

Inhaltsverzeichnis

1	Die Psychologie des Postfaktischen – Einleitung und Überblick	1
	<i>Markus Appel</i>	
2	Fake News	9
	<i>Markus Appel und Nicole Doser</i>	
3	„Lügenpresse“ und der Hostile-Media-Effekt	21
	<i>Peter Holtz und Joachim Kimmerle</i>	
4	Nachrichtenfaktoren: Worüber ist es wert zu berichten?	33
	<i>Markus Appel und Marc Roder</i>	
5	Trolle gibt es nicht nur im Märchen – Das Phänomen Trolling im Internet	45
	<i>Diana Rieger, Jessica Dippold und Markus Appel</i>	
6	Native Advertising: Werbung, die nicht als solche erkannt werden will	59
	<i>Deborah Hümpfner und Markus Appel</i>	

VII

VIII Inhaltsverzeichnis

- 7 **Wie viel wissen Sie wirklich über Clickbait? –
7 überraschende Fakten, von denen Sie so noch
nie gehört haben!** 67
Fabian Mayer
- 8 **Big Data is watching you: Persönlichkeitsanalyse
und Microtargeting auf Social Media** 81
Fabian Prietzel
- 9 **Filter Bubbles und Echo Chambers** 91
Tanja Messingschlager und Peter Holtz
- 10 **Kognitive Verzerrungen und die Irrationalität des
Denkens** 103
Silvana Weber und Elena Knorr
- 11 **Verschwörungstheorien** 117
Markus Appel und Sarah Mehretab
- 12 **Wie Fiktionen und Einzelfälle die Welt verändern** 127
Jule Mayr und Markus Appel
- 13 **Wie Menschen mit konfligierenden
Informationen umgehen** 141
Johanna Abendroth, Lena Feulner und Tobias Richter
- 14 **Die Psychologie des Gerüchts** 157
Leona Hutchinson und Markus Appel
- 15 **Word-of-Mouth: Von Mund-zu-Mund-Propaganda
zu viralem Marketing** 167
Konstantin Ripperger und Markus Appel
- 16 **Machtvolle Bilder und Bildmanipulationen** 177
Jan-Philipp Stein, Sana Sehic und Markus Appel

	Inhaltsverzeichnis	IX
17	Social Bots – Meinungsroboter im Netz <i>Martina Neis und Martina Mara</i>	189
18	Wie lässt sich das Postfaktische eindämmen? <i>Markus Appel</i>	205
	Stichwortverzeichnis	211