

Executive Summary

Typen von Desinformation und Misinformation

Verschiedene Formen von Desinformation und ihre Verbreitung aus kommunikationswissenschaftlicher und rechtswissenschaftlicher Perspektive

Judith Möller • Michael Hamелеers • Frederik Ferreau

Ein Gutachten im Auftrag der Gremienvorsitzendenkonferenz der Landesmedienanstalten (GVK)

Typen von Desinformation und Misinformation

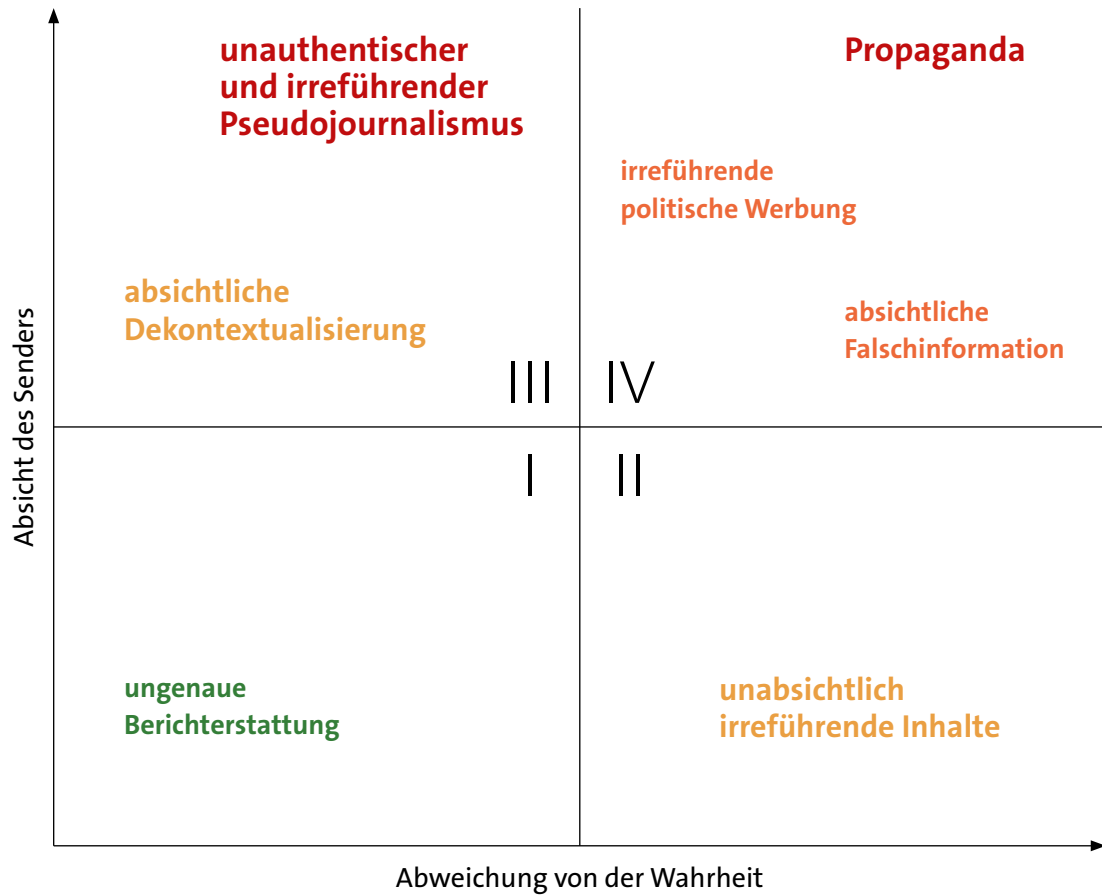
Verschiedene Formen von Desinformation und ihre Verbreitung aus kommunikationswissenschaftlicher und rechtswissenschaftlicher Perspektive

Ziel dieses Gutachtens ist es, verschiedene zu beobachtende Phänomene von Desinformation aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive zu definieren und voneinander abzugrenzen, um sie anschließend einer anfänglichen rechtswissenschaftlichen Einordnung zuzuführen. Auf diese Weise soll der Begriff der Desinformation für den weiteren Diskurs zugänglich und handhabbar gemacht werden.

Zum kommunikationswissenschaftlichen Teil:

Desinformation wird meistens definiert als die *absichtliche* Verbreitung von *unwahren* Informationen. Unter Misinformation verstehen wir die *unabsichtliche* Verbreitung von *unwahren* Informationen. In dieser Untersuchung analysieren wir verschiedene Subformen von Desinformation und Misinformation, die sich in den zwei Kernbestandteilen der Definition unterscheiden: Zum einen betrachten wir den Grad der Abweichung von faktischer Wahrheit, zum anderen unterscheiden wir nach der Absicht des Absenders. Im Hinblick auf die beiden Kernbestandteile der Definition finden sich große Unterschiede zwischen einzelnen in der Realität vorkommenden Formen von Desinformation und Misinformation. Eine Online-Anzeige, die verspricht, man könne zehn Kilo in einer Woche mit einem einfachen Trick verlieren, ist frei erfunden, aber vermutlich nicht politisch motiviert. Hingegen ist ein Foto von Migranten in einer Suppenküche mit einer reißerischen Überschrift vielleicht sehr nah an der Wahrheit, hat aber klare politische Folgen. Um die Phänomene Desinformation und Misinformation besser zu verstehen, ist es also notwendig, Typen der Desinformation und Misinformation genauer zu unterscheiden. Das ermöglicht nicht nur eine gezielte Analyse der Risiken, sondern auch konkrete und passgenaue Empfehlungen, wie man ihnen entgegenwirken kann. In der Unterscheidung der Typen orientieren wir uns an den beiden Kerndimensionen der Definition: Faktizität (Wahrheit) und Intention. Diese beiden Dimensionen bilden auch den Ausgangspunkt für rechtliche Empfehlungen über die Regulierung der verschiedenen Formen von Desinformation. In unserem Gutachten analysieren wir außerdem, welche Arten von Desinformation Risiken für eine demokratische Gesellschaft bergen und einer Regulierung bedürfen. Wir weisen aber auch auf weniger gefährliche Formen hin, die letztendlich ein untrennbarer Bestandteil der demokratischen Kommunikation sind.

Auf der Grundlage einer systematischen Analyse der vorhandenen Forschung schlagen wir eine zweidimensionale Matrix vor, in der wir sieben Arten der Desinformation abbilden:



Erklärung: (1) ungenaue Berichterstattung; (2) unbeabsichtigt irreführende Inhalte; (3) absichtliche Dekontextualisierung faktisch wahrer Informationen; (4) absichtliche Falschinformation; (5) irreführende politische Werbung; (6) unauthentischer und irreführender Pseudojournalismus und (7) Propaganda.

Grün bedeutet ein geringes Risiko; je größer und röter die Schrift, umso größer die Risiken für Gesellschaft und Demokratie.

Abbildung 1: Sieben Arten von Mis- und Desinformation in vier Quadranten des Desinformationsraums; Quelle: eigene Darstellung

Misinformation

Ungenaue, unbeabsichtigt dekontextualisierte Berichterstattung

Die ungenaue Berichterstattung beschreibt die Darstellung der faktischen Realität im falschen Kontext, jedoch ohne Täuschungsabsicht. Dies kann auf verschiedene Arten geschehen: Filmmaterial wird falsch datiert, im Text werden empirische Beweise in den falschen Zusammenhang gestellt oder Fotos und Videos einem falschen Ort zugeordnet. Diesen Praktiken der Dekontextualisierung liegt jedoch keine böse Absicht zugrunde: Kommunikatoren arbeiten oft unter Zeitdruck und müssen aus einer großen Menge an Beweisen auswählen.

Unbeabsichtigt irreführender Inhalt

Unbeabsichtigt irreführende Inhalte basieren auf falschen Informationen, beispielsweise auf falschen Zahlen, irreführenden empirischen Beweisen und/oder ungenauen Expertenanalysen. Unter unbeabsichtigter Misinformation fällt beispielsweise das Zitieren eines Experten, der ungenaue Informationen über die Folgen eines komplexen politischen oder wissenschaftlichen Sachverhaltes anbietet. Im Grunde kann jeder Kommunikator aus Versehen fehlerhafte Informationen versenden: Bürger, Politiker, Wissenschaftler, Journalisten, NGOs, Unternehmen, Institutionen usw. Eine häufige Ursache für die Verbreitung von Misinformation ist Nachlässigkeit.

Desinformation

Bewusste Dekontextualisierung realer Information

Von allen Formen der Desinformation, also der *intendierten* Falschinformation, weicht die bewusste Dekontextualisierung am wenigsten von der faktischen Realität ab. Wir definieren dies als korrekte Information in einem inkorrekten Zusammenhang. Bürger werden gezielt von einer alternativen Realität überzeugt, die ein ideologisches oder ökonomisches Ziel begünstigt. Daher richtet sie sich häufig gegen staatliche Institutionen und Mainstream-Medien. Ein Beispiel für die bewusste Dekontextualisierung ist die Aktion *#filmyourhospital*, die sich in den ersten Monaten nach dem Ausbruch des Coronavirus in den Sozialen Medien verbreitete. (Amateur-)Nachrichtenplattformen und Bürger auf der ganzen Welt verwendeten reale Videos von leeren Krankenhäusern und ihren Parkplätzen, um Zweifel an den Ausmaßen der COVID-19-Pandemie zu streuen. Da das präsentierte Material allein faktisch korrekt, wobei die Argumentation meist nahe an der Wahrheit und somit nicht offensichtlich falsch ist, sind Empfänger durch die alternative Interpretation sehr leicht zu täuschen. Deshalb birgt diese Form der Desinformation Risiken sowohl auf individueller als auch auf gesellschaftlicher Ebene.

Bewusste Falschinformation

Der bewussten Falschinformation fehlt jegliche faktische Basis; sie verbreitet absichtlich vollständig erfundene Geschichten. In der Regel zielt die Falschinformation darauf ab, das Publikum in die Irre zu führen und die öffentliche Meinung und/oder Wahlergebnisse zu manipulieren. Beispielsweise wurde ein Zusammenhang zwischen wachsender Migration und steigenden Kriminalitätsraten

erfunden, um Unterstützung für die rechtsradikale politische Agenda zu finden. Oder es werden Grafiken und Zahlen manipuliert, die die Folgen des Klimawandels infrage stellen. Obwohl die Information in diesem Fall frei erfunden ist, und es sich somit um eine Falschinformation handelt, erzeugt sie in Form eines professionell anmutenden Nachrichtenartikels einen falschen Wahrheitsanspruch.

Häufig ist die Falschinformation aber auch ökonomisch motiviert und wird von Internetbetrügern verbreitet. Weil Falschinformationen oft visuell und emotional ansprechend wirken, stellen sie äußerst lukrative Anzeigen dar. Die Anzeige ähnelt den Artikeln auf der Nachrichtenseite, auf der sie eingebettet ist (*Native Advertising*) und wirbt z. B. für alternative Gesundheitstipps oder Strategien, die zu schnellem Geld führen sollen. So verdient sich der Autor letztendlich mit jedem Klick kommerzielle Gewinne (*Clickbaiting*).

Manipulative (politische) Werbung

Die manipulative und irreführende Werbung unterscheidet sich von Dekontextualisierung und Falschinformation durch die Intention, die eher instrumentell und weniger ideologisch zu verorten ist: Irreführende Werbung wird strategisch zu Wahlkampfzwecken eingesetzt, um entweder direkten Einfluss auf das Wahlverhalten zu nehmen (*sway issue publics*) oder um durch Spenden finanzielle Ressourcen für den Wahlkampf zu generieren. Die vielleicht derzeit berühmteste manipulative Wahlwerbung: der Brexit Bus. Der Bus ist 2016 zu Zeiten des Referendums als Teil der Leave-Kampagne durch Großbritannien gefahren. Die Aufschrift, Großbritannien würde der Europäischen Union 350 Millionen Pfund pro Woche überlassen, ist allerdings nachweislich falsch. Die Absicht manipulativer Werbung besteht darin, das Wahlverhalten ihrer Empfänger zu beeinflussen. Manipulative Werbung kann auf sehr kleine Gruppen zugeschnitten werden (*Microtargeting*), um genau diejenigen Bürger zu erreichen, die für exakt diese Art der Desinformation am empfänglichsten sind.

Unauthentischer und irreführender Pseudojournalismus

Unter Pseudojournalismus verstehen wir, wenn Berichterstattung irreführende oder manipulierte Inhalte in den gleichen oder ähnlichen Formaten der etablierten Nachrichtenquellen präsentiert. Bei näherer Betrachtung fällt indes auf, dass journalistische Standards wie das Zwei-Quellen-Prinzip oder die Verifikation von Fakten nicht eingehalten werden. Das macht es für das Publikum schwierig, Fakten von Fiktion zu unterscheiden.

Zum einen werden eigenständige journalistische Titel und Marken unterschieden, die sich bewusst und systematisch nicht an die Standards des Pressekodex halten. Die Inhalte haben deshalb nicht per se eine desinformierende Funktion. Ein Beispiel ist die Berichterstattung über den Anschlag in Münster 2018 auf der alternativen Nachrichtenseite Tichys Einblick. Dort wurde fälschlicherweise berichtet, der Attentäter habe islamistischen Terror nachgeahmt. Insofern werden Fakten dekontextualisiert und stark ideologisch anti-islamisch interpretiert.

Zum anderen lässt sich eine Unterform des Pseudojournalismus unterscheiden, die nach Anzeigenprinzip und – zumindest in Deutschland – eher ökonomisch motiviert ist. Dabei handelt es sich um kurzlebige Internetseiten, die bestehende Nachrichtenmarken bis ins Detail imitieren. Auf diese Weise wird das Vertrauen der Leser in den klassischen Journalismus ausgenutzt. Da Pseudojournalismus in Form (vertrauenswürdige Nachrichtenquelle) und Inhalt (meist dekontextualisiert) einen hohen Grad an Glaubwürdigkeit gewinnt, ist sie besonders einflussreich.

Propaganda

Unter Propaganda verstehen wir die strategische Manipulation der eigenen oder einer ausländischen Bevölkerung durch Regierungen und Akteure in Machtpositionen. Sie wird häufig eingesetzt, um die gesellschaftliche Ordnung nachhaltig zu stören und die öffentliche Meinung einseitig zu manipulieren. Ein Beispiel ist die Berichterstattung über die angebliche Vergewaltigung im Fall Lisa aus dem Jahr 2016, bei dem sich ein vollständig falscher Bericht von einem russischen Fernsehkanal über Soziale Medien und Russia Today weit verbreitete.

Typen von Desinformation					
	Dekontextualisierung	Falschinformation	Manipulative (politische) Werbung	Pseudojournalismus	Propaganda
Abweichung von der Faktizität	gering	hoch	verschieden	eher gering	hoch
Typische Intention	manipulatives Narrativ verbreiten, das eine politische Ideologie stützt; ökonomisch (Clickbait)	ökonomisch; ideologische (De-)mobilisierung	politische Mobilisierung	ökonomisch; ideologische (De-)Mobilisierung	geopolitische und ideologische (De-)Mobilisierung
Typische Sender	politische Akteure, Medien, alternative Medien	Internetbetrüger, Verschwörungstheoretiker, alternative Medien	politische Akteure, NGOs	Internetbetrüger, alternative Medienmacher	Staatsregierungen und (internationale) Organisationen
Typische Verbreitung	weite Verbreitung: kommt in allen Medien vor, häufig in alternativen Medien zu finden, weitere Verbreitung durch Nutzer	eingeschränkte Verbreitung: häufig über Soziale Medien, manchmal unterstützt durch koordiniertes unauthentisches Verhalten	bezahlte Verbreitung: häufig in Sozialen Medien, aber auch über andere Wahlkampfkanäle	eingeschränkte Verbreitung: in eigenen Onlinemedien oder über Soziale Netzwerke, weitere Verbreitung durch Nutzer	professionelle Verbreitung: über alle Kommunikationskanäle einschließlich eigener Medienorganisationen und mit Hilfe von koordiniertem unauthentischem Verhalten
Typische Risiken für das Individuum	kognitiv, emotional, (politische) Fehlentscheidungen (in unterschiedlichem Ausmaß)				
Typische Risiken für die Gesellschaft	misinformierte Wählerschaft, polarisierend	misinformierte Wählerschaft, spaltend, demokratiegefährdend	polarisierend	misinformierte Wählerschaft, polarisierend, spaltend	geopolitisch, spaltend, demokratiegefährdend

Erklärung: politisch = taktische, kurzfristige Wahlbeeinflussung, ideologisch = strategische, langfristige Beeinflussung, polarisierend = gesamtgesellschaftlich, spaltend = Segmente betreffend, demokratiegefährdend = hochgradig manipulativ

Tabelle 1: Typen von Desinformation, Verbreitung und Risiken; Quelle: eigene Darstellung

Zum rechtswissenschaftlichen Teil:

Jede rechtliche Reaktion auf Desinformation stellt auch eine (potenzielle) Beschränkung des Grundrechts auf freie Meinungsäußerung und Meinungsverbreitung dar. Auch wenn nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts (BVerfG) unzweifelhaft erwiesen oder bewusst unwahre Tatsachenbehauptungen bereits nicht vom Schutzbereich der Meinungsfreiheit umfasst sind, gilt eine Vermutung zugunsten des Schutzes von Tatsachenbehauptungen. Die Anwendung von Instrumenten gegen Desinformation darf weder staatlichen noch privaten Institutionen die Macht darüber erteilen, den Meinungsbildungsprozess in ihrem Sinne zu steuern. Zugleich begründet die objektivrechtliche Dimension der Kommunikationsgrundrechte aber auch die Pflicht des Staates, den Meinungsbildungsprozess vor (zu viel und gefährlicher) Desinformation zu schützen.

Die deutsche Rechtsordnung reagiert mit einer Reihe von präventiv und repressiv wirkenden Instrumentengruppen auf Phänomene von Desinformation: Präventive Instrumente bewirken die Entfernung einer Äußerung, bewirken die Korrektur einer Äußerung oder statuieren Transparenzpflichten für bestimmte Äußerungen. Gerade Transparenzregelungen werden sich gegenüber eingriffsintensiveren Maßnahmen oftmals als verhältnismäßiges Mittel der Wahl im Umgang mit Desinformation erweisen, da sie die Bürger bei ihrer individuellen Meinungsbildung unterstützen, ohne Äußerungen zu verändern oder gar zu unterdrücken. Repressive Instrumente bewirken die Ahndung einer Äußerung als Straftat oder Ordnungswidrigkeit und bestimmen eine Äußerung als Grund für das Leisten von Schadenersatz. Daneben haben sowohl private Unternehmen – allen voran die Betreiber von Intermediären – als auch andere Rechtsgemeinschaften weitere Instrumente entwickelt, zu denen beispielsweise die Reduzierung der Sichtbarkeit von Inhalten sowie der Einsatz von sogenannten Faktencheckern zählen.

Zur Beaufsichtigung der Einhaltung von Regeln gegen Desinformation sind grundsätzlich die staatsfern ausgestalteten Medienanstalten berufen, sofern nicht im Bereich der journalistisch-redaktionell gestalteten Telemedienangebote gemäß der neuen Aufsichtsarchitektur des Medienstaatsvertrags eine Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle vorrangig zuständig ist. Allerdings erweist sich die neue Aufsichtsarchitektur als unzureichend, besonders da weder für die Medienanstalten noch für Rezipienten ersichtlich ist, welcher Aufsichtsinstanz ein Angebot unterliegt. Hier besteht Bedarf zur Nachjustierung der Regelungen durch den Gesetzgeber.

Reaktionsart	Instrumentengruppe	Gesetzlich in Deutschland vorgesehene Instrumente	Sonstige Instrumente
Präventive Reaktion	Entfernung	<ul style="list-style-type: none"> • Nebenfolge von Straftat oder Ordnungswidrigkeit • zivilrechtlicher Unterlassungs- und Beseitigungsanspruch • Löschen bzw. Sperren gemäß NetzDG • ggf. Untersagung nach §109 MStV 	<ul style="list-style-type: none"> • Löschverfahren im Wahlkampf (Frankreich) • Entfernung durch Intermediäre • ggf. Reduzierung der Sichtbarkeit durch Intermediäre
	Korrektur	Gegendarstellungs- oder Berichtigungsanspruch	<ul style="list-style-type: none"> • Rüge durch den Deutschen Presserat • Faktencheck durch Intermediäre • Faktencheck durch EU East StratCom Task Force
	Transparenz	<ul style="list-style-type: none"> • Kennzeichnungspflicht für Werbung • Kennzeichnungspflicht für Social Bots 	Kennzeichnungspflicht für bezahlte politische Werbung in Sozialen Netzwerken (Frankreich)
	Straftat	Strafbarkeit z. B. als Üble Nachrede oder Verleumdung	–
Repressive Reaktion	Ordnungswidrigkeit	z. B. Verstoß gegen (Werbe- und Bot-)Kennzeichnungspflichten nach MStV	–
	Sonstige	zivil- und wettbewerbsrechtliche Schadensersatzansprüche	Vertragsstrafen (z. B. temporäre Kontosperrungen durch Intermediäre)

Tabelle 2: Instrumentengruppen und dazugehörige Instrumente

Der Medienstaatsvertrag (MStV) lässt das Recht der Medienintermediäre zur Aufstellung eigener Zugangs- und Ordnungskriterien weitgehend unberührt. Daher können diese Intermediäre auch desinformative Inhalte nach eigenen Vorstellungen sanktionieren, sofern hierin kein Verstoß gegen das Diskriminierungsverbot des § 94 MStV zu sehen ist. Gesteht man damit den Medienintermediären grundsätzlich zu, dass sie in Ausübung ihrer Grundrechtspositionen und eines daraus resultierenden „virtuellen Hausrechts“ gegen (auch rechtmäßige) Desinformation vorgehen dürfen, so sollten ihre Einzelfallentscheidungen aber wenigstens gesetzlich umhegt werden, um ihr Potenzial zur Beeinflussung des Meinungsbildungsprozesses zu bändigen: Dazu sollten den Netzbetreibern strukturelle und prozedurale Vorgaben für die Ausübung von Sanktionen gegen Desinformation auferlegt werden. Auf (relativ) konkrete inhaltliche Vorgaben sollte aber weitgehend verzichtet werden, um das privatrechtliche Sanktionsregime nicht wiederum staatlicherseits vorzuprägen.

Die kommunikationswissenschaftliche Unterteilung von Desinformation in sieben Typen kann für die Auslegung gesetzlicher Vorschriften zur Einhaltung journalistischer Sorgfaltspflichten fruchtbar gemacht werden: Ungenaue Berichterstattung stellt in der Regel noch keinen Verstoß dar, während ab einer Verbreitung unabsichtlich irreführender Inhalte ein Verstoß indiziert ist. Im Falle absichtlicher Falschinformation dürften die Beurteilungsspielräume der Aufsichtsinstanzen regelmäßig auf Null reduziert sein.

Aus der rechtlichen Betrachtung der einzelnen Typen von Desinformation ergeben sich im Einzelnen folgende Handlungsempfehlungen an den Gesetzgeber:

- Die Transparenz der Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle im Sinne des § 19 Abs. 3 S. 1 MStV ist durch gesetzliche Pflichten zu erhöhen. Die Selbstkontrollenrichtungen müssen die ihrer Kontrolle unterliegenden Anbieter in geeigneter Weise offenlegen. Zugleich sind die Anbieter journalistisch-redaktionell gestalteter Telemedienangebote im Sinne des § 19 Abs. 1 MStV zu verpflichten, die für sie zuständige Aufsichtsinstanz im Impressum zu benennen.
- Durch eine Ergänzung der Anerkennungsanforderungen in § 19 Abs. 4 MStV sollte den Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle aufgegeben werden, ihre Mitglieder zur Veröffentlichung von Rügen nach dem Vorbild der Selbstkontrolle des Deutschen Presserates zu verpflichten.
- Der Einsatz präventiver oder repressiver Instrumente durch Intermediäre mit herausgehobener Bedeutung sollte gesetzlich näher geregelt werden. Der Gesetzgeber sollte den Intermediären strukturelle und prozedurale Vorgaben für die Entscheidung im Einzelfall aufgeben. Die Medienanstalten sollten mit der Überwachung der Einhaltung dieser Regeln beauftragt werden.
- Der Gesetzgeber sollte Kennzeichnungspflichten für entgeltliche politische Werbung in Sozialen Netzwerken einführen; die Kennzeichnung soll auch erhalten bleiben, wenn der Inhalt von Nutzern geteilt wird. Im Falle von Microtargeting könnte der Gesetzgeber zusätzlich vorschreiben, dass den Nutzern Umstand und Grund für die Adressierung der Werbung anzuzeigen sind.
- Politischen Parteien sollte der Einsatz von Social Bots untersagt werden. Soziale Netzwerke sollten durch eine Ergänzung des § 93 Abs. 4 MStV zur Überwachung dieser Maßgabe verpflichtet werden.
- Der Gesetzgeber sollte die Betreiber von Medienintermediären gesetzlich verpflichten, einen Inhalt binnen 24 Stunden nach Erhalt einer Beschwerde zu löschen oder zu sperren, welcher die Rechte journalistisch-redaktionell gestalteter Angebote in offensichtlicher Weise verletzt und dadurch geeignet ist, die Nutzer über die tatsächliche Herkunft des Inhalts in die Irre zu führen.

- Um sämtliche (pseudo-)journalistische Formate erfassen zu können, sollte in § 19 Abs. 1 S. 2 MStV auf die Voraussetzung einer geschäftsmäßigen Erbringung verzichtet werden. Stattdessen sollte die Vorschrift für alle auf Dauer angelegten Angebote gelten.
- Nach dem Vorbild des § 53 Abs. 3 MStV sollte inländischen wie ausländischen staatlichen Stellen auch das Anbieten journalistisch-redaktioneller Telemedien untersagt werden. Für inländische staatliche Stellen sollte ergänzt werden, dass solche Telemedienangebote zulässig sind, die der Information der Öffentlichkeit über relevante Vorgänge aus dem Aufgabenbereich einer staatlichen Stelle dienen.
- Der Gesetzgeber sollte die Impressumspflichten für Rundfunkveranstalter, Presseverleger und Anbieter journalistisch-redaktionell gestalteter Telemedien erweitern. Die Anbieter sollten darin ihren wirtschaftlichen Eigentümer und ggf. weitere Anteilseigner mit besonderem Einflusspotenzial hinsichtlich der Angebotsgestaltung offenlegen.
- Inländischen wie ausländischen staatlichen Stellen sollte der Einsatz von Social Bots untersagt werden. Soziale Netzwerke sollten durch eine Ergänzung des § 93 Abs. 4 MStV zur Überwachung dieser Maßgabe verpflichtet werden.
- Allgemeine Faktencheck-Institutionen wie die EU East StratCom Task Force sollten staatsfern ausgestaltet werden.

Schlussbemerkung

Ein wesentlicher Bestandteil der Antwort auf Desinformation ist die Vielfalt und Erreichbarkeit von hochwertiger Information sowie die in der Bevölkerung weit verbreitete Kompetenz, beides voneinander unterscheiden zu können. Um erste Schritte auf dem Weg zur Informationsintegrität zu erreichen, sind aus unserer Sicht besonders die folgenden Aspekte zu betonen:

- Es existiert derzeit keine öffentlich zugängliche Liste der Medien, die den Pressekodex oder vergleichbare anerkannte Regelungen unterzeichnet haben und Sanktionen der Freiwilligen Selbstkontrolle wie das Abdrucken von Richtigstellungen implementieren. Damit fehlt Bürgern eine wichtige Möglichkeit, um die Qualität von Nachrichtenmedien zu prüfen und eventuell auch Verstöße zu melden. Mehr Transparenz kann hier zur Disziplinierung von Medien beitragen und die Verbreitung von Desinformation nachhaltig verringern.
- Auch bei den Intermediären ist es derzeit weder möglich, die Verbreitung von Desinformation auf ihren Plattformen zu messen, noch die Effektivität und Genauigkeit der Maßnahmen der Betreiber zur Eindämmung der Desinformation zu beurteilen. Dies liegt nicht zuletzt an der Weigerung der Betreiber zur Offenlegung von Daten gegenüber Regulierern und der Wissenschaft. Überdies ist so nicht ersichtlich, wie die Abwägung zwischen der Bekämpfung von Desinformation und der überragenden Bedeutung der Meinungsfreiheit vorgenommen wird. Gesetzliche Regelungen sollten hier das Potenzial der Intermediäre zur Beeinflussung des Meinungsbildungsprozesses in geordnete Bahnen lenken.
- Transparenz ist auch im Zusammenhang mit Microtargeting in Sozialen Netzwerken elementar: Wenn einzelne Nutzer wiederholt mit derselben oder ähnlichen Desinformation in Berührung kommen, ohne dass eine korrigierende Diskussion in der breiten (und eben nicht vom Absender adressierten) Öffentlichkeit stattfinden kann, erhöht sich die Wirksamkeit der Desinformation beträchtlich. Hinzu kommt, dass durch immer besser werdende KI-Methoden die Inhalte immer passgenauer auf den einzelnen Nutzer zugeschnitten werden können, was ihre Wirksamkeit zusätzlich erhöht. Die fortschreitende technische Entwicklung in diesem Bereich verlangt nach einer engmaschigen Beobachtung durch Wissenschaft, Regulierer und Gesetzgeber.

In gravierenden Fällen von Desinformation mag es dagegen nicht ausreichend erscheinen, allein auf Informationsintegrität zu setzen. Hier können drastischere Reaktionen angezeigt und gerechtfertigt sein, besonders wenn es um die Unterbindung von koordiniertem unauthentischen Verhalten geht. Das gezielte Verbot bestimmter Inhalte muss dabei aber die gut begründete Ausnahme bleiben: Vielmehr ist durch strukturelle Leitplanken sowie durch positive Anreize ein vitaler Meinungsbildungsprozess anzustreben und zu gewährleisten.