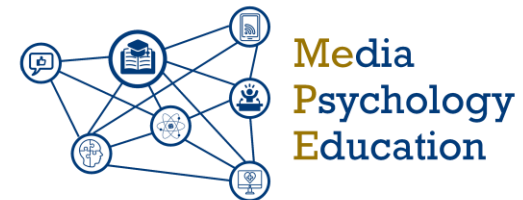


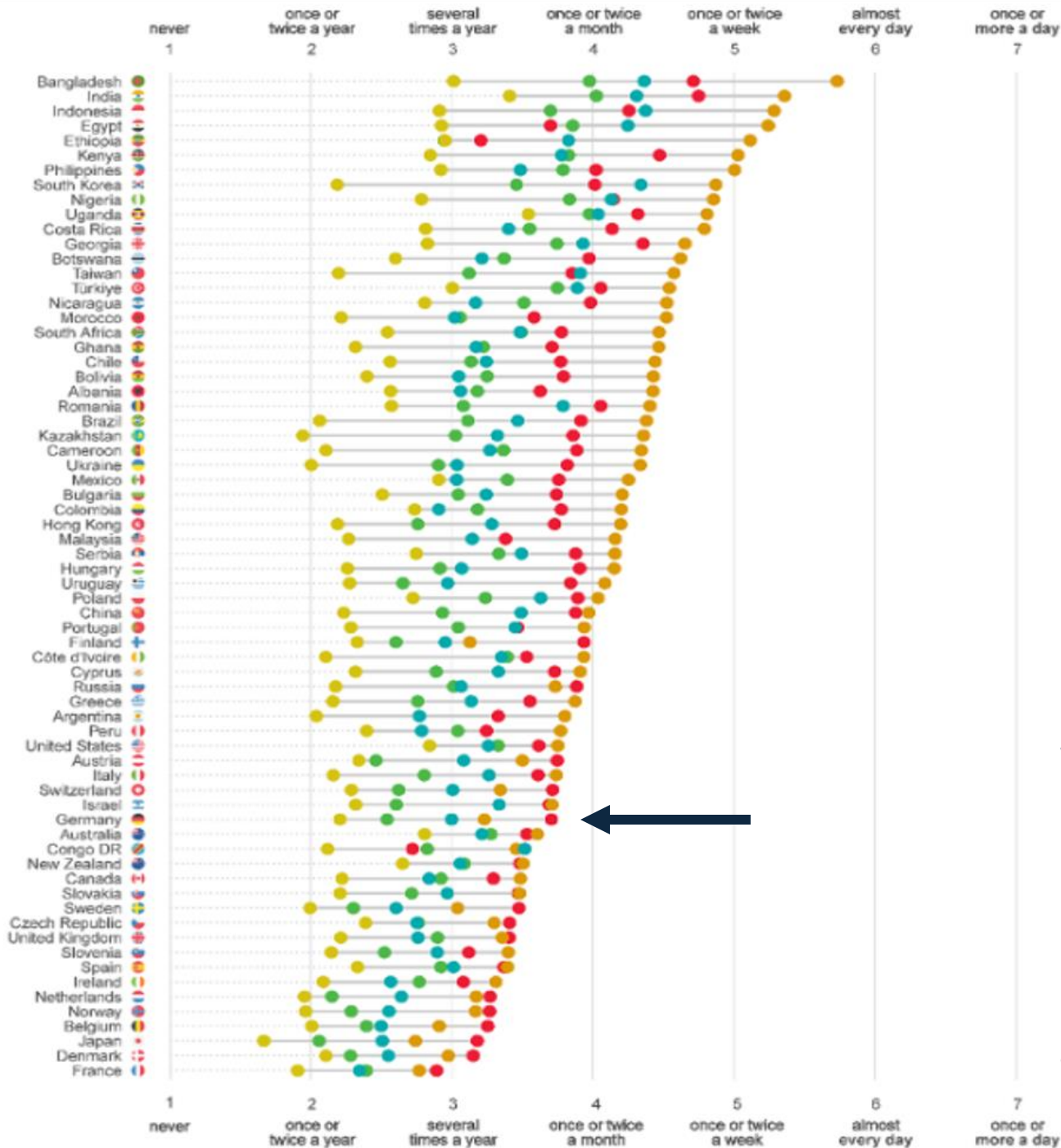


Informeller Wissenserwerb über Social Media: Theorie & Praxis



UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

Offen im Denken



Deutschland:

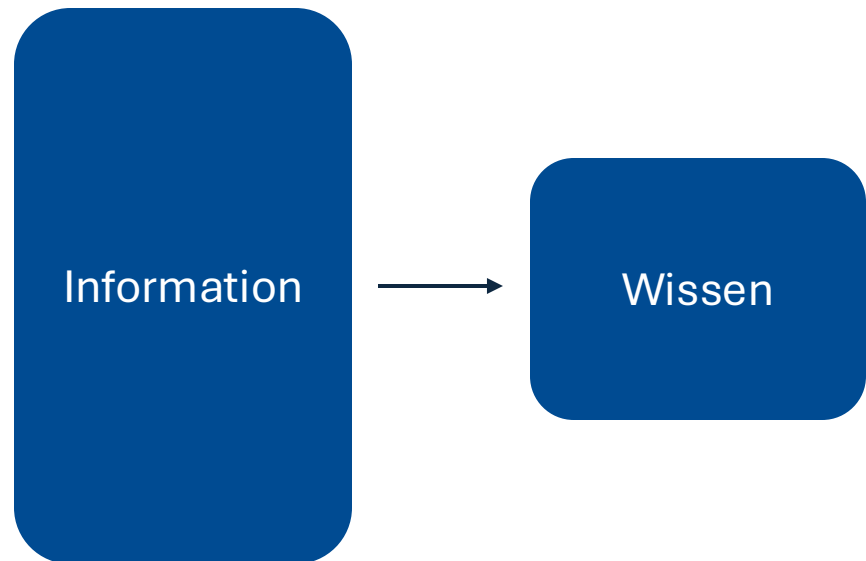
1. Traditionelle Nachrichtenquellen (Zeitung, TV)
2. Social Media
3. Gespräche mit Familie und Freund:innen

Weltweit:

- Social Media > Traditionelle Medien

Public Communication about Science in 68 Countries: Global Evidence on How People Encounter and Engage with Information about Science (Mede et al., 2025)

Informationsverarbeitung und Lernen



- Um zu Lernen benötigt es Aufmerksamkeit
- Aufmerksamkeit ist begrenzt
- Online Konkurrenz mit ganz vielen anderen interessanten Dingen
- Arbeitsgedächtnis von 5 +/-2 Einheiten
 - Einzelne Begriffe aber auch ganze Konzepte
 - Schachmeister:innen vs. Novizen
- Motivation Informationen zu verarbeiten
 - Relevanz → Mehrwert muss offensichtlich sein

Wie kann man auf Social Media lernen?

Is Facebook Making Us Dumber? Exploring Social Media Use as a Predictor of Political Knowledge

Journalism & Mass Communication Quarterly
2018, Vol. 95(2) 404–424
© 2018 AEJMC
Reprints and permissions:
sagepub.com/journalsPermissions.nav
DOI: 10.1177/1077699018770447
http://journals.sagepub.com/home/jmq


Michael A. Cacciatore¹, Sara K. Yeo²,
Dietram A. Scheufele³, Michael A. Xenos³,
Dominique Brossard³, and Elizabeth A. Corley

Journal of Communication, 2022, 00, 1–11
<https://doi.org/10.1093/joc/jqac034>
Original Article



International
Communication
Association



Abstract

With social networking site (SNS) use now ubiquitous in the United States, researchers have started paying attention to its effects in a variety of domains. This study explores the relationships between measures of Facebook use and political knowledge levels using a pair of representative samples of U.S. adults. Although the mere use of Facebook was unrelated to political knowledge, Facebook users report engaging with the SNS was strongly associated with higher levels. Importantly, the increased use of Facebook for news consumption and sharing was negatively related to political knowledge levels. Possible implications are discussed.

Do people learn about politics on social media? A meta-analysis of 76 studies

Eran Amsalem ^{1*}, Alon Zoizner ²

¹Department of Communication, Hebrew University of Jerusalem, Jerusalem, Israel

²Department of Communication, University of Haifa, Haifa, Israel

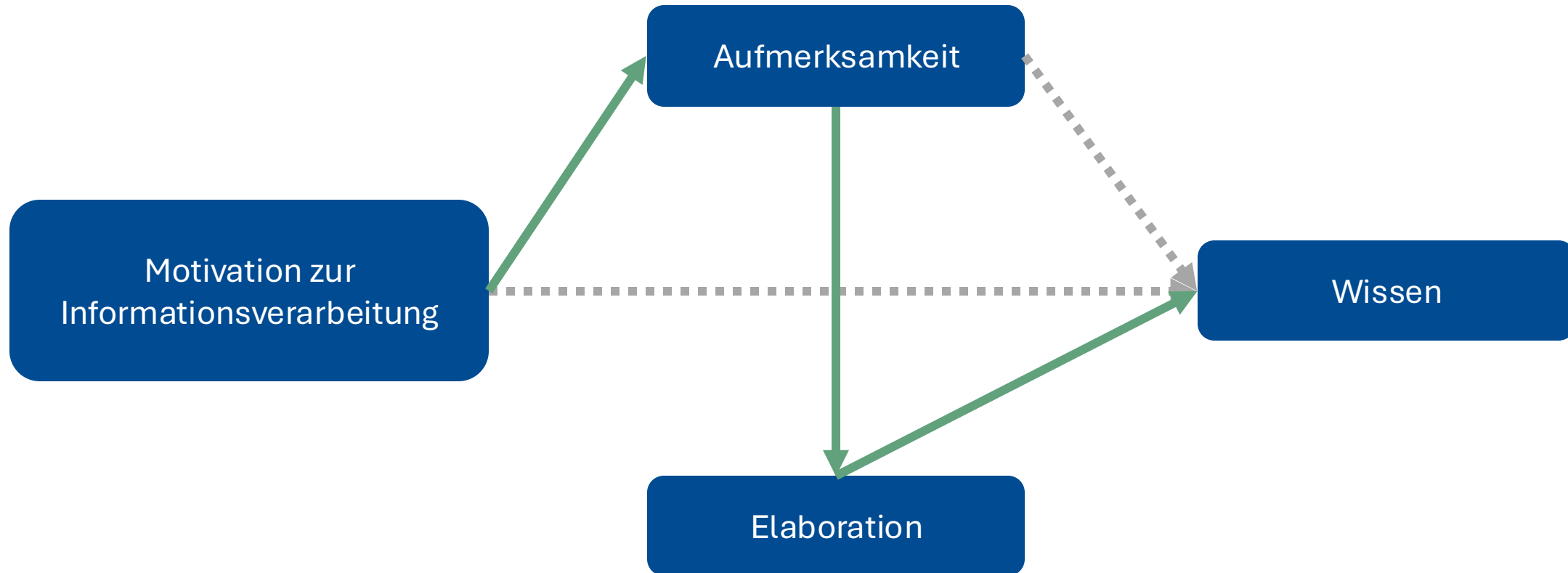
*Corresponding author: Eran Amsalem. Email: eran.amsalem@mail.huji.ac.il

Abstract

Citizens turn increasingly to social media to get their political information. However, it is currently unclear whether using these platforms actually makes them more politically knowledgeable. While some researchers claim that social media play a critical role in the learning of political information within the modern media environment, others posit that the great potential for learning about politics on social media is rarely fulfilled. The current study tests which of these conflicting theoretical claims is supported by the existing empirical literature. A preregistered meta-analysis of 76 studies ($N = 442,136$) reveals no evidence of any political learning on social media in observational studies, and statistically significant but substantively small increases in knowledge in experiments. These small-to-nonexistent knowledge gains are observed across social media platforms, types of knowledge, countries, and periods. Our findings suggest that the contribution of social media toward a more politically informed citizenry is minimal.

Keywords: social media, political knowledge, learning, meta-analysis, political information

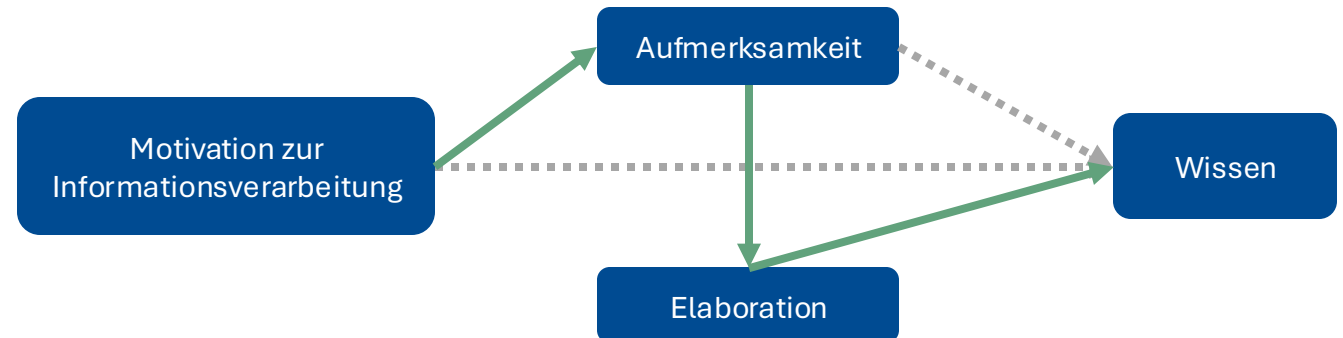
Wie kann man über Soziale Medien lernen?



Wie kann man über Soziale Medien lernen?

Elaboration

- Verknüpfung von neuen mit alten Informationen
- Verknüpfung mit eigenen Erfahrungen
- Neue mentale Verbindungen schaffen



Elaboration

- Menschen haben unterschiedliche Fähigkeiten und Motivationen zur Elaboration
 - Persönliche Relevanz
 - Need for cognition (denke ich gerne nach?)
 - Vorwissen
 - Wiederholung
 - → steigern Wahrscheinlichkeit von Elaboration

Feldstudie

Soziale Medien



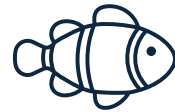
vs.



Newsletter

Ist es das Medium an sich oder die Art und Weise, wie wir es nutzen?

Experimental Design



T1:
Vor-Fragebogen

- 1 Woche

Vorfragebogen

Wie kartieren autonome Tauchroboter die Tiefsee?

☐☐☐☐

Welcher Anteil an Tiefseelebewesen ist unbekannt?

☐☐☐☐

Was ist Methanhydrat?

☐☐☐☐☐

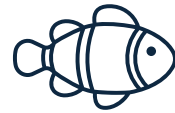
In welcher Altersgruppe sind Sie?

☐ Im Alter von 18 bis 25☐ In der Kindheit (5 bis 12 Jahre)☐ Im Alter zwischen 54 und 64☐ Im Jugendalter

Welcher Planet hat die meisten Monde?

☐ Jupiter☐ Neptun☐ Saturn☐ Uranus

Experimental Design



T1:
Vor-Fragebogen

- 1 Woche

Feldphase

Di-Fr

Experimentalbedingungen

1



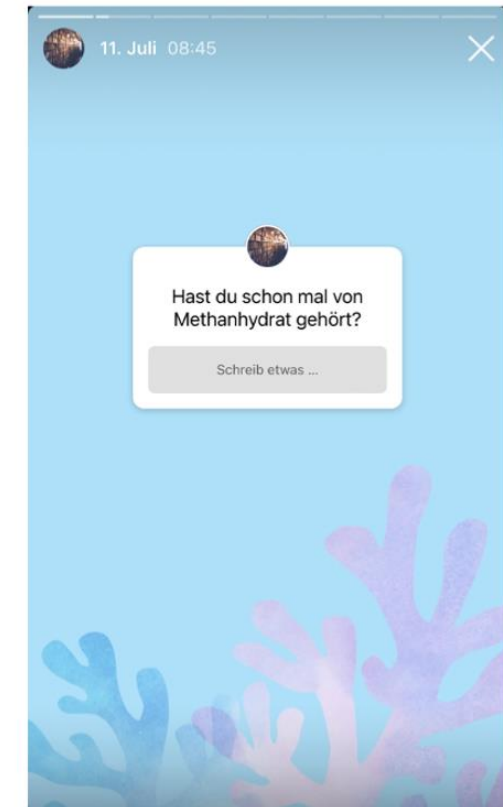
Newsletter

2




Social Media Einfach

3



Social Media Elaboration

Elaboration



Was weißt du schon über das Thema Tiefsee?


Schreib etwas ...

Sag etwas ...



Welche dieser Informationen hat dich am meisten überrascht?


Schreib etwas ...



Kennst du schon Lebewesen, die in der Tiefsee leben?

Schreib etwas ...

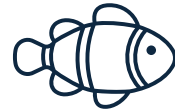
Sag etwas ...



Was glaubst du: Wie wird geregelt, wer diese Ressourcen abbauen darf?

Schreib etwas ...

Experimental Design



Hypothese I

Objektives Wissen

Teilnehmende, die wissenschaftliche Informationen in ihrem Social Media Feed erhalten, erwerben weniger objektives Wissen als Probanden, die die gleichen Informationen in einem Wissenschafts-Newsletter erhalten.



Social Media Einfach



Newsletter

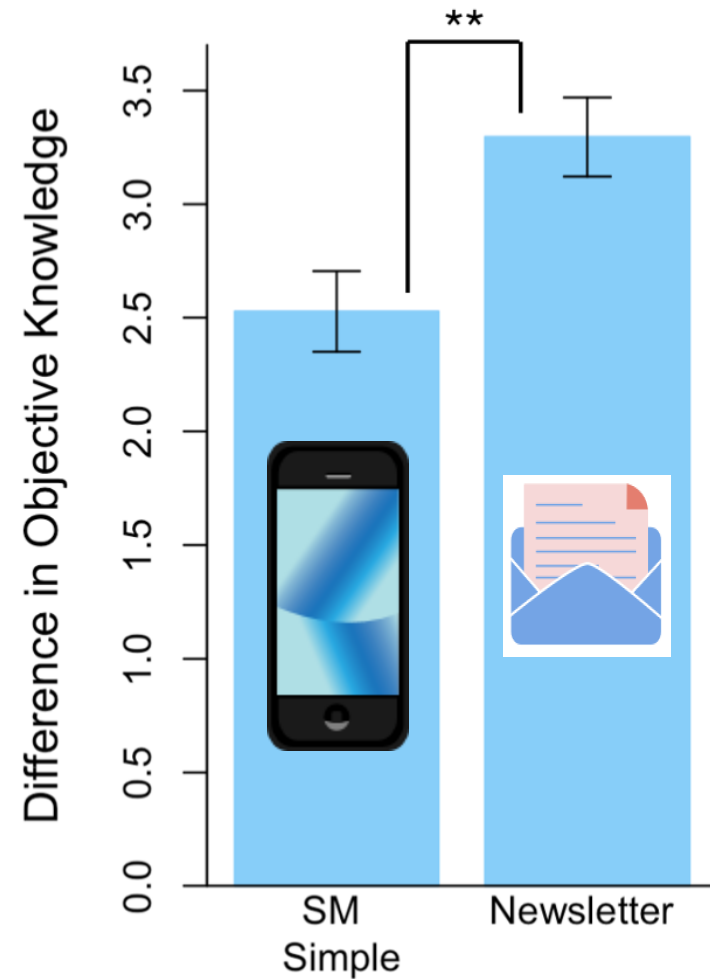
Hypothese II

Objektives Wissen

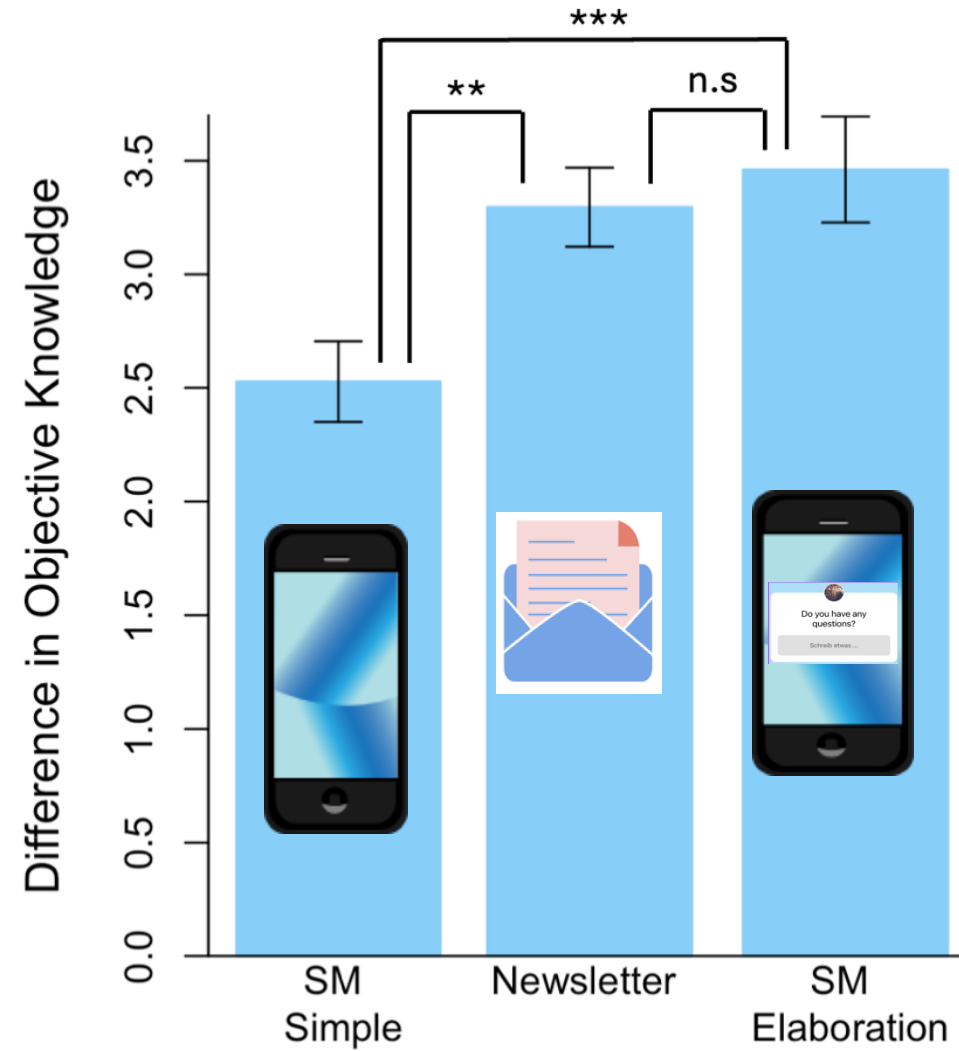
Teilnehmende in der Social Media + Elaboration Bedingung erwerben mehr objektives Wissen als Personen in der Social Media Einfach Bedingung.



Objektives Wissen



Objektives Wissen

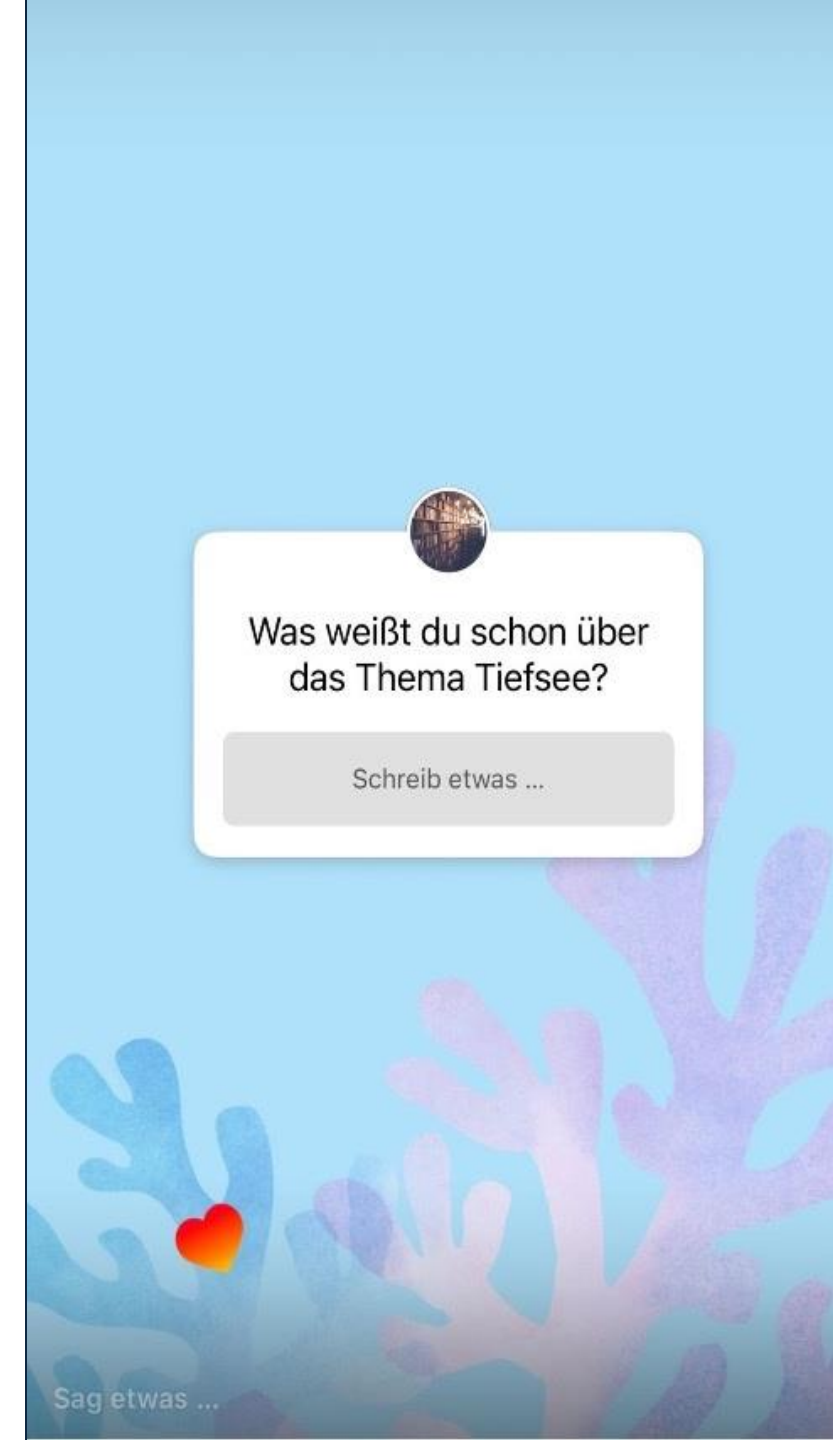


Wissenserwerb auf sozialen Medien?

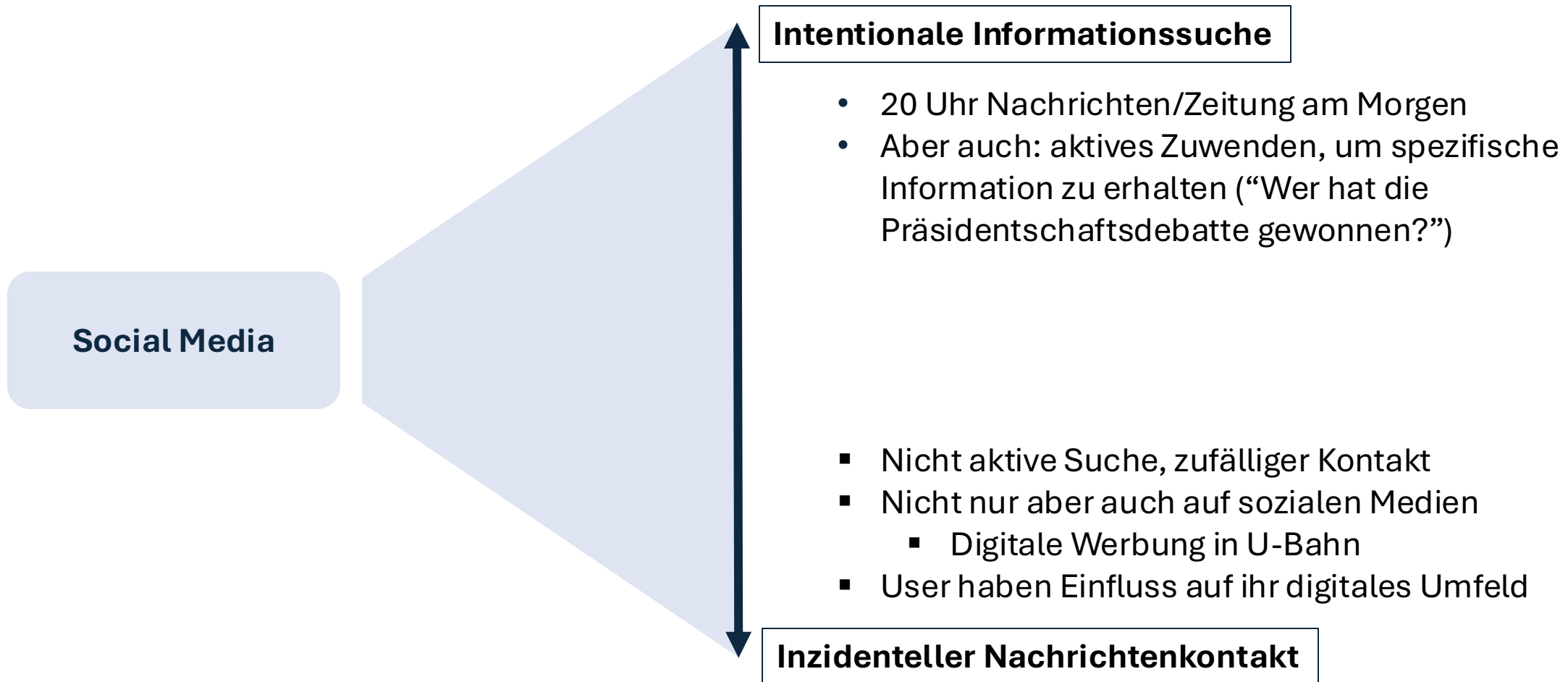
- Objektiver Wissenserwerb auf social Media ist möglich – wenn die Nutzenden zu höherer kognitiver Elaboration motiviert sind!
 - Cognitive Mediation Model
- Dies kann durch Elemente des Stimulusmaterials erreicht werden, wie die von uns verwendeten Elaborationsfragen

Praktische Implikationen

- Content-Creatoren sollten wissensbezogene Inhalte so entwerfen, dass eine elaborierte Verarbeitung motiviert wird
- Social Media Nutzende sollten darüber informiert werden, welche Nutzungsweisen zu einem höheren Lernerfolg führen



Wie nutzen Menschen Soziale Medien zum Informationskonsum?



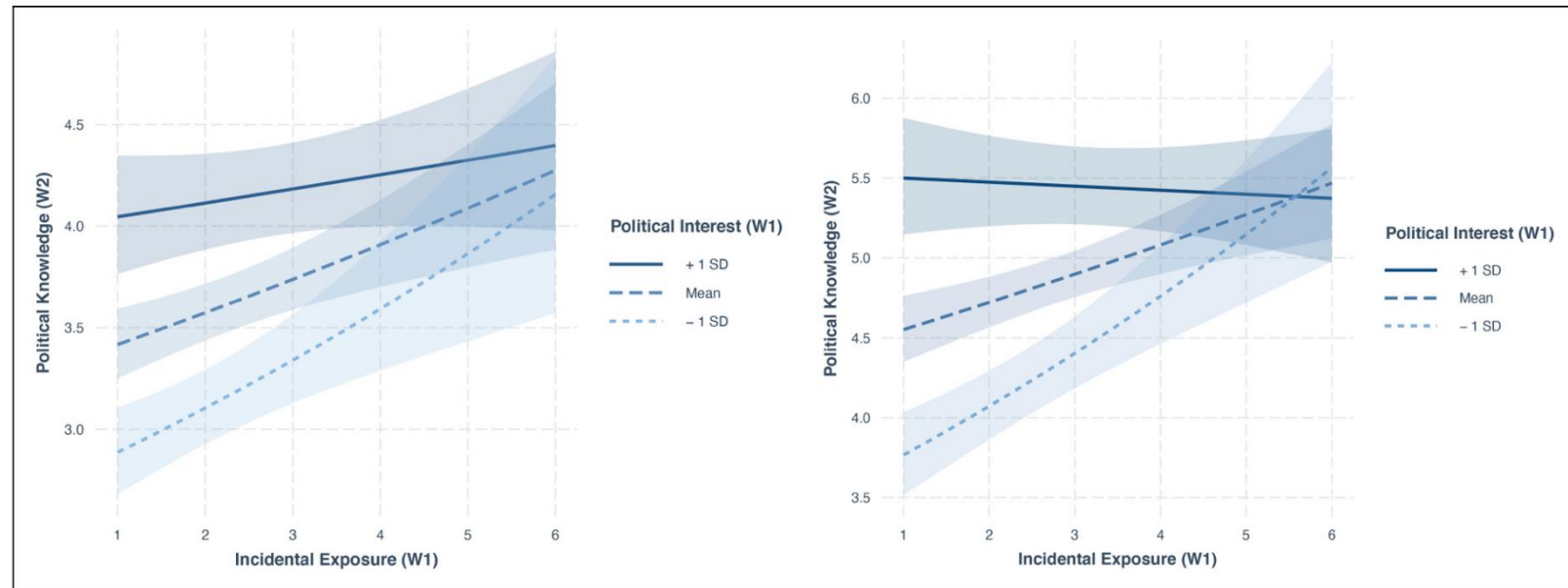
Die Rolle von Algorithmen

- Inhalte werden vorgeschlagen
- 7% der Posts auf Instagram/Facebook von Freunden (Business Insider, 2025)
- **Explizite Personalisierung (user-driven)**
 - Personalisierung durch User:in
 - Folgen von Kanälen und Personen etc.
- **Implizite Personalisierung (system-driven)**
 - Algorithmen
 - Empfehlungen auf Basis von früheren Interaktionen (Clicks, Reaktionen)

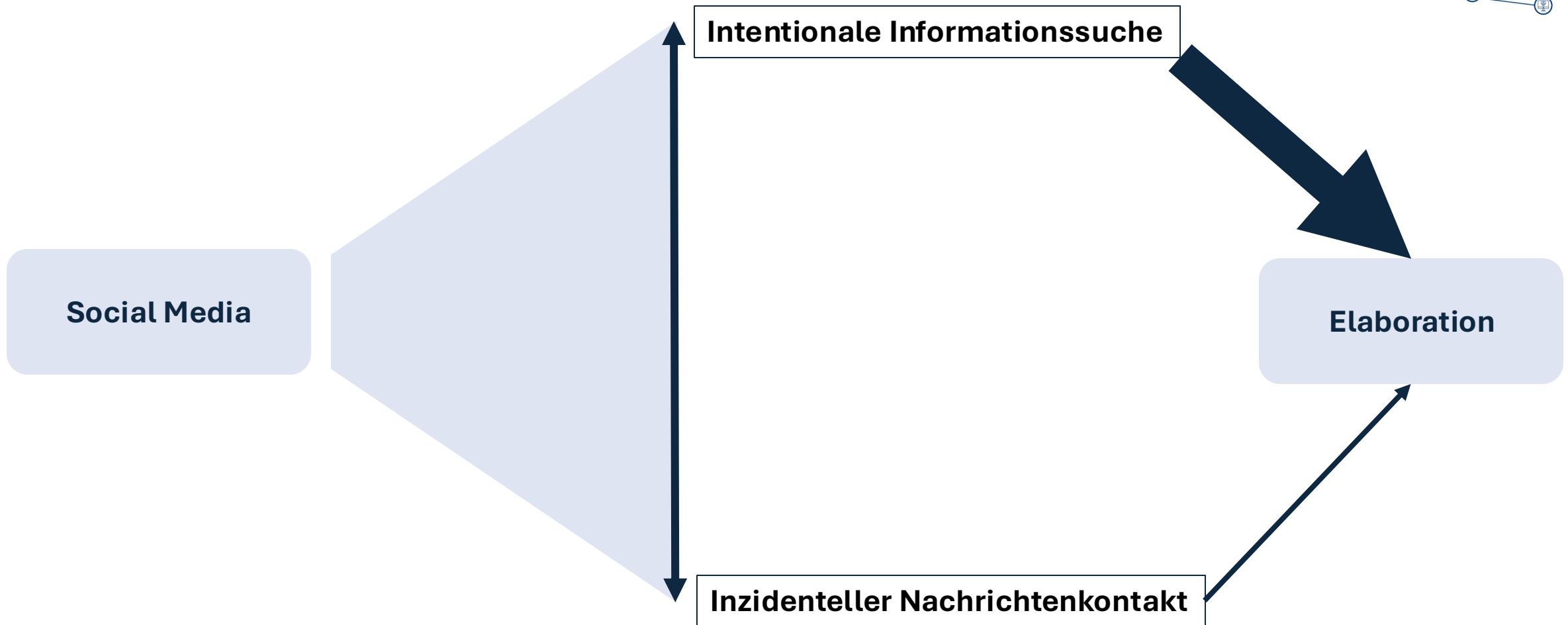
Den Algorithmus
trainieren

Inzidenteller Kontakt – wer profitiert?

- Inzidenteller Kontakt mit politischen Informationen
 - Wissenszuwachs vor allem bei Personen mit wenig politischen Interesse
 - Allerdings nur wenn viel Kontakt
 - Viel Interesse → wenig neues Wissen
 - Potential neue Zielgruppen für ein Thema zu gewinnen → über Algorithmen inzidenteller Kontakt



Vergleich von intentionellem und inzidentellem Nachrichtenkontakt für objektives Wissen



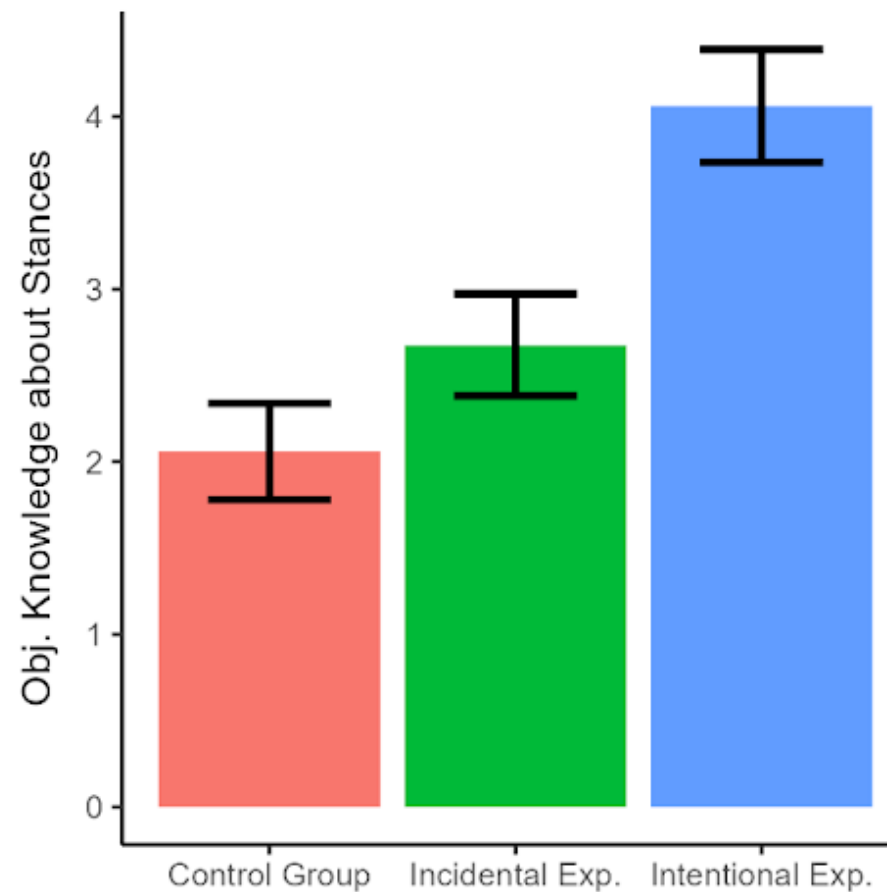
Methode

- Online Experiment
- $N = 1460$



Objektives Wissen

H1: Intentional > Inzidentell > kein Kontakt



Zusammenfassung

- Menschen können aus sozialen Medien lernen
 - Aber mehr, wenn sie sie intentional nutzen

Welche Rolle spielt Relevanz?

Die Rolle von Relevanz für Inzidentellen Kontakt

- Großteil der Inhalte auf Sozialen Medien werden inzidentell konsumiert
- Gefahr, dass Menschen weiter-swipen
- **1. Ebene vs. 2. Ebene Inzidenteller Kontakt**
 1. Kurz verarbeiten, dann weiter swipen
 2. Innehalten + tiefere Elaboration
 - Größere Möglichkeit zu lernen
 - **Relevanz:**
 - Persönlich nützlich
 - Interesse
 - Von Freunden empfohlen
 - bedrohlich



Gibt es noch
Fragen?

Schreib etwas ...