

Berlin, 14.06.2021

► Tagungsbericht

(Des-)Information: Medien und soziale Netzwerke im Superwahljahr

Digitales DLM-Symposium 2021

Des- und Misinformation sowie die Gesetze einer digitalen Aufmerksamkeitsökonomie verändern zurzeit die Art der öffentlichen Meinungsbildung. Während soziale Online-Netzwerke mit ihrer Algorithmen-Logik zunehmend darüber entscheiden, wer wann welche Informationen erhält, ringen klassische Medien um Glaubwürdigkeit. Bei vielen Wählern droht im sogenannten Superwahljahr das Vertrauen in politische Entscheidungsprozesse und die Demokratie zu erodieren. Im Rahmen des DLM-Symposiums, das wegen der Coronapandemie online stattfand, standen am 14. Juni Fragen der Verantwortung und Regulierung sozialer Online-Netzwerke im Vordergrund. Dabei wurden gleichermaßen ethische, medienpolitische, wirtschaftliche, gesellschaftliche und technologische Aspekte diskutiert.

Bei seiner Begrüßung betonte **Dr. Wolfgang Kreißig** die große Relevanz des Umgangs mit Desinformationen. Der Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) und Präsident der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) bezeichnete die Auseinandersetzung mit den Grenzen der Meinungsfreiheit als ein Thema, das für die Demokratie von zentraler Bedeutung sei. Bundestagspräsident **Dr. Wolfgang Schäuble** (CDU) zeichnete anschließend in seiner Keynote das Bild einer fragmentierten Netzwerkgesellschaft, in der die klassischen Medien nur noch ein Faktor von vielen seien, während sich via Social Media Teilöffentlichkeiten bildeten, die viel Raum böten für Unwahrheiten und Halbwahrheiten, für Des- und Misinformation, für Spott, Hass, Diffamierung und Schmähungen, aber wenig Gelegenheiten für sachliche Diskussion und Kompromiss. Viele wollten in den sozialen Online-Netzwerken vor allem „schrill die eigene Meinung äußern“, statt Argumente auszutauschen. Repräsentative Demokratie aber lebe von Kommunikation in einem gemeinsamen öffentlichen Raum und basiere auf der Akzeptanz verbindlicher Mehrheitsentscheidungen. Die Künstliche Intelligenz von Algorithmen, so warnte Schäuble, verschaffe Fake News und Desinformationen eine neue gefährliche Dimension. Umso wichtiger seien Transparenz und eine Politik, die geeignete Voraussetzungen für eine digitale Transformation schaffen müsse. Über eine verantwortungsvolle Regulierung hinaus forderte Schäuble

Gesellschafter

Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremische Landesmedienanstalt (brema)
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)
Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (LPR Hessen)
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Landesanstalt für Medien NRW
Landeszentrale für Medien und Kommunikation
Rheinland-Pfalz (LMK – medienanstalt rlp)
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

eine Kultur des Zuhörens und einen Wahlkampf, der als eine „strittige Auseinandersetzung“ geführt werden müsse, bei der Parteien fair um Mehrheiten ringen sollten. In einer offenen Gesellschaft könne niemand „im Besitz unteilbarer Wahrheit“ sein, ermunterte Schäuble zu Aufklärung und Diskurs. Allerdings dürfe die Anonymität in sozialen Online-Netzwerken nicht zu „Enthemmungen und Widerlichkeiten“ führen. Solch vermeintlich grenzenlose (Meinungs-)Freiheit zerstöre sich am Ende selbst.

Auf die Frage von Tagungsmoderator **Constantin Schreiber**, inwiefern zurzeit in den sozialen Online-Netzwerken Akteure mit Desinformationen oder „alternativen Nachrichten“ die Bundestagswahl im September zu beeinflussen versuchen, zählte **Dr. Lena Frischlich**, Forschungsgruppenleitung am Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, mehrere Entwicklungen auf. So entstehe – ähnlich wie beim US-Präsidentschaftswahlkampf – ein „Geraune“, das die Legitimation des demokratischen Prozesses infrage stelle. Weil Menschen angesichts der Corona-Pandemie mehr Zeit mit Online-Aktivitäten verbringen, wachse auch die Reichweite von Desinformation. Dabei werde mit manipulierten Bildern, mit Hass und auch Wut gearbeitet. Entsprechende Botschaften würden oft von automatisierten Profilen (Social Bots) weiterverbreitet. Diese Inhalte könnten zwar einzeln „keinen fundamentalen Meinungswechsel“ erzeugen, aber zu „Bruchstellen“ im Vertrauen gegenüber Medien und Demokratie führen.

Dr. Tobias Schmid, Direktor der Landesanstalt für Medien NRW und Themenverantwortlicher Desinformation der DLM, skizzierte, was die Landesmedienanstalten gegen Desinformation unternehmen. Dabei unterstrich er, die Landesmedienanstalten seien als Aufsichtsgremien „kein Wahrheitsministerium“ und müssten im Zweifel stets für die Meinungsfreiheit eintreten. Im Rahmen des neuen Medienstaatsvertrages gelte jedoch journalistische Sorgfaltspflicht nun auch für bestimmte Formen journalistisch-redaktionell gestalteter Telemedien (§ 19 MStV). Darauf würden die Landesmedienanstalten viele Anbieter inzwischen zunächst hinweisen. Es folge eine „Klärung des Sachverhalts“ und erst anschließend gegebenenfalls die Anwendung „des vorgegebenen Instrumentariums“, falls der Sorgfaltspflicht nicht Genüge geleistet werde.

Um Desinformation zu bekämpfen, ohne dadurch die Meinungsfreiheit einzuschränken, empfahl Schmid einen „abgestuften Regulierungsansatz“. So werde in Reihen der Landesmedienanstalten darüber diskutiert, wie einerseits Absender-Transparenz, andererseits aber, falls nötig, zugleich Anonymität zu erreichen sein könnte. Das Drängen auf Sorgfaltspflichten müsse verstärkt werden, die Untersagung von Inhalten aber dürfe nur als Ultima Ratio betrachtet werden. Schmid, der als Vorsitzenden der European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA) in dieser Eigenschaft auch die Europäische Kommission berät, nannte eine Reihe europäischer Initiativen.

So handle es sich etwa beim Code of Practice on Desinformation um eine von der EU initiierte Selbstverpflichtung, in deren Rahmen Unternehmen wie Google und Facebook Desinformation verhindern oder einschränken. Die Europäische Kommission erwäge eine Stärkung dieses Verhaltenskodex. Außerdem solle der European Democracy Action Plan Bürgerinnen und Bürger zu mündigem Handeln befähigen, freie Wahlen ermöglichen, Medienfreiheit gewährleisten und Desinformation bekämpfen. Weitere Impulse könnten im kommenden Jahr vom European Media Freedom Act ausgehen.

Věra Jourová, tschechische Vizepräsidentin der Europäischen Kommission für Werte und Transparenz, plädierte dafür, sorgsam abzuwägen, inwiefern der Kampf gegen Desinformation die Meinungsfreiheit gefährden könne. Ziel des Digital Services Act sei ein leistungsfähiger Transparenz- und Rechenschaftsrahmen für Online-Plattformen. So würden Transparenz und ein Instrument gegen illegalen Content geschaffen. Ziel von europäischer Regulierung müsse es sein, Cyber-Attacks zu unterbinden, privaten Datenschutz zu gewährleisten und Desinformation abzuwehren. Zu diesem Zweck aber dürften nicht vorschnell Inhalte verboten werden. Stattdessen müssten Journalismus und Zivilgesellschaft Fact Checking betreiben. Dafür bedürfe es eines ständigen gesellschaftlichen Diskurses. Außerdem seien die Förderung von Medienkompetenz und glaubwürdiger Journalismus wichtig.

Während der abschließenden Diskussionsrunde hob der DLM-Vorsitzende Kreißig außer der Bekämpfung von Desinformation wichtige Faktoren hervor: etwa die Bedeutung der Kennzeichnungspflicht politischer Werbung, einen Regulierungsrahmen für Intermediäre und digitale Plattformen sowie die Unabhängigkeit der Medienaufsicht. Umso entscheidender seien Selbstverpflichtungserklärungen, die dazu beitragen müssten, dass Algorithmen problematischen Inhalten nicht zu übermäßiger Reichweite verhelfen.

Facebook komme seiner Verantwortung nach, arbeite mit externen Einrichtungen beim Fact Checking zusammen und lösche regelmäßig Fake Accounts und desinformierende Netzwerke, betonte **Marie-Teresa Weber**. Die für Deutschland, Österreich und die Schweiz verantwortliche Public Policy Managerin von Facebook verwies außerdem auf Warn-Label, mit denen umstrittene Inhalte versehen und anschließend von den meisten Nutzerinnen und Nutzern gemieden würden. „Wir schränken die Verbreitung solcher Inhalte drastisch ein“, sagte die Facebook-Managerin. **Markus Beckedahl**, Gründer und Chefredakteur von netzpolitik.org, wandte hingegen ein, die Algorithmen von sozialen Online-Netzwerken würden Hass und Emotionen bevorzugen und sogar Politiker könnten im Wahlkampf von diesen „Missständen“ profitieren. Außerdem forderte Beckedahl, der auch Mitglied des Medienrates der Medienanstalt Berlin-Brandenburg ist, eine Einschränkung „verhaltensorientierter Werbung“ und eine größere Transparenz für die Archive der sozialen Online-Netzwerke, damit Medienaufsicht und Wissenschaft mehr über problematische Inhalte erfahren könnten.

Nina Morschhäuser, Head of Public Policy, Government and Philanthropy von Twitter Deutschland, versicherte, Twitter ermögliche der Wissenschaft Zugang zu entsprechenden Daten über eine API-Schnittstelle. Außerdem könnten auch die Landesmedienanstalten bei Bedarf Informationen erhalten, die Auskünfte über Desinformationsangriffe geben. Politische Werbung sei bei Twitter generell verboten und Werbung allenfalls für „soziale Belange“ erlaubt.

Wie die klassischen Medien mit Des- oder Misinformation umgehen, erklärte **Sonja Schwetje**, Chefredakteurin Netzwerke von RTL News. Versuche, problematische Informationen zu verbreiten, habe es immer schon gegeben, allerdings habe die Geschwindigkeit der Verbreitung zugenommen. Journalismus müsse darüber aufklären, müsse Quellen prüfen und diesen Prozess transparent machen. Das aber sei schwerer als je zuvor. Es gebe im Social-Media-Bereich viele „laute Stimmen mit Aggressionen gegen Journalismus“, konstatierte die Chefredakteurin. Da seien gewaltfreie Diskurse oft schwierig.

Der DLM-Vorsitzende Wolfgang Kreißig resümierte am Ende des knapp zweistündigen DLM-Symposiums, es müsse auch weiterhin über die richtigen Lösungen diskutiert werden. Er sei gespannt auf die kommenden Wochen und Monate.

Prof. Dr. Matthias Korp

die medienanstalten
Gemeinsame Geschäftsstelle
Friedrichstraße 60
10117 Berlin

Telefon: +49 (0)30 2064690-0
Mail: info@die-medienanstalten.de
www.die-medienanstalten.de