

Der Blick der Kommunikationswissenschaft: Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit

Behördenkommunikation in der direkten Demokratie

Aarau, 24. November 2023

Prof. Dr. Manuel Puppis

Departement für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung **DCM**

Aufbau des Vortrags

1

Charakteristika der Schweizer Medienlandschaft

2

Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit

3

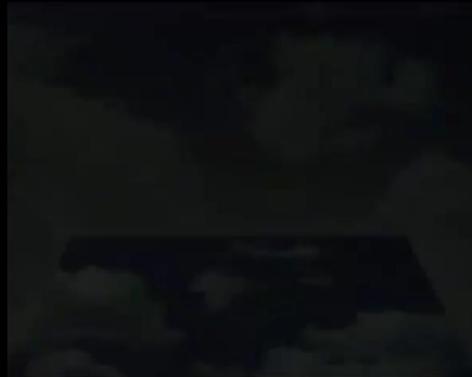
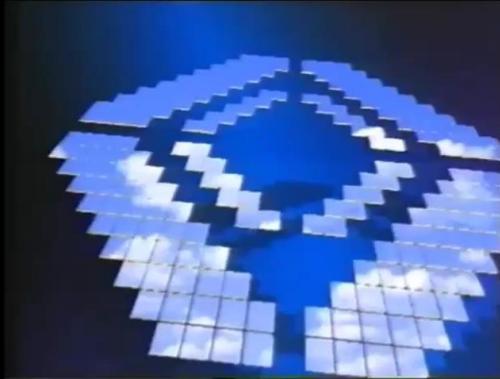
Probleme mit Plattformen

4

Medienpolitische Lösungen

1

Charakteristika der Schweizer Medienlandschaft



Presse: Ein (ehemaliges) Zeitungsland

über lange Zeit...

- hohe Auflage von Tageszeitungen im Verhältnis zur Bevölkerung
- hohe Reichweite von Tageszeitungen
- hoher Werbemarktanteil der Presse



Rundfunk: Mehrsprachiger Kleinstaat

- Besonderheiten kleiner Mediensystemen:
Ressourcenknappheit und **kleine Werbe- und Publikumsmärkte**
- Problem betrifft Kleinstaaten mit **grossen gleichsprachigen Nachbarländern**
besonders: hohe Marktanteile ausländischer Sender mit Werbefenstern
- deshalb starker Service public und Konzessionierung von Lokal-/Regionalsendern

Zuschauermarktanteile 2022 (24 Stunden, Zuschauer:innen ab 3)

Deutschschweiz	MA	Suisse romande	MA	Svizzera italiana	MA
SRF	31.5%	RTS	28.6%	RSI	28.3%
andere SRG	0.4%	andere SRG	0.7%	andere SRG	3.3%
Private CH	9.6%	Private CH	1.9%	Private CH	1.8%
Ausland	58.5%	Ausland	68.8%	Ausland	66.6%

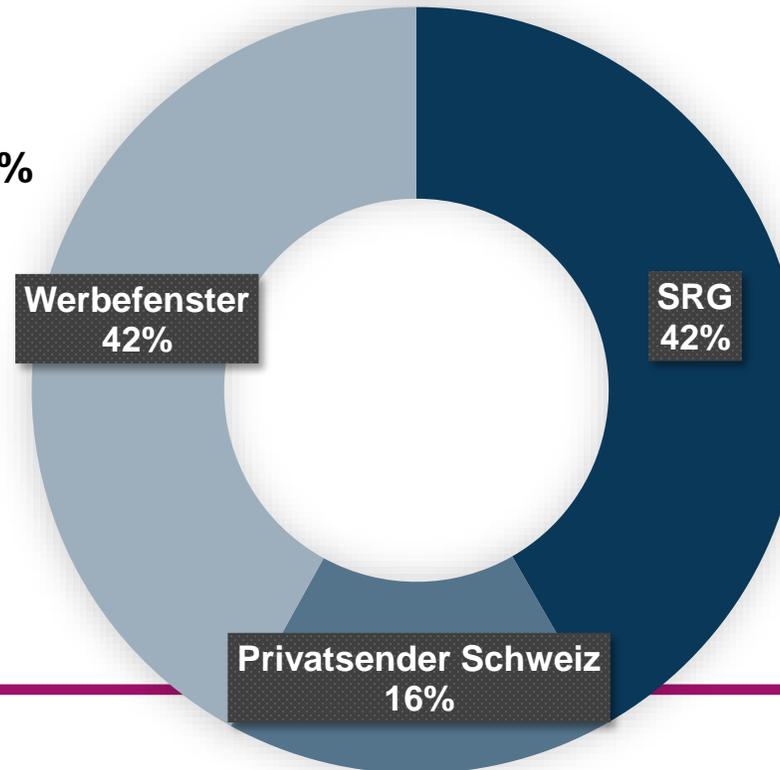


Quelle: Mediapulse 2023

Rundfunk: Mehrsprachiger Kleinstaat

- Besonderheiten kleiner Mediensystemen:
Ressourcenknappheit und **kleine Werbe- und Publikumsmärkte**
- Problem betrifft Kleinstaaten mit **grossen gleichsprachigen Nachbarländern**
besonders: hohe Marktanteile ausländischer Sender mit Werbefenstern
- deshalb starker Service public und Konzessionierung von Lokal-/Regionalsendern

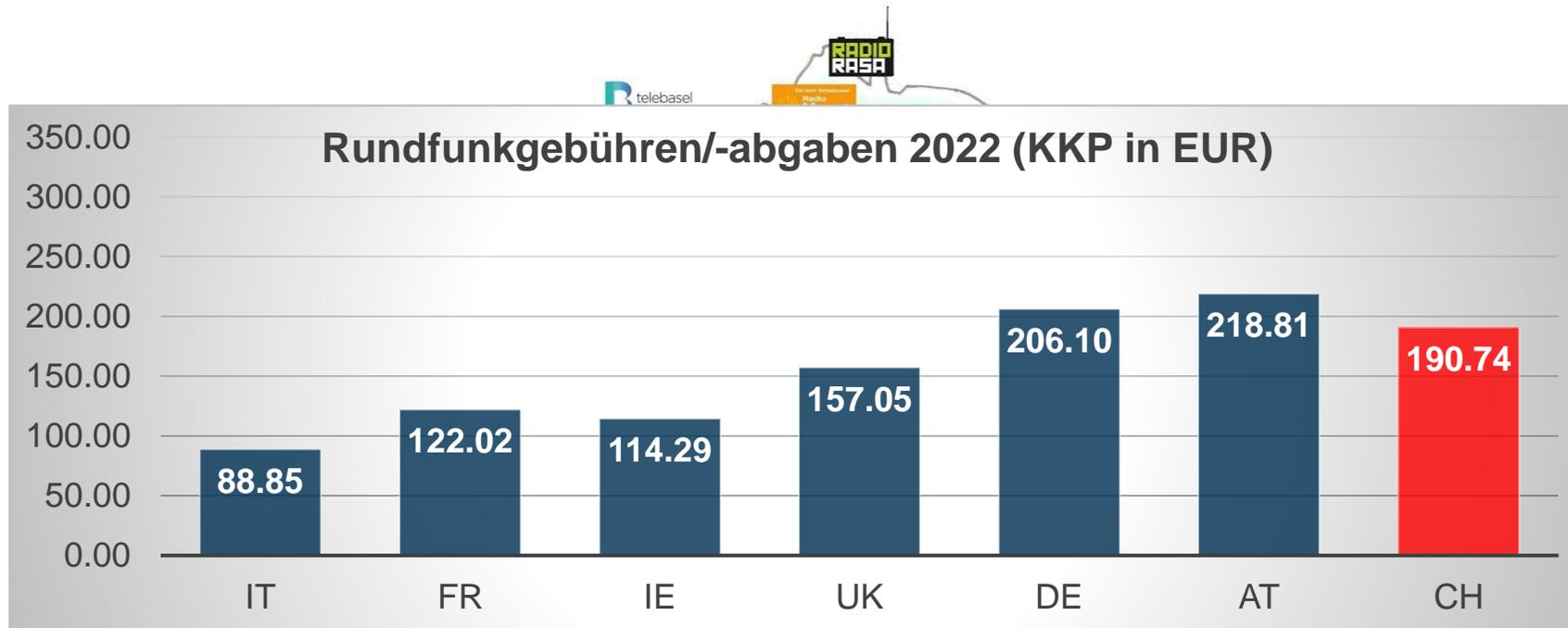
Nettowerbeumsätze Fernsehen 2022 in %



Quelle: Stiftung Werbestatistik Schweiz 2023

Rundfunk: Mehrsprachiger Kleinstaat

- Besonderheiten kleiner Mediensystemen:
Ressourcenknappheit und **kleine Werbe- und Publikumsmärkte**
- Problem betrifft Kleinstaaten mit **grossen gleichsprachigen Nachbarländern**
besonders: hohe Marktanteile ausländischer Sender mit Werbefenstern
- deshalb starker Service public und Konzessionierung von Lokal-/Regionalsendern



Quelle: Puppis 2023

Online: Dominanz etablierter Medien, einige Neugründungen

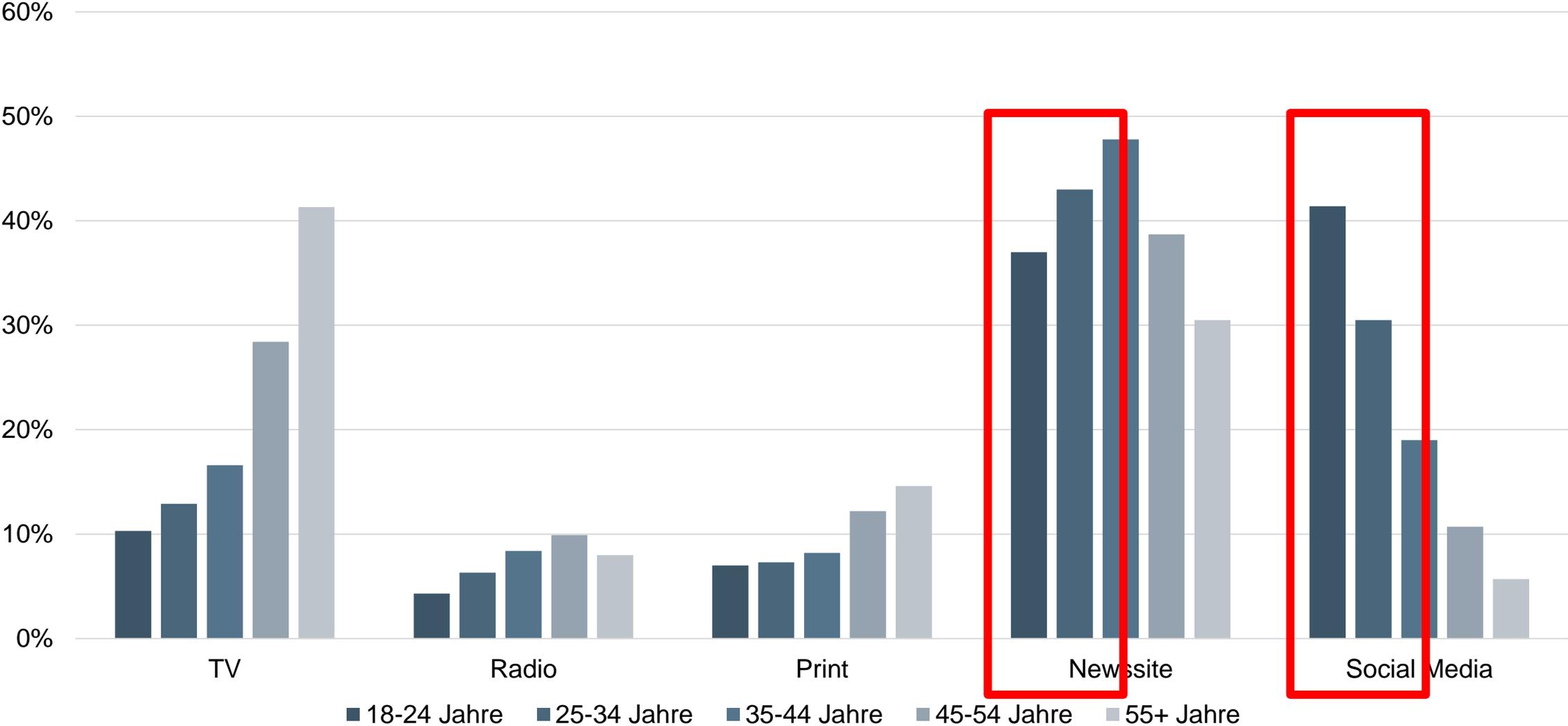


Umfrage: Hauptquelle für Nachrichten





Hauptnachrichtenquelle in der Schweiz 2018 & 2023

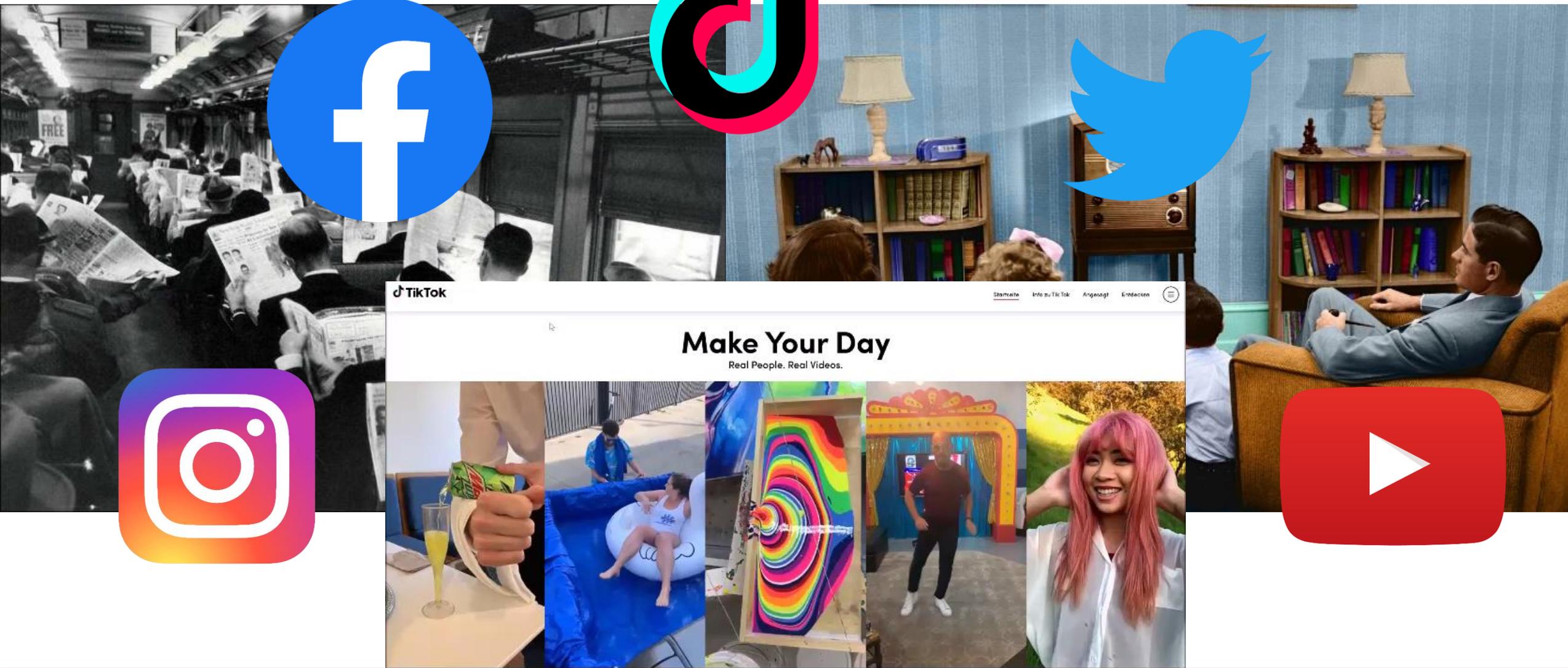


Quelle: Reuters Digital News Report / Jahrbuch Qualität der Medien 2018 & 2023



Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit

Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit



Plattformen und ihre Bedeutung

- Was sind Plattformen?
 - auf **zwei- oder mehrseitigen Märkten** tätig und bringen verschiedene Kundengruppen zusammen
 - **erstellen keine eigenen Inhalte, sondern bündeln Inhalte** von Medien genauso wie von Einzelpersonen, politischen Akteuren und Unternehmen
 - legen **Spielregeln** für Interaktion fest
 - personalisieren Inhalte mittels **algorithmischer Selektion**
- Warum sind Plattformen relevant?
 - **neue «Intermediäre»** in der Öffentlichkeit
 - prägen unsere **Wahrnehmung der Welt**
 - verändern **Verhältnis von Politik, Medien und Bevölkerung**

Suchmaschinen



Soziale Netzwerke



Video-Sharing-Dienste



Nachrichtenaggregatoren



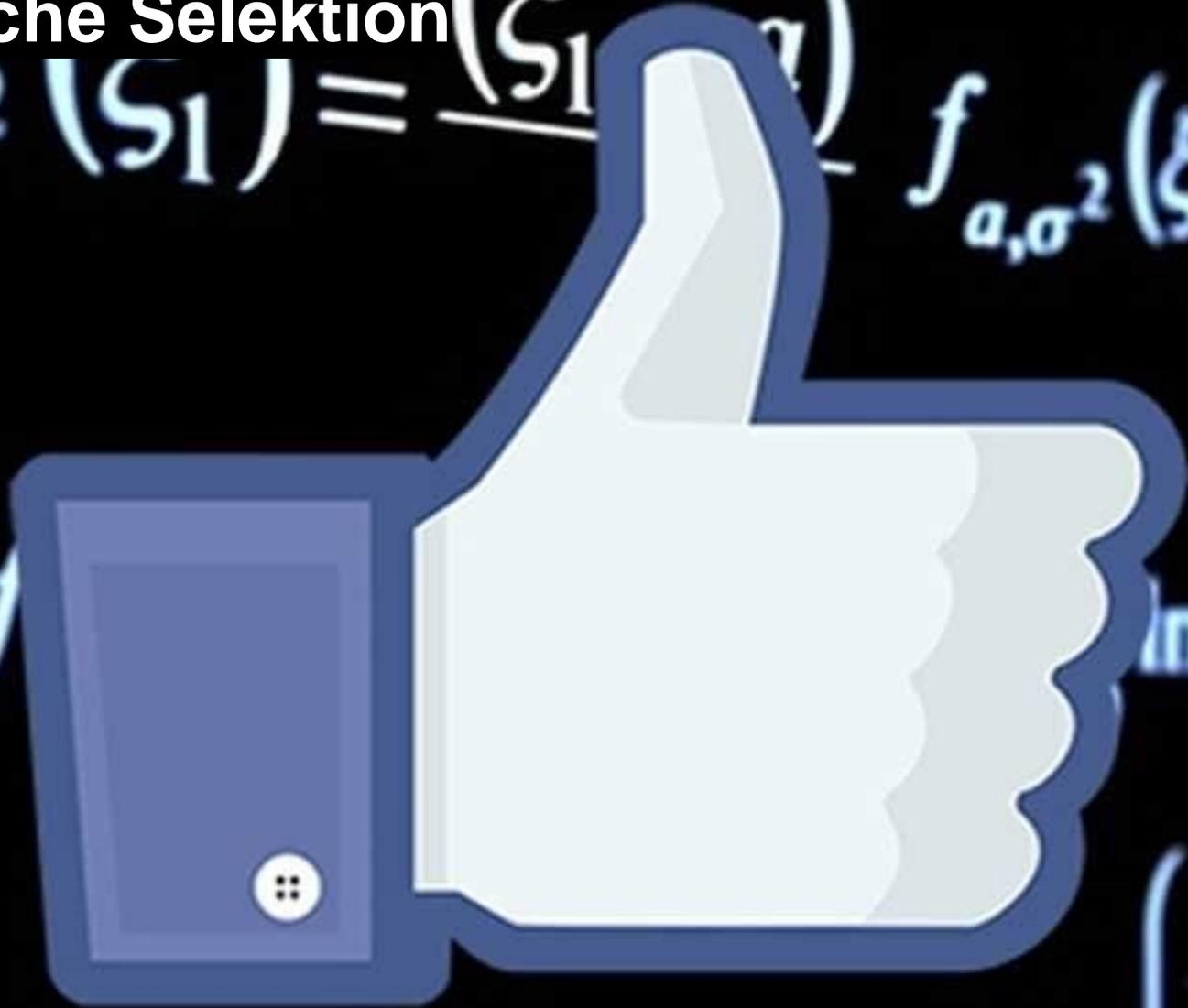


Probleme mit Plattformen

Marktmacht



Algorithmische Selektion



Algorithmische Selektion

- keine empirischen Belege für Filterblasen (Bruns, 2019; Zuiderveen Borgesius et al., 2016), aber:
- **Verzerrungen** («algorithmic bias»)
(Hunt & McKelvey, 2019; Noble, 2018)
 - Suchresultate oder Empfehlungen können verzerrt sein
 - aufgrund der verwendeten Daten oder aufgrund der Programmierung
- **kommerzielle Eigeninteressen** (Helberger, 2018; Mansell & Steinmueller, 2020)
 - Nutzer/innen sollen möglichst lange auf der Plattform bleiben
 - demokratische Anforderungen an Öffentlichkeit finden bei Programmierung keine Beachtung



Problematische Inhalte



Problematische Inhalte

- auf Plattformen werden auch **problematische Inhalte gepostet und geteilt**
 - massive Zunahme von **Desinformation** (absichtlich falsche Information aus politischen oder ökonomischen Motiven), doch Wirkung (Allcott & Gentzkow, 2017; Lecheler & Egelhofer, 2022)
 - **Hassrede** mit massiven Auswirkungen (online und offline) auf Gruppen und Individuen (Siegel, 2020)
- Plattformen moderieren Inhalte

Facebook-Gemeinschaftsstandards

Die Facebook-Gemeinschaftsstandards legen fest, was auf Facebook erlaubt bzw. nicht erlaubt ist.

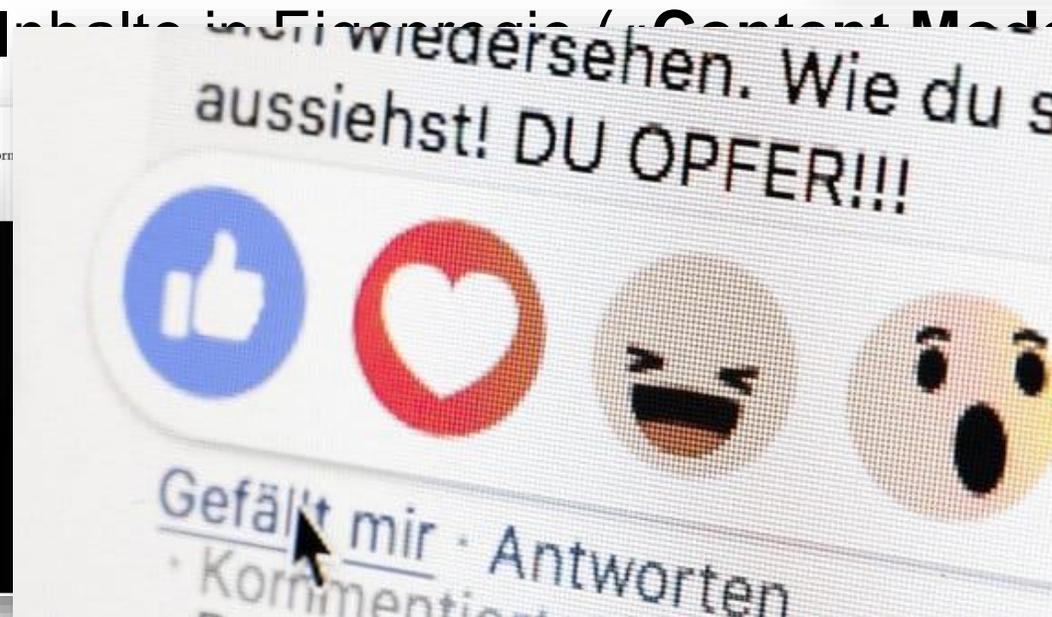
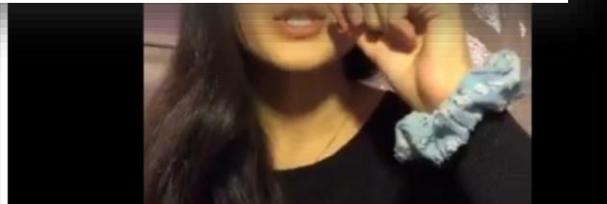
17-Jährige legt sich auf Tiktok mit China an

In einem Video spricht Feroza Aziz über die Unterdrückung der Uiguren. Die chinesische Plattform



Donald J. Trump ✓
@realDonaldTrump

I WON THIS ELECTION, BY A LOT!



Medienkrise

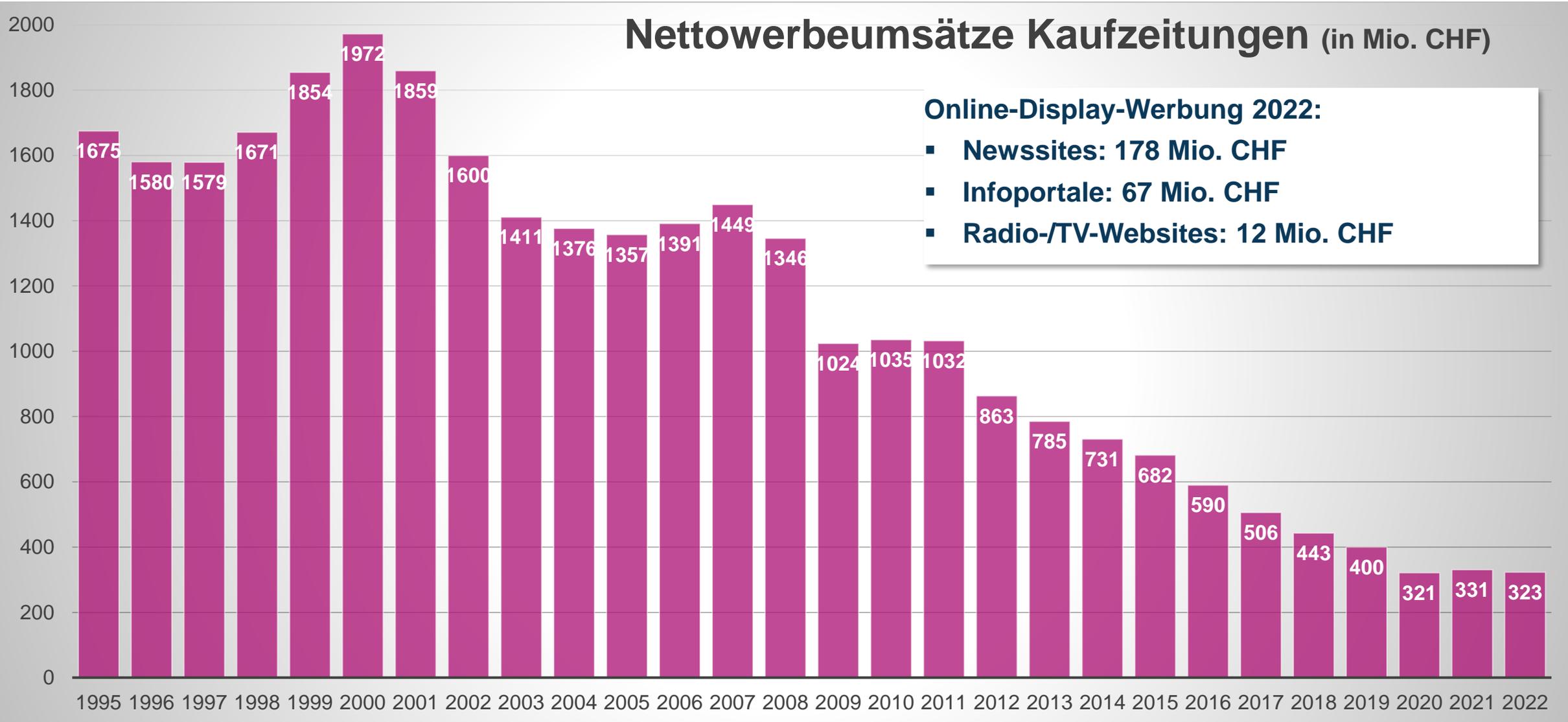
SDA NICHT FÜR GEWINNE DA

Weniger
CEO
mehr
SDA
sdg

SDA



Medienkrise



Quelle: Stiftung Werbestatistik Schweiz

17%
pay for
ONLINE NEWS



Medienkrise

Tamedia annonce 28 Verlagen
licenciements en Suisse Zeitungsredaktionen

«Die Medienlandschaft wird geschwächt»:
CH Media streicht 150 Vollzeitstellen

La SSR sous la menace d'une
cure d'amaigrissement
draconienne

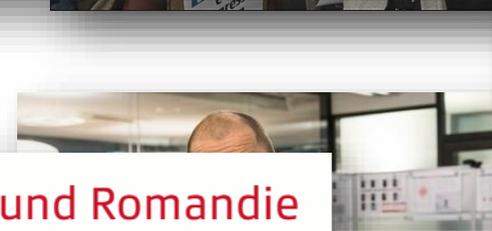
Deutschschweiz und Romandie

Tamedia baut bis zu 48 Stellen ab
«Gewisser Frust» – 200 Franken
sind genug, findet auch die FDP

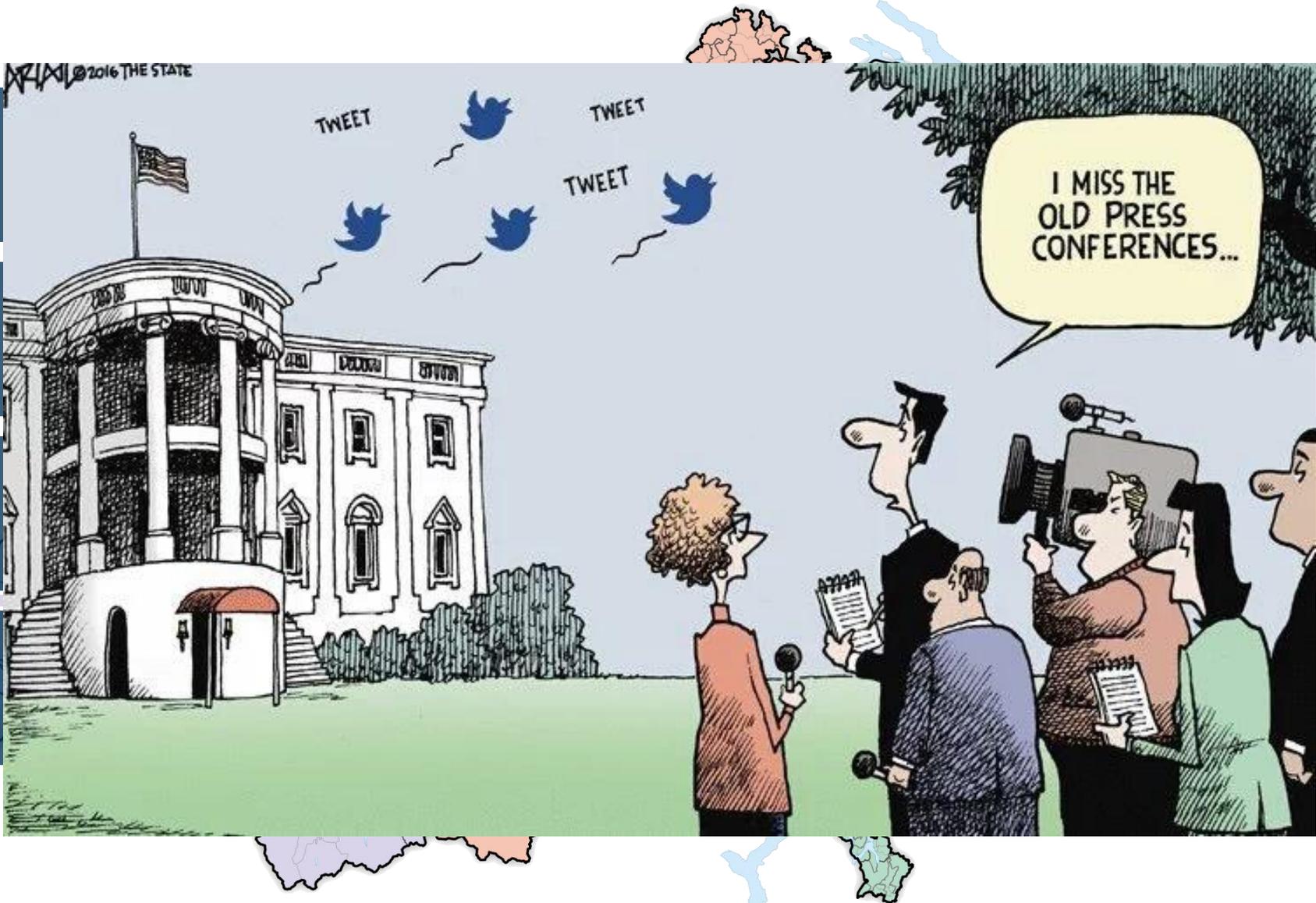
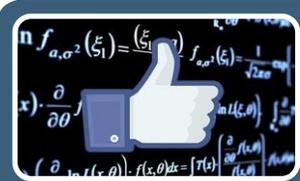
Umsätze «erheblich» zurückgegangen

CH Media plant Abbau
von 150 Stellen

Une centaine de journalistes
manifestent à Lausanne



Folgen für Behördenkommunikation



erbei kommt

n



Medienpolitische Lösungen

Bisherige Lösungen...

Plattformen

- Massnahmen einzelner Plattform-Unternehmen («Community Standards»)

Facebook-
Gemeinschaftsstandards

Die Facebook-Gemeinschaftsstandards legen fest, was auf Facebook erlaubt bzw. nicht erlaubt ist.

- Branchen-Selbstregulierung zu Hassrede und Desinformation

Code of Conduct on countering illegal hate speech online:

The Strengthened
Code of Practice on
Disinformation
2022

Medien

- Posttaxenverbilligung
- reduzierter Mehrwertsteuersatz
- Senkung der Serafe-Abgabe



...reichen nicht aus



Medienförderung

Service public

Marktmacht

Inhalte

Algorithmen

Medienkompetenz

- Von Verbilligung der Postzustellung von gedruckten Zeitungen zu einer **konvergenten/technologieneutralen Förderung** von Journalismus
 - Modelle existieren in anderen europäischen Kleinstaaten seit Jahren (Puppis, 2023)
 - auch von Eidgenössischer Medienkommission vorgeschlagen
- stattdessen
 - Onlinemedienförderung an Referendum gescheitert
 - Parlament plant Ausbau der Zustellförderung
 - Kantone sind zurückhaltend
 - in grossen Teilen des Landes bald keine Privatradios mehr mit Leistungsauftrag
- aber neuer Vorschlag des Bundesrats kommt im Frühjahr (Postulat Christ)



- Von Rundfunk (Radio- und Fernsehsender)...
 - ... zu **On-Demand-Angebot** mit nicht-kommerziellem algorithmischem Empfehlungssystem (Sørensen & Hutchinson, 2018)
 - ... zu **Public Open Space**: öffentlicher Raum für Debatten, der nicht nach den Regeln US-amerikanischer oder chinesischer Plattformen funktioniert (Dobusch, 2018)
- stattdessen
 - Halbierungsinitiative
 - Senkung der Serafe-Abgabe



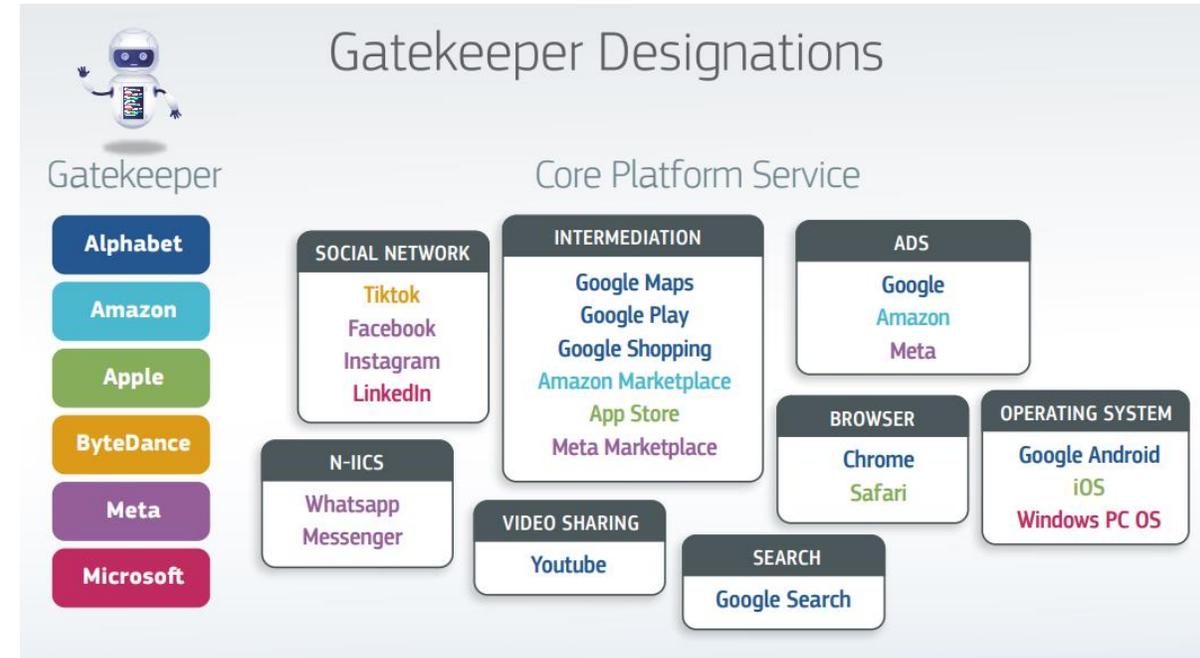
Bundesrat will Serafe-Gebühr auf 300 Franken senken

«Klar ist, dass Hunderte Stellen verloren gehen»

Marktmacht: Regulierung von Gatekeepern

Verbreitung

- gilt nur für grosse Unternehmen («**Gatekeeper**»)
- Vorgaben (Art. 5, 6, 14 DMA)
 - Einschränkungen bei Datenverwendung
 - Verbot der Ausnutzung von Marktmacht
 - Zugang für gewerbliche Nutzer:innen
 - Meldung von Fusionen



Inhalte: Haftungsprivileg & Sorgfaltspflichten

Verbreitung

- **Haftungsprivileg** (Art. 3-5 & 7 DSA)
- neue, abgestufte **Sorgfaltspflichten**

Alle Vermittlungsdienste	Hostingdienste & Plattformen	Plattformen	VLOPs & VLOSEs
-			Risikobewertung (Art. 34), Risikominderung (Art. 35), unabhängige Prüfung (Art. 37), Berichtspflicht (Art. 42)
-		Möglichkeit zur Beschwerde gegen Entscheidung (Art. 20) und zur außergerichtlichen Streitbeilegung (Art. 21); prioritäre Behandlung von Meldungen von «Trusted Flaggers» (Art. 22); Transparenzpflichten (Art. 24)	
-	Einrichtung Meldeverfahren (Art. 16) und Begründung bei Takedown oder Sperrung (Art. 17)		
Transparenz über Regeln/Umsetzung (Art. 14) und Transparenzbericht (Art. 15)			

- **alle Plattformen** (Art. 26, 27, 28 DSA)
 - algorithmische Empfehlungssysteme verständlich erklären
 - Einschränkung Datenverwendung für Personalisierung
- **VLOPs & VLOSEs** (Art. 34, 35, 37, 38, 40 & 42 DSA)
 - Empfehlungssystem ohne Profiling
 - Datenzugang für Forschung
 - Bewertung systemischer Risiken und Risikominderungsmaßnahmen

Und was macht die Schweiz?

Verbreitung

- Bundesrat erteilt Auftrag, Gesetzesentwurf zur Regulierung von grossen Kommunikationsplattformen auszuarbeiten («**DSA light**»)
- Keine Bestrebungen, Marktmacht von Plattformen und damit deren Dominanz im Werbemarkt anzugehen – stattdessen **Leistungsschutzrecht**

Grosse Kommunikationsplattformen: Bundesrat strebt Regulierung an

Bern, 05.04.2023 - Die Schweizer Bevölkerung soll gegenüber grossen Kommunikationsplattformen wie z.B. Google, Facebook, YouTube und Twitter mehr Rechte erhalten und von diesen Transparenz einfordern können. Der Bundesrat hat deshalb das Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK beauftragt, eine Vernehmlassungsvorlage zur Regulierung der Kommunikationsplattformen auszuarbeiten.



- **Medienkompetenz** sämtlicher Bevölkerungsgruppen stärken
 - Wissen über Funktionsweise von Medien und Journalismus sowie Plattformen und Algorithmen
 - Fähigkeiten zur selbstbestimmten Verwendung von Medien und Teilnahme an Öffentlichkeit



MACH DEN DIGITALEN MEDIENKOMPETENZTEST!

Wie gut bist du im Umgang mit digitalen Medien?



Fazit:

Gestaltung der Kommunikationsordnung



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Forschung und Lehre

<https://www.unifr.ch/dcm/de/dept/staff/byunit/medienstrukturen/>



X / Mastadon / BlueSky

[@ManuelPuppis](https://twitter.com/ManuelPuppis)

[@ManuelPuppis@mastodon.online](https://mastodon.online/@ManuelPuppis)

[@ManuelPuppis.bsky.social](https://bsky.social/@ManuelPuppis)

**Gruppendiskussion:
«Hilfe für Medien, Regeln für Plattformen:
Welche Infrastruktur braucht die Demokratie?»**

Thesen für die Gruppendiskussion

- Die Kantone investieren lieber in professionelle Behördenkommunikation, als Medien zu fördern
- Die Chancen für Medienförderung und einen starken Service public stehen schlecht: Wir müssen uns einstellen auf eine stark dezimierte Medienlandschaft
- Medien haben immer weniger Kapazität, um Politik/Behörden zu kontrollieren: «It's going to be a great time to be a corrupt politician» (David Simon)