

Commons statt Kommerz

BILDUNG FÜR EIN UNKOMMERZIELLES INTERNET

Von Björn Friedrich Die permanente Jagd nach Likes, die Suche nach Aufmerksamkeit und die exzessive Nutzung der Social-Media-Plattformen setzt viele Jugendliche unter Druck. Mittel, um dagegen vorzugehen, sind: die Aufklärung über das Design dieser Dienste, das Hinterfragen der Motivation der Anbieter und eine kritische Auseinandersetzung mit den Geschäftsmodellen der Digitalkonzerne. Gut informierte, (selbst-)reflektierte Jugendliche sollten dem psychischen Druck der Online-Angebote dann besser widerstehen können.

Der Ist-Zustand: Momentan werden die digitalen Lebenswelten der jugendlichen (und erwachsenen) Social-Media-User:innen von einigen wenigen Großkonzernen dominiert: dem **Meta**-Konzern (mit WhatsApp, Instagram, Facebook und dem 2023 gestarteten Twitter-Klon Threads), dem **Google**-Konzern (zu dem auch YouTube gehört) sowie dem chinesischen Konzern **ByteDance**, der die App TikTok betreibt. Weitere relevante Dienste sind derzeit noch die App Snapchat von **Snap Inc.**, der Livestreaming-Dienst Twitch, der zu Amazon gehört, und evtl. der französische Dienst BeReal, der jedoch ein Nischendasein fristet. Inwiefern **Elon Musks** Angebot X (ehem. Twitter) zu einer relevanten Online-Plattform heranwachsen wird, bleibt abzuwarten, allerdings sind Zweifel daran angebracht.

Die Gemeinsamkeit dieser Angebote ist in jedem Fall das Geschäftsmodell, das den sog. **Plattformkapitalismus** auszeichnet. Die Social-Media-Dienste stehen kostenlos zur Verfügung, die User:innen müssen also keine Gebühr dafür bezahlen, allerdings muss in Kauf genommen werden, dass die persönlichen Daten für individualisierte Werbeanzeigen analysiert werden. Daraus resultieren nicht nur große finanzielle Gewinne, sondern auch eine enorme Macht der Unternehmen. Schließlich sind sie die sog. **Intermediäre**, also die Vermittler zwischen den Werbetreibenden und den Nutzenden. Die Leistung der Digitalkonzerne besteht darin, die Werbeanzeigen an die User:innen auszuspielen, was

zugleich bedeutet, dass nur sie über die Werkzeuge verfügen, um Werbung individualisiert und personalisiert verbreiten zu können. Die Plattformen „verkaufen“ keine Daten an die Werbewirtschaft (wie oftmals fälschlicherweise behauptet wird), sondern sie nutzen diese Daten, um den Werbekund:innen eine wertvolle Dienstleistung gegen gutes Geld anzubieten.

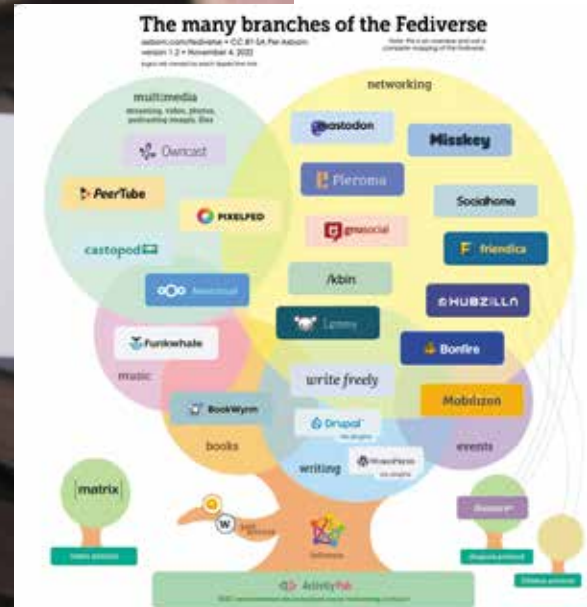
Dieses Modell ist nur den wenigsten Jugendlichen vertraut, wie unsere Erfahrungen aus der medienpädagogischen Praxis zeigen. Wenn wir junge Menschen fragen, was sie im Internet am meisten nervt, wird stets die Werbung als einer der nervigsten Faktoren genannt. Auf die Frage hingegen, warum es so viel Werbung im Social Web gibt, wissen die Jugendlichen oftmals keine Antwort oder sind zumindest mit den Details dieses Finanzierungsmodells nicht vertraut. An diesem Punkt gilt es, mit kapitalismuskritischen Fragen sowie konstruktiven medienpädagogischen Methoden anzusetzen.

WILLKOMMEN IM FEDIVERSE

Die Utopie: Eine naheliegende Reaktion auf das offensichtlich vorhandene Dilemma wäre es, den kapitalistischen Großkonzernen den Rücken zu kehren und digitale Alternativangebote zu nutzen. Hier liefert das sog. **Fediverse** einige passende Angebote, z. B. den Mikroblogging-Dienst **Mastodon**, das Videoportal **PeerTube** oder die Fotoplattform **Pixelfed**. Diese Dienste werden alle unkommerziell betrieben, die Haupteinnahmequellen sind Spenden der User:innen, die Betreuung und Moderation der Inhalte geschieht meist ehrenamtlich. Technisch unterscheiden sich diese Angebote von den großen Plattformen dadurch, dass sie nicht auf zentralen Servern gehostet werden, sondern auf dezentralen Instanzen, die miteinander verbunden werden kön-



Foto: Andrea Piacquadio/pexels



Fediverse: ein föderiertes Netzwerk mit eigenständigen, untereinander vernetzten Social-Media-Diensten, die auf der Grundlage von Open-Source Software funktionieren.

nen. Die unterschiedlichen Fediverse-Angebote sind über das dezentrale Protokoll **ActivityPub** miteinander vernetzt, die Grundlage dieser Dienste ist stets eine Open-Source-Software. Auf Basis dieser unkommerziellen Architektur, die den Grundgedanken eines freien Internets aufleben lässt, stellt das Fediverse also ein durchaus reizvolles Angebot dar.

Pragmatischer Weise ist anzumerken, dass sämtliche Fediverse-Dienste derzeit ein Nischendasein fristen und nur von einer vergleichbar kleinen Community genutzt werden. Der Dienst Mastodon beispielsweise vermeldete im Sommer 2023 rund 10 Millionen angemeldete User:innen, was ein beachtlicher Wert ist, der im Vergleich zu Milliarden Userkonten der Meta-Dienste jedoch nur einen geringen Bruchteil darstellt.

Zusammenfassend lässt sich also festhalten, dass es vermutlich utopisch ist, auf eine baldige Verdrängung der großen, kommerziellen Dienste durch Fediverse-Angebote zu hoffen. Nichtsdestotrotz sollte es sich die Medienpädagogik im Sinne einer politischen Medienbildung auf die Fahnen schreiben, über diese Alternativen zu informieren und eine Auseinandersetzung mit den Grundideen eines freien Internets anzuregen. Zudem sollten medienpädagogische Fachkräfte und Einrichtungen selbst alternative Angebote nutzen und mit eigenen Kanälen dort vertreten sein.

KAPITALISMUSKRITISCHE EINORDNUNG

Was bleibt: Am Ende haben wir nur die Gewissheit, dass die kommerziell motivierten Social-Media-Angebote der Digitalkonzerne keinen guten Einfluss auf die psychische Gesundheit ihrer User:innen haben, was in diesem Heft bereits ausführlich dargestellt wird. Aus dieser Gewissheit leitet sich als Aufgabe für die Medienpädagogik ab, junge wie auch ältere Menschen zu einem reflexiven, selbstkritischen Umgang mit dem Social Web zu befähigen. Nur wer mit den Motiven der Anbieter und der Konstruktion der Angebote vertraut ist, kann diese Motivation dekonstruieren und kompetent mit dem permanenten Druck der sozialen Netzwerke umgehen. Nur wer verstanden hat, dass die permanente Informationsflut und der Drang zur Online-Selbstdarstellung nicht vom Freundeskreis oder von unserer Gesellschaft ausgeht, sondern von den großen Digitalkonzernen, die damit ihre Gewinne und Aktienkurse in die Höhe schrauben, kann diesem Drängen mit einem Achselzucken und einer großen Portion Gelassenheit begegnen.

Die Stärkung der digitalen Resilienz ist ein langwieriger Prozess, der verschiedene emotionale und kognitive Aspekte beinhaltet. Ein gesunder Umgang mit sozialen Medien kann nur gelingen, wenn ein nüchterner Blick auf die dortigen Kommunikationsprozesse geworfen wird. Um die Angebotsvielfalt für sich selbst optimal zu filtern und die positiven Aspekte der digitalen Welt gewinnbringend zu nutzen, ist eine gewisse emotionale Distanzierung von Social Media nötig. Eine kapitalismuskritische Einordnung dieser Angebote und eine Sensibilität für die Vorzüge eines unkommerziellen Internets können dabei enorm behilflich sein.

AUTOR BJÖRN FRIEDRICH

ist als Medienpädagoge und Co-Geschäftsführer bei SIN – Studio im Netz u.a. für den „Pädagogischen Medienpreis“ zuständig, für den er aktuelle Web-Entwicklungen im Blick behält.