

Medien konstruieren unsere Wirklichkeit – Wie Media & Me unseren Blick auf *Fake News* und Medien geschärft hat

Marie ALTPETER / Julien BAUER / Hannah GERHARDT / Aleandro IANNUZZO

Einleitung

Medien begleiten uns im Alltag, prägen Meinungen und bieten Orientierung in einer immer komplexeren Welt. Das Projekt *Media & Me – Backstage bei Medienberufen* der Landesmedienanstalt Saarland öffnet dem Nachwuchs der Medienberufe eine Tür hinter die Kulissen dieser faszinierenden Welt.¹ Jedes Jahr dürfen 15 Jugendliche in sieben Modulen unterschiedliche Medienberufe kennenlernen und sich mit Workshops dem journalistischen Handwerk vertraut machen. Vom Schreiben eines *Features*² für die Zeitung über Radioreportagen bis hin zur Kameraführung, dürfen sie alles ausprobieren und fertigen erste eigene Werkstücke an, die den Einstieg in die Berufswelt erleichtern sollen. Die Module³ finden in den Medienhäusern, Redaktionen und Agenturen in Frankreich, Belgien, Luxemburg, Rheinland-Pfalz und im Saarland statt. Dieser grenzüberschreitende Charakter macht das Projekt einzigartig, denn es bringt junge Medientalente mit Medienunternehmen aus der Großregion⁴ zusammen. Ziel ist es, qualifizierte Nachwuchsjournalist*innen zu fördern und damit den grenzüberschreitenden Journalismus in der Großregion zu stärken.

Neben den handwerklichen Fähigkeiten wird auch der Blick der Teilnehmenden auf die Medienwelt geschärft. Besonders im Hinblick auf *Fake News*, Einflussnahme von außen und seit zwei Jahren auch darauf, wie sich die Medienwelt durch Künstliche Intelligenz (KI) verändert. Die KI ist laut dem FRAUNHOFER-INSTITUT FÜR KOGNITIVE SYSTEME (IKS) ein Teilbereich der Informatik. Sie erkennt und sortiert Informationen aus Eingabedaten und imitiert so menschliche kognitive Fähigkeiten. Laut dem KI-Forscher Klaus MAINZER ist ein System dann intelligent, wenn es „selbstständig und effizient Probleme lösen kann. Der Grad der Intelligenz hängt vom Grad der Selbstständigkeit, dem Grad der Komplexität des Problems und dem Grad der Effizienz des Problemlösungsverfahrens ab.“⁵

Medienschaffende beeinflussen die öffentliche Wahrnehmung von Krisen, gesellschaftlichen Diskursen und bieten im besten Fall verlässliche Informationen in einer zunehmend komplexeren Welt. BERGER und LUCKMANN beschreiben das in ihrem Werk *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit* wie folgt:

„Wirklichkeit ist in einer von Massenmedien geprägten Gesellschaft also zunehmend das, was wir unter Mediengebrauch als Wirklichkeit konstruieren, dann daran glauben und entsprechend handeln und kommunizieren.“⁶

Diesem Sachverhalt müssen sich junge Medienschaffende in Zeiten der *Fake News* und Alternativen Fakten mehr denn je bewusst sein. Längst bieten nicht nur Tageszeitungen, geschrieben von professionellen Journalisten oder lineare Medien, wie Fernsehen und Radio, Informationen.⁷ Algorithmen⁸ bestimmen zunehmend, was wir sehen, und sie interessieren sich weniger dafür, was wichtig für uns ist, sondern was der jeweiligen Plattform nützt. Hinter Algorithmen stehen wirtschaftliche Interessen, nicht unbedingt die Motivation, die Öffentlichkeit ausgewogen, neutral und faktenbasiert zu informieren. Um sich in dieser Medienwelt zu orientieren, braucht es Medienkompetenz, die *Media & Me* vermittelt.

Unser Beitrag beleuchtet die Perspektiven von *Media & Me*-Alumni auf eben diese diffuse Medienwelt und reflektiert, wie ihre Wahrnehmung durch das Projekt beeinflusst wurde: Die Bedeutung des grenzüberschreitenden Journalismus in der Großregion, die Auswirkungen von Medienkonzentration, wie KI dazu beiträgt, das Internet mit *Fake News* zu fluten und der kritische Blick auf den eigenen Medienkonsum. Um nicht in Schwarzmalerei zu verfallen, zeigen die Nachwuchsjournalist*innen auch Lösungsstrategien auf. Dabei haben sie sich für ganz unterschiedliche Stile entschieden, so dass dieser Text eine besondere Mischform von verschiedenen Textsorten ist. Genauso vielfältig und spannend wie unsere Medienwelt. Unser Beitrag beginnt mit persönlichen Erfahrungsberichten und wird zunehmend analytisch. Hannah GERHARDT beschäftigt sich mit ihrer Suche nach dem passenden Medienberuf und der Bedeutung des grenzüberschreitenden Journalismus, Marie ALTPETER reflektiert kritisch ihren Medienkonsum, Julien BAUER beleuchtet das Spannungsfeld, in dem sich Medien durch den Einzug von Künstlicher Intelligenz bewegen und Aleandro IANNUZZO behandelt das komplexeste Thema. Er nähert sich der Frage, ob Medienkonzentration *Fake News* begünstigen oder sogar eher zur Eindämmung verhelfen. Alles vor dem Hintergrund, wie das Projekt *Media & Me* unseren Blick auf die Medien, insbesondere *Fake News* verändert hat.

Wir wollen nicht den Kopf in den Sand stecken, sondern unseren und den Blick unserer Mitmenschen dafür schärfen, was vor uns liegt.

Hannah GERHARDT und das Meer der Medienberufe

Irgendwas mit Medien – so lautet oftmals die Antwort vieler medieninteressierter Menschen, die sich vorstellen können, in die vielfältige Welt der Medien und des Journalismus einzutauchen. Doch wie um alles in der Welt soll man wissen, welcher Bereich der Richtige ist, wenn es unzählige Möglichkeiten gibt? Hörfunk, Fernsehen, Print und Online – die Auswahl ist riesig. Wo und wie soll ich da bloß anfangen? Was will ich werden?

Sich in diesem Meer an Medienberufen einen Überblick zu verschaffen, ist gar nicht so einfach. Oft braucht es einen kleinen Anstupser, um in dieser Branche Fuß zu fassen. Oft braucht es auch Mut, in einen noch unbekannten Bereich einzutauchen, um dort erste Erfahrungen zu sammeln. Bereits in der 8. Klasse wusste ich, dass ich irgendwas mit Medien machen möchte – am liebsten vor der Kamera. Ich war schon immer daran interessiert, auf irgendeine Art und Weise die Menschen mit einem bestimmten Content⁹ entweder informieren oder unterhalten zu wollen. Ich wollte immer schon für einen Mehrwert sorgen; etwas, das mir und anderen Menschen gleichermaßen Spaß macht. Allerdings hatte ich nie Anhaltspunkte, wohin mich meine Reise tatsächlich führen würde / könnte. Mir fehlte anfangs sozusagen dieser kleine Anstupser und ein Hauch von Mut. Den ersten Schritt habe ich trotzdem selbst gemacht.

Ich habe mich für *Media & Me* beworben, um in die Medienwelt einzutauchen. Ich wollte herausfinden, ob ich in Zukunft lieber Artikel schreiben, in einer Presseabteilung mitwirken, eine Show moderieren oder doch als Auslandskorrespondentin arbeiten möchte. Besonders für den letzten Punkt war mein Interesse riesig, zumal meine Traumvorstellung immer war, in einem frankophonen Land als Journalistin zu arbeiten. Ich meine, wie beeindruckend ist es bitte, aus dem Ausland über aktuelle Ereignisse und Entwicklungen zu berichten? Grenzen aufzubrechen, internationale Prozesse für alle verständlich aufzubereiten, die Kultur eines Landes hautnah zu erleben, Menschen aus der ganzen Welt kennenzulernen und von ihnen zu berichten – das bedeutet für mich grenzüberschreitender Journalismus.

Im Jahr 2022 nahmen mehr als 15 junge Menschen am Medienprojekt *Media & Me* teil. An unterschiedlichen Orten aufgewachsen, waren wir eine kleine Gruppe mit jungen Menschen aus Luxemburg, Ostbelgien, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland. Doch auch wenn das jetzt eher wie eine Barriere klingt, so machte es für uns aber keinen Unterschied, woher wir kamen und welche Sprache wir sprechen. Wir waren eine Gruppe junger Menschen, deren Gemeinsamkeit das Interesse an Medien ist. *Media & Me* gewährte uns zahlreiche Einblicke hinter die Kulissen der ausgewählten Medienhäuser in der Großregion. In Radio-, Fernseh-, Zeitungsredaktionen und Werbeagenturen lernten wir durch praktische Übungen, wo unsere persönlichen Stärken liegen. Ich habe nicht nur

erste journalistische Erfahrungen gesammelt, sondern auch erkannt, wie einfach es ist, Grenzen zu überwinden und neue Menschen kennenzulernen. Ich habe aufs Neue wertgeschätzt, von Land zu Land zu pendeln und in der Grenzregion unterwegs zu sein. Das hat buchstäblich meinen Horizont erweitert. Nach meiner Teilnahme am Projekt absolvierte ich weitere Praktika, darunter auch eines in einem kleinen, lokalen Medienunternehmen in Frankreich an der Grenze zu Saarbrücken: *Radio Mélodie*.

Zusammen mit meinem Studium der deutsch-französischen grenzüberschreitenden Kommunikation wächst natürlich mit jedem weiteren Schritt in die Medienbranche auch mein Interesse an länderübergreifenden Journalismus. Tagtäglich wird mir bewusst, welche Chancen dahinterstecken. Überlegt mal! Je vernetzter wir weltweit sind und unser Wissen mit Menschen anderer Länder austauschen können, desto eher können wir für Klarheit sorgen, zusammen gegen *Fake News* vorgehen und auch Vorurteile abbauen, insofern Journalist*innen intensiv recherchiert haben und alle Perspektiven so abbilden, dass sich jede*r selbst ein Bild zu einem Thema machen kann. Sie überprüfen jegliche Informationen auf ihren Wahrheitsgehalt und bereiten komplexe Themen so auf, dass alle Menschen dieser Welt selbst die kompliziertesten Sachverhalte verstehen. Grenzüberschreitender Journalismus kann auch einen wesentlichen Beitrag zur Demokratieförderung leisten. Gerade in Ländern, in denen die Presse- und Meinungsfreiheit als Grundlage der Demokratie verstanden werden, können Journalist*innen ohne staatliche Einschränkungen arbeiten und die Gesellschaft mit Informationen versorgen, die sie brauchen, um beispielsweise auch politische Geschehnisse zu verstehen. Sie können Beispiele aus dem Ausland nennen, in denen die Demokratie leider keine große Rolle spielt und somit Korruption mancher Länder aufdecken und darüber aufklären.

Natürlich ist nicht alles Gold, was glänzt und auch länderübergreifender Journalismus hat seine Schattenseiten. Der letztgenannte Punkt kann sich nämlich auch negativ auf Journalist*innen auswirken, die über sensible Themen berichten. In vielen Ländern, in denen die Medien vom Staat kontrolliert werden und Einschränkungen durch eine fehlende Pressefreiheit ausgesetzt sind, besteht für Journalist*innen die Gefahr, verhaftet zu werden.¹⁰ Das bedeutet schließlich, dass es oft nicht möglich ist, unabhängig und alles zu berichten, was man herausgefunden hat, weil die nationalen Mediengesetze und rechtliche Vorschriften der Recherche und Informationsvermittlung immer eingehalten werden müssen. Ein weiterer eher negativer Aspekt des grenzüberschreitenden Journalismus ist, und da kann ich aus eigener Erfahrung sprechen, dass die Kommunikation auch missverständlich verlaufen kann. Sowohl sprachliche Barrieren als auch interkulturelle Unterschiede zwischen zwei Vertreter*innen aus je anderen Ländern erschweren den Prozess, langsam Vertrauen aufzubauen. Missverständnisse sind herausfordernd und bergen die Gefahr, dass zwischenmenschliche Beziehungen

dauerhaft beeinträchtigt werden und beteiligte Personen ihre Gedanken nicht mehr offen kommunizieren. Dabei ist dieser Punkt doch so wichtig, um eben länderübergreifend Vorurteile auch abbauen zu können.

Rückblickend glaube ich, dass *Media & Me* uns allen geholfen hat, unsere Verhaltensweisen in mehreren Perspektiven zu hinterfragen. Wie nutze ich die Medien richtig? Was konsumiere ich? Spannend ist es auch, in Bezug auf den grenzüberschreitenden Journalismus der Frage nachzugehen, mit welchen Gedanken wir Medien aus dem Ausland verfolgen. Selbst wenn manche unter uns noch nicht auf jede Frage eine Antwort gefunden haben, so bleibt es wichtig, die eigene Mediennutzung weiterhin zu reflektieren und sich auch perspektivisch zu fragen: Wie kann man junge Menschen für *Fake News* sensibilisieren?

Na ja, zwei Jahre später lassen mich diese Erfahrungen mit *Media & Me* jedenfalls noch nicht los. Vielmehr denke ich, dass sie mich nie mehr loslassen. Zumindest hoffe ich, dass ich auch in zehn Jahren all meine Gedanken zu *Media & Me* und was ich dort gelernt habe, weiterhin mit Menschen teilen kann, die sich auch für Projekte interessieren, die Menschen zusammenbringen. Projekte, die ein Ort des freien Diskurses darstellen, an denen man wächst und jede*r herzlich willkommen ist. Und dieses Gefühl wünsche ich mir für jede Person auf dieser Welt.

Marie ALTPETER reflektiert ihren Medienkonsum

Oft ist es nicht einfach, sich in unserer schnelllebigen Medienwelt zurechtzufinden. Als ehemalige Teilnehmerin beim Mediennachwuchsprojekt *Media & Me* habe ich mich damit auseinandergesetzt, wie *Media & Me* den Blick auf meine Mediennutzung verändert hat.

Mein Name ist Marie ALTPETER. Ich bin 23 Jahre alt, im Saarland aufgewachsen und habe dort eine Ausbildung zur Mediengestalterin Digital und Print gemacht. Aktuell studiere ich Informationsdesign in Karlsruhe. Ich setze mich privat und beruflich jeden Tag mit Medien auseinander oder arbeite an deren Erstellung und Gestaltung. Natürlich konsumiere ich auch jeden Tag Medien, ob im Radio, im Fernsehen oder auf dem Handy. Gerade online wird das Thema *Fake News* immer wieder viel diskutiert. Aber an welchen Stellen begegnen uns diese Nachrichten tatsächlich? Wie viele Medien konsumieren wir jeden Tag und welche Kanäle nutzen wir überhaupt? Mit der folgenden Reflexion möchte ich unseren alltäglichen Medienkonsum in den Fokus rücken. Die Art von Konsum, die fast schon automatisch passiert und nur wenig kontrolliert wird. Meine subjektiven Erfahrungen spiegeln unterschiedliche Thematiken und Herausforderungen wider, mit denen wir uns alle auseinandersetzen müssen.

Heute Morgen bin ich pünktlich um 6:30 Uhr aufgestanden, als mein Wecker geklingelt hat. Ich habe mich fertig gemacht und habe dann einen ersten Blick

auf mein Handy geworfen. Mein Handy ist über Nacht im Flugmodus.¹¹ Jeden Morgen, sobald ich den Flugmodus deaktiviere, prasseln Nachrichten auch mich ein. Ich versuche diesen Moment immer hinauszuzögern, weil ich Stress damit verbinde. An diesem Morgen schalte ich mein Handy an, um online das Wetter zu checken: 10 Grad und Nebel. Neben dieser Information, die ich tatsächlich abrufen wollte, erhalte ich eine Reihe weiterer Push¹²-Benachrichtigungen: Whatsapp-Nachrichten, Kalender-Erinnerungen, Instagram-Benachrichtigungen und eine Duolingo¹³-Mitteilung, in der der kleine grüne Vogel mich fragt, ob ich Zeit für drei Minuten Französisch habe. All diese Apps fordern meine Aufmerksamkeit in genau diesem Moment, weil ich sie lange nicht mehr besucht habe. Natürlich könnte ich die Benachrichtigungen einfach wegwischen und meinem Tagesablauf folgen. In den meisten Fällen passiert aber das Gegenteil. Ich verbringe mehrere Minuten an meinem Smartphone, beantworte Nachrichten und besuche nach und nach jede einzelne App. Ich bin neugierig, will wissen, was passiert ist, während ich offline war. Manche Benachrichtigungen wische ich auch einfach weg, keine Lust oder keine Zeit. Plötzlich sind zehn Minuten vergangen, obwohl ich doch eigentlich nur kurz das Wetter checken wollte. Das passiert mir nicht nur am Morgen, sondern immer wieder am Tag – und ich bin nicht die Einzige. Laut einer Studie der Universität Bonn öffnen wir unser Handy im Schnitt 88 Mal am Tag. Das entspricht etwa alle 11 Minuten, wenn wir davon ausgehen, dass wir 16 Stunden wach sind.¹⁴ Durch diese ständigen Unterbrechungen kommen wir überhaupt nicht mehr in eine konzentrierte Arbeitsphase, sondern lenken uns immer aktiv ab. Die Folgen sind ein Gefühl von Unproduktivität und mangelnde Energie.¹⁵ Auf der Suche nach Dopamin¹⁶ und positiven Benachrichtigungen schalten wir unser Handy an, selbst wenn es überhaupt keine neuen Nachrichten für uns gibt.¹⁷ Auch ich selbst erweise mich dabei, wie ich fast schon unbewusst zum Smartphone greife und dann verbringe ich ungeplant wieder viel zu viel Zeit damit. Dabei nehme ich durch die Fülle der Nachrichten nicht bewusst wahr, welche Informationen mir aus der ganzen Welt in den Feed gespült werden.

Auf dem Weg zur Uni höre ich wie jeden Tag einen News-Podcast.¹⁸ Dort werden in knapp 20 Minuten die wichtigsten Nachrichten des Tages zusammenfasst. Aktuell ist das mein einziger News Kanal, über den ich regelmäßig aktuelle politische Informationen erhalte. Viele Menschen in meinem Umfeld konsumieren kaum bis keine Nachrichten. In Deutschland ist die Tagesschau immer noch die meistgesehene Nachrichtensendung und auch bei jungen Menschen beliebt.¹⁹ Sie ist auch online und als eigene App präsent und wird jeden Tag über sechs Millionen Mal aufgerufen. Wer Nachrichten sehen oder hören will, muss sich aktiv damit beschäftigen. Das setzt nicht nur Eigeninitiative voraus, sondern auch das Wissen, wie man vertrauenswürdige Quellen findet. Das Internet ist voll von Halbwahrheiten oder bewusst falsch dargestellten Nachrichten, sogenannten *Fake News*. Gerade im Netz ist es auch unglaublich schwierig, Quellen zu prüfen und

dafür muss man sich auch erstmal die Zeit nehmen. Setzt man sich nicht selbst mit dem Thema auseinander, erhält man Neuigkeiten nur über zweite Hand: Bekannte, Freunde und natürlich den eigenen Social Media-Algorithmus.²⁰ Die ARD / ZDF-Medienstudie 2024 zeigt, dass sich die Mediengewohnheiten weiter in Richtung digitaler und flexibler Nutzung verschieben. Während das klassische Fernsehen und Radio nach wie vor große Reichweiten haben, wählen jüngere Menschen verstärkt Streaming²¹-Dienste, Musikplattformen und Soziale Medien.²² Mir persönlich geht es ähnlich. Lineares Fernsehen, also das traditionelle Fernsehprogramm, das zu festen Zeiten auf bestimmten Kanälen ausgestrahlt wird, schaue ich mir selten an, aber ich nutze gerne die Möglichkeiten der Online-Mediatheken²³ in denen ich Fernsehsendungen auf Abruf anschauen kann. Haben wir uns erstmal für einen Weg entschieden, die Medien zu konsumieren, stehen wir vor der Frage, was wir mit diesen Informationen machen. Das hängt davon ab, wie sehr wir uns für ein Thema interessieren und wie viel Zeit wir investieren möchten. Bei kontroversen Nachrichten, die uns überraschen oder entsetzen, ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass wir eine Suchmaschine benutzen und sie prüfen. Sehen wir eine Nachricht, die unser eigenes Weltbild widerspiegelt, nehmen wir sie oft einfach hin. In Deutschland haben sich nur knapp 20 Prozent in den letzten drei Monaten um Faktenchecks gekümmert.²⁴ Dabei sollten wir Nachrichten grundsätzlich immer auf bestimmte Kriterien überprüfen. Dazu gehören vertrauenswürdige Quellen, die die Inhalte belegen und ein zeitlich und inhaltlich korrekter Zusammenhang der Meldung. Manchmal ist es auch ein Anzeichen, wie eine Nachricht aufbereitet wird. Wird etwas sachlich dargestellt oder handelt es sich um eine Übertreibung? All diese Fragen, sollte man sich stellen, sobald man einem Beitrag oder Post²⁵ im Internet gegenüber skeptisch wird.²⁶

Die eigene Motivation, sich zu informieren, ist bei allen Menschen unterschiedlich ausgeprägt und hängt von vielen unterschiedlichen Faktoren ab. Meine persönliche Motivation wird oft von der harten Realität getrübt. Nachrichten sind nun mal häufig negativ und es kann ganz schön überfordernd sein, ständig nur schlechte Neuigkeiten zu hören oder zu lesen. Diese Flut an schlechten Nachrichten kann auch langfristige Folgen mit sich ziehen, wie Depressionen oder starke Stressreaktionen. Dafür gibt es sogar einen Fachbegriff: *Doomscrolling*.²⁷ Im Umgang mit dieser Nachrichtenflut hilft es mir persönlich, mich mit anderen auszutauschen.

In der Uni unterhalte ich mich mit meinen Kommilitoninnen²⁸ und Kommilitonen. Dort kommen wir auch immer wieder auf politische Themen zu sprechen. Ich merke, dass sich unsere Ansichten nicht stark unterscheiden. Unsere Lebensrealitäten ähneln sich. Immerhin haben wir uns alle für den gleichen Studiengang entschieden. Wir kommen alle mehr oder weniger aus der gleichen *Bubble*. Das bedeutet, wir befinden uns in einer ähnlichen Filterblase und bekommen ähnliche Inhalte auf den Sozialen Medien angezeigt.²⁹ Eine Filterblase

beschreibt das Verhalten einer Webseite algorithmisch vorauszusagen, welche Informationen der Benutzer auffinden möchte. Diese Zusammenstellung basiert auf allen über den Benutzer auffindbaren Informationen, wie beispielsweise sein Standort, Suchhistorie und das Klickverhalten.³⁰ Die politischen Themen werden also nicht stark diskutiert, sondern wir kommen schnell auf einen gemeinsamen Nenner oder regen uns gemeinsam über politische Entscheidungen auf.

Zwischendurch greife ich immer wieder mal zu meinem Handy. Dort warten neue Benachrichtigungen auf mich, die ich sofort beantworten muss. Natürlich muss ich nicht, aber irgendwie möchte ich meine Freunde oder meine Schwester auch nicht warten lassen. In meinem Kopf ist immer der kleine Hintergedanke, *es könnte ja etwas Wichtiges sein*. In Momenten der Langeweile, zur Überbrückung von Wartezeiten oder wenn ich mich überfordert fühle, öffne ich fast wie von selbst Instagram und scrolle durch News-Beiträge, Urlaubsfotos und Alltagsbilder. Am längsten bleibe ich immer an Posts von Freunden und Bekannten hängen. Ich finde es unglaublich faszinierend zu beobachten, wo andere wie unterwegs sind und was gerade in deren Leben passiert. Dabei verschwende ich meine kostbare Lebenszeit durch Storys zu klicken, anstatt mich einfach mal wieder bei lieben Menschen zu melden, die ich lange nicht mehr gesehen habe. Zwischen privaten Posts bekomme ich auch viele politische Neuigkeiten über Instagram. Ich folge verschiedenen Newskanälen, da ich es unglaublich spannend finde, wie Nachrichten für verschiedene Zielgruppen aufbereitet werden und natürlich, um mich zu informieren. Viele der Kanäle, denen ich folge, gehören zu den Öffentlich-Rechtlichen Rundfunkanstalten.³¹ Sie bereiten aktuelle, relevante Informationen möglichst ausgewogen und unparteiisch auf und stellen Quellenangaben und Verweise zur Verfügung.³² Den Öffentlich-Rechtlichen wird laut einer WDR-Studie von der Mehrheit der Befragten auch ein großes Vertrauen entgegengebracht.³³ Nachrichten auf Social Media stellen eine besondere Herausforderung dar, da auf wenigen Slides Informationen unglaublich verkürzt zusammengefasst dargestellt werden müssen. Transparenz und Quellennachweise stehen oft in der Bildunterschrift oder sind nur verlinkt.³⁴ Und seien wir mal ehrlich, die meisten Menschen nehmen sich normalerweise nicht die Zeit zu suchen, an welcher Stelle die Quelle verlinkt ist.

Wieder zurück zu Hause höre ich einen Podcast, während ich das Abendessen koche. Nichts zum Nachdenken, ich will einfach nur zuhören und unterhalten werden. Abends brauche ich oft einen Rückzug von der ständigen Erreichbarkeit und Informationsflut. Am liebsten schalte ich mein Handy aus. Heute Abend fällt es mir schwer, es komplett auszumachen und mich anders zu beschäftigen. Es ist so viel einfacher, durch Instagram zu scrollen und mich nicht mit meinen eigenen Gedanken beschäftigen zu müssen. Neben den freundlichen Urlaubsbildern werden auch Fotos aus dem Krieg in Gaza und der Ukraine in meinen Feed gespült. Gerade bei diesen brisanten Nachrichtenbildern, setzt es viel Fachwissen voraus, die Bilder

zu prüfen, einzuordnen und zu fragen: Wo kommen die Bilder her? In welchem Kontext stehen sie? Diese Kraft habe ich heute Abend nicht mehr. Ich weiß, ich bin in einer privilegierten Position, diese Bilder einfach ausblenden zu können und mich damit nicht auseinandersetzen zu müssen. Also schaffe ich es endlich mein Handy beiseitezulegen. Dann gehe ich schlafen.

Erst seit meiner Teilnahme an dem Nachwuchsmedienprojekt *Media & Me* verstehe ich, wie viel Arbeit hinter jedem einzelnen Artikel, jeder Podcast-Folge und jedem Instagram-Post steckt. Bei *Media & Me* stehen junge Menschen selbst hinter dem Mikrofon, vor der Kamera oder am Redaktionstisch mit dabei. Sie entwickeln eigene Ideen, schreiben Anmoderationen oder führen Interviews. Herauskommt am Ende ein fertiges Produkt. Durch das eigene Erschaffen und Mitarbeiten an Medienprodukten aus ganz unterschiedlichen Bereichen habe ich gelernt, Medien nicht nur als Konsumentin wahrzunehmen, sondern auch als Journalistin zu analysieren. Denn die meiste Arbeit passiert dort, wo wir sie nicht sehen. Dazu gehören Recherchen, Diskussionen in den Redaktionen, Mindmaps zur Ideensammlung oder verworfene Entwürfe, die im Papiermüll landen. Wir sehen nur einen Bruchteil der Arbeit. Um einen kurzen zusammengefassten Instagram Beitrag zu schreiben, braucht man ein Experten-Verständnis des Themas. Insbesondere bei den bekannten Kurzvideos, die es mittlerweile auf allen großen Social Media-Plattformen gibt. Diese kurzen Formate müssen in wenigen Sekunden die Aufmerksamkeit des Betrachters auf sich ziehen, sonst wird weiter gescrollt.

Als Medien schaffende Person, denke ich an diese Schritte. Ich analysiere, wie der Post aufgebaut ist und welche Designelemente eingesetzt wurden, um Aufmerksamkeit zu generieren und meinen Blick zu lenken. Mir ist bewusst, dass das finale Endprodukt nie so aussehen kann und sollte wie der erste Entwurf einer Idee. Ich verstehe aber auch, dass ich in einer besonderen Position bin, diese Erfahrungen sammeln zu dürfen. Viele Menschen konsumieren ihr Leben lang verschiedene Medien, ohne sich je mit deren Entstehungsprozess auseinandergesetzt zu haben. Das bedeutet aber auch, dass sie nicht so leicht unterscheiden können, welche Faktoren die Qualität von Medien beeinflussen und wie sie Falschinformationen erkennen können.

Die wichtigsten Punkte, die jeder und jede bei seinem eigenen Medienkonsum prüfen kann, sind Quellen zu prüfen und *Fake News* zu erkennen. Es gibt online diverse Tools und Webseiten, mit denen Fakten³⁵ geprüft werden können:

- Correctiv³⁶
- Agence France Press (AFP)³⁷
- Mimikama³⁸
- Google Faktenchecker³⁹
- Verschwörungsschecker der Amadeu Antonio Stiftung⁴⁰

Manchmal reicht es auch aus, einen Blick auf die Bildunterschrift unter einem Instagram Beitrag zu werfen oder den Link in der Kurzbiografie zu prüfen, die jeder Nutzer und jede Nutzerin hat. Durch diese Methode können wir oft nachverfolgen, wo die Informationen herkommen. Neben der Frage, welche Medien wir konsumieren, gehört zu unserem Wohlbefinden sicher auch dazu, wie viele Medien wir jeden Tag anschauen. Ich bin mir sicher, dass es hilft, mit einem reflektierten Blick auf den eigenen Medienkonsum zu blicken – und das eigene Handy auch ab und zu mal auszuschalten.

Julien BAUER und die KI, die nicht alles einfacher macht

Media & Me hat sich in den vergangenen Projektjahren viel mit *Fake News* und Desinformation auseinandergesetzt. Einige Jahre lang war es das Kernthema von *Media & Me*. Seit letztem Jahr und vor allem in diesem Jahr, in dem ich die Rolle des Projektleiters übernahm, rückte die Künstliche Intelligenz stärker in den Fokus. Noch vor zehn Jahren schien es beinahe undenkbar, dass man sich flüssig mit einer KI unterhalten könnte oder täuschend echte Bilder und Videos in wenigen Sekunden generiert werden können. Die wichtigen Stichworte aus dem letzten Satz, für die mich *Media & Me* sensibilisiert hat, sind *täuschend* und *in Sekunden*. Es ist mittlerweile problemlos und kostenlos möglich, Menschen innerhalb weniger Sekunden zu täuschen, wenn man es darauf anlegt. Um das Problem zu verdeutlichen, hier ein Experiment, das wir im Jahr 2024 im Rahmen von *Media & Me* durchgeführt haben:

Die Schwerpunkte von Modul 4 liegen auf Fotografie, Marketing, aber auch auf Medienrecht und -ethik. In diesem Kontext haben wir uns an verschiedenen KI-Modellen ausprobiert: ChatGPT,⁴¹ Gemini,⁴² Firefly,⁴³ Dall-E⁴⁴ und Synthesia.⁴⁵ Die Aufgabe war recht einfach: Erstelle eine Marke mit Logo und Werbevideo, nutze dafür nur KI. Das Produkt sollte z. B. ein neues Sportgetränk sein, ein spirituelles Produkt, wie bspw. Heilsteine oder eine Fitnessapp. Mit ChatGPT hat es weniger als fünf Minuten gedauert, bis die Gruppen einen Namen, Slogan, Werbetexte und einen Text zum Einsprechen hatten, der aber nie eingesprochen wurde – dazu kommen wir in Schritt drei. Danach haben die Gruppen verschiedene, teils kostenlose Bild-KIs, genutzt, um ein Logo zu entwerfen. Das ging ebenfalls recht schnell mit Anwendungen wie Firefly oder Leonardo AI.⁴⁶

Nun kommt der Teil, der mich nachhaltig beeinflusst hat: Synthesia. Mit Synthesia konnten wir gewissermaßen eine Synthese aus den Bildern und den Texten erstellen. Das Programm kann aus eigenen Texten, Bildern, mit unterschiedlichen Vorlagen Werbevideos erstellen. Man kann sich eine*n Sprecher*in aussuchen, sie nach Vorlieben gestalten, sich eine Stimmfarbe aussuchen und weitere Dinge. Und dann spricht sie jedes Wort, das man ihr in

den Mund legt.⁴⁷ Noch ist es leicht zu durchschauen, die Betonungen passen nicht ganz, die Gesten sind noch zu gleichförmig und die Lippenbewegungen sind noch nicht exakt genug. Trotzdem konnte sie weitaus besser für Heilsteine werben, als wir es erwartet haben. Sehen Sie selbst, das Video befindet sich hinter diesem Link.⁴⁸

Dieses Experiment war in erster Linie dafür da, um zu testen, was Verbraucheranwendungen bereits leisten können und welche ethischen sowie rechtlichen Fragen hierdurch aufgeworfen werden. Wir haben die Ergebnisse kritisch reflektiert und uns weitere Anwendungen angesehen, die Bilder, Videos oder auch Musik generieren.

In meiner Anschlussrecherche für den nächsten Media & Me Jahrgang stieß ich auf weitere Videos, die mich einerseits fasziniert haben, aber mir auch Bauchschmerzen bereiten. Eines dieser Videos stammt von Wissenschaftlern der Universität Erlangen-Nürnberg, des Max-Planck-Instituts für Informatik und der Stanford University.⁴⁹ In ihrem Paper *Face2Face: Real-time Face Capture and Reenactment of RGBVideos* haben Justus THIES, Michael ZOLLHÖFER, Marc STAMMINGER, Christian THEOBALD und Matthias NIESSNER bereits 2016 gezeigt, dass in Echtzeit Gesichter aus Videoaufnahmen für *Deepfakes*⁵⁰ genutzt werden können. Ihr Ziel war es, „die Gesichtsausdrücke des Zielvideos durch einen Quellendarsteller zu animieren und das manipulierte Ausgangsvideo fotorealistisch wiederzugeben.“⁵¹

Eine Webcam genügt, um das Gesicht einer Person zu erfassen, die bspw. TRUMP imitieren möchte. Ein Computerprogramm erstellt einen Scan ihres Gesichts und verfolgt jede einzelne Bewegung. Hier kommt der Echtzeitfaktor ins Spiel: Jede ihrer Bewegungen führt im Video nun TRUMP aus. Natürlich war die Motivation wissenschaftlicher Natur, dennoch lässt es erahnen, welche Gefahren von dieser Technologie ausgehen. Auch sog. Voice Cloning⁵² in Echtzeit ist mittlerweile kein Hindernis mehr, mit Programmen wie voice.ai spielerisch einfach.⁵³ Diese beiden Technologien ermöglichen es, so einfach wie noch nie zuvor Menschen hinters Licht zu führen. Der KI-Experte Prof. Stefan FEUERRIEGEL, Leiter des *Institute of Artificial Intelligence* an der Ludwig-Maximilians-Universität München beschreibt in einem Interview, welche konkreten Gefahren von KI im Bereich *Fake News* ausgehen:

„Leider sind die Fakes mit fehlerfreien Texten und authentischen Bildern inzwischen nicht nur sehr überzeugend, sondern man kann die Fehlinformationen dank KI auch personalisieren und individuell auf die Religion, das Geschlecht oder die politische Gesinnung der einzelnen Konsumenten abstimmen und in jeder Zielgruppe Hass oder Wut säen. Man kann einen Bot bauen, der nicht mehr einfach nur eine Nachricht postet, sondern ganz persönlich auf Facebook oder Twitter Menschen anschreibt und sogar auf Antworten reagiert

und Unterhaltungen führt. Das geht bis hin zu Fake-Anrufen, bei denen man gezielt eine Stimme generiert, die so klingt wie ein Familienmitglied.“⁵⁴

Ein besonders erschreckender Fall ereignete sich im März 2022, als im Kontext des Ukraine-Krieges ein *Deepfake*-Video des ukrainischen Präsidenten, Wolodymyr SELENSKYJ, verbreitet wurde. Darin forderte er angeblich die ukrainischen Truppen zur Kapitulation auf. Die gefälschte Videobotschaft wurde über mehrere Plattformen verbreitet – u. a. auf einer kompromittierten russischen Nachrichtenseite (Segodnya) sowie über Social Media. Zwar löschte Meta⁵⁵ das Video schnell, doch es zeigt eindrucksvoll, wie gefährlich täuschend echte KI-Manipulationen bereits geworden sind – besonders in Krisenzeiten, in denen Vertrauen, Information und Emotion eng miteinander verwoben sind.⁵⁶ Aber auch dieser Fall ist schon wieder drei Jahre her.

Tatsächlich sind die berühmten Fälschungen, die viral gehen – wie das *Deepfake*-Video von SELENSKYJ 2022 – nicht das größte Risiko. Vielmehr besteht die Gefahr darin, dass allein die Existenz solcher Technologien das Vertrauen in reale Aufnahmen untergräbt. Wenn alles gefälscht sein *könnte*, zweifeln wir irgendwann auch das Echte an.

Henry AJDER von *Sensity AI* (damals *Deepttrace Lab*), einem Anbieter für Deepfake-Erkennungs-Software, berichtete in einem Artikel von Karen HAO im MIT Technology Review:

„Deepfakes stellen eine Gefahr für die Politik dar, da gefälschte Medien als echt erscheinen, aber die greifbarere Bedrohung besteht darin, dass die Idee der Deepfakes dazu benutzt werden kann, das Echte als falsch erscheinen zu lassen.“⁵⁷

Diese sogenannte *Liar's Dividend*⁵⁸ ist perfide. Der Begriff beschreibt den Nutzen, den diejenigen haben, die falsche Informationen verbreiten, durch die unklar wird, was wahr ist und was nicht. Wer einer Videoaufnahme nicht trauen will, kann sie schlicht als *Deepfake* abtun – selbst wenn sie echt ist. Ein riesiges, weit geöffnetes Scheunentor für politische Akteure, Straftäter*innen oder Unternehmen, um sich der Verantwortung zu entziehen. Die Wirkung von Desinformation verschiebt sich: vom gezielten Täuschen hin zur allgemeinen Verunsicherung.⁵⁹

Das bringt uns Journalist*innen natürlich in eine noch schwierigere Rolle als bisher findet Alexander WUTTKE, Professor für Digitalisierung und politisches Verhalten: „Während der Bedarf an Orientierung auf einem Höhepunkt ist, befindet sich das Misstrauen in althergebrachte Autoritäten, die Orientierung geben könnten, auf einem Tiefpunkt“. ⁶⁰ Unter diese althergebrachten Orientierungsautoritäten verstehen wir die traditionellen Informationswächter, manchmal auch Gatekeeper genannt, wie die öffentlich-rechtlichen Medien oder Zeitungen. Immer weniger Menschen orientieren sich an Medien, die

nach journalistischer Sorgfaltspflicht Informationen aufbereiten, sie suchen sich ihre Informationen in den Sozialen Medien zusammen, wo *Fake News* mit reißerischen Headlines mehr Emotionen entfachen als die nüchterne Wahrheit. Guter Journalismus muss dagegenhalten und gleichzeitig lernen, KI für sich zu nutzen. KI hat die journalistische Praxis grundlegend verändert und das birgt sowohl Chancen als auch strukturelle Risiken für das Recht auf Information.

Die *Pariser Charta* zu KI und Journalismus⁶¹ formuliert zehn Grundprinzipien für einen verantwortungsvollen und ethischen Einsatz von KI im Journalismus.⁶² Dabei bleibt die journalistische Ethik die zentrale Leitlinie: KI-Systeme dürfen nur dann eingesetzt werden, wenn sie den Werten wie Wahrhaftigkeit, Transparenz, Unabhängigkeit und Quellenschutz entsprechen. Der Mensch muss immer mitentscheiden und fest im Prozess bleiben, denn Medien tragen auch bei KI-unterstützten Inhalten die volle Verantwortung. Alle eingesetzten Systeme sollen überprüfbar, nachvollziehbar und jederzeit abschaltbar sein. Die Charta fordert die klare Kennzeichnung KI-generierter Inhalte und eine klare Trennung zwischen authentischem und synthetischem Material. Die Charta fordert auch, dass Journalist*innen bei der Regulierung von KI mitwirken.

Zwischen Faszination und Verantwortung

Als wir das Experiment in Modul 4 starteten, war unser Ziel vor allem: Ausprobieren, Staunen, Reflektieren. Doch am Ende standen wir auch einer ernüchternden Erkenntnis gegenüber: Die Tools, die wir spielerisch getestet hatten, sind heute schon Bestandteil von Informationskriegen, Wahlmanipulation und Rufschädigung. Jeder kann sie nutzen, und das mit wenig Vorwissen. Gleichzeitig kämpft der Journalismus mit dem sinkenden Vertrauen. Außerdem kann KI auch ein Werkzeug sein, das die wichtige Arbeit von Journalist*innen vereinfacht. Aber einfach Texte von der KI generieren lassen, die immer noch viele Fehler macht und nicht frei von Bias⁶³ ist, würde das Vertrauen noch weiter beschädigen.

Media & Me will deshalb nicht nur aufklären, sondern sensibilisieren – für die Potentiale ebenso wie für die Risiken. Künstliche Intelligenz verändert Medienarbeit tiefgreifend und das nicht erst in Zukunft, sondern jetzt. Deshalb braucht es klare Regeln für die KI, für die Arbeit mit KI und eine verlässliche Kennzeichnung von KI-Inhalten. Die Regulierung und Selbstregulierung,⁶⁴ gepaart mit mehr Medienkompetenz bereits ab dem Schulalter ist vielleicht noch nicht das Allheilmittel, aber zumindest der richtige Weg.

Aleandro IANNUZZO über die Vor- und Nachteile der Medienkonzentration

Wir leben in einer sich ständig wandelnden und weiterentwickelnden Welt, in der das Leben ohne Medien für Menschen heute kaum noch vorstellbar ist. Phänomene wie die Globalisierung,⁶⁵ der Kapitalismus,⁶⁶ das Internet, aber auch die grenzüberschreitende mediale Berichterstattung haben in einer modernen Welt dazu geführt, dass Informationen dauerhaft und im Sekundentakt verfügbar sind, weshalb sie jederzeit auf menschliche Individuen einprasseln. Infolgedessen ist ein multiperspektivisches mediales Umfeld zur Normalität geworden, in dem Menschen bewusst oder unbewusst Medien wie Fernsehen, Radio, Social Media (YouTube, TikTok, Instagram, usw.), Podcasts, Werbung, Online- sowie Print-Artikel und vieles mehr konsumieren.

Medien haben dementsprechend eine äußerst wichtige Rolle und damit auch Macht bezüglich der menschlichen Wahrnehmung eingenommen beziehungsweise über die Jahre erhalten, die seit der Liberalisierung der Medienmärkte⁶⁷ reflektierend beobachtet werden müssen. Das Szenario der Medienkonzentration, das in der globalen kapitalistischen Welt immer weiter zunimmt und dazu geführt hat, dass es heute sogenannte *Big-Player*⁶⁸ in der Medienbranche gibt, hat mich dazu veranlasst, mich mit den Herausforderungen, aber auch den Chancen der Medienkonzentration im Hinblick auf das Phänomen von *Fake News* zu beschäftigen. Meine Erfahrungen aus dem transnationalen medienkompetenzbasierten Nachwuchsjournalistenprojekt *Media & Me – Backstage bei Medienberufen* der Landesmedienanstalt Saarland sind dabei von großer Bedeutung, da ich durch meine Teilnahme viele Einblicke in die journalistische Arbeit gewinnen konnte, die meinen Sinn für qualitativ hochwertigen Journalismus geschärft haben. *Fake News* entlarve ich dadurch heute um ein Vielfaches schneller, trotzdem ist das nicht immer einfach.

Was ist Medienkonzentration?

Bedeutet *Medienkonzentration*, dass sich Medien auf einen bestimmten Themenbereich konzentrieren oder sich konzentrierter mit ihrer medialen Arbeit beschäftigen? — Nein, hinter diesem Wort steckt viel mehr. Der Begriff Medienkonzentration bezeichnet das Ergebnis eines Prozesses, in dem ein Medienunternehmen durch Handlungsschritte auf dem Markt eine beherrschende Rolle erlangt hat und ihn auch somit gewissermaßen lenken kann – quasi ein Monopol.⁶⁹ Diese Handlungsschritte können ganz unterschiedlich sein und je nach Unternehmensführung beziehungsweise -konzept variieren. Zum einen kann ein überproportionales internes Unternehmenswachstum zu einer marktbeherrschenden und monopolartigen Stellung führen. Dies ist der Fall,

wenn ein Medienhaus durch seine Produkte deutlich erfolgreicher gegenüber der Konkurrenz ist, und demzufolge einen höheren Marktanteil erzielen kann. Zum anderen kann aber auch ein externes Wachstum zum Phänomen der Medienkonzentration führen.⁷⁰ Hierbei besteht die Möglichkeit, dass ein Medienunternehmen zuvor unabhängige und eigenständige Medienbetriebe aufkauft und dementsprechend zu einer Mediengruppe wird, sprich, es findet eine Fusion statt. Infolgedessen hat das Medienhaus die Konkurrenz ausgeschaltet. Dieses Szenario beschreibt, was wir unter Medienkonzentration verstehen, eben die marktbeherrschende Rolle einzelner Medienkonzerne.

Herausforderungen und Nachteile der Medienkonzentration

Was bedeutet das Bündeln von Medien und deren Ressourcen für den Journalismus, die Informationsaufbereitung und -verbreitung (*Fake News*), die Meinungsfreiheit und den Wettbewerb? Oft aufgeführte und zentrale Punkte, wenn man über die Herausforderungen beziehungsweise Nachteile der Medienkonzentration debattiert, sind, dass sie zu einem Verlust der Meinungsvielfalt, zu einer Beeinflussung der öffentlichen Meinung (= Manipulation) und Verbreitung von *Fake News* beitragen kann, was dementsprechend die Meinungsbildung negativ beeinflussen und einschränken könnte. Hier ist eine kritische und reflektierende Sichtweise der Konsument*innen von höchster Priorität — also von uns. Medienkonzerne können durch die jeweilige Art und Weise, wie sie Informationen präsentieren, die öffentliche Meinung gezielt steuern. In Kombination mit dem bereits erwähnten Vielfaltsverlust, würde dies für uns bedeuten, dass es nur wenige oder keine weiteren Möglichkeiten mehr gäbe, sich außerhalb des Teufelskreises der Medienkonzentration zu informieren. Eine Manipulation wäre in einer solchen Situation dann sehr einfach möglich. Dieses Szenario wäre der ideale Nährboden für die Verbreitung von *Fake News*. In einer Demokratie, wie wir sie beispielsweise in Deutschland haben, könnte dies dazu führen, dass sich Bürger*innen nicht mehr so leicht eine vielfältige und wahrheitsbasierte Meinung bilden könnten. Kombiniert man diese Situation mit einem Machtmissbrauch der Medienakteure, die bereits die Mehrheit der Nachrichtenquellen gebündelt und demzufolge eine marktbeherrschende Stellung eingenommen haben, so könnte dies beispielsweise bei der Berichterstattung von politischen Ereignissen dazu führen, dass nur einseitige journalistische Einblicke, die präferiert werden, oder auch falsche Aussagen gezeigt werden könnten.

They're eating the dogs

Ein Blick in die USA und auf den stattgefundenen Wahlkampf 2024 zwischen Donald TRUMP und Kamala HARRIS ist ein aktuelles Beispiel, das die Auswirkungen der Medienkonzentration im Kontext auf die Verbreitung von *Fake News* verdeutlicht. Während einer Wahlkampfveranstaltung behauptete TRUMP: „In Springfield essen sie Hunde, die Menschen, die herkamen, essen Katzen!“⁷¹ (Übersetzung durch Autor). Diese Aussage, die sich auf vermeintliche Zustände unter Migranten bezog, verbreitete sich schnell über mehrere Kanäle, darunter Soziale Medien, Nachrichtenportale und traditionelle Medien. Durch die starke Konzentration der Medienlandschaft in den USA konnten wenige Akteure eine enorme Reichweite erzielen und die Verbreitung dieser Aussage beschleunigen. Große Medienhäuser mit klaren politischen Ausrichtungen, wie zum Beispiel *Fox News*, das tendenziell pro-TRUMP berichtet, griffen die Aussage auf, um bestimmte Narrative⁷² über Migration und Sicherheitsprobleme zu stärken.⁷³ Dabei zeigt genau dieses Beispiel, wie die Bündelung von Ressourcen und die Konzentration der Medienmacht in den Händen weniger Akteure die Verbreitung von Desinformationen begünstigen kann. Obwohl die Aussage faktisch falsch war und von verschiedenen Quellen überprüft wurde, erreichte sie durch den Einfluss großer Medienhäuser eine enorme Aufmerksamkeit und spaltete die öffentliche Meinung.⁷⁴

Chancen und Vorteile der Medienkonzentration

Nach dem Lesen des Abschnitts *Herausforderungen und Nachteile der Medienkonzentration* denken Sie jetzt doch bestimmt, dass der Zusammenschluss und die Bündelung von Medien nur schlecht sein können und lediglich negative Folgen mit sich bringen, oder? Ganz so einfach ist es dann aber doch nicht. Es gibt immer zwei Seiten einer Medaille: Die Medienkonzentration bietet auch Chancen und Vorteile, die sich positiv auf die journalistische Arbeit und Informationsverbreitung auswirken können, so dass die Verbreitung von *Fake News* eingedämmt werden kann.

Ein zentraler Vorteil der Bündelung von Medien liegt darin, dass großen Medienhäusern durch die Medienkonzentration höhere finanzielle Mittel zur Verfügung stehen, wodurch sie mehr Ressourcen für technologische, aber auch journalistische Innovationen haben. Das kann als Chance für die Informationsaufbereitung und -darlegung gesehen werden, da seitens der Medienunternehmen anspruchsvolle und hochqualitative Verifikationssysteme⁷⁵ entwickelt werden können, die es ermöglichen, *Fake News* oder auch *Deepfakes* schneller zu identifizieren und zu widerlegen. Ein Beispiel hierfür ist die

BBC Verify, eine Initiative der britischen Rundfunkanstalt, die modernste Techniken und ein geschultes Team nutzt, um irreführende Inhalte zu analysieren und richtigzustellen.⁷⁶ Solche Programme sind dabei oft nur für große Medienkonzerne finanzierbar und tragen zur Vertrauensbildung bei, indem sie den Qualitätsjournalismus stärken.

Ein weiterer Vorteil ergibt sich aus der medienübergreifenden Arbeit großer Akteure. Medienunternehmen, die crossmedial⁷⁷ arbeiten, können diese Arbeit effektiv für die Abwehr von *Fake News* nutzen. Durch die Verbreitung geprüfter sowie qualitativ hochwertig aufbereiteter journalistischer Inhalte über die unterschiedlichsten Kanäle, wie Print, TV, Radio und Social Media, können Medienakteure unterschiedliche Zielgruppen erreichen und Inhalte gezielt auf deren spezifische Bedürfnisse anpassen. Beispielsweise wäre es so möglich, dass in einer Nachrichtensendung im Fernsehen zu einem Thema ein komplexer Beitrag mit vielen Hintergrundinformationen laufen könnte, der sich eher an Erwachsene richtet, während auf Instagram beziehungsweise TikTok das gleiche Thema einfacher, spannender und kürzer für junge Menschen aufbereitet wird. Durch diese medienübergreifende Verknüpfung könnte die Vielfalt und die Aufbereitung der Inhalte gesteigert werden, wodurch eine große Gruppe von Menschen täglich informiert werden würde.

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass die Medienkonzentration auch positive Seiten hat und bisweilen in der Lage ist, einen entscheidenden Beitrag zur Eindämmung von *Fake News* zu leisten. Das klingt zunächst widersprüchlich, da ich zuerst ausgeführt habe, wie die Medienkonzentration dazu beitragen kann, *Fake News* in Umlauf zu bringen. Es bietet Potential, das eine oder das andere zu forcieren.

Media & Me und Medienkonzentration

Medien sind aus meinem und Ihrem Leben kaum noch wegzudenken und gehören zu unserem Alltag wie das Zähneputzen. Doch die Medienwelt ist sehr komplex. Das Projekt *Media & Me – Backstage bei Medienberufen* knüpft genau hier an. Durch meine Teilnahme an *Media & Me* konnte ich spannende Einblicke in die Welt der Medienberufe gewinnen und nachvollziehen, wie Nachrichten entstehen, verbreitet und seitens der Zuschauer wahrgenommen werden. Der Blick hinter die Kulissen verschiedener Medienunternehmen zeigte mir somit, welche wichtige Bedeutung Medien in unserer Gesellschaft haben, wie wichtig hochqualitativer Journalismus ist und welchen Einfluss Medienakteure auf die öffentliche Meinung haben können. Anhand zahlreicher Seminare, in denen wir begleitet von erfahrenen Journalist*innen selbst Hand anlegen durften und

journalistischen Inhalt produzierten, entwickelte ich einen reflektierenden, aber auch kritischen Blick auf Medien.

In der Gesellschaft werden Medien oft als etwas Banales und Selbstverständliches gesehen, doch das sind sie nicht. Das Phänomen der Medienkonzentration bringt Herausforderungen, aber auch Chancen mit sich, die in einer politisch aufgewühlten Welt, in der wir nun mal leben, reflektierend beobachtet werden müssen. Die Medienkonzentration ist ein ambivalentes Phänomen, denn einerseits kann sie die Verbreitung von Desinformationen anheizen, andererseits aber auch bremsen. Die Konsument*innen, das heißt wir selbst, müssen aktiv werden.

Media & Me hat mich auch hier weitergebracht. Das einfache Konsumieren von Inhalten ist nicht die Lösung. Wir lernten kritisch zu hinterfragen, von wem die Informationen kommen, welche Interessen hinter der Berichterstattung stecken, und wie verschiedene Perspektiven gezielt in den Medien repräsentiert werden. Nur so können Sie und ich der Falle von *Fake News* und Manipulation entgehen. Letztendlich konnte ich durch die Teilnahme an *Media & Me – Backstage bei Medienberufen* meine Medienkompetenz erheblich weiterentwickeln und die Komplexität hinter einer journalistischen beziehungsweise medialen Berichterstattung besser verstehen.

Das Wichtigste ist Medienkompetenz

Die Medienwelt um uns herum gibt uns viele Anlässe uns aufzuregen und alles schwarz zu malen. Trotzdem ist es wichtig in diesen Zeiten informiert zu bleiben. Doch wie navigiert man durch die Nachrichtenflut? Wie können wir *Fake News* erkennen und reißerische Headlines einordnen? Dafür haben wir bei *Media & Me* 10 Tipps gelernt, wie man Nachrichten einordnet und *Fake News* filtert. Diese wollen wir euch zum Abschluss mitgeben:

1. Kritisch bleiben: Viele Ausrufezeichen und Überschriften, die komplett in Großbuchstaben geschrieben sind, können erste Hinweise auf *Fake News* sein. Wenn der Inhalt zu krass oder unfassbar ist, um wahr zu sein, dann ist er es meist auch. Brennessel-Tinktur, die Darmkrebs heilt? Alien-Technologie, mit der die Pyramiden erbaut wurden? Die Bundesrepublik will uns mit Flugzeugen systematisch krank machen (Chemtrails)? Da ist Vorsicht geboten. Außerdem sind *Fake News* oft handwerklich schlecht. Viele Tippfehler, unscharfe Bilder, Rechtschreib- und Grammatikfehler weisen auf *Fake News* hin.
2. Autor*in checken: Wer trägt diese Information gerade in die Welt? In Deutschland gibt es eine Impressumspflicht. In einem Impressum steht, wer für den Inhalt einer Seite verantwortlich ist und unter welcher Adresse man die

verantwortliche Person oder das verantwortliche Unternehmen erreichen kann. Die Adresse von *Fake News* Autor*innen liegen in der Regel nicht in Deutschland. Einer Seite ohne Impressum sollte man generell nicht vertrauen. Wenn eine Autor*in angegeben ist, sollte man checken, was sie sonst noch veröffentlicht hat.

3. Immer fragen: Wer profitiert von der Darstellung? Wenn ein Video oder ein Artikel sehr einseitig wirkt, dann beleuchtet er meist nicht alle Aspekte einer Geschichte. Das macht guten Journalismus aus: Es kommen verschiedene Perspektiven auf ein Thema im Beitrag vor. Schließlich profitieren Lobbyisten oder politische Parteien von einer tendenziösen Berichterstattung, also von unausgewogener, nicht objektiver Berichterstattung. Eventuell werden Fakten verdreht oder bewusst weggelassen, Statistiken absichtlich falsch dargestellt und Meinungen eingestreut, um ein gewisses Ziel zu erreichen.
4. Emotionalisierung: Wenn eine Headline wütend macht, dann ist das in den meisten Fällen Absicht. Jedes Medienhaus, jeder Influencer möchte viele Klicks erzielen. Ein einfaches Mittel dafür sind reißerische Headlines. *Clickbait* soll uns, wie der englische Name suggeriert, ködern (eng.: *bait*), damit wir auf den Artikel oder Video klicken. Aber bisher konnte noch kein Mensch sich richtig über einen komplexen Sachverhalt informieren, indem er sich nur die Headlines durchliest. Ganz oft enthalten *Clickbait*-Artikel aber nicht die Informationen, die sie versprechen. Außerdem, was erwartet man denn nach einer reißerischen Überschrift, etwa ausgewogen und mit journalistischer Sorgfalt informiert zu werden? Natürlich ist der Sinn einer Überschrift, das Interesse der Leser*innen oder der Nutzer*innen zu wecken, aber es gibt einen Unterschied zwischen „Faktencheck: Schaden drei Tassen Kaffee am Tag der Gesundheit?“ und „Schockierende Enthüllung: Wie Ihr täglicher Kaffee Sie langsam vergiftet!“. Hinter *Clickbait* stecken verschiedene Faktoren.
 - a. Sensationsgier: „Sie werden niemals glauben, was mit Beyonces Hintern passiert ist.“
 - b. Übertreibung: „Friedrich Merz hat uns alle verraten!“
 - c. Irreführung: „Dieser Gesundheitshack wird ihr Leben verändern!“
 - d. Falsche Versprechung: „Finanzämter hassen diesen Trick: 5 Millionen in nur drei Wochen verdienen“
 - e. Emotionaler Ansporn: „Die Wahrheit über Wärmepumpen, die Sie nicht hören wollen“
 - f. Schock: „In fünf Jahren wird Ihr Haus wertlos sein“

Die Headlines haben wir uns ausgedacht, aber man findet solche immer wieder im Internet. Wenn sie so oder so ähnlich klingen, sollte man misstrauisch sein.

5. Vage und ungenaue Informationen: In *Fake News* fehlen oft wichtige Informationen, wie Namen, Orte und Quellenangaben. Achtet auf Formulierungen wie *ein Experte* oder *in einem Dorf in Thailand*. Wenn doch ein Name fällt im Kontext eines Themas, das Fachwissen voraussetzt, dann sollte man diesen nachprüfen. Oft findet man dann Artikel darüber, dass diese Expert*in ein*e Schwindler*in ist.
6. Aktualität: Einerseits ist wichtig zu checken, ob der Artikel überhaupt aktuell ist. Oft machen Artikel die Runde, die längst veraltet sind und überholte Informationen enthalten. Andererseits werden neue Informationen mit alten Nachrichten verknüpft, obwohl es keinen Zusammenhang gibt.
7. Bilder und Videos können in die Irre führen: Bilder sind so einfach zu manipulieren wie niemals zuvor. Um sicher zu gehen, dass man dem Bildmaterial vertrauen kann, lohnt sich eine Bilderrückwärtssuche bspw. über Google. Hier kann man ein Screenshot des Bildes hochladen und nach ähnlichen Bildern suchen. Womöglich wurde das Bild falsch kontextualisiert und hat einen anderen Ursprung als im Artikel angegeben? Ein ähnliches Verfahren gibt es von Amnesty International für YouTube-Videos.⁷⁸
8. Vergleichen: Kommt einem ein Post oder eine Behauptung etwas spanisch vor, sollte man verschiedene Quellen vergleichen. Was schreiben etablierte Medien über das gleiche Thema? Große Redaktionen haben meist ein vertrauenswürdiges Korrespondentennetz und Expert*innen, die sich mit Fachthemen intensiv auseinandersetzen. Decken sich die Informationen aus anderen Artikeln nicht mit dem fraglichen Artikel oder Post, dann handelt es sich mit hoher Wahrscheinlichkeit um *Fake News*.
9. Faktenchecks: Öffentlich-rechtliche Medien und viele unabhängige Organisationen überprüfen einzelne Falschmeldungen und stellen sie richtig. Der Europäische Auswärtige Dienst listet zum Beispiel gängige Falschbehauptungen aus der russischen Propaganda auf einer Internetseite⁷⁹ auf. Für den Alltag sind Mimikama,⁸⁰ Correctiv⁸¹ oder der dpa-Faktencheck⁸² gute Adressen, aber es gibt noch viele mehr.⁸³ Ein guter Anfang ist es, das jeweilige Thema oder die Headline zusammen mit dem Wort *Faktencheck* in eine Suchmaschine einzutippen.
10. Mach es *Fake News* schwer: Schlussendlich sollte man verdächtige Internetseiten, Posts und Artikel nicht weiterverbreiten, sondern erstmal hinterfragen. Damit auch andere darüber informiert werden, welche *Fake News* gerade im Umlauf sind, sollte man die Inhalte melden. Das geht auf einigen Sozialen Netzwerken mit der Meldefunktion, aber es gibt auch Meldeportale zum Beispiel von Mimikama. Mit RESpect!⁸⁴ von der Bundesnetzagentur gibt es die erste offizielle Meldestelle in Deutschland.

Die Antwort auf die *Fake News*-Flut ist also nicht, sich komplett zu verschließen – das scheint auch ein unmögliches Unterfangen zu sein. Es ist Medienkompetenz, die gezielt gefördert werden muss, am besten schon in der Schule. Wir haben sie bei *Media & Me* gelernt, für Journalist*innen ist das Grundwissen. Für alle anderen ist es aber nie zu spät, Fortbildungen zu untersuchen oder sich über das Thema zu informieren.

Bibliographie

- ADOBE: *Firefly*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.adobe.com/de/products/firefly.html>.
- AGENCE FRANCE PRESS (AFP): *AFP Fact Check*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://factcheck.afp.com>.
- AFP: *Trump campaign amplifies baseless rumors of migrants stealing pets*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://factcheck.afp.com/doc.afp.com.36FW4WA>.
- Karen HAO: *The biggest threat of deepfakes isn't the deepfakes themselves*. In: MIT Technology Review 10.09.2019. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.technologyreview.com/2019/10/10/132667/the-biggest-threat-of-deepfakes-isnt-the-deepfakes-themselves>.
- Henry AJDER / Giorgio PATRINI / Francesco CAVALLI / Laurence CULLEN: *The state of deepfakes. Landscapes, threats, and impact*. 2019. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: https://regmedia.co.uk/2019/10/08/deepfake_report.pdf.
- AMADEU ANTONIO STIFTUNG: *Verschwörungsschecker*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://verschwörungsschecker.org>.
- AMNESTY INTERNATIONAL: *Youtube DataViewer*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://citizenevidence.org/2014/07/01/youtube-dataviewer>.
- ARD: *Tagesschau: Nummer 1 für News*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.ard.de/die-ard/02-09-tagesschau-Deutschlands-Nummer-1-fuer-Nachrichten-100>.
- ARD / ZDF: *ARD/ZDF-Medienstudie 2024*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: https://www.ard-zdf-medienstudie.de/files/Download-Archiv/Medienstudie_2024/Basispraesentation_ARD-ZDF-Medienstudie_2024.pdf.
- Julien BAUER: *Stone & Spirit – KI Video*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.youtube.com/watch?v=2Zbe52PkWJc>.
- BBC: *BBC News puts transparency at its heart with BBC Verify*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: https://www.bbc.co.uk/mediacentre/bbc-news-transparency-bbc-verify?_hsenc=p2ANqtz-9oB2ZhxAwdItAIK-MWbZ-GQYS46YG-aPX4GxosHm5GmPldj8Ekg22S32cxYMMaDnTT-ZJt&utm_source=chatgpt.com.

- Jürgen BELLERS: *Der WDR und andere Katastrophen – eine Analyse der deutschen Medienlandschaft. Medienpolitik, Medienökonomie, Mediengeschichte, Medienkonzentration, Medieninternationale*. Nordhausen 2015.
- Peter L. BERGER/ Thomas LUCKMANN: *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit: eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt 1972.
- René BOCKSCH: *Infografik: Deutsche online vergleichsweise gutgläubig*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://de.statista.com/infografik/26434/anteil-der-befragten-der-infos-von-newsseiten-und-social-media-ueberprueft>.
- BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG: *Öffentlich-rechtlicher Rundfunk*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/medienpolitik/500707/oeffentlich-rechtlicher-rundfunk>.
- BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG: *Algorithmus*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/lexikon-in-einfacher-sprache/303035/algorithmus>.
- BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG: *Liberalisierung*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/lexikon-der-wirtschaft/19979/liberalisierung>.
- Markus BÖHM: *Meta löscht Fakevideo, das Selenskyj falsche Worte in den Mund legt*. In: Spiegel 17.03.2022. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.spiegel.de/netzwelt/web/meta-loescht-fake-video-das-wolodymyr-selenskyj-falsche-worte-in-den-mund-legt-a-5600045c-8057-4359-bd31-ee02c6e585d5>.
- CORRECTIV: *CORRECTIV. Faktencheck*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://correctiv.org/faktencheck>.
- CORRECTIV: *Recherchen für die Gesellschaft*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://correctiv.org>.
- DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: *dpa-Faktencheck*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.dpa.com/de/faktencheck>.
- DEUTSCHES FORSCHUNGSZENTRUM FÜR KÜNSTLICHE INTELLIGENZ (DFKI): *Interview. Was sind Deepfakes?* Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.dfki.de/web/news-media/news-events/interview-was-sind-eigentlich-deepfakes>.
- DEUTSCHER JOURNALISTEN VERBAND (DJV): *KI-Charta*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: https://www.djv.de/fileadmin/user_upload/DJV/INFORMATIONEN/medienpolitik/KI-Charta.pdf.
- DISRUPTIVE: *Vergleich der ChatGPT-Modelle: Welches Modell für welche Aufgabe?* Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://disruptive-muenchen.de/blog/vergleich-der-chatgpt-modelle-welches-modell-fuer-welche-aufgabe>.
- DUDEN: *Pushnachricht*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.duden.de/n.de/rechtschreibung/Pushnachricht>.
- DUDEN: *Podcast*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Podcast>.

- DUDEN: *Kommilitone*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Kommilitone>.
- DUDEN: *Globalisierung*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Globalisierung>.
- DUDEN: *Kapitalismus*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Kapitalismus>.
- DUDEN: *Crossmedial*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.duden.de/rechtschreibung/crossmedial>.
- DUOLINGO: *Duolingo für Anfänger: Wie lernt man eine Sprache auf Duolingo?* Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://blog.duolingo.com/de/duolingo-fur-anfanger-wie-man-eine-sprache-auf-duolingo-lernt>.
- Andrey ESAULOV: *AI Voice Cloning: Wie funktioniert es und wo wird es eingesetzt?* Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://innovation.dpa.com/2023/03/08/voice-cloning-wie-funktioniert-das>.
- EUROPEAN EXTERNAL ACTION SERVICE (EEAS): *EUvs.DiSiNFO*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://euvsdisinfo.eu/de>.
- FRAUNHOFER INSTITUT FÜR KOGNITIVE SYSTEME (IKS): *Künstliche Intelligenz (KI) und maschinelles Lernen*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: [https://www.iks.fraunhofer.de/de/themen/kuenstliche-intelligenz.html#:~:text=K%C3%BCnstliche%20Intelligenz%20\(KI\)%20ist%20ein,durch%20maschinelles%20Lernen%20erzeugt%20werden](https://www.iks.fraunhofer.de/de/themen/kuenstliche-intelligenz.html#:~:text=K%C3%BCnstliche%20Intelligenz%20(KI)%20ist%20ein,durch%20maschinelles%20Lernen%20erzeugt%20werden).
- Stefan FEUERRIEGEL: *Künstliche Intelligenz: Die Flut gefälschter Fakten*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.lmu.de/de/newsroom/newsuebersicht/news/kuenstliche-intelligenz-die-flut-gefaelschter-fakten.html>.
- FREIE UNIVERSITÄT BERLIN: *Medienkonzentration*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.osa.fu-berlin.de/puk/beispielaufgaben/medienkonzentration/index.html>.
- GOOGLE: *Fact Check Tools*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://toolbox.google.com/factcheck/explorer>.
- GOOGLE: *Gemini*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://gemini.google.com/view>.
- GROSS — GRANDE REGION: *Die Großregion kompakt*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.grossregion.net/Die-Grossregion-kompakt/Strategie>.
- HANDYSEKTOR-LEXIKON: *Flugmodus*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.handysektor.de/lexikon/flugmodus>.
- Melissa HERTWIG: *Doomscrolling: So wirken schlechte Nachrichten auf uns*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.geo.de/wissen/gesundheit/-doomscrolling---so-wirken-schlechte-nachrichten-auf-uns-34903056.html>.
- INFRATEST IMAP, WDR: *Glaubwürdigkeit der Medien 2023*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: https://presse.wdr.de/plounge/wdr/programm/2023/12/_pdf/Glaubwuerdigkeit_der_Medien_2023.pdf.

- INTERNET ABC: *Streaming*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: [https://www.internet-abc.de/altern/lexikon/s/streaming/#:text=Streaming%20\(zu%20Deutsch%3A%20strömen%2C,Video%2DDatei%20komplett%20übertragen%20ist.](https://www.internet-abc.de/altern/lexikon/s/streaming/#:text=Streaming%20(zu%20Deutsch%3A%20strömen%2C,Video%2DDatei%20komplett%20übertragen%20ist.)
- JUGENDSTIFTUNG BADEN WÜRTTEMBERG: *Meldestelle RESpect!* Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://meldestelle-respect.de>.
- Maximilian KRETER / Fabian GRAUTHOFF: *“I WON THIS ELECTION, BY A LOT!”: Fake News und die Frage nach Wahrheit. Donald Trump durch die Linse von Arendt und Rüsen*. In: Sabrina Kirschner / Tomke Lask (Hrsg.): *Speak Up! Einblicke in das ostbelgische Innovationslabor zum Umgang mit Fake News und Hate Speech*. Bielefeld 2026, S. 247–278.
- Maximilian KRETER / Sabrina KIRSCHNER / Tomke LASK / Jessica MARON: *Im Auftrag der Demokratie: Was kann und soll politische Bildung im Umgang mit Fake News und Hate Speech leisten?* In: Sabrina Kirschner / Tomke Lask (Hrsg.): *Speak Up! – Zum Umgang mit Fake News und Hate Speech*. Ostbelgische Zivilgesellschaft und internationale Wissenschaft im Austausch. Bielefeld 2023, S. 175–286. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://doi.org/10.14361/9783839467695-014>.
- LEONARDO.AI: *Creativity, Unleashed. Leverage generative AI with a unique suite of tools to convey your ideas to the world*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://leonardo.ai>.
- LMS SAAR: *Media & Me – Backstage bei Medienberufen*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.lmsaar.de/media-and-me>.
- LOGO!: *Der öffentlich-rechtliche Rundfunk*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.zdf.de/kinder/logo/oeffentlich-rechtlicher-rundfunk-102.html>.
- Klaus MAINZER: *Künstliche Intelligenz – Wann übernehmen die Maschinen?* Heidelberg 2019. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://doi.org/10.1007/978-3-662-58046-2>.
- META: *Unsere Mission*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.meta.com/de-de/about/company-info>.
- MIMIKAMA: *Faktenchecks und Recherchen gegen Falschmeldungen und Desinformation*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.mimikama.org>.
- OPENAI: *ChatGPT*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://openai.com/de-DE/chatgpt/overview>.
- Eli PARISER: *The Filter Bubble: What the internet is hiding from you*. New York 2011. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://doi.org/10.3139/9783446431164>.
- Philippe PFISTER: *88-mal am Tag entsperren wir unser Handy*. In: Zofinger Tageblatt (17.09.2023). Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: https://kulturwissenschaft.philhist.unibas.ch/fileadmin/user_upload/kulturwissenschaft/Kunzelmann_Interview_zttalk_Print_17.9.2023_ganzseitig.pdf.
- Manuel PUPPIS: *Einführung in die Medienpolitik*. Konstanz 2010. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://doi.org/10.36198/9783838528816>.

- MEDIZINISCHE UNIVERSITÄT WIEN: *Dopamin*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.meduniwien.ac.at/web/ueber-uns/news/detailseite/2016/news-im-august-2016/dopamin-weit-mehr-als-nur-der-botenstoff-des-gluecks>.
- Christina QUAST / Sabrina KIRSCHNER: *Mit detektivischem Spürsinn gegen Fake News und Deepfakes – Auf eine Fritte mit Christina QUAST und Sabrina KIRSCHNER*. In: Sabrina Kirschner / Tomke Lask (Hrsg.): *Speak Up! Einblicke in das ostbelgische Innovationslabor zum Umgang mit Fake News und Hate Speech*. Bielefeld 2026, S. 717–726.
- REPORTER OHNE GRENZEN: *Barometer 2025*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.reporter-ohne-grenzen.de>.
- REPORTER OHNE GRENZEN: *RSF stellt Charta zu KI und Journalismus vor*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/pressemitteilungen/meldung/rsf-stellt-charta-zu-ki-und-journalismus-vor>.
- ROBERT BOSCH STIFTUNG: *BetterPost – Guter Journalismus auf Social Media*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.bosch-stiftung.de/de/projekt/betterpost-guter-journalismus-auf-social-media>.
- SAFERINTERNET.AT: *Welche Faktenchecker gibt es?* Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.saferinternet.at/welche-faktenchecker-gibt-es>.
- Kaylyn Jackson SCHIFF / Daniel SCHIFF / Natalia S.BUENO: *The Liar's Dividend: Can Politicians Claim Misinformation to Evade Accountability?* In: *American Political Science Review* 20.01.2024.
- SO GEHT MEDIEN: *Lexikon-Mediathek*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.br.de/sogehhtmedien/lexikon-mediathek-108.html>.
- SO GEHT MEDIEN: *Lexikon-Post*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.br.de/sogehhtmedien/lexikon-post-108.html>.
- STIFTUNG DIGITALE CHANCEN: *Checkliste zum Erkennen von Falschmeldungen*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/974430/2286782/af40e244a605606937a3e7c81a56a658/2024-05-23-checkliste-falschmeldung-data.pdf?download=1>.
- SYNTHESIA: *KI Video Generator – KOSTENLOS KI Video erstellen*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.synthesia.io/de>.
- Justus THIES / Michael ZOLLHÖFER / Marc STAMMINGER / Christian THEOBALD / Matthias NIESSNER: *Face2Face: Real-Time Face Capture and Reenactment of RGB Videos*. Las Vegas 2026. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://ieeexplore.ieee.org/document/7780631/authors#authors>.
- T-ONLINE: *Was ist ein Narrativ? So beeinflusst es unser Denken*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: https://www.t-online.de/leben/alltagswissen/id_100597320/was-ist-ein-narrativ-so-beeinflussen-geschichten-unser-denken.html?utm_source=chatgpt.com.

- UNIVERSITÄT BONN: *Wie Handys zum 'digitalen Burnout' führen*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.uni-bonn.de/de/universitaet/presse-kommunikation/pressexservice/archiv-pressemitteilungen/2015/195-2015>.
- VOICE.AI: *Free Real Time Voice Changer and AI Voice Agents Platform*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://voice.ai/ai-voice>.
- Andrea WILLE: *So beeinflusst das Smartphone unsere Produktivität*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.quarks.de/technik/digitalisierung/so-beeinflusst-das-smartphone-unsere-produktivitaet>.
- Alexander WUTTKE: *Drohen (KI-getriebene) Fake-News-Kampagnen Wahlergebnisse zu beeinflussen?* In: LMU: Was KI wirklich kann. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.lmu.de/de/newsroom/newsuebersicht/news/was-ki-wirklich-kann.html>.

Anmerkungen

- 1 *Media & Me* wurde 2024 von der Staatskanzlei des Saarlandes, QuattroPole, ALIA, Medienzentrum Ostbelgien und von der Staatskanzlei gefördert. 2025 fördert außerdem der Interregionale Parlamentarierrat das Projekt. Jedes Jahr sind über 20 Medienpartner am Projekt beteiligt, die auf der LMS SAAR: *Media & Me – Backstage bei Medienberufen*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.lmsaar.de/media-and-me> verzeichnet sind.
- 2 Das Feature ist eine journalistische Textsorte, die Eigenschaften eines Berichts und einer Reportage vereint.
- 3 Es gibt insgesamt sieben Module, die hauptsächlich in Saarbrücken, Trier, Luxembourg, Eupen, Metz und Saargemünd stattfinden. Mehr Informationen zum Inhalt der Module gibt es in der Modulübersicht auf der Webseite LMS SAAR: *Media & Me – Backstage bei Medienberufen*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.lmsaar.de/media-and-me>.
- 4 Die Großregion SaarLorLux umfasst Luxemburg, die belgischen Region Wallonie mit der Französischen Gemeinschaft Belgiens und der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens, die französische Region Grand-Est und die deutschen Bundesländer Saarland und Rheinland-Pfalz. Sie verbindet eine gemeinsame Strategie: GROSS — GRANDE REGION: *Die Großregion kompakt*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.grossregion.net/Die-Grossregion-kompakt/Strategie>.
- 5 Klaus MAINZER: *Künstliche Intelligenz – Wann übernehmen die Maschinen?* Heidelberg 2019. S. 3. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://doi.org/10.1007/978-3-662-58046-2>.
- 6 Peter L. BERGER / Thomas LUCKMANN: *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit: eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt 1972. S. 18.

- 7 Mit *Fake News* und *Alternativen Fakten* befassen sich in diesem Band auch: Maximilian KRETER / Fabian GRAUTHOFF: *“I WON THIS ELECTION, BY A LOT!”: Fake News und die Frage nach Wahrheit. Donald Trump durch die Linse von Arendt und Rösen*. In: Sabrina Kirschner / Tomke Lask (Hrsg.): *Speak Up! Einblicke in das ostbelgische Innovationslabor zum Umgang mit Fake News und Hate Speech*. Bielefeld 2026, S. 247–278.
- 8 Definition *Algorithmus* laut FRAUNHOFER-INSTITUT FÜR TECHNO- UND WIRTSCHAFTSMATHEMATIK (ITWM): „Im Allgemeinen ist ein Algorithmus zu verstehen als eine endliche Abfolge von eindeutig definierten Anweisungen – der / die Wissenschaftler*in spricht dann von wohldefinierten Anweisungen – mithilfe derer eine bestimmte Aufgabe erledigt oder ein spezifisches Problem gelöst wird.“ Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.itwm.fraunhofer.de/de/abteilungen/fm/aktuelles/blog/algorithmus.html>.
- 9 Journalist*innen erstellen *Content*. Das bedeutet, dass sie bestimmte Inhalte mithilfe von Texten, Bildern, Videos oder Podcasts vermitteln. Diese Inhalte sollen informieren, aufklären und möglichst objektiv sein. Ein Zeitungsartikel über ein politisches Ereignis oder ein Interview mit einer bekannten Person sind Beispiele für journalistischen *Content*.
- 10 REPORTER OHNE GRENZEN (RSF) ist eine internationale Nichtregierungsorganisation (NGO), die sich für Pressefreiheit und den Schutz von Journalist*innen weltweit einsetzt. Laut RSF nimmt die Pressefreiheit weltweit jedoch ab. Zudem befinden sich aktuell über 580 Journalist*innen und Medienmitarbeitende in Haft. Dazu: REPORTER OHNE GRENZEN: *Barometer 2025*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.reporter-ohne-grenzen.de>.
- 11 Der Flugmodus ist eine spezielle Funktion von Mobilfunkgeräten, mit dem alle kabellosen Verbindungen, wie zum Beispiel WLAN getrennt werden können. Den Namen hat der Flugmodus von seinem ursprünglichen Anwendungszweck: Vor allem beim Start und bei der Landung von Flugzeugen müssen Smartphones, Tablets und Laptops in diesen Modus versetzt werden, um das Flugzeug durch Handysignale nicht zu stören. Dazu: HANDYSEKTOR-LEXIKON. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.handysektor.de/lexikon/flugmodus>.
- 12 Eine Push-Benachrichtigung ist eine an ein Smartphone oder mobiles Gerät gesendete Mitteilung, die nicht abgerufen werden muss, sondern sich automatisch öffnet. Dazu: DUDEN. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Pushnachricht>.
- 13 DUOLINGO ist eine App und Webanwendung, um eine neue Sprache zu lernen. Sie bietet spielerische Lernmethoden an und verwendet verschiedene Elemente aus Computerspielen, um das Sprachenlernen motivierender zu gestalten. Dazu: DUOLINGO. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://>

- blog.duolingo.com/de/duolingo-fur-anfanger-wie-man-eine-sprache-auf-duolingo-lernt.
- 14 Philippe PFISTER: *88-mal am Tag entsperren wir unser Handy*. In: Zofinger Tageblatt (17.09.2023). Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: https://kulturwissenschaft.philhist.unibas.ch/fileadmin/user_upload/kulturwissenschaft/Kunzelmann_Interview_zttalk_Print_17.9.2023_ganzseitig.pdf.
- 15 UNIVERSITÄT BONN: *Wie Handys zum ‚digitalen Burnout‘ führen*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.uni-bonn.de/de/universitaet/presse-kommunikation/pressexservice/archiv-pressemitteilungen/2015/195-2015>.
- 16 Dopamin ist ein Botenstoff, der Signale zwischen den Nervenzellen weiterleitet. Es steuert Gefühle, Denken und Bewegung. Dopamin wird auch "Botenstoff des Glücks" genannt. Es sorgt dafür, dass wir uns glücklich fühlen. Dazu: MEDIZINISCHE UNIVERSITÄT WIEN. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.meduniwien.ac.at/web/ueber-uns/news/detailseite/2016/news-im-august-2016/dopamin-weit-mehr-als-nur-der-botenstoff-des-gluecks>.
- 17 Andrea WILLE: *So beeinflusst das Smartphone unsere Produktivität*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.quarks.de/technik/digitalisierung/so-beeinflusst-das-smartphone-unsere-produktivitaet>.
- 18 Reportage, (Radio)Beitrag o. Ä., der als Audiodatei im Internet zum Herunterladen oder Streamen angeboten wird. Dazu: DUDEN. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Podcast>.
- 19 ARD: *Tagesschau: Nummer 1 für News*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.ard.de/die-ard/02-09-tagesschau-Deutschlands-Nummer-1-fuer-Nachrichten-100>.
- 20 Algorithmen sind Anleitungen für Computer. Anleitungen für Computer werden von Menschen programmiert. Algorithmen sagen Computern, was sie in welcher Reihenfolge machen müssen. Mit einem Algorithmus kann ein Computer Schritt für Schritt eine Aufgabe lösen. Mit Algorithmen kann man auch Daten nach bestimmten Regeln auswerten. Dazu: BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/lexikon-in-einfacher-sprache/303035/algorithmus>.
- 21 Streaming (zu Deutsch: strömen, fließen) nennt man ein Verfahren, mit dem Video- und Audiodaten so aufbereitet werden, dass sie schon während des Herunterladens aus dem Internet betrachtet oder angehört werden können. Beim Streaming muss man also nicht abwarten, bis eine Audio- oder Video-Datei komplett übertragen ist. Dazu: INTERNET ABC. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: [https://www.internet-abc.de/eltern/lexikon/s/streaming/#:~:text=Streaming%20\(zu%20Deutsch%3A%20strömen%2C,Video%2DDatei%20komplett%20übertragen%20ist](https://www.internet-abc.de/eltern/lexikon/s/streaming/#:~:text=Streaming%20(zu%20Deutsch%3A%20strömen%2C,Video%2DDatei%20komplett%20übertragen%20ist).

- 22 ARD / ZDF: *ARD/ZDF-Medienstudie 2024*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: https://www.ard-zdf-medienstudie.de/files/Download-Archiv/Medienstudie_2024/Basispraesentation_ARD-ZDF-Medienstudie_2024.pdf.
- 23 Mediatheken sind Internet-Videoportale, auf denen Serien, Filme oder Live-Streams von Fernsehsendern, wie beispielweise ARD und ZDF angeboten werden. Dazu: SO GEHT MEDIEN. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.br.de/sogehhtmedien/lexikon-mediathek-108.html>.
- 24 René BOCKSCH: *Infografik: Deutsche online vergleichsweise gutgläubig*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://de.statista.com/infografik/26434/anteil-der-befragten-der-infos-von-newsseiten-und-social-media-ueberprueft>. Ein Tool zum Faktencheck, dass in Luxemburg, also auch der Großregion entstanden ist, ist der *propaganda.guide*. Dieses Tool stellten Maximilian KRETER / Sabrina KIRSCHNER / Tomke LASK / Jessica MARON: *Im Auftrag der Demokratie: Was kann und soll politische Bildung im Umgang mit Fake News und Hate Speech leisten?* In: Sabrina Kirschner / Tomke Lask (Hrsg.): *Speak Up! – Zum Umgang mit Fake News und Hate Speech*. Ostbelgische Zivilgesellschaft und internationale Wissenschaft im Austausch. Bielefeld 2023, S. 217. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://doi.org/10.14361/9783839467695-014> im ersten *Speak Up!* Buch vor.
- 25 Ein Post ist ein Beitrag auf einer Social Media-Plattform wie Instagram, Facebook oder Twitter. *Posten* ist Englisch und bedeutet übersetzt *etwas bekannt geben*. Dazu: So geht Medien. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.br.de/sogehhtmedien/lexikon-post-108.html>.
- 26 STIFTUNG DIGITALE CHANCEN: *Checkliste zum Erkennen von Falschmeldungen*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.bundesregierung.de/r esource/blob/974430/2286782/af40e244a605606937a3e7c81a56a658/2024-05-23-checkliste-falschmeldung-data.pdf?download=1>.
- 27 Melissa HERTWIG: *Doomscrolling: So wirken schlechte Nachrichten aufuns*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.geo.de/wissen/gesundheits/-doomscrolling---so-wirken-schlechte-nachrichten-auf-uns-34903056.html>.
- 28 Person, mit der man gerade zusammen studiert oder in der Vergangenheit zusammen studiert hat. Dazu: DUDEN. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Kommilitone>.
- 29 Ein Tool um herauszufinden, wie tief man selbst in seiner Bubble steckt, stellten Maximilian KRETER / Sabrina KIRSCHNER / Tomke LASK / Jessica MARON: *Im Auftrag der Demokratie: Was kann und soll politische Bildung im Umgang mit Fake News und Hate Speech leisten?* In: Sabrina Kirschner / Tomke Lask (Hrsg.): *Speak Up! – Zum Umgang mit Fake News und Hate Speech*. Ostbelgische Zivilgesellschaft und internationale Wissenschaft im Austausch. Bielefeld 2023, S. 217 f. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://doi.org/10.14361/9783839472644-279> <https://www.inilibra.com/de/page/egb> – Open Access –  CC BY-NC-ND

- rg/10.14361/9783839467695-014 im ersten Speak Up! Buch vor. Hierbei handelt es sich um filterbubble.lu.
- 30 Eli PARISER: *The Filter Bubble: What the internet is hiding from you*. New York 2011. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://doi.org/10.3139/9783446431164>.
- 31 ARD, ZDF und Deutschlandradio bilden gemeinsam den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland. Dieser hat einen besonderen Auftrag: Er soll allen Menschen in Deutschland möglichst jederzeit und überall ein vielfältiges Programm und Informationen liefern. Damit das funktioniert, arbeitet der öffentlich-rechtliche Rundfunk unabhängig vom Staat und privaten Firmen. Dazu: LOGO! Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.zdf.de/ki/nder/logo/oeffentlich-rechtlicher-rundfunk-102.html>.
- 32 BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG: *Öffentlich-rechtlicher Rundfunk*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/medienpolitik/500707/oeffentlich-rechtlicher-rundfunk>.
- 33 INFRATEST IMAP, WDR: *Glaubwürdigkeit der Medien 2023*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: https://presse.wdr.de/plounge/wdr/programm/2023/12/_pdf/Glaubwuerdigkeit_der_Medien_2023.pdf.
- 34 ROBERT BOSCH STIFTUNG: *BetterPost – Guter Journalismus auf Social Media*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.bosch-stiftung.de/de/projekt/betterpost-guter-journalismus-auf-social-media>.
- 35 Weiterführend dazu: Christina QUAST / Sabrina KIRSCHNER: *Mit detektivischem Spürsinn gegen Fake News und Deepfakes – Auf eine Fritte mit Christina QUAST und Sabrina KIRSCHNER*. In: Sabrina Kirschner / Tomke Lask (Hrsg.): *Speak Up! Einblicke in das ostbelgische Innovationslabor zum Umgang mit Fake News und Hate Speech*. Bielefeld 2026, S. 717–726 sowie Maximilian KRETER / Sabrina KIRSCHNER / Tomke LASK / Jessica MARON: *Im Auftrag der Demokratie: Was kann und soll politische Bildung im Umgang mit Fake News und Hate Speech leisten?* In: Sabrina Kirschner / Tomke Lask (Hrsg.): *Speak Up! – Zum Umgang mit Fake News und Hate Speech*. Ostbelgische Zivilgesellschaft und internationale Wissenschaft im Austausch. Bielefeld 2023, S. 217. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://doi.org/10.14361/9783839467695-014>.
- 36 CORRECTIV: *CORRECTIV. Faktencheck*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://correctiv.org/faktencheck>.
- 37 AGENCE FRANCE PRESS (AFP): *AFP Fact Check*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://factcheck.afp.com>.
- 38 MIMIKAMA: *Faktenchecks und Recherchen gegen Falschmeldungen und Desinformation*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.mimikama.org>.
- 39 GOOGLE: *Fact Check Tools*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://toolbox.google.com/factcheck/explorer>.

- 40 AMADEU ANTONIO STIFTUNG: *Verschwörungschecker*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://verschwuerungschecker.org>.
- 41 CHATGPT ist ein Chatbot des US-Unternehmens OPENAI, das auf einem multimodalen LARGE LANGUAGE MODEL (LLM, dt.: Großes Sprachmodell) basiert. Das ist eine textbasierte generative Künstliche Intelligenz mit der Konversationen über Chat und mit Bildern geführt werden können, die der menschlichen Kommunikation ähnlich sind. OPENAI: *ChatGPT*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://openai.com/de-DE/chatgpt/overview>.
- 42 GEMINI von GOOGLE ist wie CHATGPT ein multimodales LLM, also ein Chatbasierter KI-Assistent. GOOGLE: *Gemini*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://gemini.google/overview>.
- 43 ADOBE FIREFLY ist eine generative KI, die Bilder, Videos, Audios und Vektorgrafiken aus einem Prompt (Befehl per Texteingabe) erstellen kann. ADOBE: *Firefly*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.adobe.com/de/products/firefly.html>.
- 44 DALL-E von OPENAI ist wie FIREFLY eine generative Text-zu-Bild KI. Früher war es ein eigenständiges Programm, heute ist es vollständig in ChatGPT-4o integriert. Dazu: DISRUPTIVE: *Vergleich der ChatGPT-Modelle: Welches Modell für welche Aufgabe?* Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://disruptive-muenchen.de/blog/vergleich-der-chatgpt-modelle-welches-modell-fuer-welche-aufgabe>.
- 45 SYNTHESIA ist eine generative KI des britischen Unternehmens SYNTHESIA LIMITED. Es kann Videos mit KI-Avataren und Voice Overs in über 140 Sprachen erstellen. SYNTHESIA: *Erstelle KI videos in nur wenigen Minuten*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.synthesia.io/de>.
- 46 LEONARDO AI ist eine generative KI, die Bilder, Videos und Grafiken aus einem Prompt erstellen kann. LEONARDO INTERACTIVE PTY LTD ist eine Tochter des australischen Unternehmens CANVA INC. LEONARDO.AI: *Creativity, Unleashed. Leverage generative AI with a unique suite of tools to convey your ideas to the world*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://leonardo.ai>.
- 47 SYNTHESIA: *KI Video Generator – KOSTENLOS KI Video erstellen*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.synthesia.io/de>.
- 48 Die Firma ist fiktiv und hat zum Zeitpunkt der Generierung noch nicht existiert. Julien BAUER: *Stone & Spirit – KI Video*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.youtube.com/watch?v=2Zbe52PkWjc>.
- 49 Justus THIES / Michael ZOLLHÖFER / Marc STAMMINGER / Christian THEOBALD / Matthias NIESSNER: *Face2Face: Real-Time Face Capture and Reenactment of RGB Videos*. Las Vegas 2026. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://ieeexplore.ieee.org/document/7780631/authors#authors>.

- 50 Deepfakes sind Bilder, Videos und Audios, die mit KI generiert wurden und täuschend echt aussehen. Deepfake ist eine Wortkombination aus Deep, von DeepLearning (KI-Technik mit künstlichen neuronalen Netzen) und Fake im Sinne von *Fälschung*. Sie sind besonders schwer als Fälschung zu erkennen. DEUTSCHES FORSCHUNGSZENTRUM FÜR KÜNSTLICHE INTELLIGENZ (DFKI): *Interview. Was sind Deepfakes?* Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.dfki.de/web/news-media/news-events/interview-was-sind-d-eigentlich-deepfakes>.
- 51 Justus THIES / Michael ZOLLHÖFER / Marc STAMMINGER / Christian THEOBALD / Matthias NIESSNER: *Face2Face: Real-Time Face Capture and Reenactment of RGB Videos*. Las Vegas 2026. S. 1. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://ieeexplore.ieee.org/document/7780631/authors#authors>.
- 52 *Voice Cloning* ist eine Technologie, die auf Künstlicher Intelligenz basiert. Mit ihr können Stimmen digital kopiert und reproduziert werden. Andrey ESAULOV: *AI Voice Cloning: Wie funktioniert es und wo wird es eingesetzt?* Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://innovation.dpa.com/2023/03/08/voice-cloning-wie-funktioniert-das>.
- 53 VOICE.AI: *Free Real Time Voice Changer and AI Voice Agents Platform*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://voice.ai/ai-voice>.
- 54 Stefan FEUERRIEGEL: *Künstliche Intelligenz: Die Flut gefälschter Fakten*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.lmu.de/de/newsroom/newsuebersicht/news/kuenstliche-intelligenz-die-flut-gefaelschter-fakten.html>.
- 55 META ist der Mutterkonzern hinter FACEBOOK, INSTAGRAM, THREADS und WHATSAPP. META: *Unsere Mission*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.meta.com/de-de/about/company-info>.
- 56 Markus BÖHM: *Meta löscht Fakevideo, das Selenskyj falsche Worte in den Mund legt*. In: Spiegel 31.07.2022. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.spiegel.de/netzwelt/web/meta-loescht-fake-video-das-wolodymyr-selenskyj-falsche-worte-in-den-mund-legt-a-5600045c-8057-4359-bd31-ee02c6e585d5>.
- 57 Übersetzt aus dem Englischen: „Deepfakes do pose a risk to politics in terms of fake media appearing to be real, but right now the more tangible threat is how the idea of deepfakes can be invoked to make the real appear fake“ in: Karen HAO: *The biggest threat of deepfakes isn't the deepfakes themselves*. In: MIT Technology Review 10.09.2019. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.technologyreview.com/2019/10/10/132667/the-biggest-threat-of-deepfakes-isnt-the-deepfakes-themselves>.
- 58 Kaylyn Jackson SCHIFF / Daniel SCHIFF / Natalia S. BUENO: *The Liar's Dividend: Can Politicians Claim Misinformation to Evade Accountability?* In: American Political Science Review 20.01.2024.

- 59 Henry AJDER / Giorgio PATRINI / Francesco CAVALLI / Laurence CULLEN: *The state of deepfakes. Landscapes, threats, and impact*. 2019. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: https://regmedia.co.uk/2019/10/08/deepfake_report.pdf f.
- 60 Alexander WUTKE: *Drohen (KI-getriebene) Fake-News-Kampagnen Wahlergebnisse zu beeinflussen?* In: LMU: Was KI wirklich kann. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.lmu.de/de/newsroom/newsuebersicht/news/was-ki-wirklich-kann.html>.
- 61 Die *Pariser Charta* für KI und Journalismus wurde 2023 von internationalen Expertinnen aus Journalismus und KI erarbeitet. Ziel ist die Festlegung ethischer Leitlinien zum Schutz der Informationsintegrität angesichts technologischer Umbrüche. DEUTSCHER JOURNALISTEN VERBAND (DJV): *KI-Charta*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: https://www.djv.de/fileadmin/user_upload/DJV/INFORMATIONEN/medienpolitik/KI-Charta.pdf.
- 62 REPORTER OHNE GRENZEN: *RSF stellt Charta zu KI und Journalismus vor*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/pressemitteilungen/meldung/rsf-stellt-charta-zu-ki-und-journalismus-vor>.
- 63 Bias ist englisch für *Voreingenommenheit* und beschreibt eine systematische Fehlschätzung, bspw. durch einen unausgewogenen Datensatz.
- 64 Regulierung bedeutet in diesem Kontext ein gesetzlicher Rahmen, der vorgibt, was die KI darf und was nicht erlaubt ist. Selbstregulierung bedeutet daher, dass die Firmen durch die Einhaltung selbstauferlegter Ethikrichtlinien versuchen, eine unerwünschte oder schädigende Dynamik der KI zu vermeiden. Zum Beispiel indem sie die Fähigkeiten der KI einschränken und so das Gefahrenpotenzial eingrenzen.
- 65 Globalisierung bezeichnet eine weltweite Verflechtung in den Bereichen Wirtschaft, Kultur, Politik, Finanzen und vielen weiteren Bereichen, wodurch alle Länder der Welt enger zusammenwachsen. Dazu: DUDEN. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Globalisierung>.
- 66 Kapitalismus ist ein Wirtschaftssystem, bei dem Unternehmen meist Privatpersonen gehören, die damit Geld verdienen wollen. Preise und Angebot richten sich dabei danach, was die Menschen kaufen und verkaufen wollen. Dazu: DUDEN. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Kapitalismus>.
- 67 Die Liberalisierung der Medienmärkte fand Ende der 1990er Jahre statt. Dabei wurde es seitens des Staates erlaubt, dass auch Privatpersonen einen Radio- und Fernsehsender gründen dürften, der für die breite Gesellschaft empfangbar ist. Davor war dies nur dem Staat erlaubt. Dazu: BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG. Letzter Zugriff am: 15. August

- 2025 über: <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/lexikon-der-wirtschaft/19979/liberalisierung>.
- 68 Sogenannte *Big Player* in der Medienbranche sind Unternehmen, die Journalismus betreiben und durch ihre Größe, Reichweite und finanziellen Mittel einen enormen Einfluss auf die Gesellschaft und deren Kultur haben.
- 69 FREIE UNIVERSITÄT BERLIN: *Medienkonzentration*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.osa.fu-berlin.de/puk/beispielaufgaben/medienkonzentration/index.html>.
- 70 Manuel PUPPIS: *Einführung in die Medienpolitik*. Konstanz 2010. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://doi.org/10.36198/9783838528816>, Jürgen BELLERS: *Der WDR und andere Katastrophen – eine Analyse der deutschen Medienlandschaft. Medienpolitik, Medienökonomie, Mediengeschichte, Medienkonzentration, Medieninternationale*. Nordhausen 2015.
- 71 „In Springfield, they’re eating the dogs, the people that came in, they’re eating the cats!“ AFP: *Trump campaign amplifies baseless rumors of migrants stealing pets*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://factcheck.afp.com/doc.afp.com.36FW4WA>.
- 72 Narrative gegenüber Personengruppen sind Geschichten oder Vorstellungen, die über bestimmte Gruppen erzählt werden. Sie prägen, wie man diese Gruppen sieht und versteht. Oft werden hier bestimmte Vorurteile erzeugt und auch verstärkt. Dazu: T-ONLINE. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: https://www.t-online.de/leben/alltagswissen/id_100597320/was-ist-ein-narrativ-so-beeinflussen-geschichten-unser-denken.html?utm_source=chatgpt.com.
- 73 AFP: *Trump campaign amplifies baseless rumors of migrants stealing pets*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://factcheck.afp.com/doc.afp.com.36FW4WA>.
- 74 Auch andere Mitglieder des Speak Up! Labs haben sich mit dem Thema TRUMP beschäftigt: Maximilian KRETER / Fabian GRAUTHOFF: „I WON THIS ELECTION, BY A LOT!“ – *Fake News und die Frage nach Wahrheit. Donald TRUMP durch die Linsen von ARENDT und RÜSEN*. In: Sabrina Kirschner / Tomke Lask (Hrsg.): *Speak Up! Einblicke in das ostbelgische Innovationslabor zum Umgang mit Fake News und Hate Speech*. Bielefeld 2026, S. 247–278.
- 75 Verifikationssysteme dienen dazu, Bilder, Informationen oder auch Geschichten zu analysieren und Belege zu finden, welche die Richtigkeit einer Information belegen – oder eben nicht belegen.
- 76 BBC: *BBC News puts transparency at its heart with BBC Verify*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: https://www.bbc.co.uk/mediacentre/bbc-news-transparency-bbc-verify?_hsenc=p2ANqtz-90BzZhxAWdItAIK-MWbZ-GQYS46YG-aPX4GxosHm5GmPldj8Ekq22S32cxYMMaDnTT-ZJt&utm_source=chatgpt.com.

- 77 Crossmedial ist der Fachausdruck für medienübergreifende Arbeit. Das heißt, dass ein journalistischer Beitrag im Web, im TV, aber auch im Radio verfügbar ist. Je nach Ausspielungsquelle verändert sich dabei die journalistische Aufbereitung. Dazu: DUDEN. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.duden.de/rechtschreibung/crossmedial>.
- 78 AMNESTY INTERNATIONAL: *Youtube DataViewer*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://citizenevidence.org/2014/07/01/youtube-dataviewer/>.
- 79 EUROPEAN EXTERNAL ACTION SERVICE (EEAS): *EUvs.DiSiNFO*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://euvsdisinfo.eu/de>.
- 80 MIMIKAMA: *Faktenchecks und Recherchen gegen Falschmeldungen und Desinformation*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.mimikama.org>.
- 81 CORRECTIV: *Recherchen für die Gesellschaft*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://correctiv.org>.
- 82 DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: *dpa-Faktencheck*. Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.dpa.com/de/faktencheck>.
- 83 Die Webseite saferinternet.at listet einige Faktencheckseiten auf, die im Text nicht genannt werden. SAFERINTERNET.AT: *Welche Faktenchecker gibt es?* Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://www.saferinternet.at/welche-faktenchecker-gibt-es>.
- 84 JUGENDSTIFTUNG BADEN WÜRTTEMBERG: *Meldestelle REspect!* Letzter Zugriff am: 15. August 2025 über: <https://meldestelle-respect.de>.