

Debatte

Nora Hespers

Ausgezwitschert

Was uns @ichbinsophiescholl über Plattform-Kritik im Journalismus verrät

Abstract: Journalist*innen und Medienhäuser nutzen diverse Social-Media-Plattformen, um ihr Publikum zu erreichen. Besonders kritisch begleitet wird diese Nutzung nicht. Dabei liegt gerade im Niedergang von Twitter – jetzt X – die Chance, sich kritisch mit den Strukturen und den ökonomischen Bedingungen hinter diesen Netzwerken zu beschäftigen. Aber die große Debatte bleibt aus. Wie auch schon beim Instagram-Projekt @ichbinsophiescholl. Fehlt es dem Journalismus hier an Social-Media-Kompetenzen?

Keywords: Plattformkritik, Social Media, Journalismus, Medienkritik, Twitter

Martina Thiele und Tanja Thomas haben die journalistischen Reaktionen auf das Instagram-Projekt @ichbinsophiescholl von SWR und BR analysiert. Ihr Fazit: Viel PR-Journalismus und nur wenig kritische Betrachtung (vgl. THIELE/THOMAS 2023). Und das legt eine Lücke offen, die wir im gesamten digitalen Journalismus beobachten können. Denn zur in Deutschland ohnehin nicht sehr ausgeprägten Medienkritik gesellt sich ein nur geringes Interesse an Plattformkritik. Was nutzen wir Journalist*innen da eigentlich, um unser Publikum zu erreichen? Wie verändern und entwickeln sich die sozialen Netzwerke je nachdem, wer die Macht im jeweiligen Unternehmen hat?

Wir alle sind gerade Augenzeug*innen, wie sich ein soziales Netzwerk zu einem dystopischen Moloch entwickelt. Soziale Netzwerke waren nie ein ›Safe Space‹. Es brauchte nicht viel, um binnen Stunden im Zentrum eines Shitstorms zu stehen von nationaler oder auch internationaler Tragweite. Gerade während der Pandemie und mit dem russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine haben Hass und Hetze in Sozialen Netzwerken erneut zugenommen (vgl. HOVEN 2022).

Das gilt nicht nur für den deutschen Sprachraum. Das gilt auch international. Die UN bezeichnen Hate Speech in einer Veröffentlichung von Januar 2023 als wachsende, internationale Bedrohung (vgl. UN 2023). Trotzdem werden Bedrohungen in und über Soziale Netzwerke häufig nicht ernst genommen – oder nicht ernst genug. Das zeigte nicht zuletzt der tragische Fall der Ärztin Lisa-Maria Kellermayr (vgl. VICHTL 2023), die sich nach massiven Anfeindungen und Bedrohungen das Leben nahm. Obwohl mehrere Tatverdächtige ins Visier genommen wurden, gab es keinen Prozess, keine Verurteilungen. Denn die Taten konnten nicht eindeutig nachgewiesen werden, heißt es (vgl. TILLACK 2023).

Das ist die dunkle Seite der Sozialen Netzwerke. Gleichzeitig hat vor allem auf Twitter, inzwischen umbenannt in X, in den letzten Jahren eine enorme Vernetzung stattgefunden. Menschen aus Wissenschaft, Medien und Politik stellen Öffentlichkeit her, machen sich sichtbar, nahbar, aber auch angreifbar. Es bedarf spezieller Kompetenzen, um in einer Multiöffentlichkeit zu kommunizieren. Denn einer einzelnen Person steht dort mitunter ein Millionenpublikum gegenüber, das zeitgleich mitdiskutieren kann. Es ist also durchaus ein Dilemma, eine große Reichweite zu haben, aber nicht die entsprechenden finanziellen und zeitlichen Ressourcen, Kommunikationsangebote auch erfüllen zu können.

Das alles sind natürlich keine News. Aber es verdeutlicht die Notwendigkeit, den Austausch in sozialen Netzwerken gut zu moderieren. Denn sonst schaukeln sich Diskussionen hoch. Ein Shitstorm ist so kaum noch zu managen. Sinnvolle und erkenntnisgetriebene Debatten werden unmöglich. Und damit wären wir bei dem, was seit vergangenem Oktober mit der Plattform passiert, die Elon Musk am 28. Oktober 2022 übernommen hat (vgl. *Spiegel* 2022). Wer auch nur im Ansatz verfolgt hat, was Elon Musk in den Monaten und Jahren zuvor schon bei Tesla veranstaltet hat, durfte zurecht besorgt sein. Die Berichterstattung zum Fall Twitter blieb aber vornehmlich auf der Phänomenebene, eine Chronologie der Katastrophe ohne tiefere Analyse der Ursachen. Fast wie bei einem Fußballspiel. Einzig die Journalisten Dennis Horn und Gavin Karlmeier haben dem Geschehen gleich zu Beginn die Aufmerksamkeit gewidmet, die dem Ganzen angemessen ist – mit einem täglichen Podcast namens *Haken dran*. Plattform-Analyse im Ehrenamt sozusagen. Alle anderen Medien haben sich auf punktuelle Berichterstattung fokussiert. Die Gesamtentwicklung wird so wenig nachvollziehbar. Ein Bewusstsein oder eine Bewusstwerdung über die Auswirkungen der technischen – und hier vor allem der algorithmischen – und ökonomischen Veränderungen auf der Plattform ist so nicht möglich. Das gängige Argument: Auf Twitter seien ohnehin nicht so viele Menschen. Seltsam nur, dass die wenigsten journalistischen Medien in ihren Beiträgen ohne die Einbindung von Tweets auskommen. Denn das, was via Twitter veröffentlicht wird – und worüber sich auch Journalist*innen informieren – hat anscheinend doch Relevanz. Was jenseits von *Haken dran* aber gänzlich fehlt, ist

eine systematische und transparente Auseinandersetzung und Reflektion der Medien und Medienschaffenden selbst im Zusammenhang mit der Nutzung dieser und anderer Plattformen. Eine große Diskussion darüber, wann welche Plattformen – einmal abgesehen von ihrem Versprechen einer großen Reichweite bei entsprechenden Zielgruppen – überhaupt noch sinnvoll genutzt werden können. Und in wessen Bett man da eigentlich steigt, wenn man das Spiel der Plattform weiter mitspielt.

Ein paar Kostproben gefällig? Elon Musk twittet regelmäßig antisemitische, verschwörungsideologische Inhalte. Während die *New York Times* am 11. September 2023 dem Unternehmer attestiert, eine rote Linie überschritten zu haben, war diese Linie bereits zuvor um ein Vielfaches überschritten worden (vgl. WALSH 2023), immer und immer wieder. Unter Elon Musk wurden zuvor von der Plattform wegen Hassrede, Rassismus, rechtsradikaler Äußerungen und Antisemitismus gesperrte Nutzer*innen wieder zugelassen. Ein Großteil der Content Moderator*innen, die dafür zuständig sind diskriminierende und gewaltvolle Inhalte zu löschen, wurden unter Musk entlassen, entsprechende Verträge mit Subunternehmen aufgelöst. Es gibt also seitens der Plattform keinerlei Interesse daran, vulnerable Gruppen und Minderheiten zu schützen.¹¹ Die Sicherheit der Plattform auf technischer Ebene ist ebenfalls nicht mehr gegeben (vgl. DAN 2023). So waren zum Beispiel Tweets von Nutzer*innen öffentlich sichtbar, die ihre Profile eigentlich eingeschränkt hatten, damit nur handverlesene Follower*innen die Inhalte sehen können. Im Forbes-Magazin warnte ein Sicherheitsexperte, Direktnachrichten zu löschen um Datenleaks vorzubeugen, nachdem zahlreichen Software-Entwickler*innen gekündigt wurde (vgl. COLLINS 2022). Während sich viele Menschen von der Plattform verabschieden und nach Alternativen suchen, machen die meisten Medien weiter, als würde das nichts an der Relevanz der Plattform und ihrer Inhalte ändern. Auch dann nicht, als der blaue Verifizierungshaken käuflich zu erwerben war und damit seine ursprüngliche Bedeutung verloren hatte (nämlich anzuzeigen, dass es sich um das authentische Profil einer Persönlichkeit aus Sport, Politik oder Medien handelt). Und ja, es ist ein Dilemma. Denn eine wirkliche Alternative zu Twitter/X gibt es noch nicht. Das andere Dilemma aber ist: Es gibt nicht einmal eine öffentliche Diskussion. Die bleibt einer kleinen, kritischen Teilöffentlichkeit vorbehalten, als gäbe es keine mediale Verantwortung im Umgang mit sozialen Netzwerken.

Was das alles mit der Kritik am Projekt @ichbinsophiescholl zu tun hat? In beiden Fällen geht es um journalistische Kompetenz und Expertise. Und um den Unterschied zwischen Projekt-PR und Phänomen-Beschreibung auf der einen

11 Dieser Artikel wurde vor den dem Massaker der Hamas an Jüdinnen und Juden am 7. und 8. Oktober 2023 verfasst. Eine Einordnung der Rolle von Sozialen Netzwerken bei der Verbreitung von Videos des Terrors findet sich hier: HÜBSCHER, MONIKA: Krieg der Bilder. In: *taz.de* vom 19.10.2023. [https://taz.de/Nahost-Konflikt/!5963808/\(01.11.2023\)](https://taz.de/Nahost-Konflikt/!5963808/(01.11.2023))

Seite sowie kritischer journalistischer Einordnung und Kontextualisierung auf der anderen Seite. Für umfassende Einblicke in ein soziales Netzwerk wie Instagram und Projekte wie @ichbinsophiescholl braucht es eine Expertise, die – so scheint es – weder weit verbreitet ist noch, wo doch vorhanden, wertgeschätzt wird. Denn so groß am Ende das Lob war für die ausführliche, sachliche und kenntnisreiche Kritik am Projekt @ichbinsophiescholl über verschiedene Ebenen der Kommunikation und Interaktion – diese Arbeit war in weiten Teilen ein Hobbyprojekt. So wie auch *Haken dran* bis zur Fertigstellung dieses Essays ein journalistisches Ehrenamt war.^[2] Wenn es um die kompetente, kritische und vielschichtige Beurteilung von Plattformen und den dort veröffentlichten Inhalten geht, braucht es Social-Media-Expert*innen. Menschen, die ein öffentlich-rechtliches Projekt wie »Sophie Scholl auf Instagram« oder einen Micro-Blogging-Dienst wie Twitter/X in aller Komplexität begreifen, analysieren und sezieren können, weil sie bestimmte Gesetzmäßigkeiten, aber auch Entwicklungen über einen längeren Zeitraum auf dem Schirm haben. Die inhaltliche Kritik und das punktuelle Vermelden von Entwicklungen sind wichtig, aber sie greifen oft zu kurz, wenn sie sich nicht auch mit den Strukturen beschäftigen. Und wenn reichweitenstarke, etablierte Medien dieser Kritik an Social-Media-Phänomenen und den Plattformen der großen Technologiekonzerne keinen Raum geben, dann bleiben Kritik und Diskussion nur einem kleinen, erlesenen Publikum vorbehalten. Große gesellschaftliche Debatten sind so nicht anzustoßen.

Die unsichtbare Arbeit dahinter

Und damit wären wir beim Aufwand für diese Form der Medien- und Plattformkritik. Denn: Um sich Expertise aneignen zu können, müssen die jeweiligen Plattformen aktiv genutzt werden. Und das ist in den wenigsten Fällen bezahlte Arbeit. Es ist eine konstante, freiwillige und unentgeltliche Fortbildung, aus der sich aber nur dann Kapital schlagen lässt, wenn daraus reichweitenstarke Produkte, sprich vielfach geteilte Posts oder zitierte Beiträge, entstehen. Das heißt: Wenn die Gesetzmäßigkeiten der Plattformen so bedient werden, wie es die aktuell geltenden und sich ständig verändernden Regeln der Plattformen verlangen. Und gerade unter Journalist*innen gibt es ein großes Gefälle zwischen Medienschaffenden, die Inhalte für verlags- oder sendereigene Plattformen erstellen, und denjenigen, die soziale Netzwerke nutzen, um ihre eigenen Inhalte zu verbreiten und mit ihren selbst aufgebauten Communities darüber zu diskutieren. Die Lücke bildet sich hier nicht nur zwischen älteren und jüngeren Medienschaffenden, sondern auch zwischen festangestellten

2 Der Podcast ist am 29. September 2023 in eine Pause gegangen, Host Dennis Horn hat sich verabschiedet.

und freischaffenden. Denn gerade freie Journalist*innen sind auf die Kommunikations- und Communityarbeit angewiesen. Ihre Reichweiten werden dann wiederum von Medienanbietenden meist ohne entsprechende Honorierung genutzt, obwohl das erklärte Ziel ist, dass diese Arbeit auf die medieneigenen Reichweiten einzahlt. Ressourcen wie Zeit und damit Geld werden für dieses Communitybuilding und die damit verbundene Reichweite nicht extra zur Verfügung gestellt.

Für die inhaltliche Auseinandersetzung mit @ichbinsophiescholl haben mehrere Autorinnen – so Charlotte Jahnz, Heike Gumz und Katharina Helling, die den Instagram-Kanal »Nicht Sophie Scholl«^[3] initiiert haben, die Historikerinnen Bianca Walther mit »frauenvondamals«, Laura Baumgart mit »frauabgeordnete« oder die Journalistin Jasmin Lörchner mit dem Podcast *HerStory*^[4] – kontinuierlich die mehrmals täglich geposteten Inhalte auf dem Instagram-Kanal @ichbinsophiescholl von swr und BR rezipiert, kontextualisiert sowie einordnend oder kritisch kommentiert. Dafür wurden Ressourcen in die Quellenrecherche gesteckt, in die sachliche Formulierung der Kritik und in den Austausch mit der Community und der Redaktion bzw. dem swr-Community-Management. All diese kontextualisierenden Kommentare und die eigene Expertise als langjährige Social-Media- und Community-Managerin der Autorin dieses Textes bilden die Grundlage für die drei Beiträge, die am Ende unter nur einem Namen auf *uebermedien.de* erschienen sind. Diese Gemeinschaftsarbeit entsprechend zu honorieren, ist natürlich eine Herausforderung. Und es liegt nicht an *Übermedien*. Die Artikel an sich wurden sehr angemessen honoriert. Aber es fühlte sich aufgrund der vielfältig eingeflossenen Ressourcen und Arbeit falsch an, dass nur eine Person eine Vergütung erhält, weshalb alle Honorare gespendet wurden.

Und hier zeigt sich ein weiteres, strukturelles Problem des Journalismus: Denn eine medienkritische Betrachtung und Analyse wurde nicht nur *Übermedien* angeboten. *Übermedien* war aber das einzige journalistische Medium, das den Stellenwert der Kritik an @ichbinsophiescholl verstanden und ihr Raum geboten hat. Und klar, die umfassende Kritik am Instagram-Projekt @ichbinsophiescholl sowie seine Komplexität lassen sich nicht in zwei Minuten dreißig zusammenfassen. Es hätte längere Formate benötigt. Aber in reichweitenstarken Qualitätsmedien wurde die Relevanz nicht gesehen. Erst recht nicht die Arbeit, die hinter der fundierten Kritik steht. Weil das Projekt auch medial eben nur sehr oberflächlich begleitet wurde.

3 Das Projekt wurde 2022 für den Grimme Online Award nominiert.

4 Die drei letztgenannten haben als Reaktion auf den Account unter anderem den Twitter-Thread unter dem Hashtag #frauenimwiderstand ins Leben gerufen, in dem sie zwischen Juni 2021 und Juli 2021 über zirka 60 Tage 60 Kurzbiografien und Quellen zu Cis-Frauen und LGBTQ+ im Widerstand gegen den Nationalsozialismus veröffentlicht haben. Um die Biografien langfristig zu erhalten, wurde zusätzlich der Instagram-Account @frauenimwiderstand ins Leben gerufen.

Welche Relevanz haben »Frauenthemen«?

Das führt uns zu einer weiteren Frage: Warum wurde dem Projekt so wenig Relevanz beigemessen? In ihrem Aufsatz »Echt jetzt?! Sophie Scholl auf Instagram« stellen die Autorinnen fest, dass überwiegend weiblich gelesene Personen über das Projekt geschrieben hätten, die meisten davon eher jung. Möglicherweise seien Praktikant*innen oder Freiberufler*innen zum Zug gekommen (THIELE/THOMAS 2023: 22). Haben wir es also mit einem gender bias zu tun? Ein Geschichtsprojekt für junge Frauen – wie wichtig kann das schon sein? Wie anspruchsvoll? Gerade, wenn es »nur« in den sozialen Netzwerken stattfindet. Es gibt nach wie vor Vorbehalte von Journalist*innen gegenüber der Relevanz und Qualität von Social-Media-Inhalten. Das Vorurteil, die Inhalte seien ohnehin eher flach, unterkomplex sowie von geringerer Qualität und Wichtigkeit, sorgt zugleich dafür, dass sie auch weniger wahrgenommen und besprochen werden. Ein Teufelskreis.

Und falls jetzt der Einwand kommt, dass doch auch große Namen über @ichbinsophiescholl geschrieben und Kritik geübt haben: das stimmt, aber inhaltlich mit anderen Schwerpunkten. Nur selten wurden die Kommunikations- und Interaktionsebene oder gar medienpolitische und -ökonomische Zusammenhänge, so Thiele und Thomas (2023: 23), in den Blick genommen.

Folgendes möchte ich auch nicht unerwähnt lassen: Unter den Kritiker*innen auf der Plattform Instagram selbst waren es vor allem Frauen, die zum Teil täglich Kontext und Zusatzinformationen geliefert haben. Die also überhaupt erst die Basis für Kritik geliefert haben, deren Arbeit aber bis heute weitgehend unsichtbar bleibt. Am Ende wurde auch hier unentgeltlich Care-Arbeit geleistet.

Erst als Jan Böhmermann das Projekt @ichbinsophiescholl in seiner Sendung *ZDF Magazin Royale* thematisiert^[5], wird es kritisch besprochen. Doch wird in den Artikeln zur Sendung und den Diskussionen in den sozialen Netzwerken die Arbeit der genannten Journalistinnen und Historikerinnen kaum erwähnt. Kaum eine der Kritikerinnen wurde als Gesprächspartnerin angefragt, stattdessen wurden renommiertere Historiker um Einordnung gebeten. Und nein, ich habe hier nicht vergessen zu gendern.

Der Journalismus hat also einige Fragen zu beantworten: Welche Strukturen sind – auch aufgrund des zunehmenden Einsatzes von KI zur Erstellung von Social-Media-Inhalten – notwendig, um künftig angemessener auf Entwicklungen wie im Fall Twitter oder Projekte wie @ichbinsophiescholl zu reagieren? Warum wurde, wie Thiele und Thomas feststellen, eher PR als Journalismus betrieben in der Berichterstattung über »Sophie Scholl auf

5 Auch die Sendung profitierte maßgeblich von der zuvor geleisteten Arbeit der genannten Medienkritikerinnen, wie die im Abspann genannten Quellen zeigten.

Instagram«? Waren es tatsächlich vor allem junge Frauen ohne Festanstellung, die über das Projekt geschrieben haben und wenn ja, warum? Warum messen so viele Redaktionen diesen Themen so wenig Relevanz bei, obwohl sie beachtliche Reichweiten erzielen? Wo bleibt eigentlich die Plattform-Diskussion, die wir nicht erst seit dem Twitter-Desaster groß und breit führen müssten? Warum gibt es diese Lücken zwischen Journalismus auf verlags- und sendereigenen Seiten und dem, was sie auf Social-Media-Plattformen und Kanälen veröffentlichen? Wo bleibt die Diskussion über Abhängigkeiten von Unternehmern, kommerziell getriebenen Reichweiten-Algorithmen, deren Einfluss auf die Inhaltserstellung in Sozialen Netzwerken und nicht zuletzt die Datensicherheit der Nutzenden? Denn die mit den Inhalten und Themen verknüpften Daten werden auf den kommerziell betriebenen Plattformen vor allem dafür genutzt, Gewinne über personalisierte Werbung zu erwirtschaften. Oder eben auch über politische Propaganda, Fake News und Hate Speech. Welche Rolle wollen Medien und Medienschaffende auf diesen kommerziellen Plattformen spielen? Wo sind die berühmten roten Linien, bei denen wir sagen: Das können wir nicht mehr verantworten, wenn wir Demokratie und Menschenrechte ernst nehmen? Denn am Ende garantieren uns nur diese Werte auch freien, unabhängigen und vielfältigen Journalismus. Egal auf welcher Plattform. Und schließlich muss es weitere Forschung über gender bias und mangelnde Vielfalt im Journalismus sowie über die Verteilung von Geld, Zeit und Aufmerksamkeit geben.

Über die Autorin

Nora Hespers (1978) arbeitet seit 2003 in verschiedenen Funktionen hauptsächlich für öffentlich-rechtliche Sender. Elf Jahre lang hat sie das TV-Format *Zeiglers wunderbare Welt des Fußballs* auf verschiedenen Social-Media-Plattformen als Content Producerin und Community Managerin begleitet. Seit 2014 bloggt und podcastet sie unter anderem als *Die Anachronistin*. Das Projekt war 2018 für den Grimme Online Award nominiert, ebenso wie ihr Philosophie-Podcast *Was denkst du denn?*, den sie seit 2017 gemeinsam mit der Philosophin Rita Molzberger produziert. Seit 2020 ist sie Moderatorin des WDR Sport-Hintergrund-Podcasts *Sport inside*. Kontakt: norahespers@web.de

Literatur

COLLINS, BERRY: Delete your Twitter-DMs now, warns security expert. In: *Forbes*. 17.11.2022. <https://www.forbes.com/sites/barrycollins/2022/11/17/delete-your-twitter-dms-now-warns-security-expert/> (27.09.2023)

- MILMO, DAN: Twitter chaos after Elon Musk takeover may have violated privacy order, DoJ alleges. In: *The Guardian*, 13.09.2023. <https://www.theguardian.com/technology/2023/sep/13/twitter-elon-musk-takeover-ftc-order-data-security-privacy-doj-case> (15.09.2023)
- HOVEN, ELISA: Hass im Netz. 25.08.2022. https://www.uni-leipzig.de/fileadmin/prins_import/dokumente/dok_20220829123452_aeob27c451.pdf (15.09.2023)
- DER SPIEGEL: Chronologie des Musk-Milliardendeals. Ich kauf Twitter, ich kauf Twitter nicht, ich kauf Twitter... . In: *Der Spiegel*, 25.10.2022. <https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/elon-musk-und-twitter-chronik-der-geplatzten-uebernahme-a-d7f2f6e9-5afe-4af4-b962-12ed4e5a3514> (15.09.2023)
- THIELE, MARTINA; TANJA THOMAS (2023): Echt jetzt?! Sophie Scholl auf Instagram. Eine Analyse des journalistischen Diskurses. In: *Journalistik*, 6(1), S. 6-32. <https://journalistik.online/ausgabe-1-2023/echt-jetzt-sophie-scholl-auf-instagram/>
- TILLACK, ANNA: Hass im Netz: Eine tote Ärztin und was bleibt. 28.03.2023. <https://www.ardaudiothek.de/episode/11km-der-tagesschau-podcast/hass-im-netz-eine-tote-aerztin-und-was-bleibt/tagesschau/12532077/> (15.09.2023)
- UN (UNITED NATIONS): Hate speech: A growing, international threat. 28.01.2023. <https://news.un.org/en/story/2023/01/1132597> (14.09.2023)
- VICHTL, WOLFGANG: Bestürzung nach Tod von Ärztin. In: *tagesschau.de*, 30.07.2022. <https://www.tagesschau.de/ausland/europa/kellermayr-corona-aerztin-tot-101.html> (15.09.2023)
- WALSH, DAVID AUSTIN: Elon Musk has crossed a line. In: *New York Times*, 11.09.2023. <https://www.nytimes.com/2023/09/11/opinion/elon-musk-adl.html> (15.09.2023)