

Politische Kommunikation im Wandel

Diskussion auf der Jahresveranstaltung des Mercator Science-Policy Fellowship- Programms

Zur Begrüßung der neuen Fellows fand Anfang November im Gästehaus der Goethe-Universität die Jahresveranstaltung des Mercator Science-Policy Fellowship-Programms statt. Nach den Grußworten seitens der Goethe-Universität und der Stiftung Mercator befasste sich das Podium mit dem Thema „Politische Kommunikation im Wandel“. Prof. Jens Steffek, Politikwissenschaftler an der TU Darmstadt und Moderator der Runde, wollte einleitend vom Podium wissen, wie Institutionen auf den Vorwurf der Fake News und auf gezielte Desinformationskampagnen reagieren, wie sie in verschiedenen Ländern seit einigen Jahren zu beobachten sind. Die Rolle der klassischen Kommunikatoren werde heute nicht mehr unhinterfragt akzeptiert, betonte Tanjev Schultz, Professor für Journalismus an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Schultz stellte die Rede von „Filterblasen“ infrage; er sehe durchaus auch noch eine Durchlässigkeit in der Kommunikation im Netz. „Es gibt heute sehr viele kompetente Mediennutzer, aber eben auch Wissensverweigerer“, so Schultz. Klaus Müller von der Verbraucherzentrale Bundesverband, ein neuer Fellow im Mercator-Programm, sieht seine Institution nach wie vor als privilegiert in der medialen Wahrnehmung an: „Die Verbraucherzentralen haben ein nutzwertorientiertes Image, quer durch alle Bevölkerungsgruppen.“ Müller sieht in der Beschleunigung der Medien eine große Herausforderung: Die abnehmende Qualität im Journalismus hänge auch mit dem Schwund an festen Redakteursstellen zusammen; zudem böten Facebook und Twitter eine oftmals verzerrte Auswahl von Informationen.

Relevanzkriterien von Information?

Ebenfalls zu den neuen Fellows gehört Annette Sévery vom Auswärtigen Amt, die darauf hinwies, dass die Medien durchaus Interesse hätten, wenn Ministerien und Institutionen über Kanäle wie Twitter „interessegeleitete Kommunikation“ offerierten. Die neue Echtzeitkommunikation lasse die Grenzen zwischen Inland und Ausland verschwinden; problematisch seien darüber vermittelte Bilder Europas, die in Entwicklungsländern einen verfälschten Eindruck hinterließen. Prof. Birgitta Wolff, Präsidentin der Goethe-Universität, gab zu bedenken, dass Kommunikation heute zu „einfach“, zu „kostenlos“ geworden sei; so seien schon Petitionen gegen Gesetze auf den Weg gebracht worden, die es gar nicht gegeben habe. Für eine Medienbildung seien auch die öffentlich-rechtlichen Medien verantwortlich; Bildung sollte nicht als „Herummäkeln“, sondern als grundlegende Kompetenz einer Kritikfähigkeit verstanden werden. Ein wichtiger Punkt in der Diskussion war schließlich die Frage, wie sich Informationen in den von US-amerikanischen Unternehmen dominierten Portalen und Suchmaschinen durchsetzen, was dabei die Relevanzkriterien sind. Die Gesellschaft sollte überlegen, ob bei heiklen Themen eine Offenlegung von Algorithmen ein probates Mittel sein könnte, um beispielsweise die Diskriminierung von Minderheiten zu verhindern. *df*

Insgesamt 29 Fellows – Führungskräfte aus Politik, Verwaltung, Zivilgesellschaft und Medien – bilden den dritten Jahrgang des **Mercator Science-Policy Fellowship-Programms**. Gemeinsam mit der Stiftung Mercator fördern die Rhein-Main-Universitäten den Brückenschlag zwischen Wissenschaft und „Entscheidungswelt“.

Mehr zum Programm unter

➤ www.uni-frankfurt.de/61510805/mercator_science-policy
