

Bericht über den Medientag 2017 der Universität Innsbruck

Der diesjährige Medientag an der Universität Innsbruck, welcher von den Innsbruck Media Studies in Zusammenarbeit mit der Moser Holding und der Austria Presse Agentur (APA) durchgeführt wurde, stand unter dem Motto »Talk with the Bots. Die Maschine versteht dich«. Die große Anzahl von interessierten Anwesenden war ein Hinweis darauf, dass dieses Thema von fachübergreifender Bedeutung ist.

Bei den Eröffnungsansprachen kamen Rektor Tilmann Märk und Theo Hug als Sprecher des Medienforums Innsbruck zu Wort, gefolgt von den Medienvertretern Hermann Petz von der Moser Holding und Clemens Pig von der Austria Presse Agentur.

Den Eröffnungsvortrag hielt Timo Kaerlein von der Universität Paderborn. Dabei führte er in das Thema ein, indem er zunächst kurz die Geschichte der Bots von der Theorie bei Alan Turing bis zu den aktuellen *social bots* streifte und dann zu seiner eigenen Definition von Bots überging: Ein Bot ist ein Computerprogramm, das bestimmte Aufgaben automatisch, also ohne menschliche Intervention, durchführen kann. Das Spektrum reicht von *Webcrawlern* und Bots, die Inhalte in Wikis pflegen, über Figuren in Computerspielen und *Chatbots* in der Kundenbetreuung bis zu Bots, die in *social media* Plattformen mit Menschen kommunizieren, indem sie Kommunikationsflüsse analysieren, interpretieren und darauf reagieren. Diese sind oft als *fake accounts* angelegt, die auch als *follower* käuflich zu erwerben sind und z.B. für Wahlkämpfe oder ähnliche Zwecke als *fame enhancer* fungieren. Dadurch ergeben sich auch Befürchtungen, dass Bots hauptsächlich zur massenweisen Verbreitung von Werbung, zur Propaganda oder für Lobbyismus verwendet werden können. Denn die öffentliche Meinung lässt sich durch hohe *follower*-Zahlen oder die Anzahl von *likes* einer Seite leicht beeinflussen. Allerdings fehlen derzeit noch empirische Belege für derartige Effekte. Kaerlein führte weiter aus, dass *social bots* ein Symptom des *social web* bzw. der darunterliegenden Plattformlogiken seien, da sich vor allem Aufmerksamkeitsökonomien sowie eine Orientierung an Performancemarkern gebildet hätten. Dies wird dadurch erleichtert, dass die sozialen Interaktionen im *social web* präformatiert und an enge Möglichkeiten gebunden sind. Im Sinne des Datenkapitalismus sind die Interaktionen zudem ökonomisierbar.

Auf den Eröffnungsvortrag folgten drei Impulsvorträge. Der erste stammte von Netaya Lotze (Münster) und beschäftigte sich aus sprachwissenschaftlicher Sicht mit Chatbots. Sie stellte dar, dass die Kommunikation mit Bots nicht wie zwischenmenschliche Kommunikation abläuft, sondern asymmetrisch ist. Bots haben kein »Weltwissen« (Habermas), kein soziales Handlungswissen, sie können in der Kommunikation nichts voraussetzen, keine Dialoge antizipieren, sondern bewegen sich in einer kondensierten Form von Alltagskommunikation. Bedingt durch die einfache Architektur der Chatbots können sie Dialoge nur unstrukturiert auswerten und reagieren daher zumeist nur auf Schlüsselworte. Interessant ist andererseits auch die Beobachtung, dass Menschen sich oft der Sprache der Maschine anpassen, die Dialoge werden banaler, bis hin zur Unhöflichkeit. Abschließend präsentierte Lotze noch einige Modelle zur Verbesserung von Bots etwa durch größere Sammlungen von Dialogtemplates, Sprechakt-Analysen oder semantischen Netze.

Im Vortrag von David Pichsenmeister (Wien), »Bots in our Everyday Communication«, ging es um die Möglichkeiten der automatisierten Kundenkommunikation mithilfe von Bots. Wir sehen uns heute vor allem über mobile Endgeräte mit dem Internet konfrontiert, was dazu geführt hat, dass Sprache als Eingabemedium immer wichtiger wird, und im Gegensatz zur Anfangszeit des Web werden Anfragen in Suchmaschinen immer häufiger in natürlicher Sprache gestellt anstatt in Schlagworten. Diese ist jedoch komplex, ihre strukturierte Darstellung ist für die Sinnerfassung nötig. Entsprechend müssen auch die Bots weiterentwickelt werden, sie werden z.B. mit *skills* und *canonical interfaces* ausgestattet, so können sie etwa einem Chatverlauf folgen. Anwendbar ist dies etwa für Messaging-Netzwerke oder im geschäftlichen Kontext, wenn statt herkömmlicher Newsletter Messaging-Kanäle eingesetzt oder ganze Bestellungen über einen Chatbot erledigt werden, der dann auch das passende Zubehör gleich mit vorschlägt.

Der dritte Impulsvortrag »Softwareroboter in der Informationsgesellschaft« von Oliver Bendel (Basel) beschäftigte sich mit den ethischen Aspekten des Einsatzes von Bots. Er erläuterte, dass viele der Vorteile der *social bots* auch gleichzeitig ihre Nachteile wären, etwa wenn statt Informationen bewusst oder unbewusst Fehlinformationen verbreitet werden, der Zuwachs an maschineller Autonomie zum Verlust der menschlichen Autonomie führt oder auch das Sammeln von Daten zu Kundendienstzwecken zu deren missbräuchlicher Verwendung führt. Bendel stellte dann einige Beispiele von experimentellen Bots vor, die von seinem Team entwickelt wurden und schloss mit der Überlegung, dass die Phänomene, die durch den Einsatz von Bots entstehen können, immer aus ethischen Gesichtspunkten überprüft werden müssten. Dies ist vor allem wichtig, weil die Maschinen, die wir bauen, je nach Verwendungszweck eine moralische Qualität in sich tragen, aber selbst kein Bewusstsein haben.

In der abschließenden Podiumsdiskussion kamen z.B. die Auswirkungen der Entwicklung von Bots für den Journalismus, die steigende Nachfrage nach Medienkompetenz bzw. Medienbewusstsein, das Potenzial der Beeinflussung der öffentlichen Meinung durch Bots, sowie Datenschutzprobleme durch Stimm- und Gesichtserkennung sowie den Quasi-Monopolstatus einiger weniger social media und Messaging-Dienste zur Sprache.

Beitrag von Ewald Strohmar-Mauler, BA