

Das Internet und die öffentliche Debatte: was hat sich verändert?

Protokoll der Eröffnungsveranstaltung der Gesprächsreihe vom 3. April 2024 über Medieneinfluss und Desinformation

Die Gesprächsreihe über Medieneinfluss und Desinformation zielt darauf ab, das kritische Bewusstsein der Bürgerinnen und Bürger für aktuelle Ereignisse zu schärfen. Sie wird von der EU im Rahmen von „GRACE“ gefördert, einem Projekt, das allen Bürgerinnen und Bürgern den Zugang zu künstlerischer Bildung ermöglichen will, und über das europäische Programm „Interreg Großregion 2021-2027“ kofinanziert wird. Diese Reihe verfolgt zwei Ziele: ein besseres Verständnis der im Wandel befindlichen Praktiken der Verbreitung und des Flusses von Information im Internet sowie die Sensibilisierung für Mechanismen der Meinungsbildung in und durch digitale Medien.

Zwischen 2024 und 2026 werden die Universität Lothringen (CREM - Céline Ségur und Laurence Corroy) und die Universität Luxemburg (C²DH - Valérie Schafer) 6 Gesprächsrunden in der Großregion veranstalten, an denen jeweils ein(e) Forscher(in) aus den Sozial- und Geisteswissenschaften, ein(e) Journalist(in) und ein(e) auf das Thema spezialisierte(r) Moderator(in) teilnehmen werden. In jeder Gesprächsrunde wird der Einfluss der Medien unter einem anderen Aspekt beleuchtet.

Am 3. April 2024 veranstaltete das Forschungszentrum Recherches sur les Médiations (CREM) der Universität Lothringen, das *Centre for Contemporary and Digital History* der Universität Luxemburg und die Stadt Metz die erste Gesprächsrunde der Reihe mit folgenden Moderatorinnen:

- **Laurence Corroy** (Universität Lothringen): Forschungsprofessorin für Informations- und Kommunikationswissenschaften.
- **Céline Ségur** (Universität Lothringen): Dozentin für Informations- und Kommunikationswissenschaften.
- **Valérie Schafer** (Universität Luxemburg): Professorin für zeitgenössische europäische Geschichte.



INHALT

EINFÜHRUNG	3
BEITRAG VON ROMAIN BADOUARD ZUM THEMA DER ÖFFENTLICHEN DEBATTE AUS SOZIALWISSENSCHAFTLICHER PERSPEKTIVE	4
INTERNET: EIN OFFENES UND DEZENTRALES NETZWERK, DAS SICH JEDLICHER KONTROLLE ENTZIEHT.....	4
ZUNEHMEND VERBALE GEWALT IN ONLINE-DEBATTEN.....	5
DESINFORMATION, EIN POLITISCHES UND WIRTSCHAFTLICHES PHÄNOMEN, DAS IMMER GRÖßERE AUSMAß ANNIMMT	8
EINE REZENTRALISIERUNG DES WEB, IN DEM DIE ÖFFENTLICHE DEBATTE HAUPTSÄCHLICH STATT FINDET	10
ZUSAMMENFASSUNG DER DISKUSSION MIT ANNAÏG HAUTE ÜBER DIE THEMATIK DER ÖFFENTLICHEN DEBATTE IN DEN MEDIEN	11
DIE KOMPLEMENTARITÄT VON RADIO UND INTERNET IM DIGITALEN ZEITALTER	12
GEWALT: DIE WAHL ZWISCHEN KONTROLLE UND MEINUNGSFREIHEIT.....	12



Einführung

„Internet und die öffentliche Debatte: was hat sich geändert?“ So lautete das Thema der ersten Gesprächsrunde über Medieneinfluss und Desinformation, die am 3. April 2024 im Rahmen des Programms Interreg 2021-2027 stattfand. Das Projekt GRACE (INTGR0100011), in dessen Rahmen diese Reihe organisiert wird, widmet sich dem generellen Zugang zu künstlerischer Bildung für alle Bürgerinnen und Bürger der Großregion und legt den Schwerpunkt auf Medienerziehung und die Nutzung digitaler Werkzeuge als Bestandteil künstlerischer Bildung. Die zentrale Bedeutung dieser Fragen auf akademischer, gesellschaftlicher und politischer Ebene wurde von Patrick Thil (Stadt Metz), Angeliki Monnier und Carole Bisenius-Penin (CREM, Universität Lothringen) erläutert und kontextualisiert. Sie erwiesen uns die Ehre, diese Gesprächsreihe zu eröffnen.

Im Mittelpunkt der in der Großregion von der Universität Lothringen (CREM - Céline Ségur und Laurence Corroy) und der Universität Luxemburg (C²DH - Valérie Schafer) organisierten Reihe steht der Dialog zwischen Wissenschaftlern, Medienfachleuten und Bürgern über solch komplexe Themen, um das Digitale, seine Nutzung, die Inhalte und Infrastrukturen, die es tragen, sowie die dahinter stehende Wirtschaft und die Medien- und Digitalkulturen besser zu entschlüsseln.

Ziel dieser ersten Begegnung war es, die Modalitäten der öffentlichen Debatte im Internet besser zu verstehen, insbesondere unter Berücksichtigung der Entwicklungen, die diese Debatte von Foren oder Websites zu sozialen Netzwerken verlagert haben. Romain Badouard, Dozent für Informations- und Kommunikationswissenschaften an der Universität Paris-Panthéon-Assas, und Annaïg Haute, Chefredakteurin von Radio France Bleu Lorraine, wurden eingeladen, um über die Produktion und Rezeption von Informationen sowie über die Praktiken der öffentlichen Debatte (Verbreitung, Partizipation, Auswahl und Regulierung) zu reflektieren. Darüber hinaus wurde die Rolle der Medien und der IT-Fachwelt in diesem sich ständig wandelnden und neu konfigurierten Ökosystem erörtert.

So besprach und analysierte Romain Badouard, Experte für Fragen über den Zusammenhang zwischen dem Informationsfluss im Internet und der Entstehung öffentlicher Debatten sowie Autor mehrerer Forschungsarbeiten zu diesem Thema, darunter *Le désenchantement de l'internet, Désinformation, rumeur, propagande* (2017, FYP éditions) und *Les nouvelles lois du web, Modération et censure* (2020, Le Seuil), mehrere zentrale Aspekte zum besseren Verständnis dieser Themen, insbesondere Fragen zu Moderation, Anonymität und Pseudonymität, zu Emotionen und Communities, zu Aufmerksamkeitsökonomie sowie zur Rolle der Infrastrukturen und Plattformen im Rahmen der Modalitäten der Online-Debatte. Annaïg Haute ergänzte das Thema durch eine ganz andere Sichtweise, indem sie die konkrete Informationsproduktion beleuchtete, die Herausforderungen der Informationsüberprüfung darlegte und die Kommunikationsmechanismen bei Radio France Bleu Lorraine erläuterte - von der Website bis zu den sozialen Netzwerken, von der Unterhaltung einer Hörergemeinde über die Leserschaft von Online-Inhalten bis hin zur Wahl der Kommunikationskanäle.

Beitrag von Romain Badouard zum Thema der öffentlichen Debatte aus sozialwissenschaftlicher Perspektive



-Romain BADOUARD-

Dozent für Informations- und Kommunikationswissenschaften an der Universität Paris-Panthéon-Assas (CARISM), Spezialist für Fragen über den Zusammenhang zwischen der Online-Verbreitung von Informationen und der Entstehung öffentlicher Debatten.

In den letzten Jahren macht sich das Gefühl einer zunehmenden Desillusionierung und Ernüchterung hinsichtlich der Rolle des Internets in der öffentlichen Debatte breit. Als sich das Internet in den 1990er Jahren in der Öffentlichkeit durchgesetzt hatte, wurde es eher als Instrument im Dienste der Demokratie, der Meinungsfreiheit und der Emanzipation der Bürger wahrgenommen. Seit etwa zehn Jahren jedoch wird die Rolle des Internets in der Demokratie häufig im Zusammenhang mit dem Vorwurf von Desinformation, Hassreden oder Cybermobbing thematisiert, was diese Ernüchterung noch verstärkt. Vor gut zehn Jahren wurde die Rolle des Internets als Emanzipationsfaktor gefeiert. Aus sozialwissenschaftlicher Perspektive wird jedoch schnell klar, dass die Hoffnungen in die demokratische Rolle des Internets sowie die Grenzen des Internets gewissermaßen zwei Seiten einer Medaille sind. Das Internet als Technologie ist an sich weder gut noch schlecht. Dennoch handelt es sich um ein Kommunikationsnetzwerk, das seine Besonderheiten in die öffentliche Debatte einbringt und diese auf eine Weise beeinflusst, die seinen spezifischen Merkmalen entspricht. Betrachtet man das Internet als Kommunikationsnetzwerk, zeichnen sich zwei Hauptmerkmale ab: zum einen handelt es sich um ein offenes Netzwerk und zum anderen um ein dezentrales Netzwerk.

Internet: ein offenes und dezentrales Netzwerk, das sich jeglicher Kontrolle entzieht

Das Internet ist ein offenes Netzwerk, weil man sich problemlos darin anmelden kann. Ein Smartphone, ein Tablet, ein PC und eine WLAN-Verbindung reichen aus, um auf das Netzwerk und die dort enthaltenen Informationen zuzugreifen oder selbst Informationen zu erzeugen und zu verbreiten. Diese Zugänglichkeit und die Leichtigkeit, mit der ein Publikum erreicht und Informationen öffentlich gemacht werden können, ist in der Mediengeschichte nahezu einzigartig. Die Idee der Demokratisierung der öffentlichen Debatte, den Stimmlosen eine Stimme geben zu können, wurde als demokratische Tugend des Internet angepriesen. Die Kehrseite ist jedoch: Wenn man eine Debatte anstößt, dann für alle. Sie steht also auch rückwärtsgewandten, potenziell hasserfüllten Stimmen offen, Stimmen, die man nicht immer hören möchte, die sich

GRACE

jedoch die Zugänglichkeit der öffentlichen Debatte und die Möglichkeit, ein Publikum zu erreichen, gleichermaßen zunutze machen.

Das zweite Merkmal des Internets ist seine Dezentralisierung: Versucht man, die Funktionsweise der traditionellen Medien und Massenmedien anhand eines Modells zu erläutern, taucht immer wieder ein „Kontrollpunkt“ auf. Sowohl bei den Fernseh- und Radiosendern als auch bei den Printmedien gibt es grundsätzlich Kontrollpunkte im Informationsstrom, um den Informationsfluss zu steuern. Die Fernsehsender senden aus Studios, ebenso die Radiosender, und die Zeitungen kommen aus den Druckereien. Wenn es in einem Land eine Revolution gibt, übernehmen die Revolutionäre zuerst den Präsidentenpalast und dann die Radio- und Fernsehsender, um die Information zu kontrollieren. Mit dem Internet ist das zwar nicht unmöglich, jedoch weitaus schwieriger. Die Infrastruktur des Internets ist nicht sichtbar. Wäre sie sichtbar, würde man Kabel sehen, die mit PCs verbunden sind, PCs, die wiederum an Server angeschlossen sind. Schließlich würde man ein dezentrales Netzwerk erkennen. Selbst wenn man einen Punkt in diesem Netzwerk kontrolliert, kann die Information über einen anderen Punkt weitergeleitet werden, so dass eine genaue Kontrolle der Information erschwert wird. Diese Dezentralisierung führt also zu einem Kontrollrückgang der öffentlichen Meinungsäußerung. Was sehr positiv sein kann, da im Internet wiederum eine größere Meinungsfreiheit besteht. Umgekehrt wird dadurch aber auch die Meinung der traditionellen Autoritäten (öffentliche Institutionen oder Wissenschaftler) in Frage gestellt, da sie gleichberechtigt neben Aussagen stehen, die zuvor im traditionellen Medienraum getrennt präsentiert wurden. Die Meinungsäußerung bzw. die Debatte im Internet ist also weder besser noch schlechter, sondern anders. Es hat sich gezeigt, dass im Internet und in den sozialen Netzwerken eine neue Debattenkultur entstanden ist, die auf den oben genannten Merkmalen beruht.

„Man debattiert nicht besser oder schlechter im Internet, man debattiert anders.“

Wenn heute von öffentlichen Debatten im Internet die Rede ist, geht es tatsächlich darum, die Übel der Online-Debatte zu beleuchten, und zwei werden hier angesprochen: die vermeintliche Gewalt in Internetdebatten und die Desinformation in sozialen Netzwerken.

Zunehmend verbale Gewalt in Online-Debatten

Die erste Frage, die man sich in diesem Zusammenhang aus sozialwissenschaftlicher Sicht stellen könnte, wäre, ob es wirklich stimmt, dass es mehr verbale Gewalt im Internet und in Online-Debatten gibt, und ob das Internet verbale Gewalt fördert oder ob wir vielmehr toleranter gegenüber verbaler Gewalt in Debatten werden. Die Antwort auf diese Frage ist nicht leicht, einfach deshalb, weil es schwer ist, Gewalt zu messen: Woran misst man sie? Was ist „Gewalt“ in Online-Debatten? Ist man heutzutage verbal gewalttätiger als vor fünf oder zehn Jahren? Ist es sinnvoll, sich diese Frage zu stellen? Trotz dieser kritischen Fragestellungen zeigen Indikatoren auf, dass die Debatten im Internet und in den sozialen Netzwerken immer heftiger zu werden scheinen. Umfragen zufolge, deren Ergebnisse allerdings nicht überbewertet werden sollten, gibt ein erheblicher Teil der Befragten an, Zeugen von Hassreden, Formen expressiver

GRACE



Gewalt oder Aggressivität in Debatten gewesen zu sein. Solche Erfahrungsberichte scheinen zuzunehmen.

Andere, möglicherweise zuverlässigere Daten stammen von Moderatoren in sozialen Netzwerken oder auf Medienwebsites, die ihrerseits von zunehmender Aggressivität berichten, wobei diese Fälle dennoch nur einen kleinen Teil ausmachen. Professionelle Moderatoren zufolge sind 3 bis 5 Prozent aller Beiträge auf Twitter oder in YouTube-Kommentaren aggressiv. 5 % der Posts, die Anzeichen von Aggressivität enthalten, stammen zwar nur von einer kleinen Minderheit, stellen aber in der Summe immer noch eine große Menge dar.

Es scheint also tatsächlich eine beträchtliche Aggressivität in den Debatten im Internet zu geben. Die Frage ist, woher diese Aggressivität kommt. Warum sind Menschen aggressiver, wenn Sie im Internet debattieren? Eine erste Antwort auf diese Frage ist sicherlich die Anonymität: Man debattiert anonym im Internet, auf einem Bildschirm, und wird für seine Worte nicht zur Rechenschaft gezogen. Man kann sich also eine verbale Gewalt erlauben, die in Präsenz-Debatten nicht zulässig

wäre, weil die Regeln des Anstands dies verbieten. Eher noch würde man sich ungenau ausdrücken, als diese Regel zu verletzen. Anonymität ist in der Tat ein Faktor, den man nicht leugnen kann, und der eine große Rolle bei Cybergewalt spielt. Es gibt zwei Aspekte, die in diesem Zusammenhang angeführt werden können. Erstens, Anonymität macht es leichter, die Meinung zu äußern, und zwar sowohl im positiven als auch im negativen Sinne: Betrachtet man die Debatten der 1990er Jahre mit dem Aufkommen des öffentlichen Internets, so wurde Anonymität schon damals thematisiert, allerdings sehr positiv. Anonymität sollte uns von den sozialen Zwängen, die unsere Äußerungen beeinflussen, befreien. Es ist bekannt und in der Soziologie hinreichend dokumentiert, dass Äußerungen in der Öffentlichkeit von unserer sozialen Identität, unserem Geschlecht, unserer sexuellen Identität und unserer Hautfarbe beeinflusst werden. All diese Faktoren bestimmen, inwieweit wir es wagen, uns zu äußern. Anonymität im Internet ist vor allem ein Mittel, sich von gesellschaftlichen Zwängen frei zu machen und Fragen stellen zu können, die man sich vorher nicht traute, zu stellen, Debatten zu vertiefen, die man sich im echten Leben nicht zu vertiefen getraut hätte. Zunächst stellt man also fest, dass Anonymität sowohl Gutes als auch Schlechtes bewirken kann, auch wenn man derzeit vor allem das Schlechte sieht. Dennoch lässt sich die Aggressivität im Internet nicht allein durch Anonymität erklären.

„Anonymität erleichtert die Meinungsäußerung im Guten wie im Schlechten.“

GRACE

In einer Reihe von sozialwissenschaftlichen Studien wurden in jüngster Zeit weitere Faktoren zur Erklärung digitaler Gewalt dokumentiert. Zum einen wird Gewalt in Internetdebatten häufig moralisch gerechtfertigt. Die amerikanische Soziologin Lisa Blackwell hat eine sehr anschauliche Studie durchgeführt:

Sie versammelte Fokusgruppen und zeigte ihnen den Tweet einer gewissen Lisa, die mit einer gewissen Anna spricht und ihr sagt: „Du bist einfach nur dumm, du solltest dich umbringen“. Dann fragt sie diese Fokusgruppen, ob sie es für akzeptabel halten, solche Bemerkungen in sozialen Netzwerken zu machen. Natürlich antwortet die erste Fokusgruppe, dass es nicht rechtens und inakzeptabel sei, solche Äußerungen öffentlich in sozialen Netzwerken zu machen. Dann zeigt sie den anderen Fokusgruppen den gleichen Tweet, fügt aber Hintergrundinformationen hinzu, insbesondere ein Element, das erklärt, dass Anna, die beschimpft wird, in Wirklichkeit eine professionelle Betrügerin ist, die sich darauf spezialisiert hat, Rentnerhepaare zu betrügen und in den Ruin zu treiben. In den USA müssen ältere Menschen wegen ihr sogar auf der Straße leben. Anna ist also tatsächlich eine wenig vertrauenswürdige Person. Als Lisa Blackwell im Anschluss daran die Fokusgruppen fragt, ob sie solche Äußerungen normal finden, ist ihnen die Frage unangenehm: „Gut, man muss ja nicht gleich sagen, dass sie sich umbringen soll, aber trotzdem hat sie es provoziert“. Diese Studie soll zeigen, dass Gewalt viel eher akzeptiert wird, wenn sie moralisch gerechtfertigt wird. Die Geschichte der Internetkultur ist voll von solchen Beispielen. Nicht selten findet man folgende Positionen: Nein zu verbaler Gewalt, doch wenn sie sich gegen rassistische, frauenfeindliche oder homophobe Menschen richtet, ist sie nachvollziehbar und akzeptabler.

Ein zweiter bemerkenswerter Faktor ist der strategische Einsatz von digitaler Gewalt, d. h. die Debatten in den sozialen Netzwerken sind in den seltensten Fällen echte Debatten. Vielmehr geht es bei diesen Debatten darum, Raum einzunehmen und den eigenen Argumenten maximale Sichtbarkeit zu verschaffen, um die Gegenseite zum Schweigen zu bringen. Es gibt heute die Praxis des aktivistischen Cybermobbings, die sich in den sozialen Netzwerken aller politischen Lager ausbreitet. Das Prinzip besteht darin, die Gegenseite zum Schweigen zu bringen, was man mit dem englischen Begriff *Silencing* benennt. Leider gehören auch Mobbing, Einschüchterung usw. zu dieser Praxis. Feministische Aktivistinnen haben beispielsweise sehr reale Erfahrungen mit diesen Mechanismen des Cybermobbings, bei denen maskulistische Aktivisten, zumindest diejenigen, die sie kritisieren, zu Mord und Vergewaltigung aufrufen, doxen, also Informationen über ihr persönliches Leben, ihre Wohnung, die Schule, in die ihre Kinder gehen, usw. weitergeben, mit dem Ziel, ihnen den Wunsch zu nehmen, sich zu äußern. Wenn diese Frauen sich wieder in sozialen Netzwerken äußern wollen, werden sie abwägen und sich fragen: „Ist es das wert, dass ich mich äußere, wenn ich dafür mit solcher Gewalt konfrontiert werde? Und die Antwort ist oft nein. Die Aktivistinnen schweigen also und ihre Gegner haben gewonnen, da ihr Einschüchterungsversuch funktioniert hat.“

GRACE

Ein letzter Faktor, der nicht sofort ins Auge fällt, ist die Rolle des Designs von Plattformen, die Aggressivität begünstigen. Twitter ist ein Netzwerk, das besonders im Fokus steht, wenn es um Online-Gewalt geht. Das hat seine Gründe. Das Design von Twitter, d. h. der technische Aufbau, fördert Formen verbaler Gewalt. Durch die Begrenzung der Zeichenzahl werden kurze Nachrichten gepostet, in denen der Kontext weg gelassen wird. Die Aussagen werden heruntergezählt, in Textform gebracht und die Gedanken radikalisiert, damit sie in einen Tweet von 280 oder sogar 140 Zeichen passen. Es geht darum, die Dinge auf den Punkt zu bringen, deshalb ist man bei der Wortwahl weniger zurückhaltend, als wenn man mehr Raum hätte, sich auszudrücken. Zudem gibt es noch das System der Ats und Hashtags. Mithilfe der Ats kann man Personen direkt ansprechen, was Praktiken öffentlicher Erniedrigung begünstigt. Mit dem Hashtag kreiert man einzelne Lager innerhalb der Debatte. Der Aufbau eines sozialen Netzwerks ist nie neutral und bestimmt die Art der Debatte. Dass Twitter ein Raum digitaler Gewalt ist, liegt auch an seinem Design und seiner technischen Gestaltung, die diese Gewalt begünstigen. Es ist nicht unbedingt das Internet selbst, das die Debatte gewalttätiger macht als vorher, es sind vielmehr die Bedingungen des Austauschs in den sozialen Netzwerken, da diese eine moralische und strategische Nutzung dieser digitalen Gewalt fördern.

„Das Design von Twitter begünstigt Formen verbaler Gewalt.“

Desinformation, ein politisches und wirtschaftliches Phänomen, das immer größere Ausmaße annimmt

Ein weiteres Übel der öffentlichen Online-Debatte, über das inzwischen viel geredet wird, ist Desinformation. Auch hier könnte man sich vom sozialwissenschaftlichen Standpunkt aus die etwas naive Frage stellen, wo das Problem ist. Falschinformationen, Gerüchte, Verschwörungstheorien hat es schon immer gegeben und jeder von uns hat schon einmal Gerüchte weiter getragen. Stadtlegenden oder Gerüchte zu diskutieren, ist genau der Zweck von Gerüchten, nämlich Gesprächsstoff liefern und sozialen Bande aufrechterhalten. Was ist heute also anders? Anders ist, dass heute in den sozialen Netzwerken Falschinformationen kursieren. Die sozialen Netzwerke sind für einen Großteil der Bevölkerung zur Hauptinformationsquelle geworden. Das ist ein Problem, denn Falschinformationen konkurrieren gegen die Informationen der traditionellen Medien, und diese Konkurrenz ist neu. Auch wenn Gerüchte im Schulhof oder vor der Kaffeemaschine weitergetragen werden, weiß man, dass diese Stadtlegenden dennoch nicht mit Medieninformationen gleichzustellen sind. Selbst in der Schule wusste man, dass Stadtlegenden nicht zur Hauptmeldung in den Nachrichten von TF1 werden oder als Schlagzeile in *Le Monde* erscheinen würden. Man verstand auch ohne tiefgreifende Analyse, dass es sich um zwei unterschiedliche Informationsräume handelte. Heutzutage jedoch konkurrieren Falschinformationen mit traditionellen Informationen. Eine Falschinformation auf Twitter,

GRACE

Facebook, Instagram oder TikTok hat außerdem das gleiche grafische Erscheinungsbild wie eine verifizierte Information: die gleiche Grafikcharta, das gleiche Bild, den gleichen Titel, sogar mit Quellenangabe darunter. Manche Menschen können dies unterscheiden und die Relevanz der Quellen analysieren. Für einen 12-jährigen Schüler, der seine Informationen ausschließlich aus sozialen Netzwerken bezieht, ist es jedoch weitaus schwieriger, die Verlässlichkeit der Quellen zu erkennen. Die Fragen gehen noch weiter: Was ändern die sozialen Netzwerke bei der Verbreitung von Falschinformationen? Letztere organisieren eine Art Industrialisierung des Informationsflusses. Das ist ein wichtiger Punkt, da das Geschäftsmodell der Online-Werbung eine zentrale Rolle bei der Verbreitung von Falschinformationen spielt. Das bedeutet, dass es Menschen gibt, die ein wirtschaftliches Interesse an der Verbreitung von Falschinformationen haben, und zwar nicht aus ideologischen Gründen, sondern aus reinem Profitstreben. Dies lässt sich besonders gut im Bereich der Desinformation im Gesundheitswesen beobachten. Manche Menschen, manchmal sogar Teenager, erstellen Websites, auf denen sie Werbung hosten. Sie bitten Google, Werbung auf ihrer Website zu schalten, und verbreiten dann in den sozialen Netzwerken falsche Informationen wie: „Wussten Sie, dass das Essen von Grapefruitkernen Sie vor jeder Art von Krebs schützt“ oder „Es gibt eine Frucht, über die Ihr Arzt nicht mit Ihnen sprechen will, weil sie Ihr Leben retten wird“. Sie nutzen ein bekanntes Muster, nämlich die Verbreitung von Gesundheitsinformationen. Jeder möchte gesund bleiben, Gesundheit geht alle etwas an. Das weckt unser Interesse und lässt uns klicken. Sobald wir auf ihrer Website sind, sehen wir Werbung, und immer, wenn ein Werbebanner erscheint, verdienen sie ein paar Cent. Diese kleinen Beträge, multipliziert mit den Millionen von Menschen, die die Informationen in den sozialen Medien sehen, summieren sich zu beträchtlichen Einnahmen.

Auf diese Weise können diese Personen allein durch die Verbreitung von Falschinformationen Gehälter von mehreren Tausend Euro erzielen. Es gibt also einen wirtschaftlichen Anreiz, Falschinformationen zu produzieren, denn auf dem Markt ist es ein konkurrenzfähiges Produkt.

Ein letzter Punkt, den man im Zusammenhang mit Desinformation erwähnen sollte, ist das neue Phänomen politischer Propaganda auf der Grundlage von Falschinformationen. Sie war zum Beispiel beim Brexit, bei der Wahl von Trump in den USA und bei der Wahl von Bolsonaro in Brasilien zu beobachten. Falsche Informationen werden zu politischen Propagandazwecken eingesetzt, um die Öffentlichkeit zu beeinflussen und dazu zu bringen, für einen bestimmten Kandidaten zu stimmen. Die Wirksamkeit dieser Strategien wird in sozialwissenschaftlichen Studien weitgehend in Frage gestellt. Nichtsdestotrotz ist Desinformation in sozialen Netzwerken auch deshalb verbreitet, weil die Urheber von Falschinformation vom Geschäftsmodell der sozialen Medien profitieren, das auf zielgerichtetem Marketing basiert. Es besteht darin, Werbung ganz gezielt an ein bestimmtes Publikum zu richten. Will man Werbung auf Facebook schalten, kann man das Netzwerk anweisen, junge Menschen zwischen 18 und 25 Jahren anzusprechen, die in einer bestimmten Stadt leben, weiße Sneaker tragen, Rap hören, gerne thailändisch essen und „Touche pas à mon poste“ sehen. Diese Möglichkeit des gezielten Marketings steht auch Verbreitern von Desinformation offen. Sie nutzen sie, um bestimmte Zielgruppen zu erreichen. So richten sie zum Beispiel an afroamerikanische Wähler, die mehrheitlich die Demokraten wählen, die Information, dass Hillary Clinton in Fällen von Polizeigewalt die Polizisten unterstützt.

GRACE

Diese Information ist falsch, doch die Wähler werden verunsichert, ob sie tatsächlich die Demokraten wählen sollen. Man wird gezielt Bevölkerungsgruppen ansprechen, die von der Deindustrialisierung im Vereinigten Königreich betroffen sind, und ihnen erklären, dass die Europäische Union daran schuld sei, damit sie für den Brexit stimmen. Zwar ist Desinformation kein neues Phänomen, die sozialen Netzwerke und der Markt der Online-Werbung bieten jedoch ein äußerst günstiges Umfeld für ihre Verbreitung. Das Problem, das die öffentliche Online-Debatte aufwirft, ist also nicht das Internet an sich, das Problem sind die sozialen Netzwerke, und genauer gesagt, die Unternehmen, die sie besitzen, und das Geschäftsmodell, mit dem sie Einnahmen erzielen.

Eine Rezentralisierung des Web, in dem die öffentliche Debatte hauptsächlich statt findet

Vor 20 Jahren wurde über den europäischen Verfassungsvertrag debattiert, eine Zeit in der französischen Geschichte, in der die Online-Debatte besonders intensiv war. Es war praktisch das erste Mal, dass eine Debatte über das Internet geführt wurde, und sie war sehr lebhaft: Sie war dezentral und fand auf einer Vielzahl von Websites und Foren statt. In den 2010er Jahren jedoch hatten wir das Phänomen, dass sich das Internet um einige wenige große Dienste herum zu rezentralisieren begann. Jeder von uns trägt seinen Teil zu diesem Phänomen bei, denn wir sind es, die Internetnutzer, die Twitter (heute X), Facebook, YouTube oder Netflix verwenden. Die neuesten Zahlen der französischen Regulierungsbehörde für elektronische Kommunikation ARCEP zeigen, dass vier Websites - Netflix, Amazon, Meta und Google - allein die Hälfte des Datenverkehrs im französischen Web ausmachen, obwohl es Millionen, sehr wahrscheinlich sogar Hunderte

Millionen französischsprachiger Websites gibt. Das Problem heutzutage ist also, dass diese sozialen Netzwerke die Rolle des öffentlichen Raums übernehmen - allerdings online. Sie fungieren also als öffentliche Räume, obwohl es sich um private, gewinnorientierte Unternehmen handelt, die einem Modell der Aufmerksamkeitsgewinnung folgen. Dieses Modell basiert auf der Nutzung persönlicher Daten und einem Design, das süchtig macht. Shoshana Zuboff, emeritierte Professorin an der Harvard Business School, nennt dies „Überwachungskapitalismus“. Es handelt sich um ein technisch-wirtschaftliches Modell, das eher zum Reagieren als zum Nachdenken anregt und die Sichtbarkeit radikaler Inhalte begünstigt, Inhalte, die Empörung hervorrufen. Dieses Modell trägt darüber hinaus zu einer Polarisierung der Gesellschaft bei, indem den Nutzern vor allem das gezeigt wird, was ihren Erwartungen entspricht. Wie die amerikanische Forscherin Zeynep Tufekci feststellt, befinden wir uns heute in einer paradoxen Situation: Einerseits erleben wir ein Zeitalter der beispiellosen Meinungsfreiheit, da es nie leichter war als jetzt, sich Gehör zu verschaffen und ein Publikum zu erreichen. Andererseits lag die Macht über die öffentliche Debatte noch nie so konzentriert in den Händen so weniger Akteure. Der Hauptanteil der öffentlichen Debatte im

„Netflix, Amazon, Meta und Google decken zusammen die Hälfte des Datenverkehrs im französischen Web ab.“

GRACE

Internet entfällt auf die größten sozialen Plattformen. Meta, Google, TikTok und X entscheiden heute im Grunde allein darüber, was gesehen, diskutiert oder unsichtbar gemacht wird, wer das Recht hat, sich zu äußern, von anderen gesehen zu werden usw. Das ist ein Problem für die Demokratie.

Ich möchte diesen Vortrag mit einer positiven Anmerkung beenden und darauf hinweisen, dass heute viele Menschen an Initiativen arbeiten, um das Web wieder zu dezentralisieren, insbesondere mittels dezentraler sozialer Netzwerke. So gibt es bereits Mastodon, aber auch Bluesky, die auf etwas anderen Modellen basieren. Einige fordern sogar die Einrichtung öffentlicher sozialer Netzwerke, ähnlich der öffentlichen Fernseh- oder Radiosender. Was spricht gegen öffentliche soziale Netzwerke ohne Gewinnabsicht, die von staatlichen Stellen unabhängig sind, wie dies bei Radio France und France Télévision der Fall ist, die ein Design mit einem respektvollen Umgang der Aufmerksamkeitsgewinnung entwickeln, deren technische Architektur transparent ist und die den Nutzern ein größeres Mitspracherecht bei der Verwaltung dieser Plattformen einräumen? Es mag utopisch klingen, doch greift man die Worte der zuvor erwähnten Zeynep Tufekci auf, ist es das ganz und gar nicht. Facebook feiert dieses Jahr sein 20-jähriges Bestehen, Google feierte letztes Jahr sein 25-jähriges Bestehen und zog einen Vergleich mit der Automobilindustrie: Als die Automobilindustrie ihren 20. Jahrestag feierte, gab es noch keine Sicherheitsgurte, keine Straßenverkehrsordnung und keine Airbags. Die Straßenverkehrsordnung oder der Sicherheitsgurt wurden aber nicht von der Industrie erfunden, um die Sicherheit der Autofahrer zu erhöhen. Sie wurden erfunden, weil von staatlicher Seite neue Regeln aufgestellt wurden. Es gibt laut Zeynep Tufekci keinen Grund, solche Normen nicht auch auf die noch junge Branche der sozialen Netzwerke anzuwenden.

Zusammenfassung der Diskussion mit Annaïg Haute über die Thematik der öffentlichen Debatte in den Medien

Annaïg Haute ist Chefredakteurin des Radiosenders France Bleu Lorraine. Als Garantin der redaktionellen Linie von France Bleu Lorraine setzt sie sich täglich für die Produktion und Verbreitung von Informationen in einem öffentlich-rechtlichen Regionalmedium ein.

Annaïg Haute sprach über die Veränderungen, die der Beruf des Journalisten in den letzten Jahren erfahren hat. Als sie vor 15 Jahren Radiojournalistin wurde, musste sie mit ansehen, wie das Internet nach und nach Einzug hielt und sich veränderte. Heute sind die Journalisten bei France Bleu mehr und mehr multimediale Journalisten. Annaïg Haute sprach über die Komplementarität von Radio und Internet im Zuge der Digitalisierung.

GRACE

Die Komplementarität von Radio und Internet im digitalen Zeitalter

Die Chefredakteurin erinnerte daran, dass es Ähnlichkeiten zwischen Internet und Radio gibt, da es sich um zwei Medien handelt, die sich sehr schnell bewegen. Es komme heute manchmal vor, dass sie ihre Teams auffordere, sich zuerst um das Internet zu kümmern, bevor sie das Thema Radio bearbeite. Innerhalb von zehn Jahren hat sich die Organisation völlig verändert. Früher war es bei einer Nachricht, die um 11.00 Uhr eintraf, vorrangig, einen Beitrag für die 12.00 Uhr-Nachrichten zu haben. Heute wird dem Internet manchmal Priorität eingeräumt, auch wenn die Information in der 12-Uhr-Nachrichtensendung kürzer ist und die Hörer auf das Internet verwiesen werden. Gleichzeitig kann man mehr Menschen erreichen, wenn man sich weiterhin auf das Radio konzentriert und gleichzeitig Artikel im Internet veröffentlicht. Die sozialen Netzwerke werden stark beachtet und ermöglichen es, unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen (France Bleu hat eine treue Facebook-Gemeinde, während Instagram ein jüngeres Publikum von 30-Jährigen anspricht). Dennoch, so erinnerte die Journalistin, sei die Arbeit vor Ort durch nichts zu ersetzen.

Annaïg Haute sprach auch über die Publikumsbeiträge im Radio. Es ist eine Tradition bei France Bleu, den Hörern auf Sendung viel Raum zu geben. Heute können diese ebenso anrufen wie sie sich in sozialen Netzwerken äußern können. Die Hörer können die Journalisten auch über das Internet alarmieren, die Informationen werden dann vor der Ausstrahlung überprüft und beglaubigt. Im Zusammenhang mit der Überprüfung von Informationen weist die Chefredakteurin auch darauf hin, dass Medienerziehung in den Schulen von entscheidender Bedeutung ist.

Gewalt: die Wahl zwischen Kontrolle und Meinungsfreiheit.

Zum Thema Gewalt, die online ausgedrückt werden kann, merkt Annaïg Haute an, dass France Bleu das Glück hat, Hörer zu haben (die auch die Internetnutzer sind), die ein Gemeinschaftsgefühl der Zugehörigkeit haben. Im Vergleich zu anderen Medien sind die Kommentare recht wohlwollend. Die wenigen Ausbrüche werden von einem externen Dienstleister moderiert und von der Chefredakteurin reguliert. Alle Aufrufe zum Hass oder illegale Äußerungen werden sofort gelöscht. Die Redaktion versucht aber auch, auf alle gewalttätigen oder aggressiven Äußerungen gegenüber Journalisten, die unter bestimmten Artikeln veröffentlicht werden, zu reagieren; dadurch kann die Debatte manchmal beruhigt werden.

Als lokales Medium“, fügte die Journalistin hinzu, “gibt es eine emotionale Bindung, die zwischen France Bleu Lorraine und seinem Publikum geknüpft wird. Das Misstrauen sei daher vielleicht geringer als bei anderen Medien, bei denen die Menschen weiter entfernt seien. Dennoch kann es zu Gewalt kommen; Radio France hat ein Ad-hoc-Verfahren eingerichtet. Annaïg Haute schloss mit dem Hinweis, dass die Debatte auch auf den Webseiten des Mediums ihren Platz haben müsse.

GRACE

Die Diskussion mit dem Publikum bot die Gelegenheit, verschiedene Aspekte anzusprechen, insbesondere die redaktionelle Ausrichtung von France Bleu Lorraine, die Besonderheiten des Senders in Bezug auf sein Publikum, die zeitlichen Abläufe bei der Verbreitung von Informationen und die Herausforderungen der Moderation. Unsere beiden Referenten haben dazu beigetragen, das Verständnis für die Beziehungen zwischen Informationsmedien, Plattformen, Communities und digitaler Kommunikation zu vertiefen. Auch Bildungsfragen, insbesondere für junge Menschen, durften nicht fehlen.

Die Gesprächsreihe wird diese Themen in einer weiteren Veranstaltung am 18. November 2024 in Luxemburg aufgreifen.

Wir danken Marie-Sarah Nottet ganz herzlich für diesen Bericht, der auf der Audioaufzeichnung der Gesprächsrunde basiert.