



04.11.2022

## Transkript

# „Desinformation und die US-Zwischenwahlen“

## Expertin und Experten auf dem Podium

---

- ▶ **Prof. Dr. Christian Hoffmann**  
Professor für Kommunikationsmanagement, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Universität Leipzig
- ▶ **Prof. Dr. Andreas Jungherr**  
Inhaber des Lehrstuhls für Politikwissenschaft, insbesondere Steuerung innovativer und komplexer technischer Systeme, Universität Bamberg
- ▶ **Prof. Dr. Judith Möller**  
Associate Professor für politische Kommunikation und Journalismus, University of Amsterdam, Niederlande
- ▶ **Bastian Zimmermann**  
Redakteur für Digitales und Technologie, Science Media Center Germany, und Moderator dieser Veranstaltung

## Mitschnitt

---

- ▶ Einen Videomitschnitt finden Sie unter: <https://www.sciencemediacenter.de/angebote/press-briefing/details/news/desinformation-und-die-us-zwischenwahlen/>
- ▶ Falls Sie eine Audiodatei oder eine Sprecheransicht des Videomitschnitts benötigen, können Sie sich an [redaktion@sciencemediacenter.de](mailto:redaktion@sciencemediacenter.de) wenden.



## Transkript

---

### **Moderator** [00:00:00]

Guten Tag, liebe Journalistinnen und Journalisten und herzlich willkommen hier zu unserem virtuellen Press Briefing. Heute geht es um die US-Zwischenwahlen und die Frage, welche Rolle Desinformation vor dieser Wahl auch spielen kann. Mein Name ist Bastian Zimmermann, ich bin Redakteur beim Science Media Center, und mit mir haben wir hier noch zwei Experten und eine Expertin. Erst mal herzlich willkommen! Schön, dass Sie da sind. Ich stelle Sie gleich noch im Detail vor. Das Thema an sich ist ja eigentlich klar. Am 8. November sind die Zwischenwahlen in den USA. Dann wird die Besetzung des Repräsentantenhauses, ein Drittel des Senats und gut zwei Drittel der Gouverneure, neu gewählt. Und wie vor vielen Wahlen, gerade in den USA, gibt es natürlich vorher viel Berichterstattung über Desinformation. Das Thema hat eben gerade viel Aufmerksamkeit. Und heute wollen wir uns die Frage stellen, inwiefern Desinformation den Ausgang dieser Wahl und vielleicht auch von Wahlen generell beeinflussen kann. Worüber wir sonst noch sprechen, hängt natürlich auch von Ihren Fragen ab. Aber es kann eben auch um Themen gehen wie den Einfluss von sozialen Medien auf politische Meinungsbildung, welche Desinformationskampagnen vielleicht gerade laufen, unterschiede auch zwischen den USA oder Deutschland oder auch Österreich und der Schweiz und vielleicht auch [die] Frage, welche Rolle Twitter nach Musks Übernahme spielen kann. Vor dem Vorstellen noch kurz der Hinweis an Sie da draußen: Die Fragen bitte über die Fragefunktion von Zoom zu stellen. Dann können Ihre Kolleginnen und Kollegen auch die Fragen sehen, und es gibt weniger Dopplungen. Also bitte das F-und-A-Modul unten benutzen und nicht den Chat. Die Expertise von unseren Expertinnen und Experten überlappt sich zum Teil ein bisschen. Trotzdem werde ich jetzt noch mal kurz einen Satz zur Kernexpertise mit dem Blick auf das heutige Thema sagen. Die beschränkt sich jetzt natürlich nicht nur darauf. Aber damit Sie draußen auch kurz wissen, warum wer jetzt hier angefragt wurde, hier bei uns mitzusitzen. Als Erstes haben wir Professor Dr. Andreas Jungherr. Er ist Inhaber des Lehrstuhls für Politikwissenschaft, insbesondere Steuerung innovativer und komplexer technischer Systeme an der Universität Bamberg. Und heute ist er da, um vor allem etwas zum Bezug auf Wahlen, das politische System und wie es eben politisch in den USA aussieht zu sagen. Dann haben wir Prof. Dr. Christian Hoffmann. Er ist Professor für Kommunikationsmanagement am Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft an der Uni Leipzig und er ist so ein bisschen der Desinformations-Allrounder hier, der die Desinformationsthemen generell besprechen kann. Und zuletzt haben wir Prof. Dr. Judith Möller. Sie ist Associate Professor für politische Kommunikation und Journalismus an der University of Amsterdam in den Niederlanden. Und sie kann den Bezug zu sozialen Medien und politischer Meinungsbildung, insbesondere durch traditionelle oder eben auch soziale Medien herstellen. Jetzt haben wir noch kurz einige Eingangsfragen, da wird dann jede Person ungefähr fünf Minuten etwas sagen. Und danach kommen wir zu Ihren Fragen. Dann fangen wir mit Ihnen an, Herr Jungherr, und der Frage: Wie sieht es eigentlich momentan mit der politischen Situation in den USA aus, direkt vor der Wahl? Und was glauben Sie, welchen Einfluss Desinformation vielleicht auch auf diese konkrete Wahl haben kann?

### **Andreas Jungherr** [00:03:04]

Herzlichen Dank, Herr Zimmermann. Wir schauen, wie, ich glaube, die letzten zehn Jahre voller Spannung auf die USA. Und es sieht so aus, als wäre keine Wahl langweiliger als die vorige. Was natürlich aus wissenschaftlicher und journalistischer Perspektive ganz hervorragend ist. Aus demokratischer Perspektive oder aus demokratietheoretischer Perspektive wahrscheinlich nicht so, da schätzt man es ja eher, wenn es alles ein bisschen langweiliger und weniger krisenbehaftet wird. Aktuell sind die Midterms natürlich von großem Interesse. Man muss darüber nachdenken oder darüber sprechen, dass die Midterms ein Spezifikum des amerikanischen Systems [sind], dass man dort eben aus guter amerikanischer politischer Tradition ein hohes Misstrauen gegenüber



gewählten Vertretern hat und deshalb diese Checks and Balances etabliert hat, sodass dort tatsächlich eben alle zwei Jahre entweder das Repräsentantenhaus komplett neu besetzt wird, und dass der Senat eben zum großen Teil neu besetzt wird. Aktuell haben wir 35 Senatssitze, die neu besetzt werden von 100 insgesamt. Das wird dann eben letztlich immer so eine Art Plebiszit über den Erfolg der herrschenden Regierung, also der Abstimmung über die Regierungspartei und den Erfolg des jeweiligen amtierenden Präsidenten, sodass wir dort immer, wie in Deutschland ein Stück weit auch in den großen Landtagswahlen, häufig davon ausgehen, dass es hier einer Regierungspartei passieren kann, dass sie hier eine negative Reaktion auf die Einschätzung ihres Regierungshandelns bisher erfahren kann. Und genauso, wenn wir jetzt auf die USA schauen, da sehen Sie in den aktuellen Prognosen, dass es relativ eng wird. Also, dass es hier, wie auch in den letzten Wahlen immer, alles Spitz auf Knopf steht und dass es tatsächlich für die Demokraten gefährlich werden kann, was ihren Einfluss im Senat und Repräsentantenhaus betrifft, was natürlich für Präsident Biden und seine zuerst mal verbleibende Amtszeit von zwei Jahren und seiner seiner Policy Agenda ein gewisses Risiko beinhaltet. Insofern ist da sehr, sehr viel Spannung drauf. Und was von Beobachterseite natürlich auch viel Interesse bedeutet. Gleichzeitig ist es so, dass in diesen Mid-term Elections eben tendenziell weniger Leute zur Wahl gehen als in den Präsidentschaftswahlen. Das heißt also, dass wir es hier mit einem Wahlkampf zu tun haben, der stark von Aktivistinnen und Aktivisten und bereits politisch motivierten und interessierten Menschen mitbestimmt wird, was dann natürlich für Wahlkämpfer eine etwas größere Herausforderung darstellt, weil hier eben die Frage weniger das Überzeugen ist, sondern die Frage des Mobilisierens der eigenen Basis. Und vor dem Hintergrund glaube ich, spielen aktuell Desinformationen, wie jetzt zum Beispiel die Frage nach der verlorenen oder gewonnenen Präsidentschaftswahl, wie legitim ist tatsächlich Biden als Präsident, dieses Anzweifeln der Legitimität dieses Ereignisses oder dieser Wahl, die ja als Desinformation charakterisierbar ist, spielen sicherlich eine große Rolle, sowohl in der Mobilisierung republikanischer Aktivisten, die natürlich eben aufgeputscht werden mit der Basis, dass es eben keine legitime Wahl war. Genauso auf der Basis von demokratischen Aktivisten, die natürlich aufgeputscht werden mit der Information darüber, dass die Republikaner hier eine legitime Wahl als solches stürzen oder rückgängig machen wollen. Insofern ist es sicherlich so, dass eine große, breit geteilte Desinformation hier eine Rolle spielt. Ob das allerdings eine wahlentscheidende Rolle spielt ist, ist offen, weil Sie es hier eben mit einem mobilisierenden Effekt auf beiden Seiten [zu tun] haben. Unter Umständen haben Sie es aber auch mit einem demobilisierenden Effekt zu tun aus der Mitte der Gesellschaft, die dann halt eben sagt: Ja gut, ich wusste, Demokratie oder Politik und politische Aktivisten sind ganz unerträglich, weil wir hier mit einer unglaublichen Intensität von Aktivisten gerade zu tun haben. Und jeder von uns, der, sagen wir mal, nicht die persönliche Deformation hat und sich allzu häufig die Politik spaltende Tageszeitung anschaut, aus beruflichem Interesse oder persönlichem, ich glaube, da spürt man dann natürlich auch eine Demobilisierung, die da möglich wird. Und insofern, glaube ich, spielt hier diese Desinformation eine Rolle. Und hier kann man dann noch mal drüber reden, ob das dann tatsächlich ein digital getriebenes Phänomen ist. Aber diese Desinformation spielt eine Rolle. In welche Richtung sich das jetzt auszahlt oder in welche Richtung diese Wirkung jetzt einzahlt, steht noch offen und und da werden wir dann auch voller Begeisterung auf die Umfrageforschung der nächsten drei Jahre schauen, um dann zu sehen, welchen Effekt das gehabt hat.

**Moderator** [00:08:25]

Vielen Dank, Herr Jungherr. Dann an Sie, Herr Hoffmann, die Frage: Gibt es jetzt irgendwelche Beispiele von Desinformationskampagnen, vielleicht auch vor der Wahl? Und was ist generell der Stand der Forschung zum Einfluss von Desinformation auf Wahlen?



**Christian Hoffmann** [00:08:39]

Ja, vielen Dank. Generell ist meine Beobachtung, dass ein sehr großer Teil der Forschung zur Desinformation in westlichen Ländern gesammelt wurde. Wir wissen über westliche Demokratien in der Hinsicht deutlich mehr als über nicht westliche und nicht demokratische Länder. Man unterscheidet aber auch unter den westlichen Ländern ein bisschen die Empfänglichkeit für Desinformation oder die Vulnerabilität, wenn man so möchte. Es gibt gewisse Einflussfaktoren, die die Bedeutung von Desinformation erhöhen oder reduzieren können. Der Stand der Forschung zeigt, dass wir in Europa hier in einem relativ guten Zustand sind, dass sich unsere politischen Systeme und auch unser Mediensysteme als recht widerstandsfähig erwiesen haben, während in den USA manche Kontextfaktoren eher für eine höhere relative Anfälligkeit sprechen. Das ist das stark polarisierte politische System, auch das relativ stark polarisierte Mediensystem der USA. Und vor dem Hintergrund ist die USA ein interessanter Fall, um Desinformation zu untersuchen. Nicht unbedingt ein Fall, bei dem man alles sofort auf Europa oder gar auf andere Länder übertragen kann. Bei den letzten Wahlen haben wir relativ, vor allem 2016, relativ stark auf Desinformation aus dem Ausland geachtet. Da war die Russia Collusion etwas, [die] uns sehr beschäftigt hat und die Frage, inwiefern russische Trolle und Hacker und so weiter aus dem Ausland intervenieren. Die Kollegen können das gerne einschätzen. Auch scheint mir, dass der Forschungsstand relativ ambivalent nach wie vor ist. Also es scheint mir keine klare Evidenz dafür zu geben, dass das einen Einfluss hatte auf die Wahl. Es gab ein, zwei Studien, die das befürworteten. Es gab einige Studien, die dagegen sprachen. Aber in der Zwischenzeit hat sich auch der Fokus ziemlich stark verschoben, hin auf aus dem Inland stammende Des- oder Misinformation. Und das ist auch das, was uns jetzt bei den Midterms vor allem interessiert. Wenn man sich anschaut, was sind die Themen, die Desinformationsthemen, die jetzt besonders intensiv betrachtet werden, ist das Covid-Thema schon wieder ein bisschen in den Hintergrund gerückt. Und es ist eben, wie Andreas Jungherr gerade gesagt hat, vor allem dieses Thema des vermeintlichen Wahlbetrugs, dieses Election Denialism, das den wesentlichen Fokus hat in den Analysen und ich vermute jetzt auch in den kommenden Studien zur Rolle von Desinformation bei den Midterms. Mir scheint, dass dieses Thema eine sehr hohe Bedeutung haben wird, weil eben in der Republikanischen Partei, in diesen inneren Kämpfen und Spannungsverhältnissen rund um Donald Trump, das Thema, wenn man so will, Bekenntnis zum Glauben an die gestohlene Wahl zu so einer Art Identifikationsmarke eines echten Republikaners geworden ist. Und das hat auch in den Primaries eine starke Rolle gespielt, dass häufig sich eher die Kandidaten durchgesetzt haben, die eben gesagt haben: Ich glaube an dieses Trumpsche Narrativ und hat insofern relativ viele Kandidaten auf die Wahllisten gespült, die sich in der einen oder anderen Form zu diesem Election-Denial-Narrativ bekennen. Ich habe eine Analyse gesehen, nach der es zwischen 30 und 50 Prozent der Kandidierenden für den Kongress oder für die Gouverneursposten sind. Bei den Senats Kandidaten war es ein bisschen tiefer, glaube ich, aber schon ein erheblicher Anteil der jetzt auf den Listen stehenden Kandidaten haben in irgendeiner Form geäußert, dass sie zweifeln an der Legitimität der Wahl Joe Bidens. Insofern scheint es wirklich einen sehr starken Einfluss gehabt zu haben auf den Diskurs in der Republikanischen Partei und dann in der Reaktion darauf auch wiederum in der Demokratischen Partei. Präsident Biden hat schon zwei Ansprachen gehalten, in [denen] er die Bedrohung der Demokratie betont hat. Und die Demokraten scheinen ja vor allem zu Beginn des Wahlkampfes relativ stark darauf gesetzt zu haben, dass auch die Angst vor der antidemokratischen Ausrichtung der Republikaner etwas sein könnte, dass die demokratischen Wähler an die Urne bringt. In einem gewissen Grad scheint das auch funktioniert zu haben. Also ich glaube, der Agenda-Setting-Effekt ist sehr deutlich spürbar. Wenn man sich die Umfragen anschaut: [Haben] die amerikanischen Bürgerinnen und Bürger Angst vor der Integrität ihrer Demokratie oder Wahl? Dann stimmen sehr, sehr viele, also 80 Prozent, teilweise höher, der Bürgerinnen und Bürger zu. Und auch wenn man sich jetzt die aktuellen Umfragen anschaut: Was sind Themen, die entscheidend sein werden für die eigene Wahl, ist die Sorge um die Demokratie eines der Topthemen. Interessanterweise eben auf beiden Seiten, sowohl aufseiten der Republikaner wie aufseiten der Demokraten. Mir scheint das, aber da fehlen uns ein bisschen die ganz aktuellen Daten, jetzt in den letzten Wochen ein bisschen gekippt zu sein. Es scheint so, dass in den letzten



Wochen die ökonomischen Themen, die ohnehin an der Spitze standen, noch mal mehr Bedeutung bekommen haben. Und vor allem das Thema Kriminalität scheint sehr viel an Aufmerksamkeit gewonnen zu haben auf den letzten Metern. Insofern hat vielleicht das Demokratie-Thema relativ an Bedeutung verloren, aber es war absolut ein zentrales Thema. Und die Frage: Wie hältst du es mit der Wahl Joe Bidens, war vor allem aufseiten der Republikaner ein zentrales Thema. Vielleicht ein letzter Punkt noch: Mir scheint bei der Kategorisierung dieser Thematik als Desinformationsthema wichtig, dass man genau hinschaut und differenziert. Es gibt sehr viele, sehr unterschiedliche Äußerungen in Hinblick auf die Anzweiflung der Wahl Joe Bidens. Es gibt Hardcore Election Deniers, die Donald Trump nach dem Mund reden. Aber es scheint mir auch sehr viele etwas moderate Republikaner zu geben, die in irgendeiner Form signalisieren müssen, dass sie auch Zweifel haben an dieser Wahl. Aber wenn man sich letztlich ihre substantiellen Aussagen anschaut, dann endet das häufig in sehr allgemeingültigen Aussagen wie: Wir müssen sicherstellen, dass unsere Wahlen sicher sind und so weiter, was nicht unbedingt tatsächlich Desinformation ist, sondern dann eben wirklich mehr so ein Zugehörigkeits-Signalling ist. Insofern muss man ein bisschen differenzieren: Inwiefern handelt es sich wirklich substantiell inhaltlich um eine Bezweiflung der Wahlergebnisse oder eben um so eine Art Schaufenster-Scheinunterstützung dieser Sichtweise?

**Moderator** [00:14:52]

Vielleicht noch eine kurze Nachfrage: Sie hatten ja gerade schon den Unterschied zwischen 2016, wo viel darüber geredet wurde, dass Desinformation aus Russland kam, und jetzt, wo es vielleicht eher aus dem Inland kommt. Kann man denn schon sagen, wer jetzt letztlich die wichtigsten Treiber von Desinformationen in den USA sind? Und sind das dann auch einzelne Akteure, Trump und wer auch immer? Oder kann man sagen, das ist eine Gruppe und das zieht sich durch eine ganze Bevölkerungsschicht?

**Christian Hoffmann** [00:15:24]

Der Forschungsstand spricht aus meiner Sicht schon dafür, dass die Desinformation aus dem Inland reichweitenstärker ist und mehr Resonanz erzielt als die Desinformation aus dem Ausland. Wenn man sich jetzt im Moment die Aktivitäten, also die erkennbaren Aktivitäten aus Russland, China, zum Teil aus dem Iran anschaut, ist es eher so eine Amplifikation, dass auf dem inländischen Diskurs aufgesetzt wird und dann bestimmte, besonders polarisierende Sichtweisen verstärkt werden. Aber es setzt eben auf den inländischen Diskurs auf. Und insofern ist die Tatsache, dass über dieses Thema im Inland und durch inländische Akteure so stark diskutiert wird, sicherlich entscheidend. Und der Forschungsstand deutet eben auch gerade im politischen Kontext darauf hin, dass die politischen Eliten sehr entscheidend dafür sind, wie die Diskurse verlaufen, welche Themen aufgegriffen werden, welche Themen auch von Anhängern, von Partisans aufgegriffen und verbreitet werden. Die Signale, die von der politischen Führung gesetzt werden, sind hier sehr maßgeblich. Und insofern sind natürlich Figuren wie Donald Trump recht entscheidend dafür, ob und welche Art von Desinformation dann von den Anhängern entsprechend verbreitet werden.

**Moderator** [00:16:33]

Ja, danke, Herr Hoffmann. Und dann noch zuletzt die Frage an Frau Möller: Welchen Einfluss haben normale und soziale Medien generell auf politische Meinungsbildung? Und was muss passieren, damit Leute wirklich ihre Meinung ändern?



**Judith Möller** [00:16:45]

Das ist eine Riesenfrage und darüber könnte ich ganz lange reden. Aber ich bin so gespannt auf Ihre Fragen im Publikum. Deswegen versuche ich das jetzt so kurz wie möglich zu machen. Ganz im Allgemeinen sind Medieneffekte eigentlich ziemlich klein, auch Kampagneneffekte. Eine Wahlscheidung – und damit meine ich sowohl, ob man überhaupt zur Wahl geht und dann auch, für wen man wählt – hängt von ganz, ganz vielen Faktoren ab. Die hängen damit zusammen, wie man aufgewachsen ist, in welcher Umgebung man aufgewachsen ist, mit wem man im Kontakt war, eigene Ziele, Ideale und so weiter. Und dann spielen die Medien eben auch eine Rolle, aber eben eine kleine. Und innerhalb dieser Medien muss man ja dann auch wieder unterscheiden in die verschiedenen Medien, die klassischen Medien und eben dann die Onlinemedien. Und in beiden kommt Desinformation vor. Es ist jetzt nicht so, dass wenn man kein Facebook hat, dass man dann gefeit wäre vor Desinformationen. Dazu gibt es auch einige interessante Studien. Die Effekte sind klein, sie sind aber da. Was interessant ist an dieser Wahl, ist ja: Gerade das Rennen im Senat ist ein sehr heißes Rennen, und es geht zum Teil um einzelne Bundesstaaten – heißt das so für Amerika? Zum Beispiel Pennsylvania: Pennsylvania ist wirklich sehr heiß umkämpft, und da kann es dann sein, dass nur wenige Stimmen den Unterschied machen, also das Wahlergebnis beeinflussen. Und dann lohnt es sich auch sehr gezielt, Leute zu bewerben und dazu eben auch die Mittel der digitalen Kommunikation einzusetzen, um sehr gezielt diese schwebenden Wähler zu erreichen, eben auch mit Desinformationen. Was wir inzwischen wissen aus der ganzen Cambridge-Analytica-Zeit, dass damals eben sehr gezielt Wählergruppen angesprochen wurden, um sie zu demobilisieren, unter anderem auch mit Desinformationen. Und demobilisieren heißt nicht, dass man versucht, jemanden zu überzeugen, doch für eine andere Partei zu stimmen, sondern zu Hause zu bleiben und gar nicht an der Wahl teilzunehmen. Und das hat eben einen längerfristigen, sehr negativen Effekt, dass man eben Leute dazu bringt, nicht mehr an der Demokratie teilzunehmen und diese Rolle als Bürger nicht mehr auszufüllen, worüber man sich auch sehr Sorgen machen kann.

**Moderator** [00:19:02]

Mit der Demobilisierung haben Sie schon einen sehr interessanten Aspekt angesprochen. Das spielt ja auch in diese Strategie von Russland [hinein], den Zweifel zu säen und den Glauben an die Demokratie zu unterminieren. Kann man denn da sagen, wie groß die Effekte sind? Kann man das etwas genauer machen, oder ist das auch noch nicht so wirklich klar?

**Judith Möller** [00:19:26]

Die Forschung in diesem Feld ist unglaublich schwierig, um das genau beantworten zu können, müsste man Experimente durchführen. Die sind aber nicht valide genug, weil das eben so eine komplexe Wahlsituation nicht einfangen kann. Wenn man das im Feld untersucht, kann man nicht genau genug herausfinden, welche Faktoren jetzt genau eine Rolle gespielt haben. Wir versuchen natürlich, das so gut wie möglich hinzubekommen, und da finden wir eben, dass diese Effekte sehr klein sind, aber statistisch signifikant. Was bedeutet, es gibt sie, aber sie sind sehr klein. Jetzt kommt noch dazu ganz spezifisch, alle Forschung, die um Microtargeting geht und diese Themen funktionieren im Augenblick sehr schlecht, weil wir als Wissenschaftler\*innen eigentlich keinen Zugang zu den Daten haben, die wir haben müssten, um die Frage letztendlich zu beantworten. Es bleibt ein bisschen im Dunkeln, aber die Effekte sind da und sie sind signifikant.

**Moderator** [00:20:20]

Dann habe ich hier noch eine etwas größere Frage. Ich gebe am Ende noch mal eine Zusammenfassung. Also nicht davon verunsichern lassen, dass ich jetzt ein paar Sätze brauche, um zum Punkt zu kommen. Aber wenn man sich zum Beispiel anguckt, dass radikalisierte oder MAGA-Republikaner



bewusst Lügen verbreiten, wie zum Beispiel, dass das Wahlergebnis gefälscht ist – sind das dann Sachen, die von der gesellschaftlichen Mitte akzeptiert werden? Und glauben die Wähler das auch oder sagen die eher, das könnte ja sein, die Frage wird man ja wohl noch stellen dürfen? Und können dann quasi für sich selber rechtfertigen, solche radikalisierten Republikaner weiterzuwählen. Im Gegensatz dazu, dass sie in einem, ich sage es mal in Anführungszeichen: vernünftigen System, in dem Lügen stark verpönt wären, diese Leute nicht mehr wählen würden. Also zusammengefasst: Wir haben ja auch schon drüber geredet, dass Desinformation vielleicht weniger eine mobilisierende Wirkung hat, aber kann es vielleicht hier die Wirkung haben, dass zwar nicht mehr Leute die Republikaner wählen, aber Leute, die Republikaner weiterhin wählen, die zu normalen Zeiten wegen der vielen Lügen eigentlich schon längst abgesprungen wären? Also, dass manche Menschen daran festhalten, die Republikaner zu wählen. Ich habe mir das jetzt hier unter Politik und damit für Sie, Herr Jungherr, aufgeschrieben, aber da kann sich gerne jeder zu äußern, der möchte.

**Andreas Jungherr** [00:21:42]

Ohne jetzt das Fass aufzumachen, was eine politische Lüge ist und was eine zweckmäßige Übertreibung ist: Der Punkt ist ja der Wahlkampf. Wahlkampf ist ja immer eine Zeit, wo sich die Beteiligten ein Stück weit aneinander abarbeiten und darüber streiten, was jetzt hier tatsächlich als Fakt gelten kann. Ich glaube aber, was hier ganz interessant ist, sich mal die Frage zu stellen: [...] Was glauben wir, würde passieren, wenn wir es mit einer normalen Wahl zu tun hätten, ohne diese Lügen, Übertreibungen oder Verschwörungstheorien, die im Raum stehen? Wie würde jetzt zum Beispiel die Wahlforschung sagen, würden diese Midterms normalerweise ausgehen? Und wenn man sich das anschaut, würden die normalen politischen oder politikwissenschaftlichen Modelle sagen: Wir erwarten einen starken Gewinn der Republikaner, denn wir haben es einfach damit zu tun, dass die wirtschaftliche Lage sehr, sehr schwierig ist. Wir haben es mit einer hohen Inflation zu tun. Wir haben es damit zu tun, dass die Zentralbank die Zinsen angehoben hat, was negative Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt haben wird, was in den USA immer eine direktere und eine stärkere Wirkung hat, als es jetzt zum Beispiel in einem System wie Deutschland der Fall ist, wo dann halt Arbeitgeber es tatsächlich direkt auch an ihre Arbeitnehmer weitergeben können, indem sie sie dann ziehen lassen. Das heißt, wir haben es mit einer sehr, sehr schwierigen ökonomischen Situation zu tun, die sehr, sehr viele Menschen dort trifft. Wir haben es mit einem Präsidenten zu tun, der zumindest auch nicht unumstritten ist, auch in der eigenen Partei. Auch hier haben Sie es mit einem Problem zu tun. Und insofern ist eher die Knappheit dieser aktuellen Prognosen das Erstaunliche. Es scheint tatsächlich so zu sein, dass letztlich die Sorge, die mit den MAGA- Republikanern verbunden ist, tatsächlich dazu führt, dass die Republikaner eine Dämpfung erfahren oder dass ihre Erwartungen gedämpfter sind, als normalerweise vermutet oder als wir in einer normalen Wahl erwarten würden. Insofern würde ich hier sagen, dass es dafür spricht, dass zumindest mal bei der Gesamtbevölkerung, also dieses öffentliche Signalling als Angehöriger dieser Big Lie zu sein oder eben tatsächlich amerikanische Wahlinstitutionen, demokratische Institutionen anzuzweifeln, dass das eben mit einem negativen Effekt in der Gesamtbevölkerung verbunden ist.

**Christian Hoffmann** [00:24:26]

Mir scheint auch, dass manche, auch die Demokraten selbst, von der Knappheit dieser Wahl in gewisser Hinsicht auch überrascht sind. Es gab im Vorfeld in manchen Wahlkreisen die Taktik der Demokratischen Partei, in die republikanischen Vorwahlen einzugreifen und dort eher die radikalen Kandidaten zu unterstützen, in der Erwartung, dass diese dann abstoßend auf die Wählerinnen und Wähler wirken würden. Und das scheint zu Beginn tatsächlich relativ gut funktioniert zu haben. Wenn man nur ein paar Wochen in die Vergangenheit schaut, haben in vielen Wahlkreisen die Demokraten ziemlich deutlich geführt. Und jetzt eben auf den letzten Metern, gerade in den letzten Wochen, scheint die Stimmung doch relativ stark gekippt zu sein. Der Fokus ist eben mehr auf



das Thema Inflation, Ökonomie, Kriminalität geruscht, was halt Themen sind, die den Republikanern zugutekommen. Und jetzt sind auf einmal Kandidaten kompetitiv aufseiten der Republikaner, die man vorher als eigentlich wahrscheinlich unwählbar betrachtet hätte und die wenig Chancen gehabt hätten. Dieser Stimmungsumschwung in den letzten Wochen ist jetzt möglicherweise mit der Herausforderung verbunden, dass einige Kandidaten ins Parlament gespült werden, wenn man so will, die eigentlich aufgestellt oder unterstützt wurden in der Hoffnung, dass die eben so jenseits des Konsenses stehen, dass sie für die meisten Menschen nicht wählbar sein werden.

**Moderator** [00:25:50]

Okay, also auch das kann ein zweischneidiges Schwert sein. Da haben wir eine Frage von außen. Vielleicht erst mal an Sie, Frau Möller. Ansonsten ist das, glaube ich, auch eine für alle. US-amerikanische TV-Sender wie Fox News betreiben ja bereits seit geraumer Zeit eine Berichterstattung, die oft zwischen Polarisierung und Desinformation einzuordnen zu sein scheint. Gibt es Ihrer Meinung nach relevante Medienhäuser, die über Parteigrenzen hinweg US-Bürgerinnen und Bürger erreichen?

**Judith Möller** [00:26:18]

Ja, das ist eine sehr gute Frage. Häufig wird ja die Polarisierung in Amerika mit den sozialen Medien in Verbindung gebracht. Aber wie die Frage schon zeigt: Es hat schon vorher angefangen, und die Gründung von Fox News hat eine ganz wichtige Rolle dabei gespielt. Und das heißt, im Rundfunkwesen ist tatsächlich die Polarisierung sehr stark durchgeführt, dass eben auf der einen Seite Fox News ist. Und besonders wenn man ins Publikum schaut von den anderen, also CNN, ABC, NBC und so weiter, die sind alle eher im demokratischen Raum angeordnet. Ich habe es jetzt konkret über das Publikum von diesen Fernsehsendern. Natürlich gibt es auch noch viel mehr Möglichkeiten, Nachrichten zu rezipieren in Amerika. Es gibt die großen Zeitungen, die versuchen, so neutral wie möglich aufzutreten. Wird natürlich nicht so erlebt. Donald Trump hat sich ja häufig ausgesprochen über die New York Times und so weiter. Aber eigentlich ist die Editorial Mission von diesen großen Zeitungen, die breite Masse abzudecken. Was ganz wichtig ist und was ein großer Unterschied ist zwischen Amerika und eben Deutschland und Europa, ist, dass das Politische, die politische Bildung im Allgemeinen und das politische Interesse im Allgemeinen viel niedriger ist. Häufig, wenn wir so reden über Amerika, dann wirkt es so, als wären alle Amerikaner wahnsinnig polarisiert. Aber die große Mehrheit der Amerikaner ist gar nicht so polarisiert, sondern eigentlich vor allen Dingen gar nicht so interessiert an Politik, was den Nachteil hat, dass, wenn sie dann durch Desinformation erreicht werden, es dann auch an Resilienz fehlt, die richtig einordnen zu können.

**Moderator** [00:27:58]

Dann noch eine Frage vielleicht erst mal an Sie, Herr Hoffmann. Es gab ja jetzt diesen Pelosi-Vorfall, dass in das Haus von Nancy Pelosi bei ihrem Mann eingebrochen wurde und der angegriffen wurde. Ist das nicht ein klassisches Beispiel dafür, wie Desinformation eine Wirkung entfalten kann? In diesem Fall geht es mir jetzt nicht um die Radikalisierung des Täters, sondern was danach passiert ist, dass dann von republikanischer Seite viele Gerüchte gestreut wurden, dass der Mann vielleicht ein Prostituiertes war, den der Mann von Nancy Pelosi sich da eingeladen hat, dass der betrunken war oder was auch immer. Und können solche Sachen Menschen aus der Mitte nicht doch beeinflussen, gerade wenn das immer mehr Traktion bekommt? Und dass man denkt, okay, ja, die Demokraten, da geht doch irgendwie wirklich nicht alles mit rechten Dingen zu.

**Christian Hoffmann** [00:28:46]





Beim ersten Teil der Frage: Inwiefern kann jetzt so ein Vorfall zurückgeführt werden auf Desinformationen? [Das finde] ich ausgesprochen schwierig. Wir wissen, dass Radikalisierung ein unglaublich komplexer Prozess ist, mit sehr, sehr vielen Einflussfaktoren. Und wie Frau Möller gesagt hat: Medien spielen da sicher auch eine Rolle, aber das ist einer von vielen Einflussfaktoren. Das gilt auch für die Radikalisierung. Und in diesem spezifischen Fall, soweit ich das jetzt verfolgt habe, scheint es sich ja um eine psychisch sehr labile Persönlichkeit gehandelt zu haben.

**Moderator** [00:29:19]

Um den Täter ging es mir auch gar nicht, mehr um das, was danach passiert ist. Beim Täter ist es, glaube ich, noch ein bisschen zu spekulativ im Moment.

**Christian Hoffmann** [00:29:26]

Mir scheint das, dass dieser Vorfall aufseiten der Demokraten relativ stark aufgegriffen wurde, um zu signalisieren, wie gefährlich eben die MAGA-Republikaner sind. Oder – ich weiß gar nicht genau – Biden hatte ja jetzt zum Schluss noch so eine Formulierung wie Hyper-MAGA oder-so-was-Republikaner, um das noch einmal weiter zuzuspitzen. Ich glaube, das ist auf der demokratischen Seite relativ stark rezipiert worden und vorgezeigt worden als ein Beispiel dieser Gefährlichkeit [dieses] Election Denialism und dieser Radikalisierung der Republikaner. Mir scheint gar nicht so sehr, dass das jetzt auf der republikanischen Seite so stark rezipiert wurde, weil natürlich der Vorfall auch nicht vorteilhaft ist für die Republikaner. Insofern würde ich jetzt nicht davon ausgehen, dass die republikanische Seite diesen Vorfall sehr stark nutzt, um in irgendeiner Form Stimmung zu machen.

**Andreas Jungherr** [00:30:19]

Und vielleicht im Anschluss dazu: Ich glaube, das passt sehr, sehr gut zu dem, was Frau Möller gesagt hat, dass wir es mit großen Schwierigkeiten zu tun haben, dieses Themenfeld eben empirisch solide zu messen. Dass wir dann eben sagen können, okay, das ist tatsächlich der Effekt oder das ist der kumulative Effekt von unterschiedlichen Kommunikationsinterventionen, [die] den Menschen da begegnen. Und was dann passiert, ist, dass wir uns an den Anekdoten festmachen, dass wir dann halt sagen: Oh, also da gab es diesen einen total absurden Fall, wo ich den einen Republikaner, die eine Republikanerin getroffen habe, die mir einen totalen Blödsinn erzählt hat. Lass uns mal eine Reportage darüber machen. Was dann entsteht, ist so eine Art Berichterstattung oder Wahrheit durch Anekdote. Und Anekdoten, wie wir auch aus der Medienwirkungs- oder Mediennutzungsforschung kennen, sind dann besonders stark, wenn sie überraschend sind und counter-intuitive und scandalous. Und deshalb ist, glaube ich, was hier passiert – das bezieht sich auf die Frage, die sich auf Fox News bezieht –, wir konzentrieren uns immer auf die wirren Outlier. Wir schauen auf die USA und sagen: Wie kann denn das sein, dass das hier passiert? Und das hängt auch damit zusammen, dass wir uns immer das Interessante anschauen. Wir schauen uns die interessanten Outlier an und vergessen die normalen Wählerinnen und Wähler oder auch die normalen republikanischen Wähler und Wählerinnen, die dann halt auch zunehmendes Frustrationspotenzial seit 2016 haben, weil es halt immer heißt: Es muss ja Desinformation sein, sonst hättest du ja nicht diesen komischen Kandidaten wählen können. Und das führt auch dazu, dass dort dann immer eine höhere Distanz zu solchen Medien [auftritt], die diesen Schocktourismus machen, wenn sie ins Hinterland fahren und sich da Republikaner rausgreifen, was die dann für komische Sachen glauben. Und ich glaube, da muss man sehr, sehr vorsichtig sein in der wissenschaftlichen Bewertung und halt auch in der journalistischen Berichterstattung, dass wir nicht immer nur auf die wirrsten Personen und auf die wirrsten Verschwörungstheorien draufhüpfen und sagen: Boah, das ist spannend, weil wir dann halt auch in so einer Aufmerksamkeitsökonomie solche blödsinnigen Positio-



nen und das Äußern von solchen blödsinnigen Positionen auch fördern, weil wir dann halt sagen: Je absurder ich bin als Kommentator in meinem Professed Believe, also meinem vorgegebenen Glauben an was, desto mehr Airtime bekomme ich und desto mehr Airtime bekomme ich dann vielleicht auch bei CNN, dann [macht] die New York Times bei mir ein Feature, wie es bei mir zu Hause aussieht und wie ich so was glauben kann. Und plötzlich werde ich halt zu so einem Star meiner eigenen Community oder meines eigenen Lagers. Und ich glaube, da muss man sehr, sehr vorsichtig und auch abwägend sein, in dem, was da passiert, und die Leute halt auch einfach hinterfragen, ob sie denn tatsächlich glauben, was sie hier sagen, oder ob das jetzt halt einfach nur deren Stick ist, um entweder in ihrem eigenen Mediensystem oder in der Präsenz beim politischen Wettbewerber, um hier Sichtbarkeit zu erreichen.

**Moderator** [00:33:31]

Eine Frage noch mal an Sie, Frau Möller, weil wir darüber gesprochen haben, ob Sie solche polarisierenden Tendenzen auch in der deutschen Medienlandschaft sehen, die jetzt ähnlich wie in den USA sind, also zum Beispiel Gemeinsamkeiten zwischen den Fox News Ankers wie Hannity, Ingraham oder Carlson und ob es da auch in deutschen Boulevard- Fernsehprogrammen ähnliche Äquivalente gibt.

**Judith Möller** [00:33:56]

Es ist eine schwierige Frage. Ich wohne ja gar nicht in Deutschland, bekomme also nicht alles mit. Erst mal zu diesem Punkt Polarisierung. Dieses Konzept kommt aus Amerika und funktioniert in einem Wahlsystem, in dem es genau zwei Parteien gibt. Es liegt an diesem Winner-takes-all-Principle, dass es genau zwei Pole gibt, die sich auseinander bewegen. Das ist ein sehr amerikanisches Phänomen und passt nicht in politische Mehr-Parteien-Systeme wie in Deutschland. Dass wir uns ein bisschen voneinander entfernen und uns weniger gut verstehen, das ist schon etwas, was ich beobachte, gerade auch in der Pandemie. Das ist auch etwas, zu dem ich mir Sorgen mache, aber dazu würde ich gerne etwas aufgreifen, das Herr Jungherr gerade gesagt hat: Es ist das eine, dass das passiert mit Menschen und dass wir das auch auf sozialen Medien beobachten. Das andere ist, inwieweit das dann amplifiziert wird und wiederholt wird und größer gemacht wird und breiter gesellschaftlich diskutiert wird. Wieder zurückkommend auf die Desinformation in Amerika. Trump hatte eine gewisse Reichweite mit seinen Tweets auf Twitter, als er noch da war und hat da viel Desinformation verbreitet. Aber wirklich verbreitet hat sich diese Desinformation vor allen Dingen über die ganzen klassischen Medien, die das dann aufgegriffen haben, in die Abendnachrichten gepackt haben, in der Zeitung besprochen haben und so weiter. Und so konnten sich diese Desinformationen weiterverbreiten. Das bedeutet, wenn wir diese Tendenz der Polarisierung nicht wollen oder vielleicht würde ich das eher als Fragmentierung beschreiben, dann sollten wir darüber nachdenken, ob wir die richtigen Tendenzen fördern und worauf wir hören, welche Nachrichten wir uns anschauen wollen und vielleicht mehr auf das Gemeinsame schauen als auf das, was uns trennt.

**Christian Hoffmann** [00:35:44]

Ich möchte noch einen Punkt erwähnen, weil wir jetzt schon ein paarmal Fox News angesprochen haben. In den USA gibt es einen sehr lebendigen Polarisierungsdiskurs. Einige Kollegen vertreten die Ansicht, es gäbe eine asymmetrische Polarisierung, also die Rechte oder die Republikaner radikalisierten sich und die Demokraten oder die Linke nicht. Es scheint mir noch eine offene Frage zu sein, wie plausibel diese Annahme ist. Aber ich denke, wenn wir über die Polarisierung des Mediensystems nachdenken, dann ist es schon wichtig, nicht immer nur auf Fox News zu gucken. Wenn man sich Umfragen anschaut oder auch automatisierte Netzwerkanalysen, dann ist schon ziemlich



deutlich, dass die etablierten, eher links positionierten Medien wie CNN, MSNBC, New York Times, Washington Post nicht näher am Medianwähler sind als Fox News. Die Annahme, es gäbe das eine sehr radikale Massenmedium, das das rechte politische Spektrum bedient und dann die Mitte, ist aus meiner Sicht eine Fehlwahrnehmung, die wir aus Europa manchmal haben. Es gab letztsens eine interessante Studie vom Oxford Institute, die festgestellt hat: Es ist wahrscheinlicher, dass links stehende Medien in einer medialen Echokammer leben als rechts stehende, weil die rechts stehenden Bürger Fox News haben und alles andere, was sie konsumieren, sind eher in der Mitte oder etwas links der Mitte stehende Medien. Das heißt, dass rechts stehende Bürger häufig Fox News konsumieren – das ist auch häufig die zentrale Medienplattform, aber dann auch mal USA Today oder eben auch mal ABC, auch mal CNN und so weiter gucken, während links stehende Bürger völlig problemlos mit NPR, Washington Post, New York Times usw. sich in einem sehr homogenen medialen Umfeld bewegen können. Das Fazit der Kollegen war: Wenn es so etwas wie mediale Echokammern in den USA gibt, dann sind die auf der politischen Linken wahrscheinlicher und größer als auf der politischen Rechten. Ich glaube, es ist wichtig, nicht immer nur auf Fox News zu gucken. Bei allen Problemen, die Fox News hat und da gibt es auch genug Studien, die zeigen, welche qualitativen Herausforderungen insbesondere im Kommentarbereich dieser Kanal hat, ist es durchaus eine Polarisierung, die auch die Gegenseite betrifft. Das heißt, es ist nicht nur so, dass Fox News zur Polarisierung beiträgt, es sind zum Teil eben auch die eher links verorteten Medien.

**Moderator** [00:38:23]

Wir haben jetzt hier noch einige Fragen bekommen, ich galoppiere mal durch. Die erste wäre an Sie, Herr Jungherr. In den USA zeichnen sich Strömungen und Entwicklungen häufig ab, bevor sie dann nach Europa oder auch nach Deutschland schwappen. Wie sehen Sie die Gefahr, das bei uns auch die Zahl an Election Denials zunimmt und inwiefern ist das deutsche Wahlsystem dagegen anders als das US-System besser gefeit?

**Andreas Jungherr** [00:38:48]

Ich glaube, es ist eine Frage des politischen Wettbewerbs, der Frage, wie sich politische Eliten verhalten. In den USA hat sich die Big Lie nicht deshalb verbreitet, weil alle Leute Fox News geschaut haben oder Facebook, sondern sie hat sich so stark verbreitert, weil ein Flügel der Republikanischen Partei sich entschieden hat, diese Position sehr aktiv zu vertreten und es letztlich zu einem Identifikationsmerkmal eines echten Republikaners oder einer echten Republikanerin zu machen. Wir haben es hier mit einer Parteilite zu tun, die das in einem innerparteilichen Wettbewerb als ein Signal und dann als einen Spaltpunkt verwendet hat. So etwas ist tendenziell auch in anderen Systemen denkbar. Wir sehen es ja in Deutschland in einigen der Randparteien, dass dort auch mit der Frage der Legitimität von Wahlen gespielt wird. Wir sehen aber auch, dass das eine Sache ist, die im Mediensystem sehr kritisch behandelt wird, also dass diesen Positionen eben kein Sauerstoff gegeben wird oder sehr wenig Sauerstoff gegeben wird und wir sehen es auch bei den großen Parteien, dass das kein erfolgreiches Mittel im innerparteilichen Wettbewerb als solches ist. Trotzdem ist das noch eine spannende Frage, die sich gerade die CDU in Deutschland stellen muss: Wie geht man mit diesem strukturellen Druck aus, den wir ja in ganz unterschiedlichen konservativen Parteien weltweit gerade sehen. Es ist die Frage: Wie gewinne ich eigentlich Wahlen und wie gehe ich damit um, dass unter Umständen ein Stammwählerpotenzial oder meine Stammmitgliedschaft sich mit den dort vertretenen Positionen nicht einhundert Prozent wohlfühlt. Wie kriege ich die weiterhin eingebunden oder wie gehe ich damit um, dass wir rechts außen Herausforderer haben. Das ist eine strukturelle Herausforderung von einer konservativen Partei und wir haben gesehen, dass in verschiedenen Ländern gerade konservative Parteien daran gespalten sind oder auch daran kaputt gegangen sind. Insofern ist es eine Frage, die sich Parteistrategen sehr bewusst stellen müssen, wie sie diesem Risiko aus dem Weg gehen. Ich sehe das nicht als eine Notwendig-



keit oder ich sehe das jetzt nicht als eine determinierte Perspektive, dass das auch passieren muss, aber ich glaube, dass diese Herausforderung oder dieser strukturelle Druck, der auf den Republikanern gelegen hat, der auf den Republikanern letztlich seit 2008 liegt oder seit 2006 auch schon diskutiert wird, der dort eben mit einer Radikalisierung beantwortet worden ist, mit einem Sprung nach rechts, mit einer Ausgrenzung gegenüber anderen, dass dieser strukturelle Druck, den wir bei den Tories in England gesehen haben, letztlich mit diesem beeindruckenden Spektakel verbunden ist – jedenfalls von außen, solange man nicht in England wohnen muss. Das führt auch dazu, dass sich konservative Parteien generell diese Frage stellen: Wie kann man damit besser umgehen.

**Moderator** [00:42:19]

Noch eine Anschlussfrage an das, was Sie eben gesagt haben, Herr Hoffmann, ob das in Deutschland ähnlich ist mit den medialen Echokammern, dass Rezipienten "alternativer Medien" eher weniger in Echokammern zu finden sind.

**Christian Hoffmann** [00:42:35]

Aus meiner Sicht, das hatte ich eingangs ja gesagt, haben wir unterschiedliche Resilienzen gegenüber Desinformationen in unterschiedlichen politischen und Mediensystemen. Das Mediensystem in Deutschland ist sehr, sehr vielfältig. Es gibt sehr viel mehr massenmediale Angebote oder klassische journalistische Angebote, die quer über die politischen Lager hinweg konsumiert werden. Der öffentliche Rundfunk spielt ja auch eine sehr zentrale Rolle und insofern scheint mir die Gefahr von solchen medialen Echokammern geringer als in den USA. Man muss auch sagen, natürlich, es gibt in Deutschland auch Verlagshäuser, die sich eher links oder rechts positionieren, aber Fox News ist immer als ein Gegenmedium gedacht gewesen. Als es von Murdoch gegründet wurde, wurde es schon als ein alternatives Medium aufgebaut, um all die zuvor nicht bedienten, unzufriedenen konservativen RezipientInnen einzusammeln. Diese Strategie hat ja auch glorios funktioniert, wenn man sich den Erfolg dieses Medienkanals anschaut. Dieses Phänomen haben wir so in Deutschland nicht gehabt. Wenn man sich die Etablierung und die Entwicklung der Medienhäuser anschaut, sind die nie in Reaktion auf ein bestehendes Mediensystem aufgebaut oder etabliert worden. Das liegt natürlich auch an unserer Geschichte, dass wir einen Cut hatten und von dem aus dann die Medienhäuser entstanden sind und sich verortet haben. Insofern haben wir ein deutlich weniger polarisiertes Mediensystem, als das in den USA der Fall ist.

**Moderator** [00:44:11]

Hat sich die Republikanische Partei gegenüber dem Verbreiten von Desinformation innerhalb den USA eigentlich mal klar positioniert, abseits von dem Pochen auf Meinungsfreiheit. Gibt es da irgendwie einen Parteistandpunkt zu oder ist das einfach nur: Jeder macht es halt wie er lustig ist.

**Andreas Jungherr** [00:44:33]

Das Parteiensystem ist halt sehr anders als in Deutschland, wo man dann sagen würde, wie verhält sich denn jetzt das Willy-Brandt-Haus oder wie verhält sich denn das Konrad-Adenauer-Haus zu diesen Fragen. Es ist das eine Frage des innerparteilichen Wettbewerbs und sie hatten ja sehr viele Republikanerinnen und Republikaner, die sich aktiv gegen diese Big Lie positioniert hatten. Also man denke an Liz Cheney, die ja auch im amerikanischen Sinne nicht im Verdacht einer liberalen Politikerin [steht]. Es waren sehr wohl Stimmen in der Republikanischen Partei, die sich dagegen positioniert haben, aber die haben tatsächlich ihre innerparteilichen Primaries gegen radikale Kandidatinnen und Kandidaten häufig verloren, auf die dann die Medien auch mit einer großen Überraschung geschaut haben oder im Unglauben, welche Positionen vertreten worden sind. Und genau



das unter Umständen das passiert, was Herr Hoffmann beschrieben hat, dass wir eigentlich Politikertypen haben, von denen man vernünftigerweise nicht erwarten würde, dass sie wählbar wären, aber jetzt in einer Welle oder in einem Gesamttrend tatsächlich in den Congress geschwemmt werden. Ich glaube nicht, dass es ein Zentralorgan der Republikanischen Partei gibt, das sich positionieren könnte. Es gab im innerparteilichen Wettbewerb Gegenpositionen, die haben sich aber in diesen Primaries nicht durchsetzen können. Insofern ist die aktuelle Position von Republikanerinnen und Republikanern oder von Kandidaten, die gegenüber dieser Wahl skeptisch dastehen, wie Herr Hoffmann es beschrieben hat: Ja, es gab Unregelmäßigkeiten und deshalb müssen wir das Ganze anzweifeln. Also, dass man dann das Kool-Aid nicht nicht auf Ex nimmt, sondern dass man versucht, sich differenzierter dazu äußern, aber auch nicht auf Konfrontation mit dem geht, wo man vermutet, dass Wählerinnen und Wähler eben das von einem erwarten.

**Moderator** [00:46:40]

Es geht schon auf das Ende der Zeit zu, vielleicht schaffen wir noch ein, zwei Fragen. Die Frage, die kommen musste, stelle ich jetzt mal an Sie, Frau Möller. Es ist natürlich spekulativ, aber wie schätzen Sie die Veränderung der Rolle von Twitter nach der Übernahme durch Elon Musk ein, natürlich jetzt in Bezug auf Desinformation und dann in Bezug auf die Midterms.

**Judith Möller** [00:47:00]

Vor zwei Wochen habe ich noch gesagt, ich glaube nicht, dass so viel passiert, weil es ja so viele Mitarbeiter bei Twitter gibt, die man nicht so einfach überzeugen kann, etwas komplett anderes zu machen und weil sich ja auch die Gesetzeslage zum Beispiel hier in Europa nicht verändert hat. Da müssen sie sich ja weiter zumindest an den Code of Conduct halten und jetzt dann auch an den Digital Services Act DSA und sowieso an das Netzwerkdurchsetzungsgesetz. Aber jetzt, wo es angefangen hat, bin ich mir meiner Sache nicht mehr so sicher. Heute war ja, glaube ich, eine ganz große Entlassungswelle bei Twitter. Ich weiß nicht, was davon jetzt noch übrig ist. Vielen wurde das Recht genommen, noch Desinformationen zu löschen. Im Augenblick wirkt es so, als würden da ganz große Veränderungen ins Haus stehen, aber vor allen Dingen, als ob es billiger werden wird bei Twitter. Und dann ist die Frage: Wie viele wollen denn da noch auf dieser Plattform bleiben, wieviele äußern sich denn noch da, wie wichtig ist denn noch, was man auf Twitter sagt, wenn der Servicelevel runtergeht. Am Ende ist es ja auch nicht so toll, sich in einer total toxischen Umgebung aufzuhalten und warum sollte jemand das dann noch tun. Also jetzt bin ich mir meiner Sache nicht mehr so sicher. Ich glaube aber, dass die Bedeutung von Twitter als Ganzes in dem Moment runtergeht, in dem Twitter schlechter wird. Insofern ja, es gibt da wahrscheinlich bald mehr Desinformation, aber vielleicht macht es weniger aus, weil wir das weniger sehen.

**Moderator** [00:48:26]

Und dann noch die letzte Frage, bevor wir zu den Abschlussstatements kommen, an Sie Herr Hoffmann. Herr Hoffmann, welche Rolle spielen denn medial gestreute Desinformationen bei den jüngst kolportierten Bestrebungen, andere Bürgerinnen und Bürger vom Besuch des Wahllokals abzuhalten bzw abzuschrecken, gibt es dazu bereits Erkenntnisse?

**Christian Hoffmann** [00:48:48]

Eine gute Frage, ich muss ehrlich sagen, ich kenne keine Studie dazu. Ich weiß nicht, ob die Kollegen eine gesehen haben.



press briefing

**Moderator** [00:48:56] Was denken Sie, worauf deutet das vielleicht hin?

**Christian Hoffmann** [00:49:02]

Bei Desinformationen, es wurde ja auch schon erwähnt, ist häufig das Phänomen, dass das die Bürgerinnen und Bürger in der Breite letztlich medienvermittelt, also journalistisch vermittelt mitbekommen und dem nicht unbedingt selber in den sozialen Medien begegnen. Insofern glaube ich, um wirklich eine abschreckende Wirkung auf eine nennenswerte Anzahl von Wählerinnen und Wähler zu erzielen, hätte das wahrscheinlich schon ein Thema sein müssen, das breit medial rezipiert wird, häufiger auf die Agenda gesetzt wird, häufiger wiederholt wird. Da bin ich mir jetzt nicht sicher, ob das bei diesen Gruselgeschichten, die zum Teil vereinzelt in den sozialen Medien kursiert haben, wirklich der Fall war.

**Moderator** [00:49:39] Gut. Frau Möller, Sie noch dazu.

**Judith Möller** [00:49:44]

Ich wollte nur sagen, Demobilisierung funktioniert in Amerika auch darum besser, weil es in bestimmten Bezirken fast einen ganzen Tag dauert, zur Wahl zu gehen. Wenn man die Berichterstattung von den Wahlen sieht, dann sieht man diese endlos langen Schlangen und es ist zum Teil auch so gewünscht. Das ist auch zum Teil systeminhärent und darum sind demobilisierende Maßnahmen so effektiv. Wenn man sich dann entscheiden muss, soll ich an dem Tag arbeiten, den mit meiner Familie verbringen oder mich da in die Schlange stellen, dann ist das natürlich eine ganz andere Überlegung, als für mich, die in fünf Minuten zur Wahl geht und dann wieder zu Hause ist.

**Moderator** [00:50:22]

Dann kriegen wir noch die ja die letzte Frage durch. Inwiefern spielen Deepfakes bei der Verbreitung von Desinformation bereits eine nennenswerte Rolle. Das fragen wir uns seit fünf Jahren und ich weiß nicht, ob da jemand von Ihnen etwas zu weiß, bisher scheint es jetzt zumindest nicht so durch die Decke gegangen zu sein.

**Christian Hoffmann** [00:50:48]

Provokativ würde ich mal sagen und wir beforschen es ganz aktuell und insofern will ich das Thema gar nicht kleinreden, aber aktuell spielt das keine Rolle.

**Andreas Jungherr** [00:51:01]

Als jemand, der in den letzten Jahren nicht aufgefallen ist, Desinformationen als Thema überzubetonen, glaube ich, das ist vielleicht etwas counter-intuitive. In [diesem] Bereich [geht es] unter Umständen gar nicht mal [nur um] die Videos, aber man sieht es ja auch an den textgenerierten Modellen. Unter Umständen [kommen] wir in eine Phase und das ist jetzt komplett spekulativ gesprochen, wir sprechen jetzt nicht über aktuelle Wahlen, aber unter Umständen führt eine kontinuierliche, eine Schwemme von unauthentischem Content oder auch der Erwartung unauthentischem Content in digitalen Medien, in digitalen Kommunikationsumgebungen zu begegnen dazu, dass das Vertrauen in etablierte Medien oder die Bereitschaft, für etablierte Medien zu bezahlen, größer wird und dass man dann eben sagt: Okay, ich verlasse mich jetzt nicht mehr auf meine eigene Recherche, die mir irgendwas hier im Internet produziert, sondern ich verlasse mich letztlich auf pro-



fessionell bezahlte Journalistinnen und Journalisten. Man könnte böserweise vielleicht auch davon ausgehen, dass die ständige Präsenz von Desinformationen in Tageszeitungen oder Medien unter Umständen auch damit zusammenhängt, das Bedürfnis aufseiten des Publikums zu wecken, sich [bei] der Konkurrenz im Internet zu informieren, sie davor zu warnen und sie zu den Bezahlangeboten zurückzuführen. Unter Umständen könnte hier auch eine Motivation sein, ständig über die vermuteten Gefahren dieser Art zu berichten, um den Wert des eigenen Produktes zu stärken. Und dann ist genau da die KI produzierte oder die vermutete KI produzierte Contentwelle ein weiterer Punkt, der dann dazu führt, dass Menschen sich zumindest für Informationszwecke nicht mehr in diese Umgebung begeben.

**Judith Möller** [00:52:53]

Die Kehrseite ist dann, dass dann gut recherchierte Nachrichten nicht nur wertvoller werden, sondern es wird auch wesentlich teurer, gut zu recherchieren. Natürlich gibt es Mittel, um Deepfakes zu entlarven, aber dass [wird] zu einem Wettrüsten quasi zwischen denjenigen, die die Deepfakes herstellen und denjenigen, die die Deepfakes entlarven wollen. Das bedeutet am Ende, dass journalistische Produkte noch teurer werden. Und ja, es gibt dafür ja dann auch wieder einen größeren Markt, aber es kann eine Situation auftreten, in dem eben nur noch ein Teil der Bevölkerung Zugang zu gut recherchierten Nachrichten hat, weil die eben so teuer werden und andere davon ausgeschlossen sind und es kann zu neuen gesellschaftlichen Spaltungen führen. Vielleicht ist das der Effekt von Deepfakes, der mich selbst am meisten interessiert. Ich stimme Herrn Hoffmann zu, im Augenblick ist die Studienlage dazu sehr dünn. Ich weiß von einer Studie, die auch einen sehr kleinen Effekt gefunden hat, aber eben wieder sehr klein.

**Moderator** [00:53:49]

Gut, dann komme ich jetzt noch zu den Abschlussfragen, die zusammenfassende Frage einerseits: Welche Rolle spielt jetzt Desinformaion bei den Midterms, welche Rolle kann sie noch spielen und dann noch zielgruppenspezifisch die Frage: Was können denn Journalistinnen und Journalisten jetzt tun, um dafür zu sorgen, dass weniger Desinformation verbreitet wird? Fangen wir mit Ihnen an, Herr Hoffmann.

**Christian Hoffmann** [00:54:15]

Die Frage ist schwierig zu beantworten, finde ich, weil dieses Election-Denial-Thema ein so zentrales Thema gewesen ist, wie wir ja jetzt besprochen haben. Vor dem Hintergrund würde ich sagen: In diesem spezifischen Fall und in diesem spezifischen Kontext hat diese Desinformation eine maßgebliche Rolle gespielt für die Frage, wer aufgestellt wurde, wer zum Teil angesprochen wurde, scheinbar auch eine gewisse mobilisierende oder demobilisierende Wirkung. Das ist aber ein sehr spezifisches Phänomen und ich würde vor allem davor warnen wollen daraus [Satz bricht ab].... Ich erwarte in den nächsten Monaten einige Studien, die auch zeigen werden, dass es recht viel Desinformation gab. Wenn man inhaltsanalytisch schaut, was diese Kandidaten verbreitet haben, man viele solche Posts finden wird, die sich mit Election Denialism befassen. Und ich würde davor warnen, das eins zu eins auf Europa und auf Deutschland zu übertragen. Das ist, glaube ich, ein sehr contextspezifisches Phänomen. Das kann natürlich irgendwann mal zu Kopieerscheinungen in anderen Demokratien führen, aber wir haben hier einfach eine sehr seltsame spezifische Konstellation im Moment in den USA, die dieses Thema unwahrscheinlich salient gemacht hat.

**Moderator** [00:55:29]



Vielen Dank. Dann die gleiche Frage an Sie, Frau Möller, welche Rolle hat Desinformation gespielt hat, noch spielen kann und was man vielleicht im Journalismus tun kann.

**Judith Möller** [00:55:39]

Also zu der Rolle, welche sie gespielt hat, darüber haben wir jetzt eine Stunde geredet. Deswegen beantworte ich Ihre letzte Frage: Was können Journalistinnen tun. Und dazu würde ich erst eine ganz kurze Lanze für die Desinformation brechen wollen, weil nämlich eine Gesellschaft, in der man die Wahrheit nicht herausfordern kann, keine Demokratie ist. Es ist sehr wichtig, dass die Wahrheit herausgefordert werden kann und dass man das auch darf. Die Frage ist, wie groß ist die Bühne, auf der die Desinformation stattfinden kann. Und da haben die Journalistinnen, denke ich, eine ganz wichtige Rolle in der Art, wie sie darüber berichten. Das hat Ihnen Herr Jungherr ja vorhin erklärt. Je mehr Aufmerksamkeit man diesen oft sehr seltsamen Desinformationsgeschichten schenkt und sie haben einen sehr hohen Nachrichtenwert, desto breiter kann sich auch diese Desinformation indirekt verbreiten. Indem man dem Thema als Ganzes vielleicht ein bisschen weniger Aufmerksamkeit schenkt, kann man eigentlich etwas dazu beitragen, dass die Desinformation zwar da ist, aber die Rolle einnimmt, die sie haben sollte, nämlich dass es ein Nebenschauplatz ist in einem großen Wahlkampf, in dem ganz viele verschiedenen Themen besprochen werden.

**Moderator** [00:56:52]

Vielen Dank. Und dann natürlich die gleiche Frage noch an Sie, Herr Jungherr.

**Andreas Jungherr** [00:57:05]

Es sind zwei Punkte, die ich ansprechen wollte. Das eine wäre noch mal auf die Wirkung von Desinformation bezogen. Ich glaube, da ist immer diese Frage nach dem Gedankenexperiment spannend. Was wäre denn, wenn wir keine Desinformation hätten? Und ich finde, das ist ein wichtiger Punkt, wenn wir über die Wirkung der Big Lie nachdenken. Wir sehen hier ganz zentral Desinformation, über die viel geredet wird, die zentral ist, die eine entscheidende Rolle im innerparteilichen Wettbewerb der Republikaner spielt, die deshalb auch den Wettbewerb insgesamt formt. Es spielt offensichtlich eine Rolle. Jetzt ist aber die Frage: Ist es dann tatsächlich eine wahlentscheidende Rolle. Und da wäre dann dieses Gedankenexperiment: Wie würden dann Gläubige oder Profess Believe an Big Lie, wie würden die denn ansonsten abstimmen, wenn sie die Big Lie nicht hätten, sie würden sich über etwas anderes aufregen. Da wäre meine Vermutung, dass wahrscheinlich die Big Lie selber die Unterstützung von Republikanern eher abschwächt, als sie sie aktuell unterstützt. Das ist das eine. Das andere ist auch ein Punkt, den sich Institutionen oder gesellschaftliche Machthaber oder einflussreiche Institutionen und Eliten überlegen müssen: Wie sind wir denn in diese Situation gekommen, wie sind wir in eine Situation gekommen, wo offensichtlich absurde Verschwörungstheorien scheinbar so viel Sauerstoff und so viel Unterstützung haben und ist es tatsächlich so, dass es so absurd ist, dass Menschen an einem gegebenen politischen System zweifeln. Das ist genau das, was Frau Möller beschrieben hat. Wie hinterfragbar ist denn eigentlich Demokratie oder wie hinterfragbar sind denn eigentlich demokratische Eliten und musste ich an eine Verschwörungstheorie glauben, um nicht für Hillary Clinton zu stimmen oder um nicht für eine demokratische Partei zu stimmen oder Zweifel an der Lösungsfähigkeit der Demokratischen Partei von großen gesellschaftlichen Aufgaben in den USA zu haben. Da hat ja gerade der Westen und haben die westlichen Demokratien zunehmende strukturelle Probleme, die die Frage der Lebenshaltungskosten, die Frage der beruflichen Perspektiven, die Frage der Durchlässigkeit von Systemen betrifft, die vielen Menschen Anlass geben zu sagen, ich habe hier ein Problem, wie die Dinge aktuell laufen und deshalb wähle ich den Herausforderer des Status quo. Dass diese Herausforderer dann provozierend auftreten, offensiv auftreten, diesen politischen Status quo beleidigen





press briefing

und auch sehr performativ unterhaltsam herausfordern, das ist unter Umständen Frage des politischen Stils, aber nicht ursächlich für die Unterstützung. Deshalb müssen etablierte Institutionen und das gilt für die Wissenschaft, das gilt für die Medien, das gilt auch für Parteien auch ein Stück weit selbstkritischer an die Sache herangehen und sagen: Okay, es ist eben nicht so, dass 50 Prozent der amerikanischen Wahlbevölkerung vollkommen abstrusen Verschwörungstheorien folgt und nur deshalb so wählt, sondern sie wählt trotz dieser abstrusen Verschwörungstheorien und trotz dieses problematischen politischen Stils diese Partei, weil sie das Gefühl hat, dass es ansonsten eben aus ihrer Perspektive heraus politisch nicht besser wird. Da muss sich dann halt die Demokratische Partei fragen: Wie kann denn das sein, dass wir so schlecht performen für so einen großen Teil der Bevölkerung, dass sie trotzdem diese Kröte schlucken und trotzdem diese Partei wählen. Das ist eine Herausforderung des politischen Zentrums, der man sich insgesamt stellen muss und nicht diese Abkürzung nehmen muss und sagen kann: Ja gut, die Wahlbevölkerung ist halt so deppert, die lassen sich von drei Facebook-Posts in ihrer Wahl total fehlleiten und sind falsch informiert und stimmen deshalb falsch ab.

**Moderator** [01:01:18]

Ja. Vielen Dank, Herr Jungherr. Dann ist die Zeit jetzt auch vorbei. Wir haben ein bisschen überzogen sehe ich. Erst einmal vielen Dank an die Journalistinnen und Journalisten da draußen für die Fragen. Dann natürlich vielen Dank an Sie, Frau Möller, Herr Hoffmann, Herr Jungherr. Heute wird so schnell wie möglich die Aufzeichnung auf unserer Homepage veröffentlicht. Voraussichtlich Montagmittag veröffentlichen wir da dann auch das Transkript. Wenn Sie eine Audio-Aufzeichnung, die Videodatei oder vorher schon das maschinell erstellte und noch nicht überarbeitete Transkript brauchen, dann schreiben Sie uns gerne an [redaktion@ScienceMediaCenter.de](mailto:redaktion@ScienceMediaCenter.de), dann können wir Ihnen das dann schicken. Dann vielen Dank für Ihre Zeit. Ich wünsche Ihnen noch einen schönen Tag, ein schönes Wochenende und auf Wiedersehen.



press briefing

## Ansprechpartner in der Redaktion

### **Bastian Zimmermann**

Redakteur für Digitales und Technologie

Telefon +49 221 8888 25-0

E-Mail [redaktion@sciencemediacenter.de](mailto:redaktion@sciencemediacenter.de)

## Impressum

Die Science Media Center Germany gGmbH (SMC) liefert Journalisten schnellen Zugang zu Stellungnahmen und Bewertungen von Experten aus der Wissenschaft – vor allem dann, wenn neuartige, ambivalente oder umstrittene Erkenntnisse aus der Wissenschaft Schlagzeilen machen oder wissenschaftliches Wissen helfen kann, aktuelle Ereignisse einzuordnen. Die Gründung geht auf eine Initiative der Wissenschafts-Pressekonferenz e.V. zurück und wurde möglich durch eine Förderzusage der Klaus Tschira Stiftung gGmbH.

Nähere Informationen: [www.sciencemediacenter.de](http://www.sciencemediacenter.de)

### **Diensteanbieter im Sinne MStV/TMG**

Science Media Center Germany gGmbH  
Schloss-Wolfsbrunnenweg 33  
69118 Heidelberg  
Amtsgericht Mannheim  
HRB 335493

### **Redaktionssitz**

Science Media Center Germany gGmbH  
Rosenstr. 42-44  
50678 Köln

### **Vertretungsberechtigter Geschäftsführer**

Volker Stollorz

### **Verantwortlich für das redaktionelle Angebot (Webmaster) im Sinne des § 18 Abs.2 MStV**

Volker Stollorz

