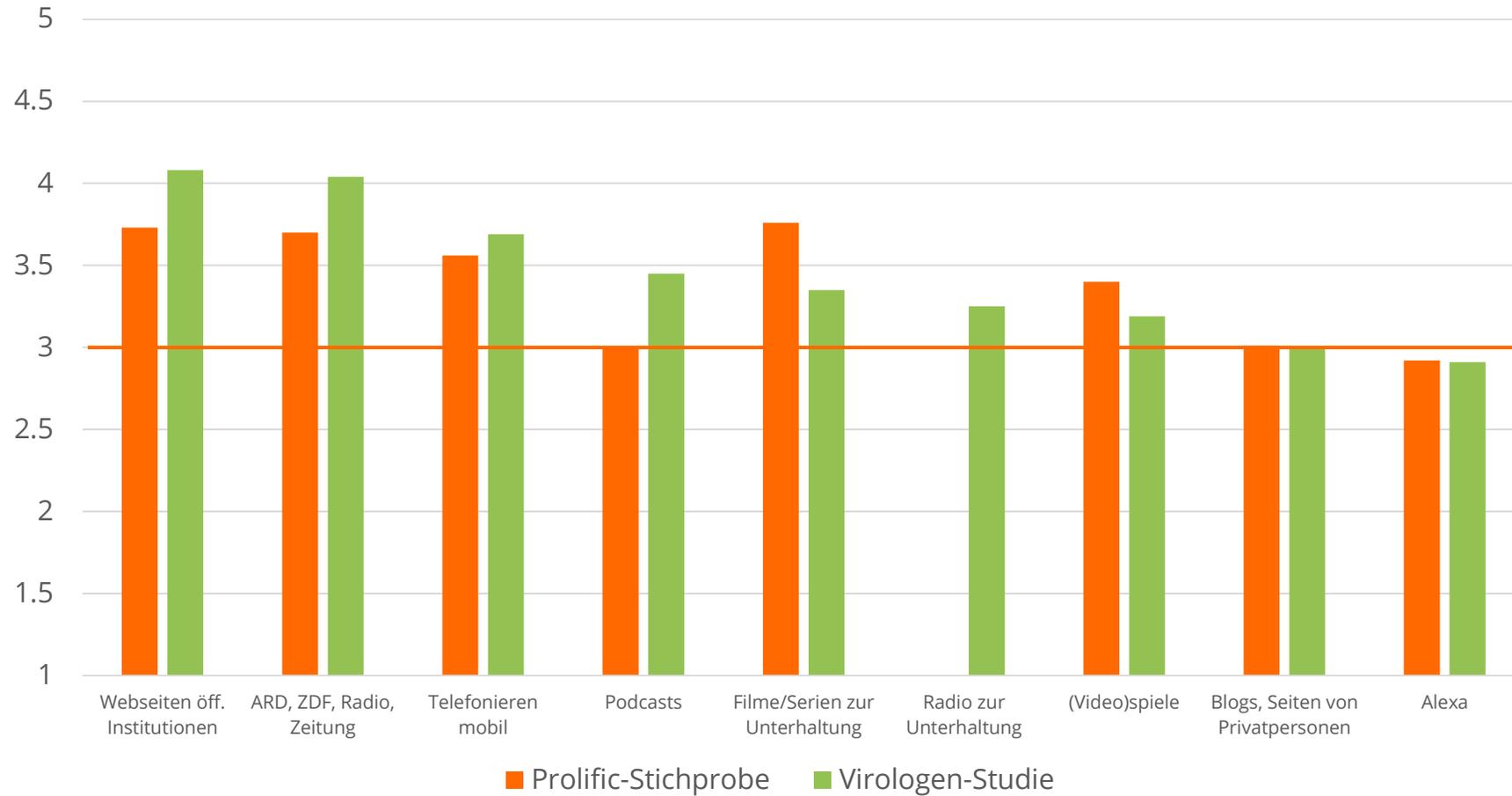
07)

h habe das

# VIROLOGEN-STUDIE

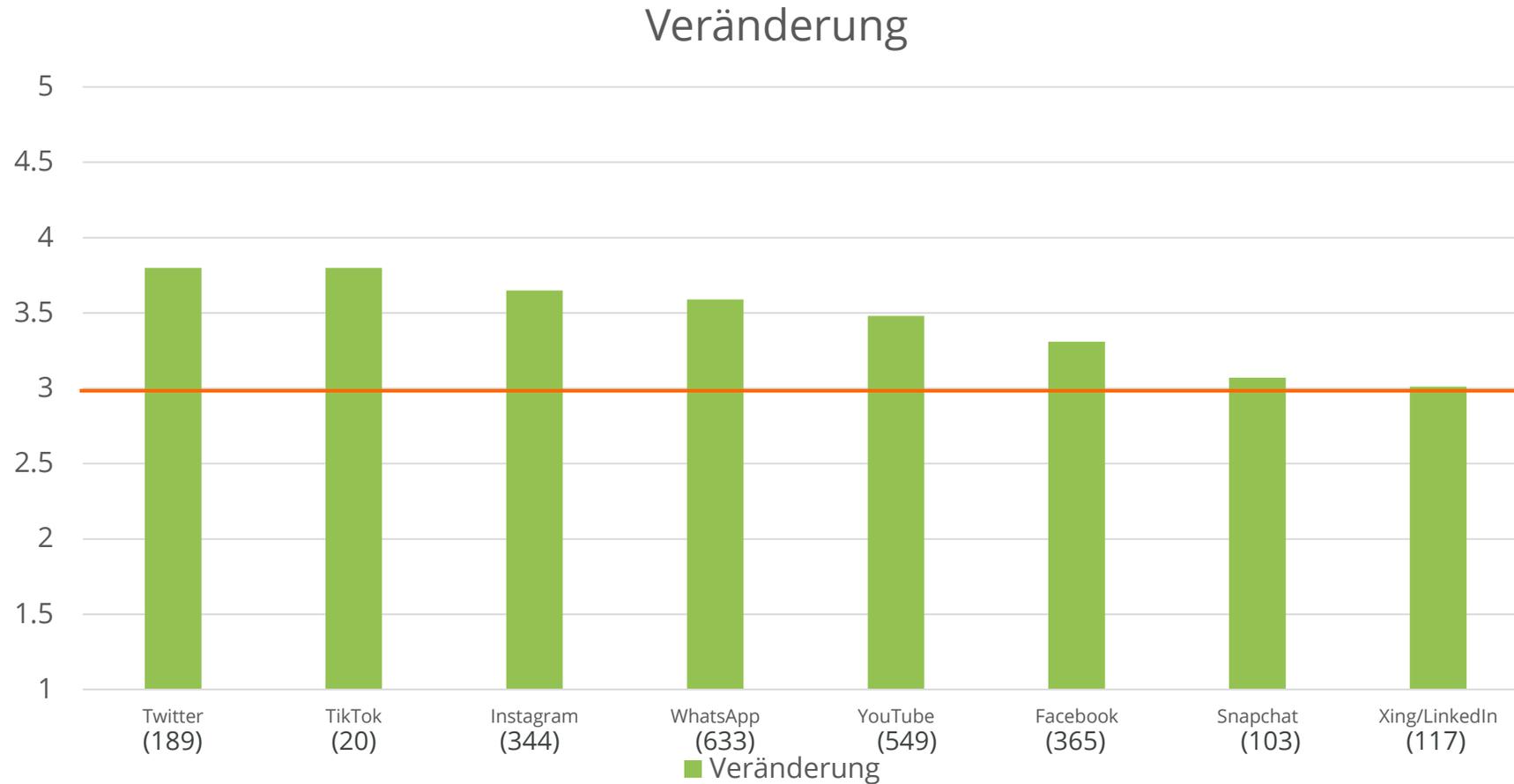
- Ebenfalls zwei Wellen (Ende März, 10 Tage online, Einladung zur zweiten Welle 14 Tage später)
- Rekrutiert über Universteiler und social media Posts in relevanten Gruppen/Hashtags (#drosten, #fragkekulé,..)
- Stichprobe Welle 1
- N = 696 (462 Frauen, 225 Männer, 6 divers, 3 missing)
- Durchschnittsalter 31
- Hoch gebildetes Sample (Uni-Verteiler!): 16.4% Promotion; 25.8% Hochschulabschluss, 15.1% FH-Abschluss, 41.2% Abitur
- Bislang wenig von Corona betroffen

# VERÄNDERUNG DER MEDIENNUTZUNG DURCH CORONA



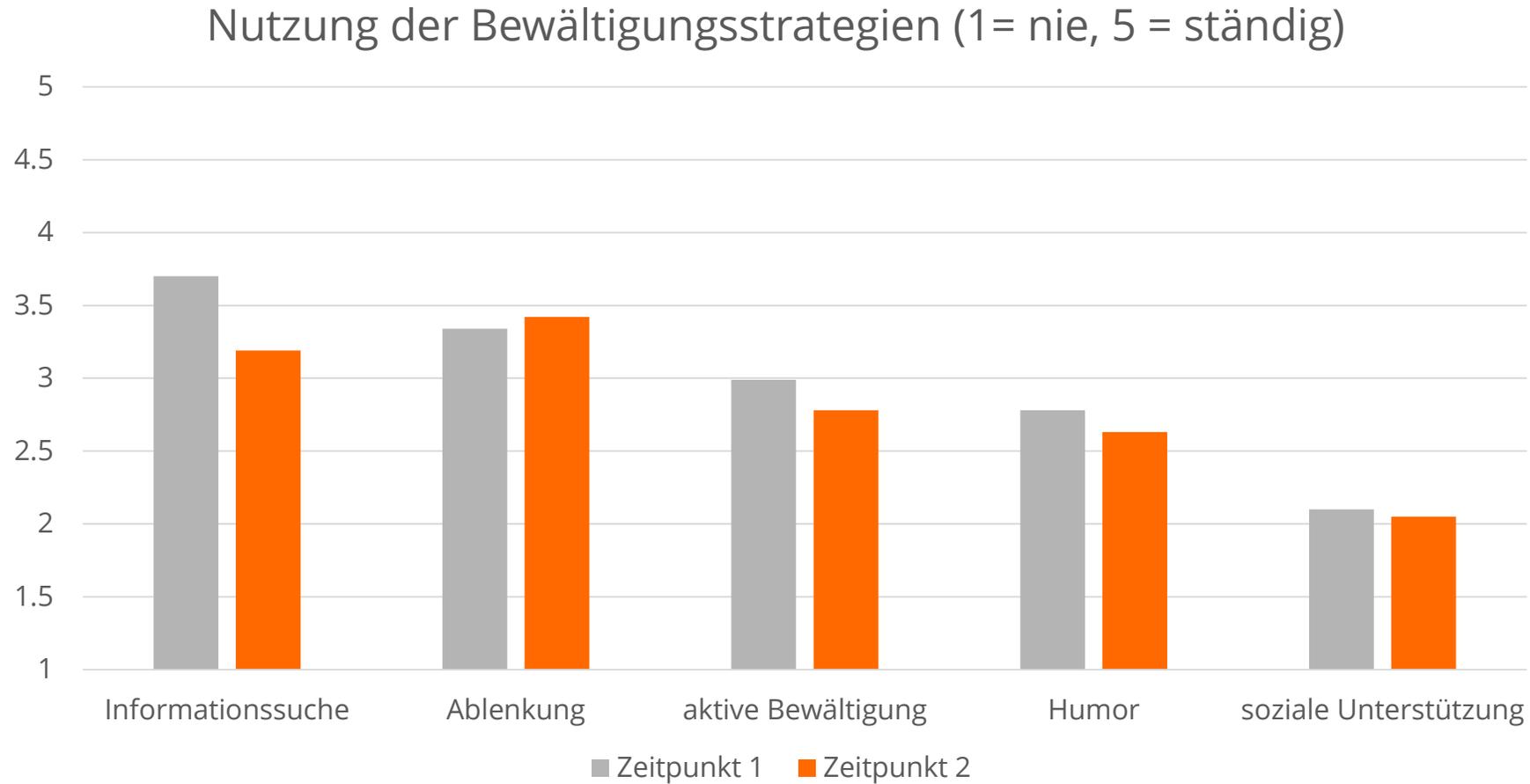
1 = deutlich weniger; 3 = gleich; 5 = deutlich mehr

# VERÄNDERUNG DER NUTZUNG SOZIALER MEDIEN DURCH CORONA (VIROLOGENSTUDIE)



1 = deutlich weniger; 3 = gleich; 5 = deutlich mehr (n jeweils nur Nutzende)

# POPULÄRSTE STRESSBEWÄLTIGUNGSSTRATEGIEN



# MEDIENNUTZUNG FÜR DIE STRESSBEWÄLTIGUNG

- Ablenkung v.a. mit Filmen, Serien, ...
- Humor v.a. über Instant Messenger und soziale Netzwerke
- Aktive Bewältigung: kaum Mediennutzung
- Informationssuche v.a. über Nachrichten und Webseiten öffentlicher Institutionen (z.B. Robert-Koch-Institut)
- Soziale Unterstützung wird vor allem über Instant Messenger und Anrufe gesucht

# MEDIENNUTZUNG ↔ STRESS

- Meist kleine Effekte, hohe Stabilität über Zeit
- Wenn, dann eher Stress => mehr Mediennutzung  
als Mediennutzung => weniger Stress
- Instant Messenger (WhatsApp,...): mehr Nutzung zum Zeitpunkt 1 führt zu mehr Stress zum Zeitpunkt 2
- Informationssuche und Suche nach sozialer Unterstützung führen eher zu mehr Stress zum Zeitpunkt 2
  
- Fehlt noch: differenzierte Analyse nach Dauer/Zeitpunkt der Mediennutzung, Inhalte der Medien, Untergruppen (z.B. Risikopatienten)

# DISKUSSION

- Auch unter Jüngeren v.a. traditionelle Medien und Webseiten von Institutionen für Informationssuche genutzt
- Könnte an hochgebildetem Sample liegen, deckt sich aber mit Nutzungszahlen
- Jüngere lenken sich vor allem ab
  
- Wenig Effekte auf Stressbewältigung, aber Stresslevel auch nicht sehr hoch (35-40 auf Skala von 1-100)

# Kommunikation von VirologInnen

# WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION

- Wichtiger geworden in letzten Jahren
- Hin zu public engagement models (Schäfer, 2011)
- Effekte auf Lernen, aber auch Emotionen (Angst, Risikowahrnehmung)  
Verhalten (Kommunikation, z.B. klimafreundliches Verhalten)

# WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION VON VIROLOGINNEN

23. März 2020, 15:10 Uhr Ladies & Gentlemen

## Ein Herz für Virologen



(Foto: H. Hartmann/Future Image)

**Die Zeiten ändern sich und damit auch die Sex-Symbole: Hier sind Frau Professorin Brinkmann und Herr Professor Drost.**



im Gespräch

naufpause für Natur und Klima



# WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION

- Durch soziale Medien interaktivere und symmetrischere Kommunikation möglich
- Entstehung parasozialer Beziehungen möglich (=asymmetrische Beziehungen zu Medienfiguren)
- Parasoziale Beziehungen mit MeteorologInnen => mehr Schutzverhalten bei Tornados (Sherman-Morris, 2005)

# #DROSTEN



Wenn das alles vorbei ist bekommt [@c\\_drosten](#) hoffentlich das Bundesverdienstkreuz verliehen und der [@ndr](#) kann gerne mit Journalismuspreisen für die Arbeit mit ihm überhäuft werden.



Christian Drosten: "Kontraproduktive Fragen"

Für Christian Drosten, Direktor des Instituts für Virologie an der Charité Berlin, ist die Berichterstattung zum neuartigen Corona-Virus teilweise kontraproduktiv.

[ndr.de](#)

12:27 vorm. · 12. März 2020 · [Twitter Web App](#)

379 Retweets 2.566 „Gefällt mir“-Angaben

S GSELLA  
STIAN DROSTEN,  
ROGE



n besser auf dem Posten  
eife Olli Kahn  
virologe Drosten  
Namen Christian.

. Süden übern Westen  
orden bis zum Osten:  
virologt am besten  
virologe Drosten!

, sparsam mit Gebärden,  
opf und großes Herz:  
ge Kanzler werden!  
ch besser aus als Merz.)

120 **stern** 19.03.2020



Antwort an [redacted]

Herr Professor [@c\\_drosten](#) ist für mich zu der Figur der [#Coronavirus19](#) geworden! Sachlich, „unhektisch“ und beruhigend! Gerne mehr davon!! Vielen DANK!!!

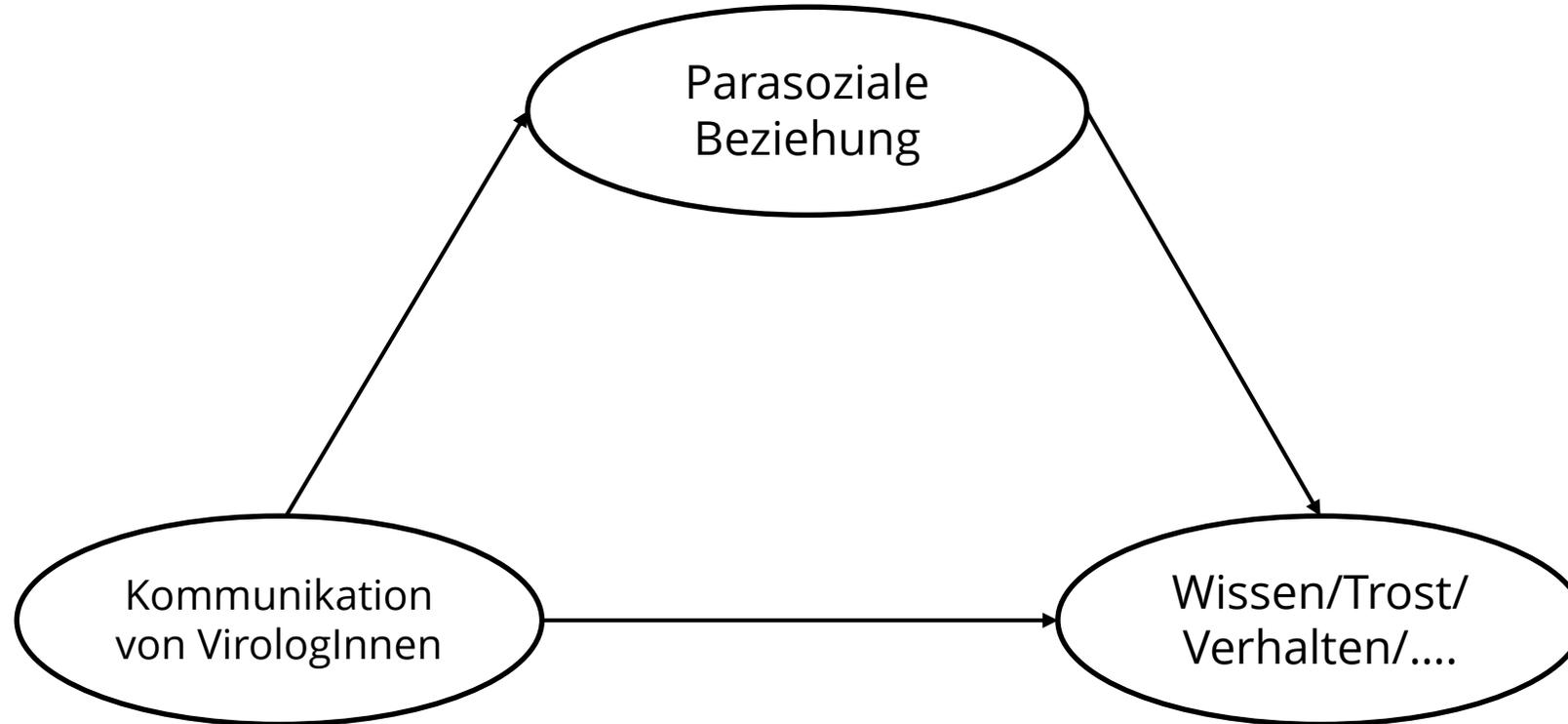
1:11 nachm. · 23. März 2020 · [Twitter for Mac](#)



# RELEVANTE (ABHÄNGIGE) VARIABLEN

- Wissen (selbst eingeschätzt und objektiv)
- Stressbewältigung
- Trost („Die Beiträge von XXX mildern meine Sorgen und Ängste.“)
- Individuelle und **kollektive** Selbstwirksamkeit (z.B. „Ich glaube, dass ich/**wir alle** durch die Reduzierung sozialer Kontakte dazu beitragen kann/**können**, dass die Verbreitung von Corona eingedämmt wird.“)
- Präventives Verhalten (Befolgen der Hygiene- und Verhaltensempfehlungen)
- Bedürfnis nach Führung („Ich bin in der Corona-Krise sehr glücklich, wenn jemand das Kommando übernimmt und mich wissen lässt, wie Dinge erledigt werden sollen.“)

# MODELL

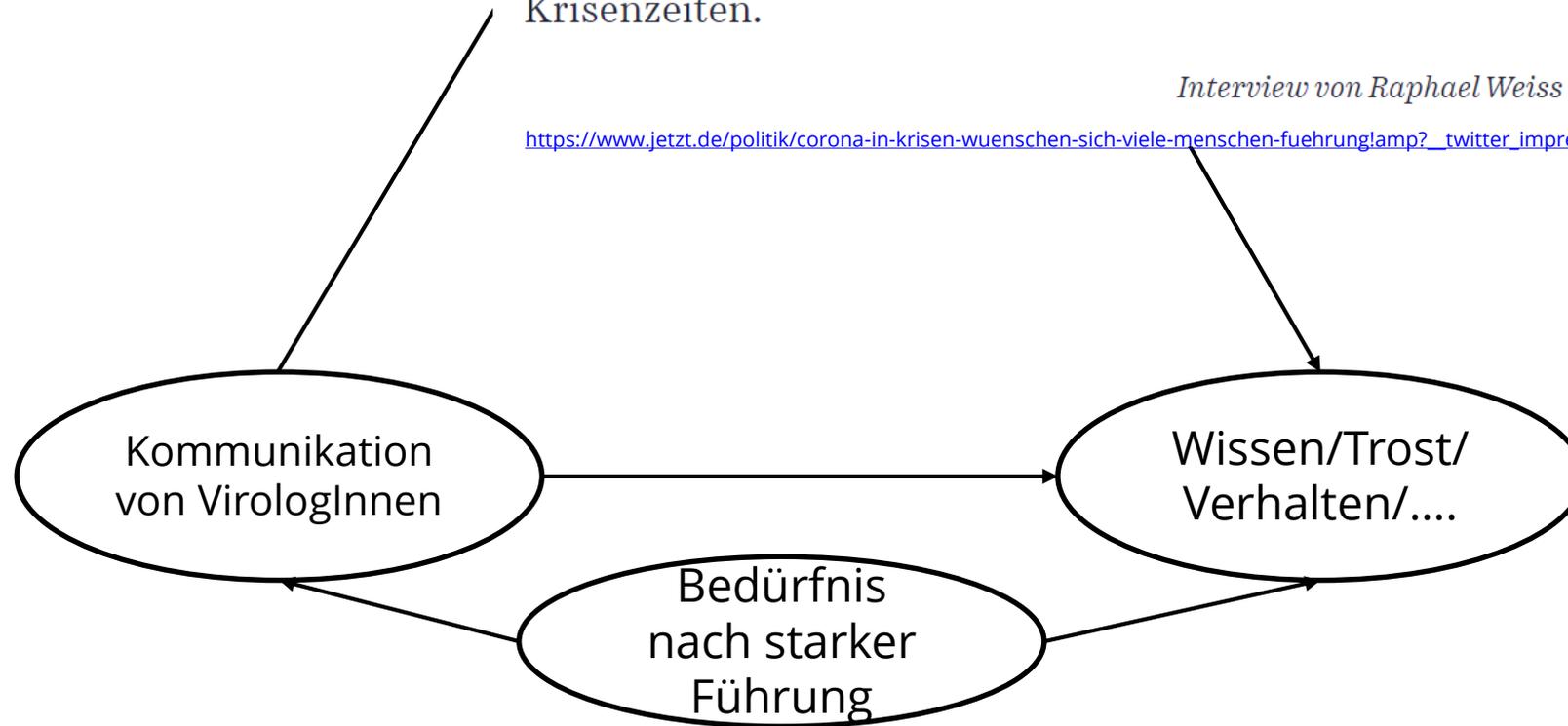


## Warum Markus Söder auf einmal so beliebt ist

Christian von Sikorski, Professor für Politische Psychologie, erklärt unsere Sehnsucht nach Führung in Krisenzeiten.

*Interview von Raphael Weiss*

[https://www.jetzt.de/politik/corona-in-krisen-wuenschen-sich-viele-menschen-fuehrunglamp?\\_twitter\\_impression=true](https://www.jetzt.de/politik/corona-in-krisen-wuenschen-sich-viele-menschen-fuehrunglamp?_twitter_impression=true)



# METHODE

- Mediennutzung während Corona
- VirologInnen => 7 Namen, wie oft gesehen
- „Lieblingsvirologe“ => wenn ja, zusätzliche Fragen
  - Podcast
  - Parasoziale Beziehung, Glaubwürdigkeit, Trost
- Abhängige Variablen
- Kontrollvariablen
  
- Welle 2: n = 361, n = 215 gematcht

# BEVORZUGTE VIROLOGINNEN

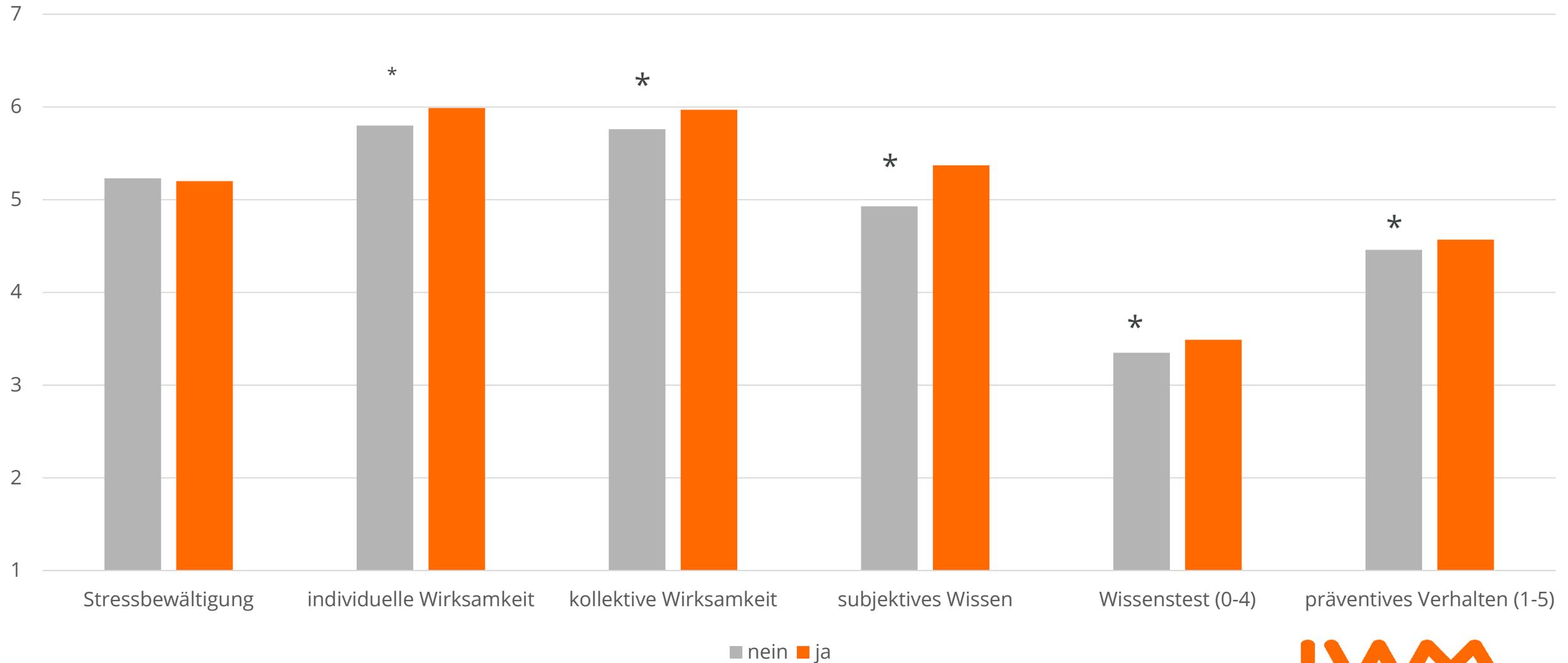
	W1	W2
Christian Drosten	39.4%	51.4%
Alexander Kekulé	5.5%	3.9%
Lothar Wieler	4.7%	10.0%
Hendrik Streeck	2.4%	6.7%
Keinen	45.3%	25%

Podcasts:

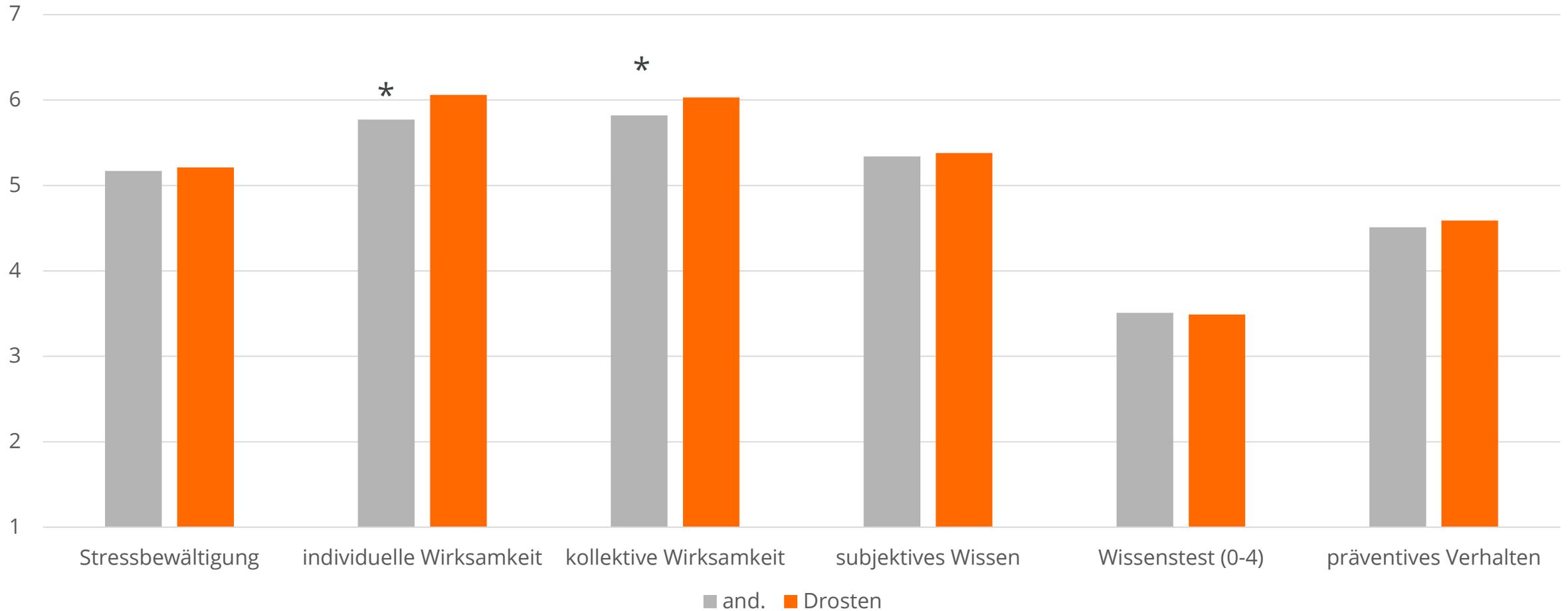
Welle 1: 263 Drosten, 56 Kekulé, 17 Streeck

Welle 2: 165 Drosten, 37 Kekulé, 21 Streeck

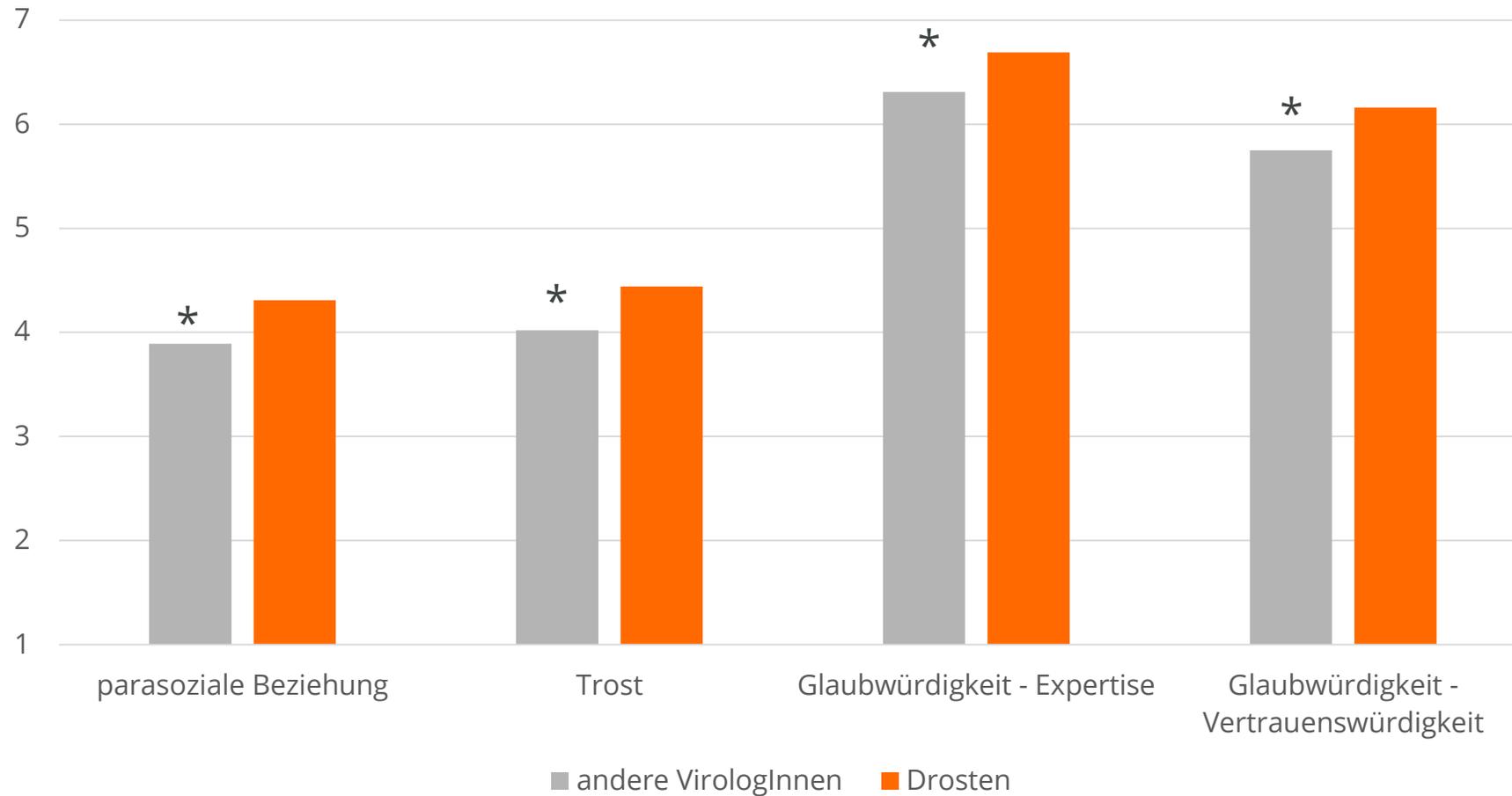
# EFFEKTE VON LIEBLINGSVIROLOGIN JA/NEIN



# DROSTEN VS. ANDERER VIROLOGEN

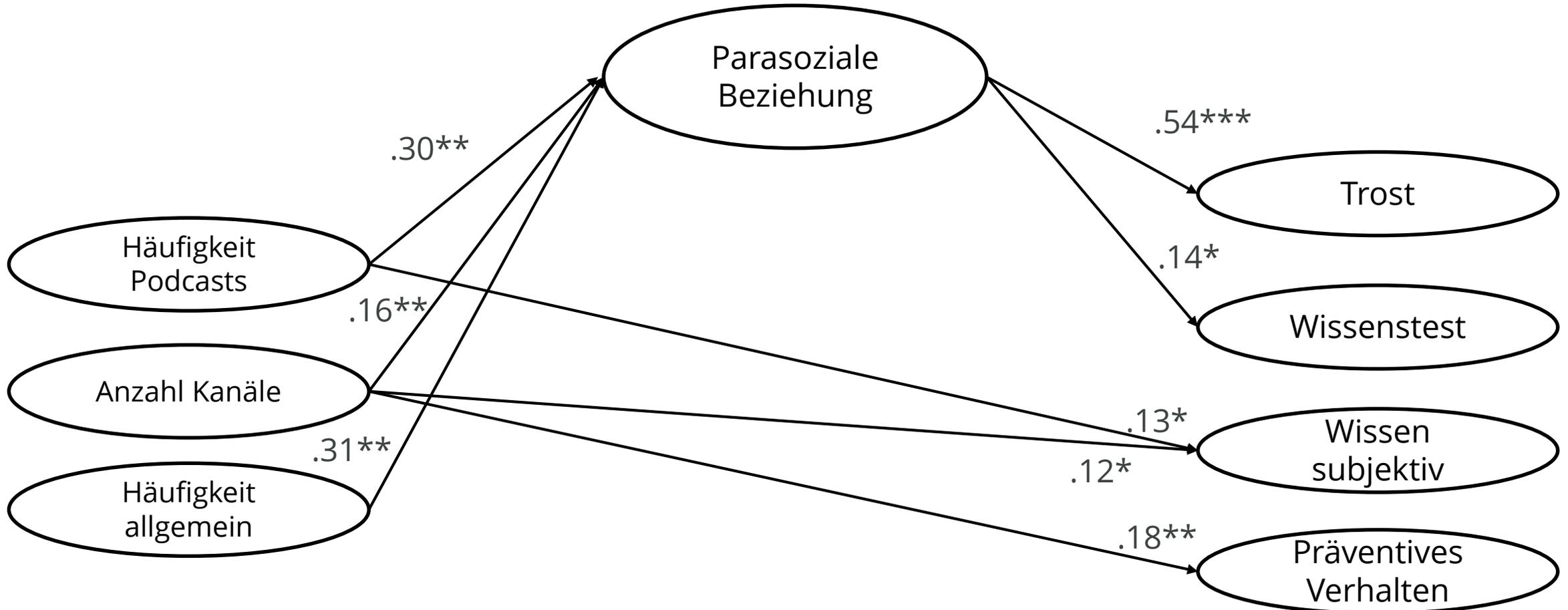


# PARASOZIALE BEZIEHUNG USW. DROSTEN VS. ANDERERER VIROLOGEN



Weiterempfehlung Podcast:  $M = 3.26$  (1 = noch nie, 5 = sehr oft), etwa 25% haben Posts geteilt

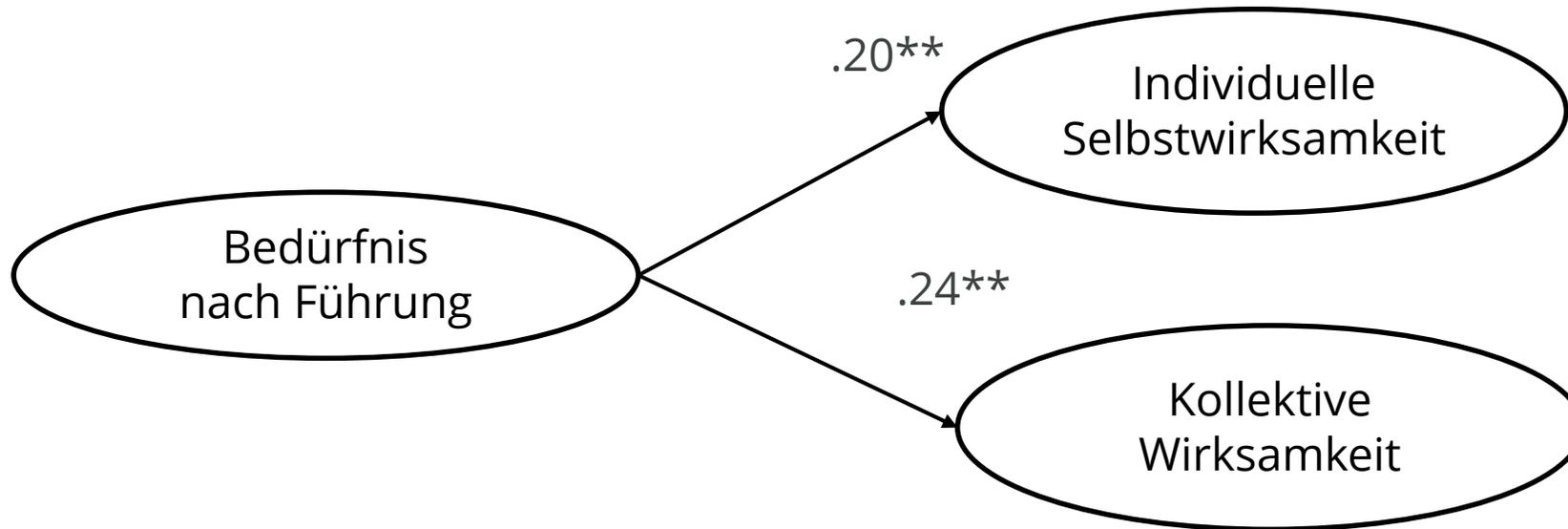
# ERSTE ERGEBNISSE – WELLE 1



$\chi^2 [1070] = 1961.506, p < .001; CFI = .82; RMSEA = .049, n=381$

Work in progress – nur nach Absprache zitieren!

# ERSTE ERGEBNISSE – WELLE 1



$\chi^2 [1070] = 1961.506, p < .001; CFI = .82; RMSEA = .049, n=381$

Work in progress – nur nach Absprache zitieren!

# LÄNGSSCHNITT – ERSTE ERGEBNISSE

- ✓ v.a. Hören der Podcasts begünstigt Entwicklung parasozialer Beziehung
- ✓ Parasoziale Beziehung zu Zeitpunkt 1 hängt positiv mit Wissen, individueller Selbstwirksamkeit und Trost zu Zeitpunkt 2 zusammen
- ☹ aber: längsschnittliche Effekte verschwinden, wenn man für Werte der abhängigen Variablen zum Zeitpunkt 1 kontrolliert
- ☹ Bedürfnis nach Führung spielt keine Rolle mehr
- Trost hängt mit individueller/kollektiver Wirksamkeit und Verhalten zusammen

Komplexere Modelle fehlen noch

# DISKUSSION

- Im Querschnitt:
  - Personen, die VirologInnen hören, haben höhere Werte auf den meisten abhängigen Maßen
  - häufigeres Sehen/Hören hängt mit subjektivem Wissen und Verhalten zusammen
  - Parasoziale Beziehungen spielen eine Rolle für Trost und Wissen
- Im Längsschnitt:
  - Eher Selektionseffekte: Personen, die schon mehr Wissen / sich mehr für das Thema interessieren, hören auch eher die Podcasts
  - Medieneffekte klein und verschwinden, wenn man für den Wert in Welle 1 kontrolliert
- Achtung: work-in-progress, komplexere Modelle fehlen noch!

# FAZIT

- (soziale) Medien spielen eine wichtige Rolle in der Corona-Krise
- Aber: für die Informationssuche sind traditionelle Medien immer noch wichtiger!
- Fake News kommt vor, aber nicht dominant
- Medien werden zur Stressbewältigung eingesetzt, sowohl für problemfokussierte als auch emotionsorientierte Bewältigungsstrategien
- Mediennutzung eher Indikator für Stress als erfolgreiche Strategie (=> computational social science)
  
- Neue Formate der Wissenschaftskommunikation – neue Forschungsfragen:
  - Podcast-HörerInnen als WissensvermittlerInnen
  - Rolle von parasozialen Beziehungen und Trost

# LITERATUR

- Hamilton, Nesi & Choukas-Bradle (preprint). Teens and social media during the COVID-19 pandemic: Staying socially connected while physically distant. <https://psyarxiv.com/5stx4/>
- Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G., & Rand, D. G. (in press). Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy nudge intervention. *Psychological Science*.

# Fragen?

Kontakt: [s.utz@iwm-tuebingen.de](mailto:s.utz@iwm-tuebingen.de)

Twitter: [@sonjautz](https://twitter.com/sonjautz)