

Call for Papers

Medien und Wahrheit

Medienethische Perspektiven auf „Fake News“, Künstliche Intelligenz und Agenda-Setting durch Algorithmen

Jahrestagung der Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik in der DGPuK zusammen mit dem Netzwerk Medienethik und in Kooperation mit der Akademie für politische Bildung, Tutzing

Termin: Donnerstag, 20. Februar bis Freitag, 21. Februar 2020
Veranstaltungsort: Hochschule für Philosophie, Kaulbachstr. 31, 80539 München
Vorbereitungsteam: Alexander Filipovic, Nina Köberer, Marlis Prinzing, Christian Schicha, Michael Schröder, Saskia Sell, Ingrid Stapf
Internet: <https://www.netzwerk-medienethik.de/jahrestagung/tagung2020/>
und #KME20

Einreichung bis 1. Oktober 2019

Thema

Die Auseinandersetzung mit Wahrheit stellt in der Philosophie ein zentrales Thema dar. Aus Wahrheit resultieren Verlässlichkeit und Vertrauen. Die Lüge hingegen ist zugleich Regelverstoß und Fehlverhalten. Sie wird mit Niedertracht oder Verrat assoziiert. Ehrlichkeit oder Wahrhaftigkeit gelten als Tugenden, die angestrebt werden sollen – auch im medialen Diskurs. Von Journalisten und Journalistinnen wird in freiheitlich-demokratischen Systemen erwartet, dass sie wahrheitsgemäß und unabhängig berichten, gründlich recherchieren, ihre Quellen sorgfältig prüfen sowie gesellschaftlich relevante Sachverhalte aufzeigen, einordnen und angemessen bewerten. Journalistische Medien können so ihrer Kritik- und Kontrollfunktion nachkommen und Distanz gegenüber Politik und Wirtschaft wahren. Hierzu erhalten sie in der Bundesrepublik verfassungsrechtlich garantierte Freiheiten, die als Medienfreiheiten in Ergänzung zum Jedermannsrecht der Meinungs- und Informationsfreiheit im Grundgesetz verankert sind. Die Wahrheitsnorm gilt auch der journalistischen Berufsethik als „oberstes Gebot“ (Deutscher Presserat 2017, Ziffer 1 Pressekodex). Sie ist allgemein ein „leitender Wertbegriff, der das menschliche Zusammenleben regelt“ (Hamburger 1979).

Im Rahmen dieser Tagung wollen wir uns mit der Wahrheitsnorm über die Analyse ihrer Gegenspieler auseinandersetzen: Täuschung und Irreführung, Fälschung oder gezielte Streuung von Desinformation, Übertreibungen, unangemessene Skandalisierung, aber auch Fehler und Lückenhaftigkeit in publizierten Medienbeiträgen. Dabei erweitern wir auch den Gegenstandsbereich. Neben der Untersuchung journalistischer Publikationen, für die die Wahrheitsnorm in besonderem Maße handlungsleitend ist, nehmen wir Formen strategisch-politischer Kommunikation sowie Individualpublikationen über Social-Media-Kanäle in den Blick.

Im Vordergrund steht die Untersuchung der „Fake-News“-Problematik. Ähnlich wie sein deutschsprachiges Äquivalent, der Kampfbegriff „Lügenpresse“, wird der Begriff „Fake News“ auch strategisch genutzt, um unliebsame Medien zu diskreditieren und ein politisches Klima herzustellen, in denen Einschränkungen der Medienfreiheiten wieder denkbar, Forderungen danach auch in Demokratien wieder sagbar werden. Insbesondere Akteure aus dem rechtsnationalen politischen Spektrum verwenden ihn, um die Glaubwürdigkeit ihrer politischen Ideologie entgegenstehender Berichterstattung zu schwächen. Eine Wissenschaft, die seit Lippmann (1949/2018) um die Macht einfacher Sprachbilder wie dieser im öffentlichen Diskurs weiß, kann jedoch in ihrer analytischen Auseinandersetzung mit Fehlern, Fälschungen oder gezielt gestreuten Desinformationen klar und differenziert vorgehen.

An den Journalismus werden mit Blick auf Faktizität, Sorgfalt und Wahrhaftigkeit andere Anforderungen gestellt, als an strategisch-politische Kommunikationskampagnen, an digitale Stammtische und Gerüchteküchen oder an meinungsstark kommentierende Individualpublikationen. Diese Abgrenzung verschiedener Formen öffentlicher Kommunikation verschwimmt unter dem Dach des „Fake News“-Begriffs, der in unterschiedlichen Zusammenhängen mal für unliebsame Medieninhalte, mal für tatsächlich falsche journalistische, oder aber für nicht-journalistische Veröffentlichungen verwendet wird. Das Spektrum reicht von der Bezeichnung missverstandener Satiremeldungen über Kritik an erfundenen Inhalten, an falschen Tatsachenbehauptungen, an Übertreibungen, publizierten Teilwahrheiten, Verschwörungstheorien und Gerüchten bis hin zu Mobbing und gezielter Rufschädigung. Als „Fake News“ werden auch Meldungen bezeichnet, die bewusst aus dem Zusammenhang gerissen werden und dadurch irreführend sind. Derartige Täuschungen durch Dekontextualisierung werden ebenso in den begrifflichen Rahmen eingeschlossen, wie die Manipulation wahrer Informationen in Form von falschen Bildern oder erfundenen Inhalten. Auf der anderen Seite werden Inhalte, hinter denen nachvollziehbare wissenschaftliche Evidenz steht, als „Fake News“ diskreditiert. Prominentes Beispiel ist die Instrumentalisierung des Begriffs durch Gegner der globalen Klimapolitik, deren Ziel es ist, den menschlichen Einfluss auf den Klimawandel zu leugnen. Auch diese Art der Instrumentalisierung des Begriffs „Fake News“ ruft nach kritischer, wissenschaftlicher Auseinandersetzung. Die Problematik und ihr zugrundeliegende Phänomene sind dabei nicht neu. Der Stein, der mit der derzeitigen „Fake-News“-Debatte ins Rollen gekommen ist, ist, wie schon der *Great Moon Hoax* von 1835 zeigt, historisch beladen. Historische und aktuelle Beispiele verweisen auf eine Vielfalt an Erscheinungsformen und die Notwendigkeit, diese zu analysieren.

Die Tagung möchte „Fake News“ medienethisch breit beleuchten. Das betrifft auch die Frage, ob die verschiedenen Phänomene unvollständiger Darstellung, Fälschung, Lügen und Desinformation überhaupt zusammengenommen als „Fake News“ bezeichnet werden sollten, oder wie ein übergeordneter Begriff definiert werden müsste, um ihn im Kontext ethischer Prinzipien wie Freiheit und Verantwortung, Wahrheit und Lüge, Selbstbestimmung und Fremdbestimmung einordnen und für freiheitlich-demokratische Medienordnungen reflektieren zu können.

Damit verbunden ist die Frage, inwieweit der Medienwandel Risiken aber auch Chancen für den Umgang mit „Fake News“ bietet. Der Informationsaustausch ist im Netz dichter und vielfältiger geworden. Gerüchte und Stammtischparolen können je nach Plattformlogik direkt neben journalistischer Berichterstattung erscheinen. Nicht immer ist nachvollziehbar, von wem welche Inhalte im netzöffentlichen Raum stammen und welche Absichten durch das Publizieren verfolgt werden. Es ist für jede(n) einfach und kostengünstig, Inhalte aller Art über zahlreiche digitale Kanäle unabhängig vom Wahrheitsgehalt der Äußerungen zu verbreiten. Die Demokratisierung der Öffentlichkeit erfolgt mit positiven Resultaten wie einer gestiegenen Vielfalt an Publikationen, einem breiteren Meinungsspektrum und einer breiteren Beteiligung am öffentlichen Diskurs, aber auch mit damit verbundenen ethischen Problemlagen, die wir in den Blick nehmen wollen.

Traditionell journalistische Selbstkontrollinstanzen wie der Deutsche Presserat sind allein aufgrund der Masse nicht in der Lage, alle problematischen Publikationen zu dokumentieren und zu bewerten. Hinzu kommt eine hohe Affinität der Mediennutzer, gerade die Inhalte besonders aufmerksam zu rezipieren, die überraschend spannend, skurril, unterhaltsam, provokativ oder, unabhängig vom Wahrheitsgehalt, passend zur eigenen politischen Einstellung und zum eigenen Weltbild sind. Für Publikationsplattformen und soziale Netzwerke sind auch häufig abgerufene Falschnachrichten ein gutes Geschäft. Beiträge, die z.B. bei Facebook zahlreich geteilt werden, erzeugen Reichweite und Werbeeinnahmen. Wie leicht Falschinformationen zu enttarnen sind, spielt für ihre Verbreitung höchstens eine Nebenrolle. Auch absurde Lügengeschichten können Millionen Nutzer erreichen.

Spezialisierte Suchmaschinen wie www.hoaxsearch.com, die sich auf Falschmeldungen im Internet spezialisiert haben, leisten dagegen wertvolle Aufklärungsarbeit. Die Prüfung der Seriosität der angegebenen Quellen und die eigene Recherche des Themas stellen einen konstruktiven Ansatz dar. Daneben sind zahlreiche weitere Initiativen entstanden, die sich professionell mit der Erkennung und Bearbeitung von „Fake News“ beschäftigen. Journalistinnen und Journalisten haben Projekte aufgenommen, in denen recherchieerfahrende Berichtersteller Medienmeldungen auf ihren Wahrheitsgehalt prüfen. Dazu gehören u.a. die ARD-Tagesschau-*Faktenfinder*, die seit April 2017 tätig sind und ein Team des Bayerischen Rundfunks, das einen Monat später die Arbeit aufgenommen hat. Sie reißen sich ein in die Tradition klassischer Fact-Checker aus dem englischsprachigen Raum – wie beispielsweise *Snopes.com*, die bereits seit 1994 im Internet aktiv sind. Auch private Medienkonzerne wie Axel Springer, Bauer Media Group, Gruner & Jahr, Funke und Burda haben eine Initiative gegründet, bei der es um den Wert der Glaubwürdigkeit und Ausgewogenheit journalistischer Medien sowie die Bedeutung von Vertrauen für die erfolgreiche Markenführung geht. Lügen und Desinformation sollen also im medienöffentlichen Raum erkannt, benannt und bekämpft werden, was für die Medien- und Kommunikationsethik spannende Fragen aufwirft.

Die Tagung wird anhand verschiedener Themenkomplexen und Fallbeispiele die erkenntnistheoretische Frage nach Wahrheit stellen, die medienethischen Forderung nach Wahrheit und Sorgfalt im Journalismus reflektieren, aber auch Unterhaltungsformen und Social-Media-Veröffentlichungen nicht-journalistischer Akteure mit Blick auf die Wahrheitsnorm analysieren. Differenzierungen werden vorgenommen in Bezug auf Text vs. Bild, Realität vs. Fiktion, klassische Massenmedien vs. Individualmedien, strategische Instrumentalisierung und Propaganda vs. wahrheitsorientierte Kommunikation sowie medienethische Normen vs. Praktiken.

Abstracts können zu folgenden Panels eingereicht werden:

- 1) Theoretische Auseinandersetzungen zu Fragen von Wahrheit, Wahrhaftigkeit, Lügen und Täuschung mit Blick auf Medien
- 2) Empirische Untersuchungen und Fallbeispiele mit Blick auf Desinformationen und den „Fake-News“-Diskurs
- 3) Technische Entwicklungen und Innovationen der Herstellung, aber auch Bekämpfung von Desinformation und die Bedeutung von Algorithmen und KI in diesen Prozessen
- 4) Aktuelle Fragen und Herausforderungen der Medienregulierung, journalistischer Professionsethik und journalistischer Praxis im Umgang mit Fälschungen und Desinformationen, unter Berücksichtigung von Good- oder Best-Practice-Beispielen

5) Intermediale und internationale Differenzierungen: Formatbezogene, mediale und kulturelle Unterschiede sowie "Grenzfälle"

6) Fragen der Medienbildung, Medienkompetenz und die Rolle zivilgesellschaftlicher Initiativen zur Verbesserung des öffentlichen kommunikativen Austauschs innerhalb der Gesellschaft

Hinweis zum Prozedere, Review und Einreichungsschluss

Aussagekräftige *Extended Abstracts* (zwischen 4.000 und 6.000 Zeichen – inklusive eines Literaturverzeichnisses) mit konkretem Bezug zum Thema der diesjährigen Tagung werden bis zum 1. Oktober 2019 an die folgenden Adressen erbeten:

marlis.prinzing@das-rote-sofa.de und koeberer@nlq.nibis.de

Die Abstracts sind durch das Entfernen aller die Autor*innen identifizierenden Angaben aus Text und Dokumenteneinstellungen zu anonymisieren.

Das Review wird als qualitatives Feedbackverfahren von Mitgliedern der Fachgruppe und vom Organisationsteam durchgeführt. Die Ergebnisse des anonymen Begutachtungsverfahrens werden im Dezember 2019 bekannt gegeben. Es ist geplant, ausgewählte Beiträge der Jahrestagung zu veröffentlichen. Ein Beitrag auf der Tagung führt nicht automatisch zu einer Veröffentlichung im geplanten Band.

Wir freuen uns auf Ihre Einreichungen!

Kontakt Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik

<http://www.dgpuk.de/fachgruppenad-hoc-gruppen/kommunikations-und-medienethik/>

Erste Sprecherin

Prof. Dr. Marlis Prinzing
Hochschule Macromedia
Journalistik

Brüderstrasse 17
50667 Köln
marlis.prinzing@das-rote-sofa.de
<http://www.marlisprinzing.de>
Tel. + 49 170 540 1575

Zweite Sprecherin

Dr. Nina Köberer
Niedersächsisches Landesinstitut für
schulische Qualitätsentwicklung,
Fachbereich 35 Medienbildung
Richthofenstr. 29
31137 Hildesheim
koeberer@nlq.nibis.de
<http://medienbildung.nibis.de>
Tel. +49 5121 1695-424