

Selbstverpflichtung zur Vermeidung von Desinformation bei Wahlkampagnen

Desinformation ist die fahrlässige oder vorsätzliche Verbreitung von Unwahrheiten und somit eine Gefahr für unsere Demokratie. Besonders gefährlich sind Desinformationskampagnen in Zeiten bevorstehender Wahlen.

Entsprechend dem Auftrag, Missstände und Fehlverhalten in der öffentlichen Kommunikation zu benennen bzw. Anleitungen zu korrektem Verhalten in der Kommunikation zu geben, hat der österreichische Ethik-Rat für Public Relations folgende Kriterien zur Selbstverpflichtung im aktiven Bemühen gegen Desinformation formuliert.

1

Anerkennung der Verantwortung

Das Ringen um Zuspruch in der Öffentlichkeit im Zuge einer Wahlkampagne hat große Auswirkungen auf den allgemeinen Diskurs in der Gesellschaft. Diese Kommunikationsmacht der an Wahlkampagnen Beteiligten bedingt, dass besonders hohe ethische Standards eingehalten werden. Der erste Schritt dabei ist die bewusste und explizite Anerkennung dieser Verantwortung und das Bewusstsein, die damit verbundene Kommunikationsmacht nicht zu missbrauchen.

2

Fairer Wettbewerb

Wer um Unterstützung für seine politischen Anliegen in der Bevölkerung wirbt, wirbt schlussendlich um die Legitimation durch die WählerInnen. Eine Legitimation, die wiederum auf Fakten basieren muss. Falsche Behauptungen, die dazu dienen die eigene Position zu stärken und politische Mitbewerber zu schädigen, verzerren den Wettbewerb und widersprechen den Grundsätzen unserer Demokratie. Somit müssen (selbstverfasste) Veröffentlichungen aus ausschließlich korrekten und jederzeit nachvollziehbaren Informationen bestehen. Alle Informationen und Argumentationen müssen gewissenhaft recherchiert und vor der Veröffentlichung auf Plausibilität überprüft worden sein. Außerdem muss für die RezipientInnen klar erkennbar sein, ob es sich bei einer Veröffentlichung um einen (Tatsachen-)Bericht oder um die Wiedergabe der eigenen politischen Meinung handelt.

3

Orientierung an Fakten

Veröffentlichungen Dritter, die auf Desinformation aufbauen, dürfen nicht genutzt werden, auch wenn sie beim Erreichen der eigenen Ziele behilflich sein könnten. Desinformationskampagnen leben von Reichweiten. Indem eine Falschmeldung verbreitet wird, werden auch Desinformationskampagnen unterstützt. Hierzu gehört auch die Pflicht, den öffentlichen Diskurs auf den eigenen Plattformen zu moderieren. Jede Partei/jeder Betreiber ist dafür verantwortlich, die betriebenen und genutzten Plattformen frei von Desinformation zu halten. Die Moderation sollte auf veröffentlichten Leitlinien basieren, welche für UserInnen nachvollziehbar sind. Mit einer derartigen, öffentlich kommunizierten Leitlinie können auch Vorwürfe der Zensur entkräftet werden.

4

Transparenz

Die politische Kommunikationsarbeit muss transparent gestaltet sein. Quellen müssen immer korrekt angeführt werden. Alle Argumente, Informationen und Behauptungen müssen überprüfbar und nachvollziehbar sein. Bei Verwendung von Statistiken und Daten ist ebenfalls eine lückenlose Quellenangabe erforderlich. Zitate sind zu kennzeichnen und dürfen nicht aus dem Zusammenhang gerissen werden. Der Transparenz-Grundsatz gilt auch für den Aufbau der Communities auf Social Media Plattformen. Abzulehnen ist es jedenfalls, gefälschte Profile („Fake Profile“) als Teil der Community auszugeben oder gefälschte Reaktionen („Fake Likes“, „Fake Kommentare“) als tatsächliches Community-Engagement auszuweisen.

5

Solidarität im Kampf gegen Desinformation

Gegen Desinformationskampagnen muss aktiv vorgegangen werden. Wer im Netz auf vermeintliche Falschaussagen trifft, sollte bei dem Verbreiter weitere Informationen, wie Quellennachweise oder den jeweiligen Autor, anfragen. Bestätigt sich die Vermutung, dass es sich hierbei um die absichtliche Verbreitung von Falschinformation handelt, muss dies sofort dem Plattformbetreiber gemeldet werden.

Grundlagen:

Die Grundlagen für die in dieser freiwilligen Selbstverpflichtung genannten Kriterien sind im Ehrenkodex des Public Relations Verbandes Austria und im Online-Kodex des PR-Ethik-Rats festgehalten. Zu finden sind diese Richtlinien unter www.prethikrat.at.

Der Österreichische PR-Ethik-Rat ist ein vom Public Relations-Verband Austria (PRVA) und dem Verein PR Quality Austria eingerichtetes Organ zur freiwilligen Selbstkontrolle der österreichischen PR-Branche auf Einhaltung ethischer Grundsätze in der Öffentlichkeitsarbeit. Dabei orientiert sich der PR-Ethik-Rat in seinen Bewertungen an den PR-Kodizes und Regelwerken der nationalen und internationalen Branchenverbände, medienrechtlichen Bestimmungen und volkswirtschaftlichen Grundprinzipien wie der Grundrechte-Charta der Europäischen Union und anderen Bestimmungen.

Herausgeber und Kontakt:

Österreichischer Ethik-Rat für Public Relations

Mail: office@prethikrat.at

Website: www.prethikrat.at