

# Inhaltsverzeichnis

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

VII

## VIII Inhaltsverzeichnis

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

**Inhaltsverzeichnis** **IX**

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