

Ringvorlesung mit Übungen 2024/25 - LV-Nr.: 418115

# Mediale Meinungsbildung und Manipulation im Superwahljahr 2024



Grafik: ©Michael Drolle

## Ort und Zeit

Seminarraum 1W05 (Grauer Bär)  
Fr., 25.10.2024, 09:45 – 16:30 Uhr  
Do., 14.11.2024, 17:00 – 20:00 Uhr (Medientag – Aula)  
Fr., 22.11.2024, 09:45 – 16:30 Uhr  
Fr., 13.12.2024, 09:45 – 16:30 Uhr

## Leitung

Univ.-Prof. Dr. Theo Hug

## Studentische Mitarbeit

Marie Schipflinger, Madeleine Kaiserer

## Kurzbeschreibung

Die Ringvorlesung beinhaltet vertiefende Beiträge zum Medientag 2024. Digitale Plattformen haben die Informationsverbreitung und den gesellschaftlichen Diskurs verändert. Desinformation und sowie manipulierte Töne, Bilder und Videos lassen sich einfacher und schneller denn je verbreiten. Das bringt neue Formen der Wähler:innenbeeinflussung mit sich und gefährdet freie und faire Wahlen. Auch der Einsatz von künstlicher Intelligenz in diesem Bereich ist noch ungeklärt. Wie beeinflusst diese die politischen Entscheidungen und welche Auswirkungen haben sie auf die öffentliche Debatte? Welche Rolle spielen Emotionen und Stimmungslagen in dieser Situation und wie werden sie produziert? Unter welchen Bedingungen wird Vertrauen gebildet oder beschädigt? Wie können digitale Medien zu fairen Wahlen beitragen und demokratische Prozesse befördern?

**Anrechenbarkeit**

Eine komplette Liste aller Anrechnungsmöglichkeiten der Ringvorlesung ist unter „Studienzuordnung(en)“ zu finden (s. LFU-Online)

**Weblinks:**

LFU-Online: [https://lfuonline.uibk.ac.at/public/lfuonline\\_lv.details?sem\\_id\\_in=24W&lvnr\\_id\\_in=418115](https://lfuonline.uibk.ac.at/public/lfuonline_lv.details?sem_id_in=24W&lvnr_id_in=418115)

Moodle: <https://moodle.vobs.at/mp/>

Forschungszentrum *Innsbruck Media Studies*: <https://medien.uibk.ac.at/>

**Prüfungsmodus**

Aktive Teilnahme an der Vorlesung und schriftlicher Aufsatz zu einem Vertiefungsthema unter Berücksichtigung der Diskussion im Kurs, aktueller Diskurse sowie ausgewählter theoretischer und empirischer Bezüge zum LV-Thema (Umfang: ca. 15 Seiten zzgl. Quellenangaben).

Semesterplan	Datum, Ort	Informationen zum Ring-VU/Medientag-Beitrag
Ring-VU-Termin	25.10.2024, Seminarraum 1W05 (Grauer Bär)	Matthias C. Kettemann Marcelo Jenny Tobias Unterhuber Uta Rußmann und Franz Reiter
Medientag-Termin (auch als Teil der Ring-VU)	14.11.2024, Aula (Innrain)	Öffentlich zugänglicher Medientag der LFU „Medien, Macht und Meinungsmache im Superwahljahr 2024“  Vorträge von: Dirk Helbing Alexander Peterhänsel Charlotte Freihse  Podiumsdiskussion: Alena Wacenovsky Christian Jungwirth
Ring-VU-Termin	22.11.2024, Seminarraum 1W05 (Grauer Bär)	Maria Stopfner Viorela Dan Jan Grünwald Zelpha Marie Bombais
Ring-VU-Termin	13.12.2024, Seminarraum 1W05 (Grauer Bär)	Oliver Leistert Jasmin Degeling Martin Degeling Heike Krösche

In Kooperation mit



## Informationen zu den einzelnen Beiträgen und Workshops

<p><b>25.10.2024</b> 09:30-12:30 Uhr Seminarraum 1W05 (Grauer Bär)</p>	<p><b>Matthias C. Kettemann</b> <i>Kann Recht demokratische Diskurse schützen? Die neuen EU-Digitalregeln im Praxistest</i></p> <p>2024 und 2025 traten (und treten) neue EU-Regeln für digitale Dienste, digitale Märkte, die Medienfreiheit und KI in Kraft. Zusammen zielen sie darauf ab, die Verantwortung von Online-Plattformen zu erhöhen, Meinungsmacht zu beschränken, Desinformation zu bekämpfen und mehr Transparenz in die algorithmischen Empfehlungssysteme zu bringen. Der Beitrag untersucht, wie effektiv diese Regelungen in der Praxis umgesetzt werden und welche Herausforderungen dabei bestehen. Es wird analysiert, ob und wie diese Gesetze dazu beitragen können, den digitalen öffentlichen Raum und die demokratierelevanten Diskurse zu schützen. Gemeinsam erarbeiten wir, wie die Balance zwischen der Bekämpfung von Hassrede und Desinformation einerseits und der Wahrung der Meinungsäußerungsfreiheit andererseits gelingen kann. Es werden Fallbeispiele und erste Erfahrungen mit der Umsetzung der neuen Regelungen diskutiert. Abschließend werden mögliche Verbesserungen und zukünftige Entwicklungen im Bereich der digitalen Regulierung skizziert.</p> <p><b>Zur Person:</b></p> <p>Matthias C. Kettemann ist Professor für Innovation, Theorie und Philosophie des Rechts und Leiter des Instituts für Theorie und Zukunft des Rechts der Universität Innsbruck. Er leitet auch das Innsbruck Quantum Ethics Lab und das Digital Diversity Lab. Er leitet Forschungsprogramme und -gruppen am Leibniz-Institut für Medienforschung   Hans-Bredow-Institut (HBI), Hamburg, und am Humboldt-Institut für Internet und Gesellschaft, Berlin. Nach Studien der Rechtswissenschaften in Graz, Genf und an der Harvard School habilitierte er sich an der Goethe-Universität Frankfurt 2019 mit einer Arbeit zur normativen Ordnung des Internets. Er forscht zu den Regeln der Macht und der Macht der Regeln in digitalen Räumen und war mehrfach Sachverständiger im Bundestag und als Experte für Recht und Governance in der digitalen Konstellation für Ministerien, die UNESCO, die Agentur der Europäischen Union für Grundrechte, die OSZE und den Europarat tätig.</p>	<p><b>Literaturempfehlungen:</b></p> <p>Pfeiffer, L., &amp; Helmke, J.T. (2023). Die Digitalrechtsakte der EU (DGA, DAS, DMA, KI-VO-E und DA-E) – Teil I, <i>ZD-Aktuell</i>, 2023 (01125).</p> <p>Pfeiffer, L., &amp; Helmke, J. T. (2023). Die Digitalrechtsakte der EU (DGA, DAS, DMA, KI-VO-E und DA-E) – Teil II, <i>ZD-Aktuell</i>, 2023 (01162).</p> <p>Pfeiffer, L., &amp; Helmke, J. T. (2023). Die Digitalrechtsakte der EU (DGA, DAS, DMA, KI-VO-E und DA-E) – Teil III, <i>ZD-Aktuell</i>, 2023 (01175).</p> <p>Pfeiffer, L., &amp; Helmke, J. T. (2023). Die Digitalrechtsakte der EU (DGA, DAS, DMA, KI-VO-E und DA-E) – Teil IV, <i>ZD-Aktuell</i>, 2023 (01206).</p> <div data-bbox="1554 839 1912 1382" data-label="Image"></div> <p data-bbox="1608 1391 1854 1417">Bildquelle: © Birgit Pichler</p>
--	--	---

## Marcelo Jenny

### *Datenbasierter Wahlkampf: Vision und Wirklichkeit*

Datenbasiertes Kampagnenmanagement möchte fundierte, evidenzbasierte Entscheidungen für Wahlkampagnen treffen und Kampagnenstrategien mittels umfangreicher Datenerhebungen und -analysen optimieren. Auf Basis von Informationen zur Soziodemographie, Präferenzen und Verhalten von potentiellen Wähler:innen werden zentrale Themen für den Wahlkampf identifiziert, zielgerichtete Botschaften erstellt und der Einsatz von Wahlkampfressourcen entschieden. Sind datengetriebene Kampagnen mit den Datenschutzbestimmungen der Europäischen Union und nationaler Wahlkampffregulierung kompatibel und lassen sie sich mit politischen Parteien umsetzen? Die Einheit soll eine kritische Auseinandersetzung mit der Vision oder Schreckensvision datenbasierter Kampagnen und mit der Realität aktueller Wahlkampagnen bieten.

### Zur Person:

Univ.-Prof. am Institut für Politikwissenschaft der Universität Innsbruck mit den Forschungsschwerpunkten Politische Kommunikation, Wahlforschung, politische Parteien und Parlamentarismus in vergleichender Perspektive.

[marcelo.jenny@uibk.ac.at](mailto:marcelo.jenny@uibk.ac.at)

## Literaturempfehlungen:

Roemmele A., & Gibson R. (2020). Scientific and subversive: the two faces of the fourth era of political campaigning. *New Media & Society*, 22(4): 595–610.

Kefford, G., Dommett, K., Baldwin-Philippi, J., Bannerman, S., Dobber, T., Kruschinski, S., Kruikemeier, S., & Rzepecki, E. (2023). Data-driven campaigning and democratic disruption: Evidence from six advanced democracies. *Party Politics*, 29(3), 448–462.



Bildquelle: © Marcelo Jenny

<p><b>25.10.2024</b> 13:30-16:30 Uhr Seminarraum 1W05 (Grauer Bär)</p>	<p><b>Uta Rußmann und Franz Reiter</b> <i>Politik auf Facebook und Instagram im Superwahljahr 2024</i></p> <p>Der Fragestellung folgend wie digitale Plattformen die Informationsverbreitung und den gesellschaftspolitischen Diskurs im Superwahljahr 2024 beeinflussen, untersuchen wir die Facebook- und Instagram-Auftritte politischer Parteien und PolitikerInnen in Österreich während des Europawahlkampfes sowie des Nationalratswahlkampfes mittels einer manuellen quantitativen Inhaltsanalyse. Erste Daten und Erkenntnisse daraus möchten wir gemeinsam diskutieren. Im Fokus stehen dabei erstens die Kommunikationselemente, die zur Information und Mobilisierung der BürgerInnen genutzt werden. Information ist wahrscheinlich die wichtigste Funktion von Wahlkampagnen, auch auf Social Media. Bei der Information der WählerInnen nutzt die Politik einen einseitigen Kommunikationsweg, um Botschaften zu verbreiten und die AdressatInnen von ihren Positionen zu wichtigen Themen zu überzeugen (Craig et al., 2005; Haßler et al., 2021). Mobilisierung bezieht sich auf den Prozess, durch den politische Akteure BürgerInnen dazu bringen wollen, sich an der Politik zu beteiligen, um Wahlen zu gewinnen, andere von den eigenen Positionen zu überzeugen, Meinungen und Urteile zu ändern (Haßler et al., 2023). Zweitens geht es um das „Engagement“ österreichischer Parteien und PolitikerInnen in negative Kampagnen. Negative Rhetorik wird in Wahlkämpfen u.a. dazu genutzt WählerInnen dazu zu bringen, politischen Botschaften zu folgen. Insgesamt hat die Forschung gezeigt, dass Parteien auf negative Kampagnen zurückgreifen, um die Unterstützung der WählerInnen zu gewinnen (Nai, 2020; Russmann, 2017) und gleichzeitig die Wählerbasis des Gegners zu demobilisieren und zu deprimieren (Fridkin &amp; Kenney, 2004). Negative Botschaften werden als wichtig für den Wahlkampf angesehen, da sie sich bei den WählerInnen besser einprägen und ihr Wissen über eine Kampagne fördern (Lau et al., 2007; Reiter &amp; Matthes, 2022).</p>	<p><b>Literaturempfehlungen:</b></p> <p>Craig, S.C., Kane, J.G., &amp; Gainous, J. (2005). Issue-Related Learning in a Gubernatorial Campaign: A Panel Study. <i>Political Communication</i>.</p> <p>Fridkin, K.L., &amp; Kenney, P.J. (2004). Do Negative Messages Work? The Impact of Negativity on Citizens' Evaluations of Candidates. <i>American Politics Research</i>, 32(5), 570–605.</p> <p>Haßler, J., Magin, M., &amp; Russmann, U. (2023). Why We Should Distinguish Between Mobilization and Participation When Investigating Social Media. <i>Media and Communication</i>, 11(3), 124–128.</p> <p>Haßler, J., Magin, M., Russmann, U., &amp; Fenoll, V. (Hrsg.). (2021). <i>Campaigning on Facebook in the 2019 European Parliament Election: Informing, Interacting with, and Mobilising Voters</i>. Palgrave Macmillan.</p> <p>Lau, R.R., Sigelman, L., &amp; Rovner, I.B. (2007). The Effects of Negative Political Campaigns: A Meta-Analytic Reassessment. <i>The Journal of Politics</i>, 69(4), 1176–1209.</p> <p>Nai, A. (2020). Going Negative, Worldwide: Towards a General Understanding of Determinants and Targets of Negative Campaigning. <i>Government and Opposition</i>, 55(3), 430–455.</p> <p>Reiter, F., &amp; Matthes, J. (2022). "The Good, the Bad, and the Ugly": A Panel Study on the Reciprocal Effects of Negative, Dirty, and Positive Campaigning on Political Distrust. <i>Mass Communication and Society</i>, 25(5), 649–672.</p> <p>Russmann, U. (2017). Negative Campaigning in Party-Controlled Communication Channels: Party Communication Strategies in Campaign Posters, Newspaper Advertisement, and Press Releases during the 2008 Austrian National Election Campaign. <i>Journal of Political Marketing</i>.</p>
--	--	--

### Zu den Personen:

Uta Rußmann ist Professorin für Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Demokratie. Bevor Sie ans Institut für Medien, Gesellschaft und Kommunikation kam, war sie von 2012 bis 2022 FH-Professorin und Senior Researcher am Department of Communication der FH Wien der WKW für die Study Programms Journalism & Media Management sowie Communication Management. Davor war sie Postdoc Researcher in FWF-geförderten Projekten an der Universität Wien in Kooperation mit der Österreichischen Akademie der Wissenschaften (2007-2009) sowie an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck (2009-2012). Uta Rußmann hat 2007 an der Universität Wien promoviert. Sie hat (gemeinsam mit Jörg Haßler und Melanie Magin) die internationalen Projekte „Campaigning for Strasbourg (CamforS)“ (<https://digidemo.ifkw.lmu.de/camfors/>) und „Digital Election Campaigning Worldwide (DigiWorld)“ (<https://digidemo.ifkw.lmu.de/digi-world/>) initiiert. Ihre Forschungsschwerpunkte sind politische Kommunikation, Medien und Wahlkampf, digitale Kommunikation, (visuelle) soziale Medien, Public Relations und strategische Kommunikation.

Franz Reiter ist seit Juni 2024 Postdoc Researcher am Institut für Medien, Gesellschaft und Kommunikation. Er war von 2019 bis 2023 Predoc Researcher am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien. In seiner Dissertation untersuchte er die Wahrnehmungen und Auswirkungen von Dirty, Negative, und Positive Campaigning. Seine Dissertation wurde mit dem Uni:docs Stipendium für exzellente DoktorandInnen gefördert und erhielt u.a den Article of the Year Award in *Mass Communication and Society*. Seine Forschungsschwerpunkte sind Wahlkampf, Medienutzung, soziale Medien und politische Kommunikation. Er publizierte u.a. in *Digital Journalism*, *Social Science Computer Review*, *Mass Communication and Society*, und *American Behavioral Scientist*.



Bildrechte: ©feelimage / Matern



Bildrechte: ©Anja Stevia



## Tobias Unterhuber

### *Computerspielkultur als politischer Schauplatz*

Trotz der häufigen Behauptung, Spiele seien nicht politisch, sind sie es genauso wie alle anderen Medien. Dies gilt sowohl für Ihre Inhalte, ihre Form und Struktur, aber noch viel mehr für die sie umlagernden Communities und damit für die Computerspielkultur im Allgemeinen.

2014 startete die Hasskampagne GamerGate, die unter der angeblichen Forderung nach journalistischer Integrität weibliche und non-binäre Entwickler\*innen und Games-Journalist\*innen mit Vergewaltigungs- bis hin zu Bombendrohungen übersäte. Von der weiteren Öffentlichkeit meist unbeachtet formierte sich hier ein Zusammenschluss aus Frauen-, Queerfeindlichkeit und Rechtsextremismus, der die sogenannte Alt-Right erst möglich machte, die wiederum für die Wahl Trumps mitentscheidend war. Auch im deutschsprachigen Raum wurden in den Folgejahren ähnliche Versuche unternommen, gezielt Menschen aus der Computerspielkultur für rechte Parteien zu gewinnen. Dies mag einerseits mit der in der Spielkultur vorherrschenden toxischen Männlichkeit beziehungsweise der männlichen Codierung des Spielens allgemein zu tun haben, andererseits ist es aber auch die spezifische Medialität des Computerspiels – basierend auf der Spieler\*innen zugeschriebenen Agency –, die sie zu einem prominenten Kampflplatz unterschiedlicher Weltanschauungen macht.

### **Zur Person:**

Dr. Tobias Unterhuber studierte Neuere deutsche Literatur, Allgemeine und Vergleichende Literaturwissenschaft und Religionswissenschaft in München und Berkeley. 2018 promovierte er mit der Arbeit „Kritik der Oberfläche – Das Totalitäre bei und im Sprechen über Christian Kracht“. Er ist Post-Doc am Institut für Germanistik, Bereich Literatur und Medien an der Universität Innsbruck. Darüber hinaus ist er Herausgeber der Zeitschrift *PAIDIA – Zeitschrift für Computerspielforschung* sowie der *Zeitschrift für Fantastikforschung*. Seit 2023 leitet er die Forschungsgruppe Game Studies der Universität Innsbruck und seit 2024 ist er Mitglied des Zentralkomitees des Arbeitskreises Geisteswissenschaften und digitale Spiele.

## Literaturempfehlungen:

- Görgen, A., & Unterhuber, T. (2023). Politiken des (digitalen) Spiels zwischen Affirmation und Antagonismus. Eine Topografie“. Görgen, A., & Unterhuber, T. (Hrsg.). *Politiken des (digitalen) Spiels. Transdisziplinäre Perspektiven*. Bielefeld: transcript, 9-45.
- Keinen Pixel dem Faschismus (2020). GamerGate, eine Retrospektive. Abgerufen von <https://keinenpixeldenfaschisten.de/2020/11/16/gamergate-eine-retrospektive-download>.
- Torill, E. M. (2018). Anger, Fear, and Games: The Long Event of #GamerGate. *Games and Culture*, 13(8), 787-806.
- Unterhuber, T. (2017). Emanzipation und Agency - Das Computerspiel als exemplarische Neuverhandlung gesellschaftlicher Ordnung. Conrad, M., Schmidtke, T., & Stobbe, M. (Hrsg.). *Digitale Kontexte. Literatur und Computerspiel in der Gesellschaft der Gegenwart*. Sonderausgabe # 2 von Textpraxis. Digitales Journal für Philologie. Abgerufen von <https://www.uni-muenster.de/Textpraxis/tobias-unterhuber-emanzipation-und-agency>.



Bildrechte: ©Magdalena Leichter

14.11.2024  
17:00 –  
20:00 Uhr  
Aula (Inn-  
rain 52)

## Medientag der LFU Innsbruck

**Dirk Helbing**

*Micro-Targeting: Sie sind das Ziel!*

„Als der Zweite Weltkrieg zu Ende war und die Welt in Trümmern lag, da war es mit der «Propaganda» keineswegs vorbei – auch wenn Hitler darauf sein Reich begründet hatte. Das gleichnamige Buch von Edward Bernays hatte zu Goebbels Lieblingslektüre gehört. Unter dem harmlosen Begriff «Public Relations» blieb Propaganda nach dem Krieg rund um den Globus weiter Grundlage von Politik. Auch Werbefirmen bedienten sich fleissig ähnlicher psychologischer Tricks.

Seither sind die eingesetzten Methoden nicht unbedenklicher geworden – im Gegenteil. Mit der Digitalisierung griff eine flächendeckende Massenüberwachung durch Staaten und Unternehmen um sich. Mit spionageähnlichen Methoden werden Profile von überrumpelten Internetnutzern erstellt, die heute zum Teil so detailgetreu sind, dass man sie als «digitale Zwillinge» bezeichnet. Damit lassen sich Botschaften zielgenau platzieren. Die Rede ist vom (*Micro-*)*Targeting*. Sie sind das Ziel!“

Auszug aus: Dirk Helbing, Sie sind das Ziel! Schweizer Monat (März 2024) <https://schweizermonat.ch/sie-sind-das-ziel/>

### Zur Person:

Dirk Helbing ist Professor für Computational Social Science am Departement für Geistes-, Sozial- und Staatswissenschaften der ETH Zürich und dort auch am Informatik Departement assoziiert. Seine aktuellen Studien befassen sich mit der digitalen Gesellschaft, Smart Cities sowie den Herausforderungen und Chancen digitaler Demokratien. An der TU Delft koordinierte er das Doktorandenprogramm „Engineering Social Technologies for a Responsible Digital Future“. Außerdem ist er gewähltes Mitglied der Deutschen Akademie der Wissenschaften „Leopoldina“ und der External Faculty des Complexity Science Hub Vienna.

### Literaturempfehlungen:

Complexity Science Hub (2024). Study suggests less conformity leads to more innovation. *Phys.org*. Abgerufen von <https://phys.org/news/2024-05-conformity.html>.

Helbing, D. (2024). Digi, Nano, Bio, Neuro – oder warum uns konvergierende Technologien kümmern sollten. *ETH Zürich Zukunftsblog*. Abgerufen von <https://ethz.ch/de/news-und-veranstaltungen-eth-news/news/2024/05/digi-nano-bio-neuro-oder-warum-uns-konvergierende-technologien-kuemmern-sollten.html>.

Helbing, D. et al. (2017). Will democracy survive Big Data and Artificial Intelligence. *Scientific American*. Abgerufen von <https://www.scientificamerican.com/article/will-democracy-survive-big-data-and-artificial-intelligence/>.

Helbing, D., & Abeillon, F. (2023). Manipulated Attention: Do digital platforms promote bias in science? *ResearchGate Preprint*. Abgerufen von <https://www.researchgate.net/publication/369800457>.



Bildrechte: ©ETH Zürich/Giulia Marthaler



**Alexander Peterhänsel**

*SMILE TO VOTE – POLITICAL PHYSIOGNOMY ANALYTICS*

SMILE TO VOTE ist ein wissenschaftlich-künstlerisches Forschungsprojekt, das die Auswirkungen von KI-basierten biometrischen Scoring-Methoden auf demokratische Prozesse, Selbstbestimmung und Privatsphäre im digitalen Zeitalter thematisiert. Die Wahlkabine ist ein Teil des Gesamtkunstwerks SMILE TO VOTE, das ein fiktives GovTech-Startup porträtiert. Die Arbeit wirft ein kritisches Schlaglicht auf eine erhoffte übermenschliche Objektivität algorithmischer Entscheidungsprozesse. Mittels KI-gestützter Gesichtserkennung misst die SMILE TO VOTE-Wahlkabine die scheinbare politische Überzeugung einer Person und emuliert den Prozess der digitalen Stimmabgabe bei einer Bundestagswahl. Der gesamte Vorgang dauert nur wenige Sekunden: Durch das Scannen des Gesichts des Besuchers in der Wahlkabine wird der Vorgang der Stimmabgabe automatisiert. Die Interaktion macht die komplexen Auswirkungen der Delegation von Entscheidungen an KI-Systeme als ästhetische Erfahrung unmittelbar erleb- und begreifbar.

Die Installation wird durch eine Website und ein Video ergänzt, die beide auf raffinierte Weise zwischen dem Plausiblen und dem Fantastischen oszillieren. Obwohl SMILE TO VOTE in einer fiktiven Realität angesiedelt ist, liegt die Idee einer solchen Wahlkabine nicht völlig außerhalb des Unmöglichen, da sie auf Technologien und Methoden basiert, die bereits in anderen Bereichen eingesetzt werden.

Neben der Wahlkabine besteht SMILE TO VOTE aus einer täuschend echten Firmen-Website und einem Video, das die standardisierte Ästhetik wissenschaftlicher Präsentationsvideos ironisch nachahmt. Das Video erklärt die der Installation zu Grunde liegenden Methoden sowie den Ablauf einer Stimmabgabe. Thematisiert wird hierbei auch die aktuelle Diskussion um Fake-Science. SMILE TO VOTE spitzt aktuelle Forschungsergebnisse der Psychometrie auf eine potentielle Anwendung als maximal-effizientes E-Government-Tool zu. Es wirft Fragen nach (un)menschlichen Eigenschaften von IT-Prozessen auf, die unsere Lebensrealität mitgestalten und mitentscheiden und regt zur Diskussion zwischen Wissenschaft, Politik und Gesellschaft über die wünschenswerte Gestaltung von IT-Infrastrukturen an.

#### Literaturempfehlungen:

Peterhaensel, A. (2018). Smile to Vote: Towards Political Physiognomy Analytics – Predicting Electoral Behavior from Live Video. *Academic Proceedings of the 24th International Symposium on Electronic Art*. Durban: Durban University of Technology, 79-85.

Wang, K. (2017). Deep Neural Networks Are More Accurate Than Humans at Detecting Sexual Orientation From Facial Images. *Journal of Personality and Social Psychology*, 114(2), 246-257.



Bildrechte: ©Fabian Vogl

**Zur Person:**

Alexander Peterhänsel (\*in München, Deutschland) ist ein interdisziplinär arbeitender Wissenschaftler und Medienkünstler. Er ist Professor für Visual Computing an der Ostbayerischen Technischen Hochschule Amberg-Weiden (OTH-AW) und leitet dort das Labor für Visual Computing. Er ist Gründer des Audiovisual Architectures Lab und Experte beim wissenschaftlichen Dienst der Europäischen Kommission (JRC) und hält das Diplom Audiovisueller Medienkunst der Kunsthochschule für Medien Köln (KHM).

Sein Oeuvre – situiert in der Schnittmenge zwischen Wirtschaftsinformatik und Medienkunst - verwischt die Grenzen zwischen künstlerischem und wissenschaftlichem Agieren. Seine Arbeiten untersuchen z.B. die Ästhetik von Big-Data und die Auswirkungen maschineller Intelligenz auf unsere Gesellschaft. Peterhänsel's Arbeiten wurden international ausgestellt und für diverse Stipendien und Preise nominiert, unter anderen: Bihar Biennale (2023), Artist in Residency bei der Europäischen Kommission (2018 - 2019), Falling Walls Science Breakthrough of the Year (2023), Ars Electronica (2017, 2018), Media Art Biennale Wroclaw (2019), Bozar Centre for Fine Arts Brüssel (2019), Europäisches Parlament (2019), Kasseler Dokumentarfilm- und Videofestival (2018) und re:publica Berlin (2018).

[www.alexanderpeterhaensel.com](http://www.alexanderpeterhaensel.com)

	<p><b>Charlotte Freihse</b>  <i>What the Fake? Lektionen für ein gesundes Informationsökosystem aus dem Superwahljahr 2024</i></p> <p>2024 war ein globales Superwahljahr, bei dem mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung zur Wahlurne schritt. In Zeiten von Wahlen erreichen Meinungsmache und Meinungsbildung oft ihren Höhepunkt, insbesondere in Demokratien, die zunehmend unter Druck stehen. Die Verlagerung gesellschaftspolitischer Diskurse in den digitalen Raum, v.a. auf Social Media Plattformen, die Regeln für den Diskurs von privatwirtschaftlichen Akteuren diktiert werden verschärfen diese Dynamik. Die rasante Entwicklung generativer KI-Technologien erhöht die Komplexität weiter. Die Möglichkeiten öffentliche Meinungen zu manipulieren und Verunsicherung zu verstärken wachsen mit Tools wie ChatGPT oder Midjourney.</p> <p>Wenn es um die Beeinflussung von politischen Wahlen geht, steht aber besonders ein Phänomen im Fokus: digitale Desinformation. Dieses umfasst absichtlich falsche Nachrichten, die vor Wahlen verbreitet werden, um das Ergebnis zu manipulieren. Diese Desinformationen stellen eine besondere Herausforderung dar, da sie das Vertrauen in Politik und demokratische Prozesse schwächen. Oft erfolgt die Verbreitung über soziale Medien und scheinbar seriöse Nachrichtenseiten, wobei auch KI-generierte Inhalte genutzt werden. Sowohl inländische als auch ausländische Akteure, insbesondere aus Russland und China, sind beteiligt.</p> <p>Was ist Wahrheit, was ist Fakt, wem kann man noch trauen? Dieser Vortrag zeichnet ein aktuelles Bild der Lage und beleuchtet die Vielzahl der Akteure, die an gesellschaftspolitischen Diskursen mitwirken und diese versuchen zu beeinflussen – positiv und negativ. Anhand vergangener Wahlen aus 2024 wird exemplarisch illustriert, wie sich diese Entwicklungen auf die Meinungsbildung in demokratischen Gesellschaften auswirken und welche Risiken zu beachten sind. Abschließend werden effektive Praktiken vergangener Wahlen vorgestellt, die - auch über Wahlzyklen hinaus -ein gesundes Informationsökosystem fördern können.</p>	<p><b>Literaturempfehlungen:</b></p> <p>Allen, D. (2024). Anticipating the Storm: Mapping Digital Threats to the 2024 European Parliament Elections. <i>Democracy Reporting International</i>.</p> <p>Berger, C., Freihse, C., &amp; Meyer zu Schwabedissen, O. (2024). <i>Effectively countering disinformation. Perspectives from every continent</i>. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.</p> <p>Bernhard, L., Schulz, L., Berger, C., &amp; Unzicker, K. (2024). Verunsicherte Öffentlichkeit. Superwahljahr 2024: Sorgen in Deutschland und den USA wegen Desinformation. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.</p> <p>Châtelet, V. (2024). Far-right parties employed generative AI ahead of European Parliament elections. <i>Digital Forensic Research Lab</i>.</p> <p>Chen, E., Chang, H., Rao, A., Lerman, K., Cowan, G., &amp; Ferrara, E. (2021). COVID-19 misinformation and the 2020 U.S. presidential election. <i>Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review</i>.</p> <p>Freihse, C. (2023): Riots Reloades – Major social platforms are still poorly equipped to counter disinformation campaigns ahead of elections. <i>Upgrade Democracy</i>.</p> <p>Fundacion Maldita (2024). Platform Response to Disinformation during EU Election 2024. Fundacion Maldita.</p> <p>Garimella, K., &amp; Chauchard, S. (2024). How prevalent is AI misinformation. What our studies in India show so far. <i>Nature</i>, (630), 32-34.</p> <p>Mauk, M., &amp; Grömping, M. (2024): Online Disinformation Predicts Inaccurate Beliefs About Election Fairness Among Both Winners and Losers. <i>Comparative Political Studies</i>, 57(6).</p>
--	---	---

**Zur Person:**

Charlotte Freihse ist Projekt Managerin im Projekt „Upgrade Democracy“ der Bertelsmann Stiftung und beschäftigt sich dort vor allem mit Plattform Governance und Desinformation sowie den Auswirkungen digitaler Technologien auf öffentliche Meinungsbildung und Diskurs. Vor ihrer Zeit in der Stiftung war sie freie Mitarbeiterin in der Nachrichtenredaktion des Norddeutschen Rundfunks (NDR). Parallel dazu war sie Forschungsassistentin im europäischen Forschungsprojekt NETHATE und entwickelte mit der Universität Jena und mit Das NETTZ ein Kategorisierungssystem für Interventionsmaßnahmen gegen online Hassrede. Charlotte hat einen Master in Friedens- und Konfliktforschung mit einem Fokus auf digitalen Technologien in Konflikten sowie Friedensprozessen.



Bildrechte: ©Charlotte Freihse

<p><b>22.11.2024</b> 09:30- 12:30 Uhr Seminar- raum 1W05 (Grauer Bär)</p>	<p><b>Viorela Dan</b> <i>Wahlkampf in Zeiten von KI: Deepfakes vs. Faktenchecks</i></p> <p>Der strategische Einsatz künstlicher Intelligenz (KI) kann der Ausgang von Wahlen beeinflussen – so die häufig geäußerte Sorge. In dieser Sitzung widmen wir uns der Frage, ob speziell Deepfake-Videos dies tun können. Hierbei handelt es sich um gefälschte Videos, die mithilfe von KI erstellt wurden und täuschend echt aussehen. Bei der Betrachtung des Forschungsstandes unterscheiden wir zwischen Deepfakes und Cheapfakes; letztere sind gefälschte Videos, die mit konventionellen Techniken zur Videobearbeitung erstellt wurden. Wie beeinflussen gefälschte Videos ihre Empfänger:innen? Sind die Sorgen, die den gesellschaftspolitischen Diskurs dominieren, begründet? Sind faire Wahlen in Zeiten von KI überhaupt noch möglich? Wir diskutieren außerdem, welche Herausforderungen sich daraus für den Journalismus ergeben und welche Lösungsansätze dieser liefern kann. In diesem Zusammenhang betrachten wir den Forschungsstand zu den Möglichkeiten und Grenzen journalistischer Faktenchecks. Sind sie in der Lage, Irrglauben zu korrigieren? Gibt es – langfristig betrachtet – unerwünschte Wirkungen? Was macht es mit uns, regelmäßig durch die Nutzung von Faktenchecks zu erfahren, dass Aussage X von Politiker:in Y falsch oder irreführend war? Wo liegt der Unterschied zwischen Skeptizismus und Zynismus?</p> <p>Zur Person: Asst. Prof. Dr. Viorela Dan arbeitet seit 2023 am Institut für Medien, Gesellschaft und Kommunikation der Universität Innsbruck. Sie promovierte an der Freien Universität Berlin und war Post-Doktorandin an der LMU München. Zahlreiche Forschungsaufenthalte führten sie ins Ausland, u.a. an die University of Texas at Austin und an die Indiana University.</p>	<p><b>Literaturempfehlungen:</b></p> <p>Dan, V. (2021). Von Fehlinformationen lernen. Ein unkonventioneller Vorschlag zur Konzeption von Richtigstellungen. <i>Publizistik</i>, 66(2), 277–294.</p> <p>Dan, V., Paris, B., Donovan, J., Hameleers, M., Roozenbeek, J., van der Linden, S., &amp; von Sikorski, C. (2021). Visual mis- and disinformation, social media, and democracy. <i>Journalism &amp; Mass Communication Quarterly</i>, 98(3), 641-664.</p> <p>Dobber, T., Metoui, N., Trilling, D., Helberger, N., &amp; de Vreese, C. (2021). Do (microtargeted) deepfakes have real effects on political attitudes? <i>The International Journal of Press/Politics</i>, 26(1), 69-91.</p> <p>Vaccari, C., &amp; Chadwick, A. (2020). Deepfakes and disinformation: Exploring the impact of synthetic political video on deception, uncertainty, and trust in news. <i>Social Media + Society</i>, 6(1), 1-13.</p> <p>Weikmann, T., Greber, H., &amp; Nikolaou, A. (2024). After Deception: How Falling for a Deepfake Affects the Way We See, Hear, and Experience Media. <i>The International Journal of Press/Politics</i>, 0(0).</p> <div data-bbox="1469 927 1968 1315" data-label="Image"> </div> <p>Bildrechte: ©Interfoto.at</p>
---	--	---



**Zelpha Marie S. Bombais**

*Conspiracy and Content: The road from the 2022 presidential elections to the 2025 midterm elections in the Philippines*

This presentation problematizes the role of YouTube content creators as political brokers capable of influencing sociopolitical discourse. Focusing on conspiracy theories as a genre of political myths, it takes its local context from the Philippines and begins with the Tallano Gold Myth, which aimed to sanitize ousted dictator Ferdinand Marcos' image for the country's 2022 presidential elections where his only son emerged with an absolute majority win. As the country gears up for the 2025 national midterm elections under a new Marcos presidency, super election year 2024 is ripe for seeding politically motivated narratives on social media. This presentation follows up on the four political influencers identified in the Tallano Gold research to track the current state of their content, creator persona, and digital practices that uses the conspiracy theory genre as a YouTube engagement strategy. Investigating discursive power online, the presentation orients to the question of how YouTube content creators (re)construct the Philippine sociopolitical context within their videos that results in historical distortion and disinformation. Combining Van Dijk's Sociocognitive Critical Discourse Studies with KhosraviNik's Social Media Critical Discourse Studies, the presentation uses narrative, thematic, and qualitative observational analysis to explore the potency of conspiratorial narratives popularized by profit-oriented political influencers in creating an environment conducive to illiberal values within a fragile democracy.

**Zur Person:**

Zelpha Marie S. Bombais is an early career researcher specializing in social media critical discourse studies, focusing on electoral political communications, persuasive narratives, and digital content production. She holds a master's degree in Peace and Conflict Studies from the University of Innsbruck. Before moving to Austria, she worked as a strategic communications professional in the Philippines, gaining almost a decade of experience in public relations and stakeholder engagement across the international relations, cultural policy, and technology sectors. Alongside her research on conspiracy content production, she currently serves as the Communications Lead for InnPeace at the University of Innsbruck.

**Literatureempfehlungen:**

- Bergmann, E. (2018). *Conspiracy & Populism: The Politics of Misinformation*. Switzerland: Springer Nature Switzerland AG.
- Demata, M., Zorzi, V., & Zottola, A. (2022). Conspiracy Theory Discourses: Critical Inquiries into the Language of Anti-Science, Post-Trutherism, Mis/Disinformation and Alternative Media. *Conspiracy Theory Discourses*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1–24.
- Rappler (2022): Disinformation in 2022 Elections. Roundtable Discussion. Abgerufen von <https://youtu.be/mUI5Cmcjf18>.
- Soriano, C.R., & Gaw, F. (2021). Platforms, Alternative Influence, and Networked Political Brokerage on YouTube. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 28(3).



Bildrechte: ©Ai Ngan Pha

22.11.2024  
13:30-  
16:30 Uhr  
Seminar-  
raum  
1W05  
(Grauer  
Bär)

**Maria Stopfner**

*Zwischen Hoffnung und Angst, Bewunderung und Hass – Emotionen im populistischen Diskurs*

Populismus als politische Strategie und kommunikativer Stil (Hartleb 2011, Wielenga/Hartleb 2011; Reisigl 2005) stellt "uns", d.h. das einfache Volk, gegen "sie", d.h. die privilegierte politische Elite und, im Falle des Rechtspopulismus, Menschen mit Migrationsbiographie und andere gesellschaftliche Randgruppen. Dabei setzen Populistinnen und Populisten zur Aufwiegelung der Massen stark auf Emotionen wie Angst, Frustration und Wut (u.a. van Dijk 1987, Reisigl/Wodak 2001, Wodak 2015). Neben negativen Emotionen hat die Forschung im Kontext von Protestbewegungen jedoch gezeigt, wie wichtig auch positive Emotionen und Aspekte der Selbstsicherheit, des Ausdrucks von Solidarität und Gemeinschaft sowie "ritualisierte Glückserfahrungen" (Pettenkofer 2010) für politische Bewegungen sind, die häufig mit dem Gefühl politischer Ermächtigung und dem Glauben an Veränderung einhergehen. Im Vortrag sollen daher beide Seiten, positive und negative Emotionen in den Blick genommen und ihre Bedeutung und Rolle für rechts- und linkspopulistische Gruppierungen beleuchtet werden. Anhand von veröffentlichten Beiträgen in sozialen Medien sollen neben den rhetorischen Strategien der populistischen Führung dabei besonders auch der Effekt emotionalisierender Rede auf und die Rolle von Emotionen im öffentlichen Diskurs zwischen Anhänger:innen und Gegner:innen populistischer Positionen betrachtet werden.

**Zur Person:**

Maria Stopfner ist Senior Researcher am Institut für Angewandte Sprachforschung, Eurac Research Bozen, und Senior Lecturer am Institut für Germanistik der Universität Innsbruck. In ihrer Forschung interessiert sie sich für die Wechselbeziehung zwischen Medien, Politik und öffentlichem Diskurs mit einem besonderen Schwerpunkt auf Rhetorik und Argumentation. Sie ist derzeit Mitglied des wissenschaftlichen Beirats des österreichischen Parlaments im Rahmen des „Forschungsjahres im Parlament“ und wurde für ihre Arbeit im Bereich Sprache und Politik mit dem Wendelin-Schmidt-Dengler-Preis, dem Erwin-Wenzl-Anerkennungspreis und dem Dr.-Otto-Seiberts-Preis ausgezeichnet.

**Literaturempfehlungen:**

Frevert, U. (2011): *Emotions in History – Lost and Found*. Central European University Press.  
Papacharissi, Z. (2015). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford University Press.  
Walton, D. (1992). *The place of emotion in argument*. Penn State University Press.  
Wodak, R. (2015). *The politics of fear*. SAGE Publications.



Bildquelle: ©Maria Stopfner

### Jan Guido Grünwald

*Deep Fried – Über machtvolle Medienphänomene über die Streuung von Bildern.*

Das zeitgenössische Leben wird, mehr als je zuvor, von Bildern geprägt und die Formen des Zusammenlebens durch sie konstituiert. Die Digitalisierung von Bildern verstärkt deren Wirkkraft und beeinflusst Inhalt sowie Verbreitung. Bilddaten verbreiten sich simultan auf der ganzen Welt und erfahren durch mobile Geräte eine Erweiterung im Realraum.

Medienphänomene sind inhaltlich gezeitigt, d.h. sie nehmen Bezug auf aktuelle

Ereignisse oder sind selbst kurzzeitig dieses Ereignis. Dabei sind Gewaltdarstellungen ebenso in diesen Bildwelten zu finden und werden in der gleichen Form verbreitet, wie beispielsweise ein KI-Bild vom Papst im Daunenmantel, Katzenbilder oder Affirmation-Memes. Gerade Kinder und Jugendliche sind Konsument\*innen sowie Produzent\*innen dieser Bilder. Während sie einerseits einen professionalisierten Umgang im Strukturellen mit den Medienbildern pflegen, sind in der Rezeption häufig unbedarfte. Der Vortrag „Deep Fried – Über machtvolle Medienphänomene über die Streuung von Bildern“ will einen Rahmen schaffen, um die Bilder und ihre Verbreitung einordnen zu können und dabei gleichzeitig deren Rückgebundenheit an die Realwelt zu erkennen.

#### Zur Person:

Jan G. Grünwald, Univ.Prof., Dr., ist Professor für das Fach „Fachdidaktik für Bildnerische Erziehung“ an der Universität Mozarteum Salzburg (Standort Innsbruck). Seit 2023 leitet er zudem das Institut für Gleichstellung und Gender Studies (IGGS). Er ist Mitglied der Sozietät Kunst Medien Bildung und publiziert regelmäßig zu Kunstvermittlung, Post-Digitalität, bildwissenschaftlichen Themen und Gender Studies.

Blog: <http://jangruenwald.tumblr.com>  
Instagram: [dr\\_j\\_green](https://www.instagram.com/dr_j_green)  
YouTube: <https://www.youtube.com/c/jangruenwald>

### Literaturempfehlungen:

- Grünwald, J. (2021). Embracing Doubt. Teaching in a post-digital age. In: Tavin, K., Kolb, G., & Tervo, J. (Hrsg.). *Post-Digital, Post-Internet Art and Education*. Cham: Palgrave Macmillan, 257-267.
- Grünwald, J. (2022). Partizipative Online-Kulturräume – TikTok, Pandemie, Gefühlsstrukturen. Richard, B., Müller, J., & von Reischach, N. (Hrsg.) *Interaktion – Emotion – Desinfektion*. Kunst und Museum in Zeiten von Corona. Frankfurt/New York: Campus, 121-154.
- Grünwald, J., Filk, C. (2016). Möglichkeiten des technischen Defekts. Mediale Störungen in Vermittlungsprozessen. Heil, C. (Hrsg.). *Kreative Störfälle*. (Un-)gewöhnlicher Dingumgang in ästhetischen Bildungsprozessen. Dortmund: fabrico verlag
- Klein, K. (2019). Kunst und Medienbildung in der digital vernetzten Welt. Forschungsperspektiven im Anschluss an den Begriff der Postdigitalität. Klein, K. & Noll, W. (Hrsg.). *Postdigital Landscapes*. Köln: Zeitschrift Kunst Medien Bildung, 16-26.
- Rosa, L. (2013). Lernen 2.0 – Projektlernen mit Lehrenden im Zeitalter von Social Media. Schumacher, C., Rengstorf, F., & Thomas, C. (Hrsg.). *Projekt: Unterricht. Projektunterricht und Professionalisierung in Lehrerbildung und Schulpraxis*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 245-269.



Bildquelle: ©Daniela Wolff

<p>13.12.2024 09:30- 12:30 Uhr Seminar- raum 1W05 (Grauer Bär)</p>	<p><b>Oliver Leistert</b> <i>Plattfordemokratie</i></p> <p>Die Rolle von Plattformen für die politische Meinungsbildung wächst weiterhin. Damit verschärft sich ein Problem: da diese Plattformen nie für die politische Meinungsbildung und das gemeinsame Aushandeln im demokratischen Prozess gemacht wurden, verändert sich nicht nur der politische Diskurs, sondern der demokratische Prozess selbst wird von den Plattformen durch ihre Algorithmen überformt und in einen Prozess mit anderen Qualitäten transformiert: wo bisher das bessere Argument den demokratischen Prozess (im Ideal) ausmachte, bestimmen nun vermehrt Werkzeuge aus der Werbeindustrie und der angewandten Psychologie, wie das Politische ausgehandelt wird. Die Folgen sind kaum zu übersehen: wer die Algorithmen der Plattformen am besten bespielt und beherrscht, hat plötzlich größere Chancen bei Wahlen. Für den Beitrag werde ich an Beispielen diese Ersetzung von Deliberation zu Manipulation besprechen, sowie aufzeigen, aus welcher Tradition diese Methoden der Plattformen stammen.</p> <p>Gleichzeitig stellt sich an alle Teilnehmer*innen der RV die Frage, wie eine Demokratie fähige Plattform zu gestalten wäre oder ob wir es mit einer grundsätzlichen Inkommensurabilität von Plattform und Demokratie zu tun haben.</p> <p><b>Zur Person:</b></p> <p>Dr. Oliver Leistert studierte Philosophie, Neuere deutsche Literatur und Informatik an der Universität Hamburg. Er promovierte im Rahmen des Graduiertenkollegs Automatismen an der Universität Paderborn zu (Medien-)Aktivismus, Überwachung und Neoliberalismus.</p> <p>Er war Research Fellow an der Central European University in Budapest und Post-Doc an den Universitäten Paderborn und Lüneburg. Seit Januar 2024 ist er Universitätsassistent an der Universität Innsbruck, mit dem Schwerpunkt Mediendynamik und gesellschaftlicher Wandel. Forschungsthema hier ist das Verhältnis bzw. der Zusammenhang von Medienwandel und Klimawandel.</p> <p>Zuletzt gab er mit Mary Shnayen den Schwerpunkt „Protokolle“ in der ZfM 28 heraus.</p> <p>Mehr: <a href="https://orcid.org/0000-0001-7778-8965">https://orcid.org/0000-0001-7778-8965</a></p>	<p><b>Literaturempfehlungen:</b></p> <p>Gillespie, T. (2010). The Politics of "Platforms". <i>New Media &amp; Society</i>, 12(3), 347–64.</p> <p>Theory on Demand (2023). The Politics of Platformization. Dialogues on Platform Theory. Interviews by Gianmarco Cristofari. Amsterdam: Institute of Network Cultures.</p> <div data-bbox="1503 874 1957 1334" data-label="Image"> </div> <p>Bildrechte: ©Oliver Leistert</p>
--	---	---

**Jasmin Degeling**

*Differentielle Neuverteilungen des Sinnlichen: Gender Media Studies-Perspektiven auf zeitgenössische Faschismustheorien und digitale Medienkulturen*

In diesem Beitrag werden zunächst einige neuere Faschismus-Theorien in den Sozial- und Kulturwissenschaften sowie der Philosophie vergleichend diskutiert: Die in den letzten Jahren erschienen Ansätze von Maik Fielitz/Holger Marcks, Christian Fuchs, Alberto Toscano und Simon Strick haben gemeinsam, dass sie versuchen eine Analyse und Kritik von zeitgenössischem Faschismus zu leisten. Hierfür thematisieren und analysieren sie die Medialität von Faschismus auf unterschiedliche Weise, die gegenwärtige politische Verhältnisse und die Verflechtung von online und offline Öffentlichkeiten entscheidend prägt. Daher fragt dieser Beitrag nach den impliziten oder expliziten Medienbegriffen, auf die Faschismustheorie heute angewiesen ist und schlägt einen medientheoretischen Beitrag aus der Perspektive intersektionaler Gender Media Studies vor. Diese begreift Faschismus als Form differenzieller Gewalt, die sich darauf auswirkt, wie Geschlecht, Sexualität, Race und Ability konstruiert und wahrnehmbar gemacht werden. Die These, die wir gemeinsam diskutieren können, lautet, dass ein Konzept von Medialität notwendig ist, um die emergenten, diffraktiven Medienprozesse, ihre Proliferation, Kontingenz und Ansteckungsmuster, die der digitale Faschismus entfaltet und derer er sich bedient, adäquat zu beschreiben zu können.

**Zur Person:**

Jasmin Degeling ist im Postdoc am Institut für Medienwissenschaft der Universität Paderborn (bzw. hat ab dem Wintersemester 2024/25 die Juniorprofessur Medienanthropologie an der Bauhaus-Universität Weimar inne) und hat zu „Medien der Sorge, Techniken des Selbst. Praktiken des Übersich-selbst-Schreibens bei Christoph Schlingensiefel und Elfriede Jelinek“ promoviert. Weitere Arbeitsschwerpunkte sind Gender und Queer Studies, Biopolitik, Medialität von Affekt sowie zeitgenössischer Faschismus.

Letzte Veröffentlichungen: <https://www.uni-weimar.de/de/medien/institute/grama/personen/ehemalige/dr-jasmin-degeling/>

**Literaturempfehlungen:**

- Eickelmann, J. (2017). „Hate Speech“ und Verletzbarkeit im digitalen Zeitalter: Phänomene mediatisierter Missachtung aus Perspektive der Gender Media Studies. Bielefeld: transcript.
- Eickelmann, J., & Meis, M. (2023). Diffraktive Ethnografie Sozialer Medien: Diskurs – Ästhetik – Materialität. Stollfuß, S., Niebling, L., & Raczkowski, F. (Hrsg.). *Handbuch Digitale Medien und Methoden*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 1-25.
- Fielitz, M., & Marcks, H. (2019). Digital Fascism: Challenges for the Open Society in Times of Social Media. Abgerufen von: <https://escholarship.org/uc/item/87w5c5gp>.
- Fuchs, C. (2022). Digital Fascism: Media, Communication and Society Volume Four. London: Routledge.
- Strick, S. (2021). Rechte Gefühle. Affekte und Strategien des digitalen Faschismus. Bielefeld. Transcript.
- Toscano, A. (2023). Late Fascism: Race, Capitalism and the Politics of Crisis. Brooklyn/ New York: Verso Books.



## Heike Krösche

*DIE Jugend – DIE Medien – DAS Wahlverhalten?  
Politische Medienbildung und die Generation TikTok*

Ausgehend von Mündigkeit als Zielperspektive Politischer Bildung sollen Kinder und Jugendliche dazu befähigt werden, sich in modernen demokratischen Gesellschaften zu orientieren und selbstbestimmt am öffentlichen Leben teilzuhaben. Dazu gehört in einer zunehmend digital geprägten Gesellschaft die kritisch-reflektierte Auseinandersetzung mit Medieninhalten und den Logiken sowie Strukturen von Digitalität.

Die Relevanz einer Verknüpfung von kritisch-reflektierter Medienbildung mit politischer Urteils- und Handlungsfähigkeit zeigt sich im sogenannten Superwahljahr 2024 besonders deutlich. Die Wahl zum Europäischen Parlament galt von vornherein aufgrund des befürchteten Rechtsrucks als Belastungsprobe für die Demokratie. An die allgemeine Stimmungslage zwischen Krisenempfinden und Vertrauensverlust in demokratische Institutionen schließen sich Medienkampagnen populistischer Parteien und extremistischer Gruppierungen an, in denen einfache Lösungen für komplizierte Fragen versprochen werden. Social-Media-Kanäle wie TikTok bieten durch ihren niederschweligen Zugang zur politischen Willensbildung eine Plattform, die vor allem junge Menschen und ihre Informationsgewohnheiten anspricht. Erste Analysen zur Europawahl sind dementsprechend zunächst der Frage nachgegangen, warum junge Menschen rechts gewählt haben.

Im Impulsvortrag wird ausgehend von den medialen Reaktionen auf die Ergebnisse der EU-Wahl den Zusammenhängen zwischen dem Informationsverhalten der sogenannten Generation TikTok, politischem Interesse und Wahlverhalten nachgegangen. Daran anschließend soll gemeinsam diskutiert und erarbeitet werden, welchen Beitrag politische Medienbildung leisten kann, um medienkritisches Denken und Handlungsfähigkeit in einer digital geprägten Gesellschaft zu fördern.

### Zur Person:

Dr. Heike Krösche arbeitet als Universitätsassistentin (Postdoc) am Institut für Fachdidaktik der Universität Innsbruck und leitet den Bereich „Geschichte und Politische Bildung“. Nach ihrer zeitgeschichtlichen Dissertation war sie u. a. an der Privaten Pädagogischen Hochschule der Diözese Linz

### Literaturempfehlungen:

Bösch, M. (2024). Achtung, Desinformation! Die Europawahl auf TikTok. Bundeszentrale für politische Bildung. Abgerufen von <https://www.bpb.de/lernen/bewegt-bild-und-politische-bildung/themen-und-hintergruende/lernen-mit-und-ueber-tiktok/548544/achtung-desinformation-die-europawahl-auf-tiktok/>.

Heldt, I., & Krösche, H. (2023). Bildungspolitische Rahmungen von „Digitalisierung“: Eine kritische Bestandsaufnahme aus Perspektive der Politischen Bildung. Wochenschau (Hrsg.). *Politik und Wirtschaft unterrichten. Sonderausgabe: Digitalisierung und Politikunterricht*, 74, S. 14-18.

Oberle, M., & Heldt, I. (2022). Politische Bildung in der digitalen Welt. Die digitale Transformation im Fokus der Politikdidaktik. Frederking, V., & Romeike, R. (Hrsg.). *Fachliche Bildung in der digitalen Welt. Digitalisierung, Big Data und KI im Forschungsfokus von 15 Fachdidaktiken*. Münster: Waxmann, 311–333.



Bildquelle: ©Heike Krösche

	<p>tätig. Im Wintersemester 2022/23 war sie Vertretungsprofessorin für Geschichte und ihre Didaktik an der Pädagogischen Hochschule Freiburg. In ihrer Forschung spielt der interdisziplinäre Ansatz eine zentrale Rolle und sie interessiert sich u. a. für historisches und politisches Lernen unter den Bedingungen der digitalen Transformation. Darüber hinaus beschäftigt sie sich in Lehre und Forschung mit machtkritischen, diversitätssensiblen und intersektionalen Perspektiven.</p>	
--	--	--

## Literaturauswahl zum Thema

- Adami, Marina (2024): How Rest of World is tracking AI use around elections worldwide. Abgerufen von <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/how-rest-world-tracking-ai-use-around-elections-worldwide>.
- Binder, U., & Drerup, J. (Hrsg.). (2020). *Demokratieerziehung und die Bildung digitaler Öffentlichkeit*. Wiesbaden: Springer VS.
- Bogner, A., Decker, M., Netwich, M., & Scherz, C. (Hrsg.). (2022). *Digitalisierung und die Zukunft der Demokratie: Beiträge aus der Technikfolgenabschätzung*. Baden-Baden: Nomos.
- De Rocchi, T. (2018). *Wie Kampagnen die Entscheidung der Wähler beeinflussen: Zum kurzfristigen Wirkungspotential von Medienberichten und Wahlumfragen in der Schweiz*. Wiesbaden: Springer VS.
- Faas, T., Huber, S., Krewel, M., & Roßteutscher, S. (Hrsg.). (2023). *Informationsflüsse, Wahlen und Demokratie: Festschrift für Rüdiger Schmitt-Beck*. Studien zur Wahl- und Einstellungsforschung 35). Baden-Baden: Nomos.
- Ferro, C., Gsenger, R., Kettemann, M. C., König, A., Krennerich, M., Kübler, J., Pirková, E., Rachinger, F., Sekwenz, M. T., & Wagner, B. (2021). *The 2021 German Federal Election on Social Media: An analysis of systematic electoral risks created by Twitter and Facebook based on the proposed EU Digital Services Act*. Wien: Sustainable Computing Lab.
- Harmer, E. (2022). *Women, Media, and Elections: Representation and Marginalization in British Politics*. Bristol: Bristol University Press.
- Hickock, M., & Hu, E. (2024). Don't Let Governments Buy AI Systems That Ignore Human Rights. *Issues in Science and Technology*, XL (3). Abgerufen von <https://issues.org/wp-content/uploads/2024/04/37-41-Hickok-Hu-Dont-Let-Governments-Buy-AI-Systems-That-Ignore-Human-Rights-Spring-2024.pdf>
- Hofmann, V., & Kettemann, M. C. (2021). *Plattformregulierung im Superwahljahr 2021: Ergebnisse rechtswissenschaftlicher, sozialwissenschaftlicher und datenwissenschaftlicher Studien zu Parteien und Plattformen im Bundestagswahlkampf*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.
- Holtz-Bacha, C. (2020). *Europawahlkampf 2019: Zur Rolle der Medien*. Wiesbaden: Springer VS.
- Holtz-Bacha, C. (2023). *Die (Massen-)Medien im Wahlkampf: Die Bundestagswahl 2021*. Wiesbaden: Springer VS.
- Iliopoulos-Strangas, J., Levits, E., Potacs, M., & Ziller, J. (2021). *Die Herausforderungen der digitalen Kommunikation für den Staat und seine demokratische Staatsform*. Baden-Baden: Nomos.
- Keller, C. I., Freihse, C., & Berger, C. (2024). Staatliche Maßnahmen gegen Desinformation: Auf dem Weg zu einer resilienten und gesunden Öffentlichkeit. Gütersloh: Bertelsmann. Abgerufen von: [https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/user\\_upload/Staatliche\\_Massnahmen\\_gegen\\_Desinformation\\_Auf\\_dem\\_weg\\_zu\\_einer\\_resilienten\\_und\\_gesunden\\_Oeffentlichkeit.pdf](https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/user_upload/Staatliche_Massnahmen_gegen_Desinformation_Auf_dem_weg_zu_einer_resilienten_und_gesunden_Oeffentlichkeit.pdf)
- Pawelec, M., & Bieß, C. (2021). *Deepfakes: Technikfolgen und Regulierungsfragen aus ethischer und sozialwissenschaftlicher Perspektive. Mit einer interaktiven Lehrereinheit von Cora Bieß*. Baden-Baden: Nomos.
- Praprotnik, K., Perlot, F., Ingruber, D., & Filzmaier, P. (2019). Soziale Medien als politischer Informationskanal. *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 48 (1). Innsbruck: innsbruck university press, 1-17.
- Schenk, S. (2022). Fake News als Herausforderung der politischen Bildung. Wahl, J., Schell-Kiehl, I., & T. Damberger (Hrsg.). *Pädagogik, Soziale Arbeit und Digitalität*. Weinheim: Beltz, 164-178.
- Tapsell, R. (2020). Social Media and Elections in Southeast Asia: The Emergence of Subversive, Underground Campaigning. *Asian Studies Review*, 45 (1). Routledge Taylor & Francis Group, 117-134.
- Vorberg, L. (2023). The (Dis)informed Citizen: Anachronismen in der Debatte um Demokratiegefährdungen durch Desinformation in den sozialen Medien. Paul, H., & Vormann, B. (Hrsg.). *Die USA – Eine liberale Demokratie und ihre Anachronismen*. Baden-Baden: Nomos, 103-124.

Wallner, R. M. (2017). *Digitale Medien zwischen Transparenz und Manipulation: Internet und politische Kommunikation in der repräsentativen Demokratie*. Wiesbaden: Springer VS.  
Wollenberg, A. (2019). *Medien und Demokratie im Irak: Öffentlichkeit im Kontext von Transformation und bewaffneten Konflikten*. Wiesbaden: Springer VS.  
Wylie, C. (2020). *Mindf\*ck: Wie die Demokratie durch Social Media untergraben wird*. Köln: DuMont.

## Ausgewählte Weblinks

[https://de.wikipedia.org/wiki/Wahlen\\_2024](https://de.wikipedia.org/wiki/Wahlen_2024)

<https://netzpolitik.org/2024/reporter-ohne-grenzen-pressefreiheit-verschlechtert-sich-weltweit/>

<https://politische-bildung.schule.at/portale/politische-bildung/news/detail/-9b4c8575e8.html>  
<https://restofworld.org/2024/elections-ai-tracker/>

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/how-rest-world-tracking-ai-use-around-elections-worldwide>

[https://www.bmbwf.gv.at/Themen/schule/schulpraxis/prinz/politische\\_bildung/wahljahr2024.html](https://www.bmbwf.gv.at/Themen/schule/schulpraxis/prinz/politische_bildung/wahljahr2024.html)

<https://www.reporter-ohne-grenzen.de/pressemitteilungen/meldung/ranglisten-pm-2024>  
<https://www.zeit.de/thema/superwahljahr>