

# Digitalgespräch Folge 53

## Information und Desinformation – wie steht es um die Netzöffentlichkeit?

Mit Christian Stöcker von der HAW Hamburg, 18. Juni 2024

<https://zevedi.de/digitalgesprach-053-christian-stoecker/>

*[Der Vorspann mit Musik und Ausschnitten aus dem Gespräch beginnt.]*

**Marlene Görger [mg]:** „Herr Stöcker, Sie sind Kognitionspsychologe, Journalist und Autor. Wir wollen heute von Ihnen erfahren, wie ein zeitgemäßer Journalismus mit Desinformation umgeht.“

**Christian Stöcker [Stöcker]:** „Der Begriff Desinformation ist im Moment in der politischen Diskussion langsam so präsent, wie er es vor acht Jahren schon hätte sein müssen.“ – „Dass gewählte Volksvertreterinnen und -vertreter auf einer Plattform, wo sich Elon Musk mit Björn Höcke unterhält, Content produzieren, das sollte nicht so sein.“ – „Es ist im Moment immer noch einfacher und billiger, ein Video zu nehmen, was zum Beispiel einfach aus einem Computerspiel stammt. Wenn man so guckt, was im Moment im Umlauf ist, ist das eher immer noch häufiger als KI basierte Fakes.“ – „Es gibt Leute, die haben ein vollständiges AfD-TikTok und es gibt andere, deren TikTok besteht nur aus Kampfsport und lustigen Tricks mit Tischtennisbällen. Niemand kann in diese Feeds reingucken.“

**Petra Gehring [pgg]:** „Schlachten um digitale Teilbereiche und immer neue Algorithmen, ist der Beruf Journalistin, Journalist attraktiv, wenn er das alles umfasst?“

**[Stöcker]:** „Wir können nicht sagen, Teile der Orte, an denen Öffentlichkeit stattfindet, müssen halt ohne Journalismus auskommen. Ich glaube, das wäre der falsche Weg.“

*[Der Vorspann endet, das Gespräch beginnt.]*

**[mg]:** „Für die Nachrichten ist der Journalismus zuständig – könnte man meinen. Aber: Längst nicht alle Menschen informieren sich über das, was täglich in der Welt geschieht, in etablierten journalistischen Medien. Auf Onlineplattformen und in Social-Media finden zahllose alternative Anbieter für Informationen zum Zeitgeschehen ihr vertrauensvolles Publikum. Aber längst nicht alle davon orientieren sich an journalistischen Standards. Und etliches, was sich als Nachricht ausgibt, hält einem Faktencheck nicht stand. Immer öfter ist eine vermeintliche Nachricht, die

über Social-Media und Webportale weiterverbreitet, im schlimmsten Fall sogar von seriösen Medienanstalten aufgegriffen wird, in Wirklichkeit gar keine authentische Information, sondern eine Falschmeldung. Diese Desinformation im Netz ist ein Problem für offene Gesellschaften. Und dieses Problem verschärft sich, seit die Produktion von Text, Bild und Tonmaterial praktisch beliebigen Inhalts mit generativen KI-Systemen leicht für jedermann möglich ist, während Fälschungen für Laien immer schlechter zu erkennen sind. Wie groß ist das Problem der Desinformation mittlerweile und auf welche Situation müssen wir uns als Gesellschaft vorbereiten? Welche Strategien haben wir, mit Desinformation umzugehen und wer bemüht sich darum, dass sie greifen? Wie kann seriöser Journalismus in dieser schwierigen Lage seine Rolle behaupten und ausgestalten? Das ist unser Thema heute im *Digitalgespräch*. Mein Name ist Marlene Görger, ich bin Physikerin und Technikphilosophin und arbeite am *Zentrum verantwortungsbewusste Digitalisierung*."

**[pgg]:** „Und ich bin Petra Gehring. Professorin für Philosophie an der Technischen Universität Darmstadt. Unser Experte heute im ZEVEDI-Podcast ist Prof. Dr. Christian Stöcker, per Videokonferenz zugeschaltet aus Hamburg. Herzlich willkommen Herr Stöcker! Wir freuen uns, dass wir Sie heute im *Digitalgespräch* begrüßen dürfen.“

**[Stöcker]:** „Hallo! Vielen Dank für die Einladung.“

**[mg]:** „Herr Stöcker, Sie sind Kognitionspsychologe, Journalist und Autor. Bevor Sie 2016 als Professor für Digitale Kommunikation an die Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Hamburg berufen wurden, haben Sie zuletzt bei *Spiegel Online* das Ressort *Netzwelt* geleitet. Sie sind also selbst Journalist, bilden junge Medienschaffende aus und widmen sich Ihren Themen auch aus wissenschaftlicher Perspektive. Ihre Expertise ist auch von politischer Seite gefragt. Auf Bundes- wie auf Länderebene wurden Sie als Sachverständiger hinzugezogen, etwa zu Desinformation, der Wirkung von Algorithmen im öffentlichen Diskurs und der Transformation der Medienlandschaft. Wir wollen heute von Ihnen erfahren, wie ein zeitgemäßer Journalismus mit Desinformation umgeht. Aber zuerst sollten wir uns diesen Begriff einmal anschauen und verstehen, was genau damit gemeint ist. Darum vielleicht zunächst erstmal die Frage: Was gilt im Netz als News oder Nachricht und woher kommen diese Inhalte?“

**[Stöcker]:** „Das ist natürlich eine ganz komplizierte und aufwendige Frage. Also News erst mal ist ja, heißt ja einfach nur eine Neuigkeit, irgendwas äh, was die Leute vorher noch nie wussten. Und dieser Begriff ist in den letzten Jahren zum Teil eines,

mittlerweile würde ich sagen Kampfbegriffs namens Fake News gemacht worden. Erst mal glaube ich, in der lauterer Absicht, die Grenze zu ziehen zwischen dem, was man früher als Nachrichten, also journalistische Information betrachtet hat und dem, was mittlerweile auch alles so herumschwirrt. Das Problem mit diesem Begriff Fake News ist, also aus meiner Sicht spätestens seitdem Donald Trump den zum ersten Mal in den Mund genommen hat, ist er für einen zivilisierten Diskurs unbrauchbar geworden, weil er eben zu einem Kampfbegriff auch gemacht worden ist von Leuten, die selbst sehr gern Desinformation verbreiten und den Begriff Fake News eigentlich eher benutzen für alles, was ihnen nicht passt. Der ist auch sehr wenig trennscharf. Wir haben dazu tatsächlich eine – wir haben im Rahmen eines Forschungsprojektes mal eine Expert:innenbefragung gemacht und da kommt raus, dass, die Leute die sich mit dem Thema professionell beschäftigen, sind sich in einem Punkt alle einig: Bitte nicht mehr Fake News sagen, ja, Weil, das ist so unscharf, dass keiner weiß, was damit genau gemeint ist, aber alle immer das darunter verstehen, was sie gerne verstehen, darunter verstehen wollen. Also ist zum Beispiel eine Zeitungssente, ja, wo jemand irgendwie was Falsches verbreitet, aber in dem Glauben, dass das richtig ist, das gleiche wie bewusste Desinformation? Natürlich nicht, ne. In der Wissenschaft arbeiten wir mit – ähm – mit einer Definition überwiegend von einer Kollegin namens Wardle aus dem Jahr 2017. Die unterscheidet zwischen Desinformation, Misinformation und Malinformation und das finde ich ganz hilfreich, diese – diese Dreiteilung, also Desinformation ist, absichtliches Lügen sozusagen, um es umgangssprachlich zu formulieren. Ich weiß, dass es falsch ist und ich erzähle es dir trotzdem. Misinformation ist: Ich habe etwas gehört, was nicht richtig ist, halte es aber für wahr und erzähle es weiter. Also ich verbreite Falschinformationen, aber eigentlich in gutem Glauben. Das ist möglicherweise tatsächlich in der Gesellschaft im Augenblick das größere Problem, ja, weil die Multiplikatoren von Desinformation sind, natürlich die die Reichweite bringen und nicht die, die sie ursprünglich in Umlauf bringen. Und Malinformation ist sozusagen erstmal alles, was Information, die im – in der Absicht zu täuschen oder irgendwie anders Schaden anzurichten, in Umlauf gebracht wird, aber möglicherweise gar nicht per se – falsch ist, aber in einer Weise präsentiert wird, die trotzdem die Realität absichtsvoll verzerrt. Also wenn ich zum Beispiel ausschließlich über – ähm – Impfschäden spreche, die einen winzig kleinen Anteil derjenigen, die eine Impfung bekommen haben, ausmachen, aber dabei komplett ausblende, welche Schäden entstehen würden, wenn man die Leute nicht impft – also, wenn ich nur sozusagen auf die vermeintliche Gefährlichkeit einer Impfung abhebe, ohne zu erklären, warum diese Impfung notwendig ist, um viel größeres Unheil zu verhindern, dann ist das Malinformation, ja? Also strategisches Weglassen, strategisches Überbetonen von bestimmten Dingen. All diese Formen sehen wir im Moment in freier Wildbahn und all das ist was anderes als Nachrichten,

das ist ja klar. Also denn Nachrichten sollten immer noch dem Kriterium der Faktizität genügen, also halt stimmen.“

**[mg]:** „Wenn wir da jetzt noch mal einen Schritt zurückgehen und schauen, welche Kanäle werden genutzt und entstehen dann vielleicht auch.“

**[Stöcker]:** „Hmh.“

**[mg]:** „Vielleicht ist das jetzt gar nicht so richtig in dieser Einfachheit, aber wenn ich jetzt mal davon ausgehe, es gab vorher einfach journalistische Arbeit, die hat Nachrichten aufbereitet und verbreitet, da gab es eine gewisse Verlässlichkeit, Qualitätsstandards, aber natürlich wurden da auch manchmal Fehler gemacht und man kennt vielleicht auch Beispiele aus der Boulevardpresse, wo man sagen würde, das ist jetzt auch unseriös, da greifen auch diese Beschreibungen, die wir von Ihnen gerade gehört haben, möglicherweise – das ist jetzt ja nicht das, wovon wir hier sprechen, sondern wir sind jetzt im Netz mit einer Vielzahl von Stimmen konfrontiert, auch mit neuen Anbietern von etwas, das sich als Nachricht darstellt, auch als Nachricht aufgefasst wird von Rezipienten. Was sind denn da jetzt so die wichtigsten Entwicklungen in den letzten Jahren, wenn man anschaut, welche Quellen für Misinformation, Desinformation oder Malinformation es gibt?“

**[Stöcker]:** „Also ich fange mal mit dem ersten Teil Ihrer Frage an. Also, denn ich glaube tatsächlich und damit mache ich mich jetzt sehr unbeliebt, ich bin mir nicht ganz sicher, ob nicht das Problem von Desinformation, die von vermeintlich seriösen Medien verbreitet werden, im Moment nicht mindestens genauso groß ist wie das andere. Ne? Ich sage mal ein ganz konkretes Beispiel, das mich sehr beschäftigt, weil ich mich sehr intensiv mit Energie und Klimathemen beschäftige. Die meisten Hörerinnen und Hörer dieses Podcast haben vermutlich irgendwann im letzten Herbst mal oder in, in den letzten – äh – sechs Monaten mal den Begriff „Kohlewinter“ gehört. Ne? Das ist ein Begriff, den haben Abgeordnete der Union, aber vor allem die *Bildzeitung*, um es mal ganz konkret zu machen, immer wieder herumgeschwenkt, um die Behauptung zu untermauern, es sei ein unglaublich fataler Fehler gewesen, die letzten drei deutschen Atomkraftwerke abzuschalten. Und das ist jetzt nicht irgendwie überinterpretiert oder – ähm – ein bisschen übertrieben dargestellt oder so, sondern es ist wirklich einfach komplett falsch. Es ist das Gegenteil dessen, was wahr ist. Also wahr ist: Wir haben im – jetzt im Winter 2023/24 weniger Kohle verstromt in Deutschland als – und zwar Gesamtdeutschland inklusive der DDR, das hat sich Bruno Burger vom *Fraunhofer Institut für Solare Energiesysteme* da mit akribisch zusammengesuchten Daten aus Papiertabellen aus

DDR-Zeiten zusammengesucht – also wir verstromen in Deutschland jetzt weniger Kohle als seit 1959. Also, das Narrativ ist, wir hatten in Deutschland einen Kohlewinter. Das ist natürlich ein Narrativ, mit dem es im Endeffekt darum geht, zu sagen, das mit den erneuerbaren Energien funktioniert alles nicht. Das ist wirklich glasklare und bewusste Desinformation. Also ich packe da, ich muss jetzt einmal sagen, ich habe gerade ein wütendes Buch namens *Männer, die die Welt verbrennen* geschrieben, das von – äh – fossiler Desinformation handelt. So was bringt mich absolut auf die Palme. Und so was ist in Deutschland leider im Moment sehr verbreitet. Ich glaube, möglicherweise ist unser gesellschaftliches Problem nicht zuletzt, dass man sich auch ganz oben, sowohl in der Medien- als auch in der politischen Welt im Moment nicht scheut, absoluten Blödsinn zu erzählen. So. Wutausbruch beendet, und jetzt kommen wir zu dem, was Sie, worauf Sie eigentlich abheben, nämlich: Wir haben natürlich in Deutschland mittlerweile eine zum Teil Vorbild von ähnlichen Plattformen in den USA orientierte Szene von sogenannten alternativen Medien, wie wir sie in so Studien, die zu dem Thema gemacht werden, normalerweise nennen. Also so gesichert rechtsextrem *Compact*, aber auch so was wie *Tichys Einblick* und ganz schlimm *Epoch Times* mit einer extrem hohen Reichweite, die immerzu rechtsextreme, rechtspopulistisch verschwörungsideologische Narrative verbreiten und so weiter. Also es gibt eine riesige Szene von solchen für sich genommen immer relativ kleinen, zum Teil nur von einzelnen Personen betriebenen Medienplattformen, die Desinformation betreiben. Die am üppigsten finanzierte im Augenblick heißt lustigerweise *Nius*, aber N-i-u-s und wird finanziert von dem CDU-Mitglied Frank Gotthard. Da kommen wir jetzt wieder zu der Verzahnung mit der politischen Szene, ja, mit – äh – dem ehemaligen *Bild*-Chefredakteur Julian Reichelt. Ist auch eine Plattform, die immer wieder Desinformation verbreitet. Glasklar nachweisbar falsche Behauptungen wie: „Die Bilder von den Demonstrationen gegen die AfD nach der *Correctiv*-Recherche wurden manipuliert, um so, es so aussehen zu lassen, als ob da mehr Leute gewesen wären, als sie wirklich waren“, ja, so ein bisschen wie Donald Trump light, wenn man so will, ne? Wir, wir kennen das von der Inaugurationsfeier, so, mit den Behauptungen über wie viele Menschen da waren, ja, also wir haben eine ganz breite, mittlerweile Szene von solchen zum Teil spendenfinanzierten, zum Teil aus extrem unklaren Kanälen finanzierten und zum Teil von wohlhabenden Menschen finanzierten Desinformationsplattformen in Deutschland, die immer zu entsprechenden Content produzieren und den maßgeblich über die sozialen Medien verbreiten. Das ist immer noch Nische, muss man sagen, ne? Also die meisten Leute in Deutschland informieren sich nicht bei irgendwelchen Desinformationsplattformen. Aber es gibt natürlich einen Teil der Bevölkerung, der mittlerweile sich auf solchen Kanälen informiert. Oder desinformiert, muss man sagen. Es gibt auch noch einen anderen Teil, oder der überlappt sich natürlich, der

Gesellschaft, der mittlerweile so – äh – traditionelle Medienkanäle und vielleicht auch soziale Medien gar nicht mehr so sehr benutzt, alte soziale Medien wie *Facebook* oder *Twitter* oder *X*, *Instagram* und so weiter, sondern eher in irgendwelchen *Telegram*-Kanälen unterwegs ist, also dem Messenger-Dienst, der von dem Russen Pavel Durov betrieben wird, in dem es absolut keinerlei Kontrolle gibt und wo es auch keine Rechtsdurchsetzung gibt, ja, also wenn man – wir haben das mal probiert, wissenschaftliche Mitarbeiter von mir – wir haben Kanäle gemeldet, die ein Hakenkreuz als Kanal-Logo haben auf *Telegram*. Da passiert gar nichts. Ne, das ist in Deutschland natürlich illegal, aber es gibt offensichtlich keinerlei rechtliche Zugriffsmöglichkeit. Und auf *Telegram* gibt es Kanäle mit zum Teil hundert-, hundertfünfzigtausend Followern. Einer betrieben zum Beispiel von Eva Hermann, der ehemaligen Nachrichtensprecherin, die auch ununterbrochen Desinformation verbreiten, Verschwörungstheorien verbreiten und dazwischen immer Werbung einstreuen für die Zeit nach dem Weltuntergang, so – äh – Prepperausrüstung. Das ist oft das Geschäftsmodell: entweder Spenden oder eben das Verkaufen von irgendwelchen Dingen, die die Menschen dann angeblich brauchen, wenn wirklich alles so schlimm kommt, wie sie gerade behaupten. Bis hin zu: Wir haben hier ein Siedlungsprojekt auf einer kanadischen Insel, da könnt ihr dann euch vor dem Weltuntergang retten. Wir haben eine kommerziell und eine politisch motivierte Desinformationsszene in Deutschland, die sich strukturell zum Teil anlehnt, an die – diese Desinformationsszene, die in den USA schon deutlich älter ist und bei der es zum Teil auch mehr oder weniger, inhaltlich sowieso, aber zum Teil auch finanziell möglicherweise Verbindungen nach Russland gibt.“

**[p gg]:** „Die erste Variante ist ja doch aus journalistischer Sicht interessant, weil da zumindest so was wie Journalismus imitiert wird.“

**[Stöcker]:** „Hmh, genau.“

**[p gg]:** „Also da haben wir irgendwie ein Medium, das versucht als alternatives Medium, aber trotzdem wie ein journalistisches Medium rüberzukommen.“

**[Stöcker]:** "Richtig."

**[p gg]:** "Bei so Plattformen, die von vornherein, ich sage mal als Gegenplattformen auftreten, wird ja der Journalismus als Journalismus gar nicht imitiert, sondern eigentlich..."

**[Stöcker]:** "Diffamiert."

**[pgg]:** „Diffamiert oder beiseitegeschoben oder als die anderen exkludiert oder sowas in der Art. Sind das unterschiedliche Zielgruppen auch oder gibt's Leute, die beides konsumieren? Also ich stell mir jetzt mal gerade vor, was weiß ich, dieses *Tichy*-Medium oder so: Die Leute denken vielleicht wirklich, das ist die bessere Zeitung oder das bessere Nachrichtenmedium. Hingegen bei so einem *Telegram*-Kanal wird man es ja wahrscheinlich nicht denken, sondern wird sagen: Okay, ich will überhaupt gar kein Medium mehr, ich will gar keinen Journalismus, ich gehe hier irgendwo, ich – weiß ich nicht, an die Basis oder zu den Leuten direkt.“

**[Stöcker]:** „Ja. Ne, ich glaube, die Überlappung der Zielgruppen dieser zwei unterschiedlichen, von Ihnen zurecht unterschiedenen Formen ist relativ hoch. Also unsere Kollegen zum Beispiel von *CeMAS*, vom – äh – *Zentrum für Monitoring Analyse*, die haben so ein ganz fantastisches Dashboard, mit dem man so in die größten *Telegram* – äh – Desinformationsgruppen reingucken kann und die nach Themen durchsuchen und so weiter. Das ist extrem nützlich. Und was man da halt sieht, ist: All diese Kanäle, die müssen ja immerzu – die müssen wahnsinnig viel Content raushauen, ja? Die produzieren unter Umständen dutzende Posts an einem einzigen Tag, um das Publikum bei Laune zu halten, so. Und wenn's passt, sind da immer wieder auch Links zu irgendwelchen Artikeln in sogenannten *Mainstream*-Medien dabei. Ja? Also auf der einen Seite schreit man immer Lügenpresse und auf der anderen Seite: Wenn's einem aber ins Narrativ passt, ja, weiß ich nicht, irgendeine Gewalttat durch einen Menschen mit Migrationshintergrund, whatever. Ja? Also, ne, oder irgendeine Geschichte, in der irgendeine Partei schlecht wegkommt, dann übernimmt man das gerne als Faktum. Also, es gibt da keinerlei Berührungsängste, weil, es geht ja eigentlich immer nur darum, möglichst viel Content ranzuschaffen. Aber dieses Journalismus-Mimikry, äh, dass Sie beschrieben haben, ist natürlich wirklich sehr verbreitet und es ist ja nicht umsonst so. Also wie gesagt, ich habe gesagt: *Nius*, Julian Reichelt, da hat man sich den ehemaligen *Bild*-Chef geholt. *Tichys Einblick* ist der ehemalige Chef des *Handelsblatts*, ja, oder Eva Hermann ist 'ne ehemalige Nachrichtensprecherin. Viele von diesen Plattformen werden eben auch betrieben oder zumindest promotet von Leuten, die irgendwie sozusagen so einen – so 'ne Art journalistischen Anstrich ermöglichen. Also ich glaube, ein, ein in Deutschland aus meiner Sicht immer noch unterschätztes und kaum bekanntes Faktum ist: Wann ist der Begriff Lügenpresse zurückgekommen auf die deutschen Straßen? Ich frage das immer bei Veranstaltungen. Die meisten Leute, wenn man sie fragt: Wann ist Lügenpresse wieder aufgetaucht in Deutschland? Es ist ein Wort, das bei den Nazis natürlich sehr populär war, ne, und vorher auch schon mal im Ersten Weltkrieg sehr populär war. Aber wann ist es in Deutschland wieder aufgetaucht?

Nicht etwa im Zusammenhang mit *Pegida*. Da wurde es dann auch skandiert bei *Pegida* Demonstrationen, sondern acht Monate vorher, als Russland auf der Krim einmarschiert ist und die – Putins grüne Männchen im Donbass einmarschiert sind und damals noch behauptet wurde, das seien ukrainische Separatisten und nicht russische Soldaten. In diesem Moment begannen in Deutschland die sogenannten „Montagsmahnwachen“, die „Friedensmahnwachen“, in denen damals schon der NATO die Schuld gegeben wurde am Einmarsch auf der Krim – was ja, also, erkennbar widersinnig ist, und da ging es los, dass die Leute auf der Straße gestanden haben und „Lügenpresse, Lügenpresse“ skandiert haben. Also, das Narrativ „Deutschlands Medien lügen euch an“ ist ein russisches Propagandanarrativ. Das ist glasklar. Ich habe damals noch beim *Spiegel* gearbeitet. Wir hatten einen *Spiegel*-Titel über – mit der Titelzeile: „STOPPT PUTIN JETZT!“ – über den Abschuss von MH17. Und da war eine Demonstration mit 25, 30 Verschwörungsideologen bei uns vor dem Redaktionsgebäude an der Ericusspitze in Hamburg, und da haben die in ein Meter großen Buchstaben „Lügenpresse“ aufs Pflaster geschrieben mit, mit Kreide und mit einem – mit einer SS-Rune als das Doppel-S in „Presse“. Das war im August 2014, das war bevor *Pegida* überhaupt losging. Also: Es muss einem klar sein, dass die Leute, die ein Interesse oder die Organisationen, die ein Interesse am Erstarken dieser Desinformationslandschaft in Deutschland haben, maßgeblich auch zum Beispiel der russische Geheimdienst sind. Ja? Das ist absolut klar, da waren wir in Deutschland lange sehr naiv. Mittlerweile, jetzt, nach dem, was gerade alles rauskommt, wird die Öffentlichkeit langsam wach, so, aber das ist halt jetzt auch schon ziemlich viele Jahre her, dass es – dass es losging und man hat sich die ganze Zeit immer noch ein bisschen in Sicherheit gewiegt. Und gleichzeitig ist es so, dass es natürlich viele von diesen Plattformen gibt, die mit Russland wahrscheinlich gar nichts zu tun haben, sondern aus ganz anderen politischen oder kommerziellen Erwägungen entsprechende Desinformation verbreiten. Oder einfach nur fröhlich billigen Content, den die russischen Desinformationsfabriken liefern, – äh –an ihr Publikum durchreichen. So, aber über KI haben wir jetzt noch gar nicht gesprochen in dem Fall.“ [lacht]

**[mg]:** [lacht] „Ja, das ist jetzt ja noch mal ein Riesenthema für sich. Da schließt sich ja schon ein Stück weit an die Frage: Was passiert mit solchen Meldungen? Man könnte jetzt ja so ein bisschen den Eindruck haben: Ja, es gibt eben solche Plattformen, Kanäle und da sind Leute, die sind für seriöse Medien nicht mehr empfänglich, und das ist dann erst mal irgendwie deren Problem, dass sie halt desinformiert sind. Und es entstehen dann vielleicht im nächsten Schritt auch gesellschaftliche Probleme oder Gefahren, durch diese Desinformiertheit Einzelner, aber der öffentliche Diskurs jenseits dieser Kanäle ist erst mal nicht direkt betroffen. Aber das stimmt ja nicht,

oder? Es wird doch auch beeinflusst, was als Nachricht gilt, was als Faktenlage wahrgenommen wird, durch das Vorhandensein dieser Desinformation, wird die zum Beispiel weiterverbreitet, vielleicht auch automatisiert?“

**[Stöcker]:** „Ganz wichtig ist in der Kommunikationswissenschaft mittlerweile sozusagen ein – ein Standardtopos: Die die alten Gatekeeper, die Torwächter, diejenigen, die entscheiden konnten, was das Publikum zu sehen bekommt, sind entmachtet. Und zwar jetzt nicht erst seit gestern schon, sondern schon seit 15, 20 Jahren. Also, wir haben eben neue Verteiler von Aufmerksamkeit, das sind vor allem Suchmaschinen und soziale Medien und so was wie Videoplattformen, also soziale Medien im weiteren Sinne, und die operieren nach komplett anderen Regeln als der Journalismus. Also im Journalismus gibt es oder in der – aus der Publizistik-, Journalistik-Forschung gibt es eben die klassischen sogenannten Nachrichtenfaktoren. Da gibt es wahnsinnig viele verschiedene Listen, was die Kriterien sind, nach denen entschieden wird, was wichtig ist. Die Bedeutung eines Ereignisses, die Reichweite eines Ereignisses, die Prominenz der beteiligten Personen, äh, die psychologische Nähe, die räumliche Nähe, ja? Also eine Überschwemmung im Ahrtal interessiert uns eben mehr als eine Überschwemmung in Bangladesch. Ein Zug, der in Bad Aibling entgleist, interessiert dieses deutsche Publikum mehr als ein Zug, der in Indien entgleist. Wenn aber in dem Zug in Indien Til Schweiger drinsitzt, dann ist das natürlich bei uns auch eine Topnachricht und so weiter. Also, es gibt – diese verschiedenen Faktoren werden irgendwie miteinander verrechnet und da auf dieser Basis wird entschieden: Was kommt auf die Titelseite, was kommt an die Eins in der Tagesschau und so. Diese Art und Weise, wie diese Kriterien verrechnet werden, unterscheidet sich zum Teil dramatisch von Redaktion zu Redaktion. Ist ja klar, ne? Also die Gewichtung der Nachrichtenfaktoren bei der *Bild* ist anders als bei der FAZ und wahrscheinlich auch nochmal anders als bei der *Tagesschau*. So. Aber das irgendwie ist der Kanon, nach dem in der klassischen, Gatekeeper-dominierten Medienlandschaft entschieden wurde, was ist wichtig. In der Welt der sozialen Medien und der Suchmaschinen gelten komplett andere Regeln für Relevanz. Suchmaschinen funktionieren, das wissen wir alle, deswegen benutzen wir sie dauernd, oft ziemlich gut. Ja, also man findet schon ziemlich oft wirklich, was man tatsächlich sucht. Es gibt aber Bereiche, in denen funktionieren sie katastrophal schlecht. Also wenn man vor zwei Jahren eingetippt hat bei *Google*, oder vor drei Jahren: „Impfungen sind“, dann war der erste Autocomplete-Vorschlag, googeln Sie doch bitte Folgendes: „Impfungen sind Gift.“ Und wenn man das dann googelt, „Impfungen sind Gift“, dann sind unter den ersten sechs Treffern vier Impfgegner-Sites voller Desinformation. Es gab auch eine Zeit lang, *Google* hatte ein riesiges Problem mit – mit Holocaustleugnung. Also, wenn man: ist der Holoc...

eingetippt hat, kamen als Autocomplete-Vorschlag: „Ist der Holocaust eine Lüge?“ Und dann hat man eine Trefferseite voller Holocaustleugner-Sites bekommen und das ist in Deutschland eine Straftat. Also, das ist wirklich natürlich dann auch kein geringes Problem und das hat wahnsinnig lang gedauert. Da hat man gesehen bei, oder ich war damals selber involviert, ich habe immer wieder Mails geschrieben an den Pressesprecher von *Google Europa* und immer wieder darauf hingewiesen: Diese, die Holocaustleugner Sites sind immer noch da und immer mal Links geschickt und so. Man sieht das, wenn so eine Maschine erst mal läuft, das ist ja eine lernende Maschine, so eine Suchmaschine, und die lernt eben aus solchen Signalen wie: Auf welchen Link klicken die Leute und wie lange bleiben sie dann weg? Wenn sie lange wegbleiben, haben sie offensichtlich was Interessantes gefunden. Ist also ein guter Link. Das ist aber, wenn man Holocaustleugner als Publikum hat und die dann Holocaustleugner-Sites finden, dann finden die auf diesen Holocaustleugner-Sites wahnsinnig interessante Sachen und bleiben lange weg und dann lernt die Maschine: aha, Top Content, ja, kommt nach oben. Das ist was komplett anderes als Nachrichtenfaktoren. Bei *Facebook* ist das Optimierungsziel Engagement, also Shares, Likes und andere Emoji-Reaktionen und Kommentare, nicht Klicks. Also wie viel Interaktion generiert ein beliebiges Stück Content? Und jetzt wissen wir aus der Psychologie und der Kommunikationswissenschaft, dass eben besonders – zum Teil Ehrfurcht, aber eben auch Wut und aufregungserregender Inhalt – besonders interaktionsstark ist. Also was die Leute auf die Palme bringt, sorgt für Interaktion. Und das lernt der Algorithmus, dass das nach oben muss. Das – jeder, der mal länger als zehn Minuten bei *Facebook* war, kann aus eigener Anschauung sagen, dass das so ist, so ein *Facebook*-Newsfeed. Der Aufreger-Content ist ganz oben. Deswegen ist Donald Trump so ein hervorragender Social-Media-Präsident gewesen. Weil der ist sozusagen eine permanente 24-Stunden-Outrage-Erzeugungsmaschine. Der erzeugt ideale Inhalte für eine Plattform, bei der Outrage-Optimierung auch Reichweitenoptimierung ist. Bei *Twitter*, *X*, ist es so ähnlich. Bei *Instagram* liegen die Dinge etwas anders, weil, das ist eben eine primär bildbasierte Plattform und da funktionieren auch die Mechanismen nicht genauso. Da gibt es keine Shares so im Sinne von – von *Facebook* oder *Twitter* oder so. *Instagram* ist deshalb auch immer noch etwas weniger finster als viele andere sozialen Medienplattformen, aber es gibt auch sehr, sehr dunkle Ecken auf *Instagram*, da muss man nur halt sozusagen etwas aktiver hinfinden. Und bei *TikTok*, dem bei den unter 24-jährigen mittlerweile mit Abstand beliebtesten sozialen Medium, ist es so, dass die algorithmische Kuratierung noch mal nach einem anderen System funktioniert. Da gibt es so eine – so ein Schwellenmodell, also, jedes Video sehen erst mal zehn andere Accounts und wenn von denen genügend irgendwie noch mal gucken oder interagieren, dann sehen es 100 und dann 1000. Also man kann relativ schnell sozusagen auch mit einem ersten

Video einen viralen Inhalt erschaffen, wenn man es schafft, immer wieder diese Schwellen zu überspringen. Aber auch da wird natürlich im Endeffekt für irgendwie Engagement und Sehdauer und solche Dinge optimiert. Bei *YouTube* ist es auch Watchtime und zwar nicht nur Watchtime für das aktuelle Video, sondern auch für die Videos, die danach kommen. All diese Optimierungsziele – und das sehen wir ja mittlerweile sehr deutlich – führen immer dazu, dass bestimmte Teile des Publikums mindestens immer krassere und extremere Inhalte zu sehen bekommen, aber halt nicht immer bessere und immer wahrere, ne? Weil, das sind eben nicht die Optimierungsziele dieser Plattform. So. Das heißt, wenn ich jetzt ein Interesse daran habe, Desinformation zu verbreiten oder bestimmte Narrative zu verbreiten, dann habe ich auf solchen Plattformen ein ideales Ökosystem, weil ich kann meinen Inhalt, weil ich bin ja nicht an so lästige Einschränkungen wie die Realität gebunden, outrage-optimieren. Ne? Ich kann mir Inhalt basteln, der möglichst viele Knöpfe drückt, die das Publikum auf die Palme bringen. Und genau das ist das, was passiert und das sehen wir auch in Studien, ist immer so die bekannteste, ist in *Science* erschienen, 2018, Vosoughi et al., die sagt: In allen Informationskategorien verbreitet sich Desinformation schneller, breiter und tiefer als die Fakten, ne, auf Basis von einer sehr großen Datenmenge. Also Desinformation skaliert im sozialen Netz besser als faktisch korrekte Information. Und es wird auch nie sozusagen von Debunking, also von der nachträglichen Aufklärung, irgendwie eingeholt werden, weil das Debunk im Zweifelsfall nie die gleiche Reichweite erreicht, wie die Desinformation.“

**[mg]:** „Jetzt sagten Sie, man kann sich Inhalte basteln und eben hatten Sie auch von generativer Software oder KI gesprochen. Es ist ja jetzt unfassbar einfach geworden, sich Bild oder auch Ton und Videomaterial zu basteln. Sehen Sie da einen quantitativen Zuwachs? Kann man das nachweisen in der letzten Zeit? Gibt es da Zahlen zu?“

**[Stöcker]:** „Also tatsächlich ist es so: Wir haben jetzt ja gerade einen aktuellen Beispielfall wieder erlebt, ähm, also, so ein einzelnes Ereignis, wo wahnsinnig viel Desinformation im Umlauf war. Die gibt es natürlich im Moment ständig, aber ich habe jetzt ein konkretes im Kopf, nämlich: Der Angriff des Iran und anderer auf Israel, ne, als Reaktion auf den israelischen Angriff – äh – mit Drohnen und Raketen und so weiter, bei dem sehr viel Material abgeschossen wurde, aber nicht so viel getroffen. Als dieser Angriff losging, das war in der Nacht – äh – in westlichen Industrienationen, flutete eine riesige Menge von Desinformationen durchs Netz, insbesondere bei X, aber auch auf anderen Plattformen. Und da muss man sagen, ein großer Teil davon war jetzt nicht KI-generiert, sondern es ist im Moment immer noch einfacher und billiger, noch was anderes zu machen, nämlich ein Video zu nehmen, was zum

Beispiel einfach aus einem Computerspiel stammt. Das hat man da ganz oft gesehen. Also Videos mit vielen Millionen Abrufen, die einfach Szenen aus Computerspielen sind, wo man irgendwie Sachen sieht, die in den Himmel fliegen oder so – äh – und dann steht da so, hier bricht gerade der dritte Weltkrieg aus, aber in Wirklichkeit ist eine Szene aus dem Computerspiel oder es ist eine Szene aus – die hier aus dem Zusammenhang gerissen ist und irgendwo ganz anders stattgefunden hat oder Jahre alt ist oder so, sogenannte Shadow Fakes. Also ich nehme einen Inhalt, setze ihn in einen anderen Kontext und behaupte: Das ist jetzt das, was gerade passiert. Sind im Moment tatsächlich, also wenn man so jetzt – das ist jetzt keine repräsentative Studie, aber wenn man so guckt, was im Moment im Umlauf es ist, ist das eher immer noch häufiger als KI-basierte Fakes, weil das halt noch einfacher ist. Es ist ja schon da und das Publikum ist auch sehr leicht zu täuschen mit solchen Dingen. Ähm. Das ändert aber nichts daran, dass es KI-basierte Desinformation gibt und es gibt auch also ganz konkrete Beispiele. Im Wahlkampf für das Bürgermeisteramt in Chicago letztes Jahr wurde eine gefälschte Sprachnachricht in Umlauf gebracht, wo man angeblich einen der Kandidaten hört, der irgendwie darüber redet, dass die Polizei ja früher so viele Leute erschießen durfte und das hat keinen gestört. Das war aber halt ein – also Stimmen kann man ja sehr gut fälschen mittlerweile mit so KI-Systemen, war eben eine Fälschung. Natürlich gibt es auch amerikanische Wahlkampfinhalte schon die irgendwie mit KI-generierten Bildern arbeiten, die das zum Teil offen sagen und zum Teil nicht ganz so offen. Aber die riesige Flut haben wir noch nicht gesehen. Ich glaube aber fest, dass wir – also erst mal wird das Volumen zunehmen, einfach weil die Grenzkosten sinken, ja? Es ist halt einfach unfassbar billig, auf die Art und Weise was zu erzeugen. Und zweitens werden wir immer wieder Situationen haben, wo sozusagen an einer Stelle, wo es gerade zeitkritisch ist, dann irgendwas mit KI gut Gemachtes in Umlauf gebracht wird, das vielleicht im – in einem entscheidenden Moment noch was – bewegen kann. Wir haben das schon gesehen mit Börsenkursen, also irgendwie KI-generierte Bilder von hier angeblich Bombenanschlag aufs Pentagon bei X verbreitet, irgendwann auch unter Mithilfe von *Russia Today*, ja, da macht – bedankt sich Wladimir Putin dann höflich, dass jemand anderes auch ein bisschen mitmacht beim Desinformationspiel. Und in dem Moment, in dem diese Bilder in Umlauf gebracht werden, machen die zwei größten amerikanischen Börsenindizes einen substanziellen Knick nach unten. Ne? Das heißt, wenn man vorher weiß, wann das passiert, dann kann man damit richtig Geld verdienen. Also solche Dinge sind schon passiert und die werden in Zukunft öfter passieren, aber sie sind immer noch bei Weitem – also KI-generierte Desinformation, also würde ich sagen, nicht die Mehrheit dessen, was wir im Moment sehen, aber sie wird das – die Attraktivität, solche Dinge zu versuchen, auf jeden Fall steigern.“

**[pgg]:** „Also – ganz normaler Trash ohne KI reicht auch schon aus, könnte man ja wahrscheinlich umgekehrt sagen?“

**[Stöcker]:** „So ist es, genau.“

**[pgg]:** „Ich frag jetzt mal den Mann, der auch Journalistinnen und Journalisten ausbildet. In einer Welt, die so tickt, ist ja die Frage, wie jetzt eigentlich das Berufsprofil von seriösen Journalist:innen aussehen kann. Klar, keine Desinformation. Klar, vielleicht auch: ein verstärktes Unterscheidbarmachen, wie man gearbeitet hat. Transparenter rüberkommen, auch das vermeintlich Selbstverständliche ganz klar machen. Den Unterschied deutlich machen. Wie sieht es denn aus mit dem Engagement in diesen verschiedenen, quasi schon durch die algorithmischen Randbedingungen schräg angelegten Öffentlichkeiten, Suböffentlichkeiten? Also in einem System, wo man gewissermaßen gegen den Algorithmus spielt und der Algorithmus hat eben andere Präferenzen, das haben wir eben erläutert – ist das möglich, guten Journalismus bei *Instagram* oder bei *Telegram* vielleicht sogar zu machen? Oder sollte man dann lieber sagen, Leute, der Kanal ist per se schräg und wird immer falsche Präferenzen nach vorne schieben? Da kann man höchstens noch ironisch oder künstlerisch damit umgehen, aber nicht mehr journalistisch.“

**[Stöcker]:** „Also – die einfache Antwort ist: Wir können nicht sagen, Teile der Orte, an denen Öffentlichkeit stattfindet, müssen halt ohne Journalismus auskommen. Ich glaube, das wäre der falsche Weg. Das heißt aber nicht, dass man nicht im Einzelfall schon entscheiden muss. Also ich würde zum Beispiel sagen X, die Plattform, die früher *Twitter* hieß, ähm, und von Elon Musk gerade gezielt und mit voller Absicht umgebaut wird in eine, besonders für Rechtsextreme attraktive, Desinformationsschleuder schlimmster Sorte – irgendwann muss man den Punkt vielleicht finden und sagen: Es wäre besser, wenn wir hier nicht mehr wären, weil, wir machen sozusagen eine Plattform, die – äh – eindeutig mit sinistrier Absicht betrieben wird, immer attraktiv mit unseren Inhalten. Aber ich würde sagen, das ist eine Einzelfallentscheidung. Man kann sich auch anders entscheiden. Bei X vor allem das Problem aus meiner Sicht ist, dass auf dieser Plattform halt die deutsche politische Sphäre immer noch miteinander spricht. Und das halte ich für ein absolutes Unding. Also, dass gewählte Volksvertreterinnen und -vertreter auf einer Plattform, wo sich Elon Musk mit Björn Höcke unterhält, Content produzieren, das sollte nicht so sein. Und dann, wenn die Politik weg wäre, das muss man auch sagen, es ist ja nicht mal – das System Journalismus existiert ja nicht im luftleeren Raum. Wenn die Politik weg wäre, dann wären die Journalistinnen und Journalisten auch weg, weil, die sind ja nur da, weil die Politik da ist und umgekehrt, ne? Aber bei *TikTok* zum Beispiel ist es eben

so, also das sehen wir im Moment, das betrifft eigentlich nicht nur den Journalismus, sondern auch die Parteien, also die AfD ist halt die Partei, die irgendwie mehr Social-Media-Kräfte beschäftigt als jede andere deutsche Partei, und zwar um Größenordnungen mehr. Und die entsprechend auch auf allen Social-Media-Plattformen eine viel größere Reichweite hat als alle anderen Parteien. Und bei *TikTok* eben zum Beispiel dann völlig konkurrenzlos einfach direkt in die Köpfe von jungen Leuten reinsenden kann, die gar keine andere Informationsquelle haben. Also, es wäre glaube ich fatal für die Entwicklung der Gesellschaft, wenn man sagen würde ja, dass – an diesen Orten könnt ihr euch bitte alleine tummeln. Also, solange diese Orte besucht und benutzt werden von nicht unwesentlichen Teilen der Bevölkerung, muss man sagen: auch dort muss faktisch korrekte Information irgendwie vertreten sein. Und wenn man dazu dann, was die Form angeht nach den Regeln der Plattform spielen muss bis zu einem gewissen Grad, dann ist das halt der Trade-off, den man machen muss. Also, es gab im Journalismus schon immer formale Zwänge, an die man sich halt halten musste. Die haben sich über die Jahre eben verändert. Also, früher war es halt so, dass – eine Nachricht darf nicht länger als 30 Zeilen sein, weil, so viel Platz ist halt auf dem – auf der Seite an der Stelle. Das Problem hat man im Internet nicht mehr, wenn die Nachricht jetzt 32 Zeilen lang ist, ist auch kein Problem. Aber jetzt gibt es halt andere formale Zwänge, die man irgendwie berücksichtigen sollte, wenn man ein Publikum erreichen will. Aber sich einfach zu drücken und zu sagen, wir wollen – wir finden da jetzt gar nicht mehr statt, finde ich falsch. Das ist aber etwas, was wir tatsächlich in unserem Studiengang jedes Mal wieder jedes Jahr diskutieren. Also wir bringen unseren Studierenden Suchmaschinenoptimierung bei und ihnen bringen gleichzeitig bei, was das Problem an Suchmaschinen ist. Und dann fragen die immer irgendwann, was ich sehr schön finde, weil man ja sieht, dass da ein Denkprozess sichtbar wird: Wenn das alles so schlimm ist, warum machen wir das eigentlich? Und dann kommt man eben in diesen fruchtbaren Graubereich, in dem man sagt: Ja, also die Frage ist eben, was ist unser Ziel? Und wenn unser Ziel ist, Leute zu informieren, dann müssen wir die halt auch da informieren, wo sie sind und nicht sagen, wir produzieren jetzt Inhalte für eine ideale Welt, äh, und warten, bis das Publikum dann zu uns kommt. So funktioniert das einfach nicht mehr. Dem muss man sich einfach stellen. Und das ist ein Zwiespalt, der, der wird immer weiter bestehen bleiben. Aber man kann natürlich schon sagen, es gibt halt sehr große Unterschiede zwischen der Produktion von Journalismus und der Produktion von Unterhaltung oder Desinformation. Und den Leuten diese Unterschiede beizubringen, das ist eigentlich mein oberstes Ziel. Also ich, ich sage mal ein konkretes Beispiel, das ist auch lustig, weil es nicht KI, aber Desinformation: Als in Hamburg der G20-Gipfel war vor ein paar Jahren, manche haben vielleicht noch Bilder im Kopf von Pflastersteinen, die in der Schanze fliegen, während irgendwie Olaf

Scholz mit den Gästen in der Elbphilharmonie sich ein Konzert anhört und Wasserwerfer, die durch die Straßen fahren und äh – und so weiter. War ziemliches Chaos in der Stadt. Und dann kursierte über *WhatsApp* eine Sprachnachricht, in der offensichtlich eine Polizistin irgendwie ihrem Mann oder Freund sagt: „Ja, ich komme jetzt gleich heim. Ich hol noch schnell die Kleine aus der Kita ab. Es war total schrecklich heute irgendwie. Ein Kollege von uns ist erblindet, weil er was ins Gesicht gekriegt hat und es gab einen Angriff auf die Notaufnahme des Klinikums Sankt Georg. Und äh – ist alles ganz übel.“ Das wurde auf *WhatsApp* fleißig herumgereicht, als Beleg dafür, wie schlimm das alles ist in Hamburg, bei G20. Und dann haben Hamburger Zeitungen, die ich jetzt nicht namentlich nenne, diese Sprachnachricht als faktische Nachricht aufgegriffen und berichtet. Es gab einen Angriff auf die Notaufnahme des Klinikums Sankt Georg. Wir bei *Fink. Hamburg*, dem Medium, das aus meinem Studiengang heraus produziert wird, haben das gemacht, was man als Journalistin oder Journalist macht in dieser Situation. Wir haben nämlich im Klinikum Sankt Georg angerufen und gefragt: Gab es einen Angriff auf die Notaufnahme und dann haben die gesagt: Nee. Also das war eine sehr frühe, sozusagen Sprachnachrichts-Desinformation. Das ist ein total unterschätztes Gebiet, ja? So was gibt es durchaus öfter als man denkt. Und da kann man dann eben den Unterschied zwischen Journalismus und dem Weiterreichen von Unsinn relativ leicht lernen. Und das war eine bessere Lernerfahrung für die Studierenden als alles, was ich mir hätte irgendwie ausdenken können, ne? Ist ja klar. Ich glaube nicht, dass der Bedarf nach vertrauenswürdiger Information, bei der erklärt werden kann, wie man zu diesen Informationen gelangt ist und warum man die so abbildet, wie man das tut, die – ich glaube, die Nachfrage sinkt nicht in Wirklichkeit nach so was. Die Leute möchten ja nicht angelogen werden. Es gibt Leute, die möchten angelogen werden, aber die glauben ja nicht mehr, dass sie angelogen werden, sondern die sind ja überzeugt, dass alle anderen lügen. Die wird man mit faktischem Journalismus kaum noch erreichen. Das muss man leider sagen. Das muss – da muss man eher fast mit so therapeutischen Methoden rangehen. Aber das ist eben eine Minderheit. Und die ganze Mehrheit hat ein Recht auf Journalismus, der nach den Regeln des Handwerks gemacht wird. Immer noch. Mehr denn je.“

**[mg]:** „Sie haben ja Schwierigkeiten beschrieben, das vielleicht auch im journalistischen Alltag immer umzusetzen. Wer beschäftigt sich denn damit, die Folgen von Desinformation einzuhegen oder auch den seriösen Journalismus zu stärken? Sind das Probleme, die die Journalist:innen allein lösen müssen? Oder gibt es da auch gemeinschaftliche Anstrengungen zu?“

**[Stöcker]:** „Ne, also, da gibt es eine ganze Menge gemeinschaftlicher Anstrengungen, weil, also, sowohl die Medienlandschaft als auch natürlich die Wissenschaft sowieso, aber auch andere zivilgesellschaftliche Akteure – ähm – sehen dieses Problem natürlich schon seit längerer Zeit, ne? Und der Begriff Desinformation ist, glaube ich, im Moment in der politischen Diskussion langsam sozusagen so präsent, wie er es aus meiner Sicht vor acht Jahren schon hätte sein müssen. Als ich an die Hochschule gewechselt bin, im Jahr 2016, das erste Projekt, das ich dort gemacht habe, hieß *Klickwinkel*, mit der *Vodafone Stiftung* zusammen, ein Wettbewerb, bei dem Schülerinnen und Schüler im Unterricht, in Projektwochen oder so journalistische Videos produziert haben zu irgendwelchen lokalen Themen mit einem riesigen Berg – das war eigentlich das, was wir damit erreichen wollten – einem riesigen Berg an Unterrichtsmaterial, den wir dazu produziert haben, für – 80 Seiten – für Lehrkräfte und 50 Seiten für Schülerinnen und Schüler. PDF's, die man – gibt es immer noch, kann man sich runterladen, kosten nichts, in denen erklärt wird: Was ist Journalismus? Wie geht Recherche? Was unterscheidet Journalismus von Gerücht? Wie funktioniert eine algorithmische Sortierung? Warum spült die Dinge nach oben, die vielleicht nicht wahr sind und so weiter? Also all diese ganzen allgemeinen Bildungsthemen, die eigentlich jeder draufhaben sollte, mit dem Ziel, das sozusagen als trojanisches Pferd in den Unterricht zu bringen. Und es gibt eine Vielzahl von ähnlichen Initiativen in Deutschland. Es gibt *Journalismus macht Schule*, es gibt die *Reporterfabrik* und mittlerweile gibt es, und auch daran sind wir jetzt in relativ großem Stil beteiligt, das Projekt *Use the News*, an dem fast alle deutschen Medienhäuser, und zwar öffentlich-rechtlich wie privat, beteiligt sind. Und die *dpa* managt das die – ähm – die ja eine Genossenschaft ist, der alle deutschen Medienhäuser angehören, deswegen da als Dachorganisation ganz gut geeignet ist. Wir machen als HRW Hamburg damit sozusagen als Verzahnung von – von Wissenschaft und Praxis und das Leibniz Institut für Medienforschung in Hamburg, das Hans Bredow Institut, macht regelmäßig Studien: Wie benutzen junge Leute Medien? Wie erreicht man die sogenannten GIO's, die gering Informationsorientierten, denn die gibt es. Es gibt halt Leute, die sind zwar sehr viel im Internet, interessieren sich aber eigentlich für fast nichts. Nicht mal für – Pop News oder so, sondern eigentlich nur für reines Entertainment. Das ist natürlich die am schwierigsten zu erreichende Zielgruppe. Und dieses Projekt *Use the News* hat auch eine Säule mit – die *ONE* heißt, *Open News Education*. Wie kriegen wir diese Inhalte in den Unterricht? Das wiederum muss man allerdings sagen, ist in Deutschland höllisch schwer. Ein föderales Bildungssystem ist nicht ideal, um schnell auf so schnell sich entwickelnde Herausforderungen zu reagieren. Das ist leider so, das ist das eine Problem. Das andere Problem ist: Es sind halt nicht nur die Schülerinnen und Schüler, die ein Problem sind, sondern die Leute in den *Telegram*-Gruppen, von denen wir

vorhin gesprochen haben, die sind eher so über 50. Also wir haben auch ein ganz massives Problem mit Desinformation in Gruppen, die nicht Digital Natives sind. Aber es gibt jede Menge – mittlerweile würde ich sagen Bewusstsein für die Problemlage und auch jede Menge Aktivitäten, um sich dem entgegenzustellen. All diese Leute reden ganz viel miteinander. Es gibt immer wieder Veranstaltungen. Aber es ist auch so, dass man bei diesen Treffen sich immer wieder gegenseitig erzählt, dass es schon immer noch verdammt schwierig ist.“

**[pgg]:** „Ist der Beruf Journalistin, Journalist attraktiv, wenn er das alles umfasst? Diese Schlachten um digitale Teilbereiche und immer neue Algorithmik, und auch den Kampf mit der Desinformationswelle und dem Desinteresse, das haben Sie ja auch geschrieben, also nur noch Unterhaltung?“

**[Stöcker]:** „Also ich erlebe, dass – ich meine, ich habe jetzt natürlich eine verzerrte Stichprobe. Die Leute, die bei mir studieren, die wollen ja in einem Newsroom ein Jahr ein digitales Produkt selber machen und die wissen auch in der Regel so halbwegs, was sie erwartet, und durchlaufen ein Auswahlverfahren und – also es ist ein Masterstudiengang, man muss einen Bachelor haben, aber in einem beliebigen Fach. Wir hatten auch schon Leute, die Schifffahrtslogistik oder Rettungsingenieurwesen studiert haben. In meinem aktuellen Jahrgang ist eine promovierte Chemikerin, was ich super finde, weil Leute, die breite Vorbildung haben, bringen sich erstens gegenseitig Dinge bei und zweitens im Zweifelsfall interessantere journalistische Blickwinkel, als wenn alle nur Kommunikationswissenschaft oder Medienwissenschaft oder so was studiert haben. Die Leute sitzen in diesem Studiengang das komplette erste Jahr, die ersten zwei Semester gemeinsam in einem Newsroom, wo sie einen festen Arbeitsplatz haben und einem Ressort zugeordnet sind und aber auch mal Chef, Chefin vom Dienst sind und mal Social-Media-Redaktion machen und mal Ticker, also Nachrichten schreiben, und mal für Analytics und Suchmaschinenoptimierung zuständig sind, sodass sie alle Funktionsrollen, die es in einer echten Redaktion gibt, im Laufe dieses Studiums mindestens zweimal eine Woche lang ausüben. Also mal in allen Schuhen gesteckt haben. Und sie produzieren in diesem ersten Jahr eben nicht nur Texte, sondern machen auch Fotos und drehen Videos und schneiden die und produzieren, lernen mit einer Drohne fliegen und machen einen Drohnenführerschein und lernen, wie man Infografiken produziert, sie machen ein eigenes Modul. Wir haben einen Kollegen Christoph Kinkeldey, der ist Medieninformatiker und auf Datenvisualisierung spezialisiert. Er bringt denen so die Basics der Datenvisualisierung bei und macht mit ihnen datenjournalistische Projekte, ja, wo sie auch Datensätze selbst erschließen und so und – und aufbereiten. Kommen immer

wahnsinnig interessante Sachen bei heraus. Und während sie in diesem News Room ein tagesaktuelles Magazin namens *Fink. Hamburg*, mein Hamburger Stadtmagazin sozusagen, befüllen, lernen sie natürlich auch Grundlagen der Kommunikationswissenschaft, ein bisschen Methoden, hören Gastvorträge von Leuten aus der Praxis, kriegen Basics des journalistischen Schreibens in verschiedenen Darstellungsformen beigebracht und so weiter und so weiter. Also, es ist ein sehr, sehr praxisnaher journalistischer Studiengang und im zweiten Jahr machen sie Praxisprojekte. Das ist in der Regel in Zusammenarbeit mit einer Organisation oder einem Unternehmen, ja? Das kann jetzt *Beiersdorf* sein oder die *Zeit* oder *der Spiegel* oder auch *Greenpeace*. Und dann setzen sie irgendein konkretes praktisches Projekt um innerhalb von zwei Monaten, ja? Entwickle einen Social-Media Auftritt für Format X oder produziere einen Leitfaden zum Einsatz von KI in der redaktionellen Arbeit oder so. Das können alle möglichen Dinge sein. Und im vierten Semester machen Sie eine Masterarbeit, die in der Regel auch wieder einen sehr starken Praxisbezug hat und oft auch irgendwie in Kooperation mit einem Medienunternehmen oder einem anderen Unternehmen gemacht wird. Also es ist ein Studiengang, der heißt nicht Digitaler Journalismus, sondern digitale Kommunikation. Die Leute lernen Journalismus, aber sie lernen Journalismus im größeren Kontext eines selbstverständlich digitalen medialen Ökosystems. Und sie lernen auch alle Plattformen bespielen, die zu diesem Zeitpunkt relevant sind. Es gibt da auch Leute, von denen, bei denen von vornherein klar ist, die wollen eigentlich PR machen oder irgendwie – interne Unternehmenskommunikation oder so. Aber es gibt immer einen substantiellen Anteil von Leuten, die absolut überzeugt davon sind, dass eine demokratische Gesellschaft – äh – hochwertige Information braucht. Also mein Eindruck ist jetzt nicht, dass die Leute, die das wollen, aussterben. Aber es ist auch nicht einfach gottgegeben, dass das so bleibt. Das muss man auch sagen. Also der Wert von qualitativ hochwertiger, verlässlicher Information ist, glaube ich, wirklich auch etwas, was den Leuten aktiv vermittelt werden muss in der Schule. Da kommen wir nicht drum rum. Ohne das Bildungssystem werden wir dieses gesamtgesellschaftliche Problem nicht angehen, Das ist völlig klar. Das kann der Journalismus nicht alleine. Und aus meiner Sicht – komme ich jetzt wieder zurück zum Anfang – wäre es auch sehr wichtig, dass auch die Politik sich mal am Riemen reißt. Denn, also, wenn ich natürlich von gewählten Politikerinnen und Politikern in Talkshows auch Desinformation erzählt bekomme... Das eigentliche Ziel von Propaganda ist ja oft gar nicht, die Leute dazu zu bringen, das Falsche zu glauben, sondern zu glauben, dass man gar nichts mehr glauben kann. Dass es keine Fakten gibt. Ob es jetzt Wahrheit gibt, Petra Gehring könnte jetzt wahrscheinlich einen Stehgreif-Vortrag drüber halten, über diese philosophische Frage, aber Fakten gibt es auf jeden Fall. Ja? Also wenn man einen Apfel fallen lässt, dann fällt er auf den Boden,

und es ist eben auch ein Faktum, dass wir weniger Kohle verstromen als seit den späten 50ern. Wenn ich aber öffentlich das Gegenteil erzähle und die Leute dann woanders lesen, aber es ist so, dann ist die Reaktion unter Umständen nicht: Ach so, der hat mich angelogen. Sondern die Reaktion ist, das ist ein Satz den man ganz oft leider hört und liest in letzter Zeit: Man kann ja gar nichts mehr glauben. Und auch das ist für eine demokratische Gesellschaft absolut tödlich. Ja, die Vorstellung, dass es keine gemeinsame Faktenbasis mehr gibt und auch keine geben kann, das ist der heimliche Traum von Wladimir Putin. Ja? Denn in so einem Umfeld kommt man mit allem durch.“

**[mg]:** „Es klingt ja jetzt durch, dass Sie in der Verhütung dieses Szenarios auf, ich sag mal eine institutionalisiert verankerte, individuelle Bildung setzen. Also der einzelne Medienkonsument muss geschult werden im Umgang mit der Situation. Die sich professionell in den Medien bewegen, da würde ich auch Politikerinnen und Politiker einschließen, die sich öffentlich äußern, also, Medienpräsente müssen sich disziplinieren, in irgendeiner Weise auch Regeln unterwerfen. Inwieweit spielen denn auch technische Lösungen oder Regulierungsbemühungen eine Rolle in der strategischen Orientierung?“

**[Stöcker]:** „Hm. Also technische Lösungen, da wird sehr viel probiert im Augenblick. Also das sind auch mehrere Projekte, in die wir involviert sind im Moment mit der Uni Münster, mit dem – auch wiederum mit dem Leibniz Institut, die haben ja auch Leute, die sich sehr gut auskennen mit computationalen Methoden. Also die Frage: Kann ich irgendwie große Datenmengen aus so einem sozialen Netzwerk zum Beispiel rausziehen und auf der Basis irgendwie technische Systeme bauen, die es mir erlauben, zum Beispiel Desinformationsnarrative schneller zu erkennen oder zu clustern oder Akteure zu identifizieren und zu sagen: Guck mal da, das sind die Leute, die tragen das Narrativ von *Telegram* zu *Facebook* oder so, ja? Solche Dinge werden da probiert im Augenblick. Es ist aber halt ein Wettrüsten, ist ja klar. Genauso wie es jede Menge Projekte gibt, wo versucht wird, irgendwie KI generierte Inhalte kenntlich zu machen in irgendeiner Weise. Das ist alles im Gange und ich glaube auch, das ist alles sinnvoll, aber eben nur als ein Werkzeug im – im Werkzeugkasten. Ich glaube, das was schneller und effektiver ist, ist wirklich, die Wachsamkeit zu erhöhen. Jetzt habe ich den zweiten Teil der Frage vergessen, Frau Görger, Sie hatten noch nach was anderem als nach technischen Lösungen gefragt?“

**[pgg]:** „Rechtliche Möglichkeiten. Es wäre ja auch ein Werkzeug.“

**[Stöcker]:** „Also grundsätzlich ist es natürlich so: Man kann das Lügen nicht verbieten. Man kann es, aber dann hat man eben einen totalitären Staat geschaffen auf einen Schlag. Entweder man darf lügen oder man lebt in einer Diktatur. Eine Demokratie, in der das Lügen verboten ist, ist nicht möglich, weil, es müsste dann eben eine Institution geben, die entscheidet, was gelogen ist. Und diese Institution wäre dann wiederum eine totalitäre Institution. Das ist das Grundproblem der offenen Gesellschaft im Umgang mit Leuten, die Desinformation verbreiten. Sie ist sozusagen strukturell unfähig, sich auf fundamentaler Ebene dagegen zu wehren. Und daran können und sollten wir auch nichts ändern. Was man aber machen kann, ist natürlich zum Beispiel: Es gibt ein Recht auf freie Meinungsäußerung, aber es gibt kein Recht auf Reichweite. Ne? Also zu sagen: Pass mal auf, Social-Media Betreiber X, dieses hier ist eindeutig falsch. Und vielleicht sogar justiziabel, weil es eine falsche Tatsachenbehauptung enthält. Es gibt ja Dinge, die man nicht sagen darf. Bestimmte Arten von Lügen sind durchaus verboten. Ich kann jetzt nicht sagen, Petra Gehring trinkt Kinderblut. Also, kann ich jetzt sagen, weil allen klar ist, dass ich das nicht so meine. Aber in dem Moment, in dem ich das öffentlich sage, gibt es Rechtsmittel, zum Glück. So. Also, diese Rechtsmittel vollständig auszuschöpfen, da geht es schon los, ist im Moment in den sozialen Medien sehr schwierig, ja? Wenn man mal bei X irgendeinen Post meldet, der also schon für den Laien eindeutig als justiziabel zu erkennen ist, äh, dann wird man in der Regel die Antwort bekommen: Ja, wir haben das überprüft, es – verstößt nicht gegen unsere Nutzungsbedingungen. Also, da ist es bei der Rechtsdurchsetzung noch einiges an Luft nach oben, was halt auch damit zusammenhängt, dass eben – sowohl Hassrede als auch Desinformation skalieren eben in einem – sozial medialen Ökosystem, unser Rechtssystem skaliert aber halt nicht. Ne, das ist jetzt nicht so, dass plötzlich automatisch mehr Staatsanwälte da sind, weil es *TikTok* gibt. Das ist das eine Problem. Das andere Problem ist, das setzt noch viel früher an, und das ist was, was der Digital Services Act eigentlich lösen soll, was aber im Moment also auch noch nicht so richtig auf der Straße ist. Wir sind im Moment nicht mal als Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in der Lage, in diese Themen so richtig tief rein zu gucken zum Teil, weil da einfach der Zugriff auf die Daten fehlt. Also ich darf zum Beispiel gar nicht, um mal jetzt ein historisches Beispiel zu nennen, ich darf nicht irgendwie 1000 Leuten sagen: Öffne mir deinen *Facebook* Feed, damit ich sehen kann, was in – in *Facebook* Feeds nach oben kommt, um mal zu gucken, sozusagen mit Reverse Engineering, was macht denn der Algorithmus eigentlich? Weil die Leute damit, wenn sie das machen würden, mir Zugriff auf ihre *Facebook* Feeds zu geben, äh, gegen die Nutzungsbedingungen verstoßen würden. Also, wenn ich in dem Moment eben einen Aufruf mache, das zu tun, kann *Facebook* mir den Hahn abdrehen, einfach weil ich gegen die Nutzungsbedingungen verstoße. Bei *TikTok* ist das Problem noch viel extremer, weil die Leute bei *TikTok* – das sind ja,

ist ja immer diese einzelnen Videos, die man einfach nacheinander so über den Bildschirm wischt, von unten nach oben, und jedes *TikTok* Feed von jeder Person ist einfach komplett unterschiedlich. Und es gibt Leute, die leben wahrscheinlich in – die haben ein vollständiges AfD-*TikTok* und es gibt andere, deren *TikTok* besteht nur aus Kampfsport und lustigen Tricks mit Tischtennisbällen. Und wir wissen das aber nicht. Wir können es nicht sehen, weil, niemand kann in diese Feeds reingucken. Das heißt, wir wissen auch gar nicht, was alles an Desinformation womöglich in Deutschland enorme Reichweiten erreicht, weil das eben nur auf einzelnen Bildschirm stattfindet. Ich habe mal in einem meiner Forschungsprojekte mit Markus Bösch, der den sehr lesenswerten Newsletter *Understanding TikTok* schreibt, also einer der größten *TikTok* Fachleute Deutschlands, der hat [lacht] vor ein paar Monaten einen Post geschrieben über die zehn erfolgreichsten *TikTok*-Videos des Jahres 2023 und hat gesagt: Sechs davon habe ich noch nie gesehen. Und der Mann, der hängt da ständig rum. Also die Intransparenz dieser Plattform wird im Moment tatsächlich eher schlimmer, als weniger schlimm. Und das ist was, da kann man natürlich mit Regulierung ran und das ist was, was der *Digital Services Act* eigentlich auch leisten soll, ja, EU-Gesetzgebung, der – da steht drin: Ihr müsst Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern irgendwie die Möglichkeit geben, auf Daten zuzugreifen. Aber wir sind noch, leider noch lange nicht so weit, dass das auch tatsächlich irgendwie auf der Straße ist. Denn das würde natürlich zumindest die Möglichkeit eröffnen, mal zu sagen: Hier sind übrigens die tatsächlich größten Probleme. Darüber hinaus Regulierungen zu machen, also auch das soll der *Digital Services Act*, der soll zum Beispiel die Plattform zwingen, wirklich Ansprechpartner zu benennen, wo man sagt: Ich als Behörde oder, äh, öffentliche Institution oder was auch immer – ich weiß auch, an wen ich mich wenden kann, wenn ich irgendwas sehe, was ein Riesenproblem ist. Und da geht dann auch jemand ans Telefon, weil, das ist im Moment halt auch nicht der Fall. Also im Moment ist es eben so, dass die Plattform im Prinzip sozusagen wie so ein Monstertruck einfach durch die Öffentlichkeit walzen, und daneben stehen viel zu kleine Polizisten und wedeln verzweifelt mit den Armen. Das ist leider die – äh – die reale Situation im Augenblick, und da kann man schon mit Regulierung noch ein bisschen was machen, würde ich sagen. Ich glaube, eines der größten Missverständnisse auch in der politischen Diskussion in Deutschland im Augenblick – und das betrifft nicht nur das Internet – ist die vollkommen verfehlte Annahme, dass es irgendwie einen Punkt geben wird, an dem dann wieder ein Status quo einkehrt. Das ist totaler Quatsch. Es wird nie wieder einen Status quo geben. Die große Beschleunigung ist in vollem Gange und sie hört auch nicht auf.“

**[pgg]:** „Das heißt, die Idee nach dem digitalen Wandel sei irgendwas, ist Unsinn, weil nach dem Wandel wieder Wandel ist?“

**[Stöcker]:** „Und ich meine, gut ey, das wussten die alten Griechen auch schon. Aber da floss alles noch etwas langsamer als jetzt.“

*[Der Abspann mit Musik beginnt.]*

**[mg]:** „Und damit ist dieses *Digitalgespräch* zu Ende und wir bedanken uns bei Christian Stöcker von der Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Hamburg für dieses spannende Gespräch und die interessanten Eindrücke. Viele Grüße. Und wie immer auch vielen Dank an Sie, liebe Zuhörerinnen und Zuhörer, für das Interesse und die Aufmerksamkeit. Das *Digitalgespräch* macht jetzt eine Sommerpause und wir melden uns wieder am 13. August. Wenn Sie mögen, hören wir uns dann wieder, zur nächsten Folge des *Digitalgesprächs*, einem Podcast von ZEVEDI, dem *Zentrum verantwortungsbewusste Digitalisierung*.“



This work is licensed under CC BY-NC-ND 4.0. To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>