

ALTONAER  
THEATER

# Der Circle



Nach dem Roman von Dave Eggers

# Der Circle

Nach dem Roman von Dave Eggers  
Deutsch von Ulrike Wasel und Klaus Timmermann  
Für die Bühne bearbeitet von Georg Münzel

Mae Holland  
Annie Allerton  
Mercer Medeiros, Josiah, Francis  
Ty Gospodinov, Brandon  
Vinnie Holland, Tom Stenton  
Bonnie Holland, Dan, Dr. Villalobos u.a.  
Gina, Renata  
Eamon Bailey, VJ/DJ

Miriam Schiweck  
Chantal Hallfeldt  
Celio-Silvestre Tamele  
Jascha Schütz  
Ole Schloßhauer  
Antje Otterson  
Marie Stieper  
Oliver Geilhardt



Regie und Bühnenfassung  
Bühne  
Kostüme  
Choreographie  
Video  
Musik

Georg Münzel  
Jörg Kiefel  
Ricarda Lutz  
Marie Stieper  
Oliver Geilhardt  
Levin Liam

Dramaturgie  
Regieassistent  
Ausstattungsassistent  
Regiehospitant  
Ausstattungshospitant  
Kostümhospitant

Stine Kegel  
Sophie Pahlke Luz  
Leonard Schmidt  
Sora Paust  
Annabell Puls  
Amelie Fuhrmann

Licht  
Ton  
Stellwerk

Corin Anderson  
Jasper Giffey, Leonard Schmidt  
Axel Ariel Fernandez-Osorio,  
Michell Blondeel

Produktionsleiterin  
Technischer Leiter  
Assistenz technische Leitung

Ricarda Lutz  
Carsten Lucke  
Thorsten Wolkenhauer

Requisite  
Maske

Kinga Abigél Csiki  
Biljana Ristić-Hippler, Maria Heidemann  
und das Maskenteam Altonaer Theater

Inspizienz  
Bühnenwerkstatt

Axel Steinbild, Frederik Nölting  
Frank Rose, Sascha Rose, Jacob Jägersberg,  
Oscar Pursch, Thomas Röske

Bühnenmalerei  
Kostümwerkstatt

Inka Blaschke  
Laura Loehning, Dragana Schramm,  
Jessica Freise

Ankleiderinnen

Jacqueline Böning, Joke Kühnert

## PREMIERE AM 22. FEBRUAR 2025

**Aufführungsdauer:** ca. 2 Stunden 20 Minuten, inkl. Pause

**Aufführungsrechte:** Rowohlt Theater Verlag, Hamburg; THE CIRCLE Copyright © 2013,  
Dave Eggers, All rights reserved

# Die digitale Verführung

Immer mehr Menschen sind „always on“. Innerhalb von Sekunden können wir aus der (meistens) heilen *Instagram*-Welt wechseln zu den Schrecken des islamischen Terrors auf *YouTube*, die letzten Fotos von der Geburtstagsparty auf *Facebook* betrachten und schnell ein paar Schuhe bei *Zalando* ordern, bevor wir uns bei einem Video entspannen, in dem ein Pferd eine Wassermelone verspeist. Kurz dazwischengestreut sind noch die neusten Tweets eines irrlichternden US-Präsidenten, Nachrichten über neue Raketenstarts in Nordkorea und weitere irritierende Informationen über die weltweiten Migrantenströme. Eine unendliche Vielfalt von Informationen prasselt in jeder Sekunde auf die Nutzenden

ein – häufig ungefiltert (oder durch nicht nachvollziehbare Algorithmen vorselektiert) und bar jeder Gewichtung hinsichtlich ihrer Relevanz für den Empfangenden.

Alles ruft – ja schreit – nach unserer Aufmerksamkeit. Deshalb entstand die sogenannte „Aufmerksamkeitsökonomie“ (auch *Attention-Economy*), bei der nicht mehr Geld oder Produkte den zentralen Engpassfaktor darstellen, sondern die Aufmerksamkeit des Menschen das knappe Gut ist.

## RALF T. KREUTZER

Auszug aus *Digitale Verführung: Selbstbestimmt leben trotz Smartphone, Social Media & Co*



„Bringt euch ein“



## Was macht Soziale Medien so besonders?

Was Soziale Medien von den „klassischen“ Massenmedien unterscheidet ist zunächst einmal, dass sie nur über das Internet funktionieren. „Sozial“ sind diese Medien, weil sie den schnellen Austausch von Informationen und Meinungen zwischen Nutzer:innen möglich machen. Das kann ein Geburtstagsgruß sein oder ein Aufruf zur Wahl einer bestimmten Partei, ein Katzenvideo, die Hausgaben oder eine Online-Präsentation zum Klimawandel und natürlich noch ganz viel mehr. Soziale Medien bieten die Chance, Menschen miteinander sehr schnell in direkten Kontakt zu bringen. Das können Familienmitglieder und Freund:innen, Mitarbeiter:innen von Unternehmen und Vereinen sein. Es können

aber auch Menschen sein, die sich überhaupt nicht kennen und vermutlich auch nie persönlich kennenlernen werden, die aber gemeinsame Interessen haben und auf diese Weise miteinander kommunizieren. Damit ermöglichen Soziale Medien ihren Nutzer:innen, sich an Diskussionen zu beteiligen und am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen und mitzuwirken. In der Sprache der Politik nennt man das auch „Partizipation“.

## GERD SCHNEIDER UND CHRISTIANE TOYKA-SEID

Beitrag zu Sozialen Medien für die  
*Bundeszentrale für politische Bildung*

# Ob Instagram süchtig macht, hängt von Ihrer Persönlichkeit ab

Nachdem morgens der Wecker geklingelt hat, greifen viele zuerst zum Smartphone. Sie checken Nachrichten, die Wettervorhersage und schauen, was die Freunde auf *Twitter*, *Instagram* oder *Facebook* so treiben. Das wiederholt sich mehrmals am Tag: in der Schule, an der Bushaltestelle, abends auf der Couch. Das Beispiel ist fiktiv, doch spiegelt es die Realität vieler Leute wider. So verbrachten 2017 Jugendliche zwischen zwölf und 17 Jahren im Schnitt knapp drei Stunden täglich allein mit Sozialen Medien. Das hat eine Studie der Krankenkasse *DAK-Gesundheit* und des *Deutschen Zentrums für Suchtfragen* gezeigt. Das exzessive Scrollen durch die Timelines – also die Liste aller Beiträge von Freunden und anderen Teilnehmern, denen man folgt – kann zur Sucht werden. Laut der *DAK-Studie*

zeigten 2,6 Prozent der Kinder und Jugendlichen einen problematischen Gebrauch Sozialer Medien. Zahlen für Erwachsene liegen noch nicht vor.

An sich sind *Instagram*, *Snapchat* und Co. nichts Schlechtes, darin sind sich Experten einig – im Gegenteil. „Soziale Medien bedeuten auch eine Chance“, betont etwa Rainer Thomasius, Leiter des *Deutschen Zentrums für Suchtfragen* des Kindes- und Jugendalters am Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf. In der Pubertät gehe es zum Beispiel darum, sich von der Familie zu emanzipieren und Rollen auszuprobieren. Dabei können Soziale Medien helfen. Doch es gibt Kehrseiten. „Das Hauptproblem an Sozialen Medien ist, dass sie so viele Dinge zur Verfügung stellen, die uns ansprechen“, sagt Tobias



Dienlin, Medienpsychologe an der Universität Hohenheim. Man sieht in schönen Bildern und gefällig geschriebenen Kurztexten, was das soziale Umfeld treibt. Man veröffentlicht Beiträge – und bekommt Bestätigung. „Likes sind Komplimente, und wir Menschen freuen uns über Komplimente“, sagt Dienlin. Zudem sollen Signalfarben, Benachrichtigungstöne und andere Gestaltungselemente dafür sorgen, dass wir so lange wie möglich auf der Seite bleiben. Der mögliche Effekt: Man möchte immer weitermachen und kann nicht aufhören. Ob Menschen dies im Griff haben oder Gefahr laufen, die Kontrolle über die Nutzung zu verlieren, hängt viel von der eigenen Persönlichkeitsstruktur ab.

## Social Media und falsche Bewältigungsstrategien

Besonders anfällig für eine Nutzung mit negativen Folgen sind Menschen mit einem geringen Selbstwertgefühl. Wer sich im realen Leben auch noch schwertut, Freunde zu finden, bekommt in

Sozialen Medien das gute Gefühl, gesehen und gemocht zu werden – auch wenn der ständige Druck, vermeintlich immer neue Inhalte von sich ins Netz stellen zu müssen, zugleich sehr unglücklich machen kann. Problematisch ist auch, wenn bei Langeweile, Ärger oder Trauer automatisch *Instagram* zur Ablenkung geöffnet werden. Um Probleme zu bewältigen, sollte man andere Strategien parat haben als den Blick auf den Smartphone-Bildschirm.

Damit Ärzte von einer Sucht sprechen, müssen mehrere Kriterien zutreffen. Eine der wichtigsten ist Rainer Thomasius zufolge der Kontrollverlust: Wer also nicht mehr darüber nachdenkt, wann und warum er postet, scrollt und liked und damit auch nicht einfach aufhören kann, hat womöglich ein ernsthaftes Problem.

## JULIA RUHNAU

Reporterin Julia Ruhnau absolvierte ihr Studium in Soziologie, Philosophie und Journalistik. Sie ist Theodor-Wolff-Preisträgerin für ihre Reportage *Endlevel Hass*.



# Mitarbeiterbenefits – Der Obstkorb ist nicht der Rede wert

„Wir bieten: Obstkorb, kostenlosen Kaffee und Wasser“. Unternehmen die 2024 diese Punkte noch als Highlights in einem Stellenangebot auflisten, müssen sich nicht wundern, wenn sie im „War for Talent“ zurückbleiben. Natürlich ist an frischem Obst nichts auszusetzen und Kaffee wird zuhauf getrunken, aber wenn diese Punkte das Benefits-Aushängeschild sein sollen, mit dem ein Unternehmen um Arbeitskräfte wirbt, ist deutlich, dass Bewerbende keine großen Hoffnungen haben werden und sich weiter umsehen.

Mit der steigenden Inflation in Deutschland stehen viele Arbeitnehmende unter Druck und können sich kaum noch Rücklagen leisten. Zudem fühlen sich mehr als die Hälfte von ihnen nicht oder nur teilweise durch ihre Arbeitgeber wertgeschätzt. Heutige Arbeitnehmende streben nach mehr als einem fairen Gehalt – sie wünschen sich eine gute Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, Anerkennung ihrer Bedürfnisse und Unterstützung in ihrer persönlichen und beruflichen Entfaltung. Der wichtige Faktor dabei: sie dürfen es sich auch erlauben. Wo früher Bewerbende um einen Job kämpfen mussten, in welchem sie dann im schlimmsten Fall sogar miserable Arbeitsbedingungen vorfanden, ist der Arbeitsmarkt heutzutage klar zu Gunsten der Bewerbenden. Es gibt genügend berufliche Alternativen und vor allem viele Unternehmen, die es schlichtweg besser machen als die Konkurrenz.

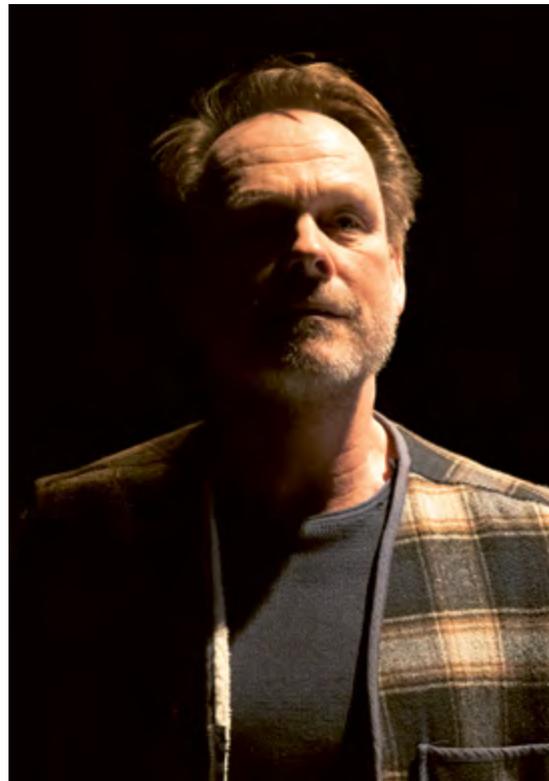
Die gemachten eigenen Erfahrungen der älteren Generationen, welche hier sinnbildlich für die auf der Karriereleiter bereits fortgeschritteneren Entscheider:innen in Unternehmen stehen, stehen oft im Kontrast zu den modernen Ansprüchen der jüngeren und erzeugen dabei oft Reibereien. Wer aber auf dem Markt bestehen will, sollte diese gestiegenen Anforderungen ernst nehmen und Lösungen finden, statt in Trotz zu geraten oder gar mental auf eine „die Jugend nimmt nur noch und will nicht mehr arbeiten“ - Schiene zu

rutschen. Der beste und der oft übersehende positive Punkt dabei: sind Unternehmen erfolgreich darin die Anforderungen und Wünsche ganz oder teilweise umzusetzen, profitieren am Ende alle Mitarbeitenden davon, also auch die, welche die Forderungen vielleicht für anfangs unverschämt hielten.

Obwohl der eingangs erwähnte Obstkorb zwar immer noch unter den Top 5 der Benefits landet, wird dieser nur von wenigen der Arbeitnehmenden als positiv wahrgenommen. Die Ära, in der Obstkorb oder kostenloser Kaffee als exzellente Mitarbeiterbenefits galten, gehört damit der Vergangenheit an.

## CHIARA KÄMPFE

Auszug aus einem Beitrag zu Vorteilen für Mitarbeitende in Unternehmen.



## Die Dampfwalze

Sieh die schwere Walze dampfen,  
Milliarden Steine stampfen,  
vergewaltigt Stück um Stück:  
Arme Menschheit, dein Geschick!

Bist wie Kiesel auf dem Pfade,  
wirst zermalmet ohne Gnade:  
Lüge, Trägheit, Unrecht, Raub  
dampfen, stampfen dich zu Staub.

KARL HENCKELL (1864 – 1929)

Maes Kopf hallte wieder vor Selbstklagen. Sie hasste sich selbst. Wieso hatte sie das bloß getan, ihren Job riskiert? Ihre beste Freundin in eine peinliche Lage gebracht? Die Krankenversicherung ihres Vaters gefährdet? Sie war ein Schwachkopf, ja, war sie vielleicht sogar schizopren? Was hatte sie letzte Nacht bloß geritten? Wer macht so was? Ihr Verstand debattierte mit sich selbst, während sie fieberhaft arbeitete, um irgendetwas Sichtbares zu tun, um zu demonstrieren, wie sehr sie sich dem Unternehmen verpflichtet fühlte.

Auszug aus Dave Eggers *Der Circle*



*„Sharing is caring!“*



# X ist ein toxischer Gesprächsraum

## Auszug eines Interviews mit Tristan Harris auf der Digitalkonferenz DLD 2025 in München

Bevor Tristan Harris zum ersten prominenten Aussteiger des Silicon Valley und führenden Tech-Kritiker wurde, arbeitete er als Computerwissenschaftler für Google. Dort verfasste er 2013 eine Präsentation mit dem Titel „A Call to Minimize Distraction & Respect Users' Attention“ (Ein Aufruf zur Minimierung von Ablenkungen und zur Achtung der Aufmerksamkeit der Nutzer). Weltbekannt wurde er 2017, als er bei der TED Conference in Vancouver einen Vortrag hielt, der erklärte, mit welchem Aufwand soziale Netzwerke Suchtwirkungen erzeugen. Eine Videoaufzeichnung des Vortrags ging um die Welt und gilt heute als einer der ersten Anstöße des Techlash, des weltweiten Unmuts und Widerstandes gegen digitale Technologien.

### Wie lief's denn so seit Ihrem TED Talk von 2017?

Hervorragend. Die Welt ist aufgewacht. Wir haben die sozialen Medien reguliert. Wir haben die Algorithmen geändert, damit sie die Gesellschaft nicht mehr spalten, sondern Konsens und die Überbrückung von Gräben belohnen. Die Digitalfirmen begannen, nach Wegen zu suchen, um Menschen persönlich miteinander zu verbinden, damit jeder, der durch seinen Newsfeed scrollt, die Möglichkeiten hat, einem Buchklub oder einem Fußballverein beizutreten. Die Krise der Einsamkeit ist verschwunden. Alle Kinder haben aufgehört, soziale Medien zu nutzen. Wir haben künstliche Intelligenz reguliert. Die USA und China haben ein Abkommen darüber unterzeichnet, wie wir sicherstellen können, dass wir KI nicht auch noch vermasseln. Und wir mussten unser Zentrum für humane Technologie schließen, weil unsere Arbeit erledigt war.

### Irgendwie habe ich das alles verpasst.

Schön, oder? Das ist die alternative Realität, in der ich lebe. Meiner Meinung nach wäre es gar nicht so schwer, diese Probleme anzugehen, wenn wir nur den politischen Willen dazu hätten. Mark Zuckerberg und alle anderen Betreiber sozialer Netzwerke hätten 2008 tatsächlich einen Vertrag

unterzeichnen können, in dem sie sich verpflichten, die Nutzungszahlen und -zeiten, also das Engagement auf ihren Plattformen, zu maximieren. Das hätte uns viel erspart.

### Und wie schaut's wirklich aus?

Die Aufmerksamkeitsökonomie und das Wettrennen um Nutzer und deren Engagement sind intensiver denn je. Und es wird schlimmer werden. Offensichtlich war das Programm zur Überprüfung von Fakten und zur Moderation von Inhalten eine Kostenquelle für Facebook. Und so haben sie es abgeschafft. Mit der neuen Lösung können sie diese Verantwortung jetzt auf den Rest der Welt abwälzen.



### Waren die Maßnahmen zur Eindämmung gefährlicher Inhalte nicht immer schon halbherzig?

Ja, es hätte manchmal wirklich einfache Lösungen gegeben. Frances Haugen, die Whistleblowerin, die die Facebook-Files aufgedeckt hat, meinte mal, dass es schon reichen würde, wenn man auf Facebook den Knopf fürs Reposten abschaffen würde, also das Weiterleiten von Beiträgen. Dann hätten die User die Adresse des Beitrags raus- und wieder reinkopieren müssen. Damit allein hätten sie Milliarden Dollar sparen können, die Facebook für die Moderation von Inhalten ausgegeben hat. Es gab sogar eine interne Untersuchung bei Facebook, die das bestätigte.

### Warum wäre das so einfach gewesen?

Je viraler sich ein Post verbreitet, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass er ein sozialer Virus ist. Haugen wusste das, weil sie für die sogenannten aufstrebenden Märkte zuständig war, etwa Äthiopien. Und in diesen Ländern verbreiteten sich in den meistgeteilten Posts immer Videos von Entauptungen und ähnlich grauenhaften Sachen am schnellsten.

### Wie sehen Sie denn die Entwicklung von Twitter, das jetzt X heißt, unter Elon Musk?

Solange die Belohnung für die Netzwerke immer darin besteht, den Leuten einen personalisierten Feed mit den empörendsten Inhalten zu zeigen und Anreize zu schaffen, um eine Verwerfungslinie im Kulturkrieg zu schüren, wird sich nirgendwo etwas ändern. Musk hat das noch verstärkt, weil er sich darauf konzentriert hat, das Engagement zu maximieren. Vor allen anderen Metriken.

### Aber er hat doch offenbar eine politische Agenda, die er mit X verfolgt.

Was auch immer Musks politische Ideologie ist, er scheint auf dem, was aus Twitter geworden ist, selbst zum Opfer geworden zu sein. X ist eine Maschine, die unsere Sicht auf die Welt verzerrt. Das erzeugt diesen lustigen Spiegel, vor dem niemand gefeit ist. Und Musk ist ein Hypernutzer dieser Maschine.





**Verzerrt X die Sicht auf die Welt mehr als andere Netzwerke?**

X ist ein toxischer Gesprächsraum, vor allem aber beeinflusst X Journalisten und Medienschaffende, die dann wiederum die Sicht auf die Welt für alle anderen prägen. Deswegen spielt es auch keine Rolle, dass X nur 600 Millionen und die Meta-Plattformen drei Milliarden Konten haben. X ist ein globales Forum für eine globale Debatte. Das verändert sehr viel mehr.

**Die Sozialen Medien haben unser Leben und unsere Psyche grundlegend verändert. Wird KI einen ähnlich weitreichenden Effekt haben?**

KI unterscheidet sich stark von Sozialen Medien. Das ist eine Technologie für wirklich alle Zwecke. Der Investor Charles Munger hat mal gesagt: „Wenn man die Zukunft vorhersehen will, muss man die Anreize anschauen. Die zeigen einem das, was kommt.“ Bei den Sozialen Medien konnten wir schon 2013 vorhersagen, dass man mit einem Geschäftsmodell, das auf Klicks, Aufmerksamkeit, Nutzungshäufigkeit und -dauer basiert, eine süchtigere, abgelenktere, sexualisiertere, polarisiertere, empörtere und einsamere Gesellschaft bekommt. Bei KI ist nun der größte Antrieb der Wettlauf um die Markteinführungen (...) Diese Anreize schaffen also eine Art Schwungrad, das alle dazu bringt, so schnell wie möglich zu arbeiten und es so schnell wie möglich in die Gesellschaft zu bringen. Und

dann bleibt die Gesellschaft auf den Kosten sitzen.

**Auf was für Kosten?**

Für die Folgen. Wir nehmen als Metapher für die KI-Entwicklung das Spiel „Jenga“. Kennen Sie das?

**Diese Türme aus Holzklötzchen, aus denen man unten immer eines rauszieht, um dann oben anzubauen? Bis das umfällt?**

Genau. So ist das auch bei KI. Wenn wir der KI neue Fähigkeiten hinzufügen, etwa die Entwicklung neuer Krebsmedikamente, neue KI-Kunst oder all diese Dinge, die man nun in der Biologie, Chemie und Robotik mit KI tun kann, ist das zunächst mal beeindruckend. Wenn man sich dann nur die Spitze dieses KI-Turms anschaut, verführt das wirklich zu Optimismus. Aber man weiß von „Jenga“, dass man eben immer unten einen Baustein herauszieht, wenn man oben einen anlegt. Wenn wir jetzt zum Beispiel mit KI das Bruttosozialprodukt um fünf Prozent steigern, haben wir wahrscheinlich gleichzeitig mit KI hundert Millionen Arbeitsplätze wegrationalisiert. Mit der Zeit bekommt die Gesellschaft immer brüchigere Fundamente.

Dieses Interview führte **ADRIAN KREYE** für die *Süddeutsche Zeitung*.



„Wenn wir in einen kaputten Spiegel schauen, einen Spiegel, der gesprungen ist oder in dem Stücke fehlen, was bekommen wir dann?“ Jetzt ergab es für Mae einen Sinn. Jede Einschätzung, jedes Urteil oder jedes Bild auf der Grundlage unvollständiger Informationen wäre stets falsch. „Wir bekommen ein verzerrtes und kaputtes Spiegelbild“, sagte sie. „Richtig“, sagte Bailey. „Und wenn der Spiel unbeschädigt ist?“ „Dann sehen wir alles.“

Auszug aus Dave Eggers *Der Circle*



# Ein offener Brief von *Future of Life*

## Forschungsprioritäten für stabile und wohltätige künstliche Intelligenz

Die Forschung an künstlicher Intelligenz (KI, engl. artificial intelligence / AI) hat sich seit ihren Anfängen mit einer Vielzahl von Problemen und Ansätzen beschäftigt. In den letzten zwanzig Jahren hat sie sich aber auf Probleme konzentriert, die mit der Erschaffung intelligenter Agenten zu tun haben, Systeme, die in gewissen Umgebungen wahrnehmen und handeln können. In diesem Kontext bezieht sich „Intelligenz“ auf statistische und ökonomische Begriffe der Rationalität – umgangssprachlich gesagt, die Fähigkeit, gute Entscheidungen zu treffen, Pläne oder Eingriffe zu machen. Das Übernehmen von wahrscheinlichkeits- und entscheidungstheoretischen Darstellungen und Methoden des statistischen Lernens hat zu einem fruchtbaren Austausch zwischen Feldern wie KI, Maschinenlernen, Statistik, Steuerungstheorie, Neurowissenschaften und anderen geführt. Die Etablierung gemeinsamer theoretischer Gerüste in Kombination mit Datenverfügbarkeit und Rechenleistung hat zu bemerkenswerten Erfolgen in verschiedenen Teildisziplinen wie Spracherkennung, Bildklassifizierung, autonomem Fahren, maschineller Übersetzung, Fortbewegung auf Beinen und Frage-Antwort-Systemen geführt. Wenn in solchen Feldern das Leistungsvermögen die Grenze vom Labor hin zu ökonomisch wertvollen Technologien überschreitet, kommt es zu einer Aufwärtsspirale: Selbst kleine Leistungsverbesserungen sind viel Geld wert, was wiederum zu neuen Investitionen in die Forschung führt. Es gibt inzwischen einen breiten Konsens darüber, dass die KI-Forschung sich stetig weiterentwickelt und dass ihr Einfluss auf die Gesellschaft sich wahrscheinlich weiter vergrößern wird. Die potenziellen Vorteile sind gewaltig, da alles, was die menschliche Zivilisation zu bieten hat, ein Produkt von Intelligenz ist. Wir können nicht vorhersehen, was wir erreichen könnten, wenn diese Intelligenz durch KI verstärkt wird, aber ein Ende von Krankheit und Armut ist nicht unvorstellbar. Wegen des großen

Potenzials von KI ist es wichtig, zu erforschen, wie wir Nutzen daraus gewinnen und dabei gleichzeitig Stolperfallen umgehen können. Die Fortschritte bei künstlichen Intelligenzen machen es dringend notwendig, die Forschung nicht nur auf die Leistungsfähigkeit der KI zu konzentrieren, sondern auch ihren sozialen Nutzen zu maximieren. Diese Überlegungen haben das *AAAI 2008-09 Presidential Panel on Long-Term AI Futures* und andere Projekte zur Auswirkung von KI motiviert. Sie bedeuten auch eine signifikante Ausweitung der Fachrichtung KI, welche sich bisher hauptsächlich auf zweckmäßig neutrale Technologien konzentriert hat. Wir schlagen vor, die Forschung auszudehnen und so sicherzustellen, dass die immer leistungsfähigeren KI-Systeme stabil und wohltätig sind: Unsere KI-Systeme müssen das tun, was wir wollen.



Bisher wurde dieser am 09.02.2018 veröffentlichte, offene Brief tausendfach unterschrieben. Die Aufgabe des 2015 gegründeten *Future of Life Institute* besteht darin, transformative Technologien so zu lenken, dass sie dem Leben zugutekommen und nicht zu extremen und weitreichenden Risiken.

## Fake News erkennen: Eine Checkliste

### Das Impressum ansehen

- In Deutschland gibt es eine Impressumspflicht. Einer Seite ohne Impressum sollte man daher kein Vertrauen schenken.
- Das Impressum gibt Auskunft über den Urheber einer Nachricht. Die Adresse des Herausgebers von Fake News Seiten liegt oft nicht in Deutschland.
- Ist ein Autor des Artikels angegeben? Wenn ja, recherchieren, was noch so publiziert wurde.

### Die Inhalte gegenchecken

- Grundsätzlich sollte man das Datum einer Meldung ansehen und die Überschrift in eine Suchmaschine eingeben.
- Wurde über denselben Sachverhalt bereits von anderen Seiten und Medien berichtet? Gibt es mehrere Quellen? Nein? Dann sollte man der Nachricht kritisch gegenüberstehen.
- Quellen und Zitate überprüfen: In welchem Kontext sind diese noch im Internet zu finden?
- Wie seriös erscheinen weitere Artikel der vermeintlichen Fake News Seite? Was wird noch so veröffentlicht?

### Die URL kontrollieren

- Es gibt Fälle, in denen Falschmeldungen im Design bekannter Medienmarken erscheinen.
- Schau Dir deshalb die Webadresse in der Browserzeile an.

Oftmals unterscheidet sich die URL nur durch einen Zusatz wie einen Bindestrich oder eine Endung wie .net vom Original.

### In sozialen Netzwerken: den Absender kontrollieren

- Man sollte sich das Profil des Absenders genau ansehen, bevor man ein Posting teilt.
- Wie lange gibt es den *Twitter / Facebook*-Account bereits?
- Wie viele Freunde oder Follower hat er? Wer sind die Follower / Freunde? Wenige Follower und sehr neue Profile geben Anlass zur Skepsis.
- Die bisher veröffentlichten Beiträge sollten geprüft werden. Sind die Tweets und Postings zeitlich und inhaltlich konsistent?
- Hat der Account einen blauen Verifizierungshaken?

### Fotos und Videos überprüfen

- Wurde das Foto tatsächlich an dem angegebenen Ort aufgenommen? Werbetafeln, Verkehrsschilder und Autokennzeichen geben möglicherweise Hinweise auf den Ort.
- Fake-News-Macher zeigen gerne nur bestimmte Bildausschnitte, wodurch der ursprüngliche Kontext der Aufnahme nicht wahrheitsgemäß wiedergegeben wird. Bedenke, dass die Aussage des Bildes dadurch manipuliert wird.



„Mae, wir wären endlich gezwungen, bessere Menschen zu sein. Und ich glaube, die Leute wären erleichtert. Es würde einen gewaltigen globalen Stoßseufzer der Erleichterung geben. Endlich, endlich können wir gut sein. In einer Welt, in der schlechte Entscheidungen keine Option mehr sind, haben wir keine andere Wahl, als gut zu sein. Können Sie sich das vorstellen?“

**EAMON BAILEY** Auszug aus Dave Eggers *Der Circle*

## Literaturhinweise

- Adrian Kreye: *X ist ein toxischer Gesprächsraum. Interview mit Tristan Harris*, 29.01.25, in: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/tristan-harris-demokratie-digitalisierung-soziale-medien-interview-li.3186027?reduced=true> (Letztes Aufrufdatum: 17.02.25)
- Checkliste um *Fake News* zu erkennen in: <https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/stopfakenews/246807/den-durchblick-behalten-so-lassen-sich-fake-news-enttarnen/> (Letztes Aufrufdatum: 17.02.25)
- Chiara Kämpfe: *Mitarbeiterbenefits – Der Obstkorb ist nicht der Rede wert*, 19.04.24, in: <https://talentlotsen.de/blog/arbeitswelt/mitarbeiterbenefits-der-obstkorb-ist-nicht-der-rede-wert/> (Letztes Aufrufdatum: 17.02.25)
- Dave Eggers: *Der Circle*, Kiepenheuer & Witsch, Köln 2014 (Originalausgabe New York 2013)
- Gerd Schneider und Christiane Toyka-Seid: *Soziale Medien/Soziale Netzwerke/Social Media*, in: <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/das-junge-politik-lexikon/321140/soziale-medien-soziale-netzwerke-social-media/> (Letztes Aufrufdatum: 18.02.25)
- Julia Ruhnu: *Ob Instagram süchtig macht, hängt von Ihrer Persönlichkeit ab*, 11.12.2019, in: <https://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article204220484/Social-Media-Sucht-Darum-machen-Instagram-Co-schnell-suechtig.html> (Letztes Aufrufdatum: 17.02.25)
- Karl Henckell: *Die Dampfwalze* (Entstehungsdatum unbekannt), in: [https://gedichte.xbib.de/Henckell\\_gedicht\\_Die+Dampfwalze.htm](https://gedichte.xbib.de/Henckell_gedicht_Die+Dampfwalze.htm) (Letztes Aufrufdatum: 17.02.25)
- Offener Brief von *Future of Life: Forschungsprioritäten für stabile und wohltätige künstliche Intelligenz*, 09.02.2018, in: <https://futureoflife.org/open-letter/ai-open-letter-german/> (Letztes Aufrufdatum: 17.02.25)
- Ralf T. Kreuzer: *Die digitale Verführung: Selbstbestimmt leben trotz Smartphone, Social Media & Co.*, Springer Fachmedien Wiesbaden, 2020

Einige Texte und Überschriften wurden redaktionell verfasst, wie auch aus redaktionellen Gründen gekürzt, bearbeitet und der neuen Rechtschreibung angepasst.

## Impressum

<b>Herausgeber:</b>	Altonaer Theater
<b>Intendant &amp; Geschäftsführer:</b>	Axel Schneider
<b>Kaufm. Geschäftsführer:</b>	Dietrich Wersich
<b>Redaktion:</b>	Stine Kegel
<b>Titelbild:</b>	Caren Detje
<b>Probenfotos:</b>	G2 Baraniak
<b>Grafik-Design:</b>	Marie-Thérèse Kramer
<b>Druck:</b>	kleinkariert medien



ALTONAER THEATER | MUSEUMSTRASSE 17 | 22765 HAMBURG  
KARTENTELEFON: 040.39 90 58 70 | WWW.ALTONAER-THEATER.DE