

Digitalisierung

und die Zukunft von Demokratie und Teilhabe in der Informationsgesellschaft

Kurzbericht zu einem gemeinsamen Symposium des Japanisch-Deutschen Zentrums Berlin (JDZB) und der Japan Foundation/Japanisches Kulturinstitut Köln am Dienstag, den 6. Februar 2018 im JDZB

von Monika ERMERT (Journalistin)



Fake News sind nicht das Hauptproblem

Die „Twitter-Revolution“ ist abgelöst vom „Twitter-Präsidenten“ und die Idee von der demokratisierenden Kraft des Internets scheint überholt. Fake News und die Manipulation von Wählern rufen Gesetzgeber auf den Plan und zugleich wird mancherorts gerüstet für die Möglichkeit, ganze Bevölkerungen im besten Big Brother Stil zu überwachen. Bei einer gemeinsamen Tagung des Japanisch-Deutschen Zentrums Berlin, der Japan Foundation/des Japanischen Kulturinstituts Köln diskutierten Wissenschaftler*innen, Journalisten und Wirtschaft Ursachen, Auswirkungen und mögliche Antworten.

Belastbare Zahlen zum heiß diskutierten Phänomen der Fake News will eine Studie der Stiftung Neue Verantwortung liefern. Fake News, zu unterscheiden von journalistischen Fehlern, reichten demnach im deutschen Wahlkampf an die Reichweite „harter News“ nicht heran. Knapp 50.000 Mal wurde die Falschmeldung zur angeblich mangelnden Schulbildung von Flüchtlingen über die Onlineseiten deutscher Zeitungen geteilt. Zum Vergleich: Zum zentralen Kanzler TV Duell stellten die Forscher der Stiftung Neue Verantwortung ein „*total engagement*“ von 1,6 Millionen fest.



Ursache der geringen Reichweite von Fake News ist laut Dr. Stefan HEUMANN, Vorstandsmitglied der Stiftung, aktuell vor allem das Mediensystem. Eine geringere Nutzung sozialer Medien und eine beträchtliche – gesunde? – Skepsis gegenüber Facebook und Twitter sind dabei ebenso entscheidend wie die Tatsache, dass deutsche Bürger*innen nach wie vor ein relativ hohes Vertrauen in die klassischen Medien, etwa die öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten haben.

Für HEUMANN bedeutet das aber keineswegs Entwarnung. Die aufgeregte Fake News Debatte muss seiner Meinung nach vielmehr der Erforschung der tieferen Ursachen weichen. Dazu gehört an erster Stelle eine Debatte darüber, wie Qualitätsmedien im digitalen Markt künftig finanziert werden können. Das gerade in Kraft getretene deutsche Netzwerkdurchsetzungsgesetz ist nach HEUMANN'S Ansicht die falsche Antwort, auch wenn über die Verantwortlichkeit von Social Media Plattformen ebenfalls neu nachgedacht werden müsse.



ŌNO Hirohito⁽¹⁾, ehemaliger Chefredakteur der Asahi Shimbun und einer der bekanntesten Kolumnisten Japans, unterstrich, dass die Fake News Debatte auch in Japan geführt werde. Journalistische Fehler, die von den Redaktionen richtiggestellt werden, sind – das bestätigte auch ŌNO – dabei keine Neuigkeit. „Fake News“ als Kampfbegriff gegen seine Zeitung scheint dagegen mehr und mehr in Mode zu kommen. „Mancher sagt, unsere Zeitung verbreite ausschließlich Fake News“, sagte ŌNO.

Den langjährigen Journalisten, der auch als Korrespondent und Bürochef seiner Zeitung in Jakarta, England und Frankreich tätig war, beschäftigt dabei gerade der von HEUMANN als zentrales Problem angesprochene Medienwandel. Trotz nach wie vor beeindruckender Zahlen – die Asahi Shimbun verkauft täglich sechs Millionen Zeitungen –, sinken die Auflagen kontinuierlich. Abgesehen von der künftigen Finanzierbarkeit professioneller journalistischer Arbeit stellt sich dabei für ŌNO die Frage: Wie funktioniert die Demokratie ohne Referenzmedien (*journal de référence*), über die sich die politische Öffentlichkeit über die wichtigen Fragen verständigt. An die Stelle der Referenzmedien, so sagt ŌNO, treten immer kleinteiligere Medien der persönlichen Präferenz (*journal de préférence*). Ist ein demokratischer Diskurs aus vielen Filterblasen heraus noch möglich? Eine Antwort auf die Herausforderungen des digitalen Medienwandels fehlt auch den japanischen Verlegern bislang noch, meint er.

Antworten auf Medienwandel und die Macht der digitalen Überwachung

Eine professionelle Antwort auf den Medienwandel gibt der japanische Verlag Uzabase⁽²⁾ mit NewsPick. Der Nachrichtendienst liefert seinen Abonnenten personalisierte Wirtschaftsnachrichten, teils selbst recherchiert, teils aus den wichtigen Wirtschaftsmedien der Welt lizenzierte Topnachrichten. NewsPick hat für sein „Präferenz Medium“ aktuell drei Millionen Abonnenten und wächst weiter, sagt SASAKI Norihiko, NewsPicks Chefredakteur.



SASAKI, der seinen Chefredakteursstuhl bis 2014 beim Onlineportal der Traditionszeitung Tōyō Keizai hatte, unterstreicht, dass es neue Player auf dem von den etablierten Verlagen dominierten japanischen Nachrichtenmarkt schwer haben. Zu wenig Pluralität im Medienmarkt und zu wenig Flexibilität beim Wechsel professioneller Journalisten von einem Verlag zum anderen sind aus seiner Sicht ein Problem für den Medienwandel – eines das übrigens auch der Sonderberichterstatter der Vereinten Nationen für Meinungsfreiheit, David KAYE, bei einem Japanbesuch kürzlich mahnend erwähnt hat.

SASAKI sieht in den neuen Playern und der neuen digitalen Wirtschaft insgesamt, im lebenslangen Lernen und allgemein den Werkzeugen der digitalen Gesellschaft von Blockchain Technologien über E-Voting bis zur Robotik Antworten auf die wichtigen Herausforderungen der alternden und globalisierten Gesellschaft.

Anmerkungen der Redaktion

1. Im Allgemeinen erscheinen die japanischen Eigennamen nach der dort üblichen Reihenfolge „FAMILIENNAME Vorname“. Die Transkription japanischer Namen und Wörter erfolgt nach der modifizierten Hepburn-Umschrift, bei der lange Vokale ein Makron (Längestrich) erhalten. Auch in Deutschland bekannte Namen und Wörter bilden hier keine Ausnahme.
2. Im Japanisch ist „Uzabase“ gleichlautend mit „user base“.

Andere zivilgesellschaftliche Antworten auf den Medien und den Wandel der digitalen Teilhabe insgesamt, forderte PADELUUN, Mitbegründer des Vereins DigitalCourage, Mitglied der Enquete-kommission Digitale Gesellschaft des 17. Deutschen Bundestages und deutscher Internetaktivist der ersten Stunde. PADELUUN, der nicht zuletzt aus Datenschutzgründen nur unter seinem Künstlernamen auftritt, verlangte eine Rückbesinnung auf die Möglichkeiten zur Dezentralisierung und Demokratisierung durch das Netz.



Haben im vergangenen Jahrzehnt die extreme Kommerzialisierung und Zentralisierung, auch durch Giganten wie Facebook oder Google, die ursprünglichen Möglichkeiten blockiert, Lösungen für die von SASAKI aufgelisteten Herausforderungen müssen von Gesellschaft und Politik gestaltet, anschließend in Normen, Standards und Gesetze gegossen werden. Erst dann dürfen die Techniker ran, so PADELUUNS Credo. Einen Anklang dafür gibt es zum Beispiel in dem inzwischen in europäischen Gesetzen verankerten Prinzip des „Privacy by Design“⁽³⁾ durchaus. Dessen Umsetzung lässt allerdings noch zu wünschen übrig.

So könnte Big Brother aussehen

Wie eine ultimative Big Brother Gesellschaft aussehen könnte, bei der alle Informationsströme vom zentralen Staat genutzt werden, um das Wohlergehen einer Gesellschaft zu erzwingen, illustrierte Dr. Mareike OHLBERG, Wissenschaftlerin am Mercator Institute for China Studies (MERICS). OHLBERG präsentierte einen Zwischenbericht zum Stand des von Chinas Regierung geförderten „Social Credit“-Systems.



Bis 2020 sollen auf der Basis mehrerer lokaler Pilotprojekte die Daten aus privaten und öffentlichen Datenbanken so vernetzt werden, dass daraus Scorewerte für den einzelnen Bürger berechnet werden können: Kreditwürdigkeit, Strafverhalten, aber auch sein generelles „Wohlergehen“ sollen in den Scorewert eingehen. Abgesehen von präventiven Maßnahmen des Staates gegen seine Kritiker könnte damit eine neue Klassen-Punkte-Gesellschaft entstehen. Kommt die totale

Überwachung, Big Brother in Reinform? Das ist noch nicht ganz ausgemacht, meint OHLBERG, denn hier und da gab es (noch) Widerstand gegen einzelne Schritte.

Medienkompetenz: Mehr als eine Floskel

„Informationen sind schnell, Wahrheit braucht Zeit“ unterstrich Internetaktivist PADELUUN in seinem Vortrag. Seit langer Zeit wird in Deutschland und auch in Japan unterstrichen, dass der kompetente Umgang mit den neuen Medien und den Geräten vom Computer bis Smartphone ein Ziel gestaltender Politik sein muss.

Ein Schlaglicht auf die Veränderungen im Nutzungsverhalten in Deutschland lieferte bei dem Symposium Lena-Sophie MÜLLER, Geschäftsführerin der Initiative D21. D21 ist eine 1999 auf Initiative des damaligen Bundeskanzlers Gerhard SCHRÖDER und großer IT Unternehmen gegründeten Branchennetzwerks. Seit über einem Jahrzehnt analysiert die Initiative die deutsche Informationsgesellschaft. In einer Umfrage werden dazu 20.500 deutsche Bürger über 14 zu ihren Internet-

3. „Privacy by Design“ bedeutet „Datenschutz durch Technik“ und soll sicherstellen, dass Datenschutz und Privatsphäre schon in der Entwicklung von Technik beachtet werden. (<https://digitalcourage.de/blog/2015/was-ist-privacy-design>)

nutzungsgewohnheiten befragt.



Laut der neuesten Ausgabe haben bei der Internetnutzung vor allem die über 50-jährigen stark aufgeholt (plus 5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr), nicht zuletzt, so MÜLLER, wohl auch durch leichter bedienbare Geräte wie Tablets oder Smartphones. Die Studie kommt auch zum Ergebnis, dass nach wie vor rund 25 Prozent der Bevölkerung „digital abseits“ stehen (minus 1 Prozent), 41 Prozent Durchschnitts-User (minus 2 Prozent) sind, und 34 Prozent zu den digitalen Pionieren gehören (plus 3 Prozent).

Einen massiven Anstieg der Nutzung von Smartphones und damit enorm gestiegene Nutzungsdauern unter japanischen Schülern konstatierte Professor FUJIKAWA Daisuke von der Universität Chiba. Mit dem Wechsel von bis 2012 vorrangig genutzten proprietären japanischen NTT Mobiltelefonen auf internetoffene Smartphones hat laut FUJIKAWA das Cybermobbing stark zugenommen. Für die proprietären Geräte hatten Regulierer nach negativen Erfahrungen Jugendschutzfilter vorgeschrieben.



Jetzt suchen Experten wie FUJIKAWA, der auch Mitglied eines Gremiums der japanischen Regierung zur Untersuchung eines Kinder- und Jugendschutz freundlichen Internets ist, nach neuen Lösungen. Die Jugendlichen da abholen, wo sie sind, etwa mit geeigneten Mangas oder Videoclips zum Thema Cybermobbing gehört dazu. Aber auch mit Hilfe von künstlicher Intelligenz (KI) soll das Nutzungsverhalten von Jugendlichen künftig besser analysiert werden, berichtet FUJIKAWA.

