

Digitaler Widerstand

Angesichts globaler Krisen und Kriege stellt sich die Frage, wie verantwortungsvoll Influencer:innen mit ihrer Reichweite umgehen. Aktuell fordert die Bewegung #Blockout2024 zu Bezugnahme und politischer Positionierung im Nahostkonflikt auf. Kommunikationswissenschaftlerin Desirée Schmuck mit einer Einschätzung.

Bericht von Denise Samer

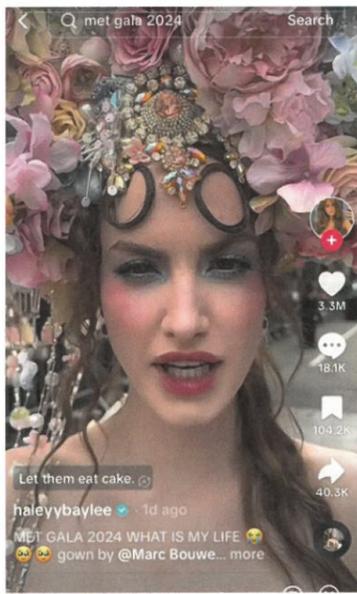
Die Protest-Kampagne #Blockout2024 entstand im Mai 2024 als Reaktion auf die Diskrepanz zwischen der opulenten Met Gala in New York und der humanitären Krise im Gazastreifen. Bei der jährlichen Benefizveranstaltung für das Metropolitan Museum of Art erhalten Stars nur auf Einladung Eintritt und kaufen für 75.000 US Dollar Tickets, um für das Museum zu spenden. Während die Prominenten in extravaganten Outfits über den roten Teppich schritten, gingen Bilder und Videos der Zerstörung und des Leidens in Gaza viral, was zu erheblichem Unmut in den sozialen Medien führte. Direkter Auslöser war ein TikTok der US-Influencerin Hayley Kalil, in dem sie das Event besuchte und den berühmten Satz „Let them eat cake!“ (zu Deutsch: „Dann sollen sie doch Kuchen essen!“) lipsyncte – eine Phrase, die (fälschlicherweise) oftmals Marie Antoinette zugeschrieben wird (Anm.: „Qu'ils mangent de la brioche“) und mit der ignoranten Haltung der Elite gegenüber dem Leiden der Armen assoziiert wird.

Umgehend wurde diese Gleichgültigkeit und Taubheit thematisiert und #Blockout2024 war geboren: Mit dem Hashtag folgte der Aufruf, Stars und Influencer:innen, die sich nicht oder zu wenig zum Krieg in Gaza äußern, zu blockieren. Das Ziel: Sie dort zu treffen, wo es weh tut – also ihre Reichweite und Werbeeinnahmen zu reduzieren.

Parasoziale Meinungsführerschaft

„Influencer:innen und Prominente werden immer mehr zu Quellen für politische Information und Nachrichten“, bestätigt Kommunikationswissenschaftlerin Desirée Schmuck. Und auch die Zahlen sprechen für sich: Dem Reuters Digital News Report 2023 zufolge gaben 13,6 Prozent an, ihre Nachrichten hauptsächlich von Social Media zu beziehen. Bei den 18- bis 24-Jährigen ist dieser Wert mit 38,1 Prozent am höchsten. „Dies zeigt, warum junge Menschen heutzutage von diesen Akteuren erwarten, dass sie, wenn etwas Wichtiges wie die Eskalation des Nahostkonflikts passiert, Stellung beziehen“, so Schmuck weiter.

Als parasoziale Meinungsführer:innen helfen sie ihren Followern kom-



Hayley Kalil (li.) geriet durch ihr TikTok auf der Met Gala ins Kreuzfeuer und löste den Blockout aus. Eine Creatorin (re.) forderte die ‚Digitale Guillotine‘. © Screenshot/TikTok (3)



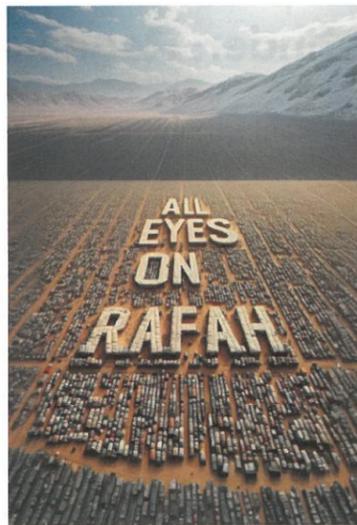
plexe politische Themen zu vereinfachen, Interesse zu wecken und Orientierung zu bieten. Insbesondere Letzteres sei im Bereich des Nahostkonflikts hochrelevant, wie die Expertin ausführt: „Das kann als eine Art Heuristik funktionieren: Ich kann oder möchte mir selbst keine Meinung zu einem so komplexen Thema bilden – daher verlasse ich mich lieber auf die Empfehlung meines parasozialen Idols.“ Somit werde der Konflikt vereinfacht und mit zwei klaren Seiten samt entgegengesetzten Positionen dargestellt. „Während dies positive Auswirkungen haben kann, ist es

auch gefährlich, da die starke Simplifizierung oder das unreflektierte Beziehen einer Position für die eine oder die andere Seite auch negative Konsequenzen für den öffentlichen Diskurs, wie politischen Zynismus oder Polarisierung, haben kann.“

Stories statt Feed

Doch warum äußern sich Influencer:innen nicht politisch? Die Hauptgründe seien die Angst vor negativen Reaktionen, der Verlust von Followern, Backlash oder sogar Hate Speech. Aus inhaltsanalytischen Forschungen sei zudem hervorgegan-

gen, dass Influencer:innen und Prominente politische Themen häufiger in Stories posten, die nach 24 Stunden wieder verschwinden, statt in den permanenten Feed. „Auf diese Weise können sie sich zu einem Thema äußern, machen dieses aber nicht gleich zum Teil ihrer politischen Online-Identität“, so Schmuck. Die politische Haltung eines Landes zum Konflikt präge dabei auch, in welchem Grad sich öffentliche Personen zum Thema äußern. Wenn man das Gefühl hat, dass die Mehrheit eine bestimmte Position vertritt, traue man sich weniger, eine entgegenge-



Fast 50 Millionen Mal wurde das KI-generierte Bild mit dem Schriftzug mithilfe der neuen ‚Du bist dran‘-Funktion auf Instagram geteilt. © Screenshot/Instagram

Desirée Schmuck ist Professorin für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Medienwandel und Medieninnovation am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien. © Desirée Schmuck



setzte Position zu äußern, „das nennt man auch eine Schweigespirale“.

Gerechtfertigte Blockaden?

#Blockout2024 schätzt die Expertin als schwierig ein, gleichzeitig gewinnen sie derartigen Bewegungen auch positive Seiten ab, da sie eine Form des Aktivismus darstellen, die jungen Menschen dabei helfen können, ihre eigene Identität und politische Überzeugungen zu bilden.

Gibt es generell Fälle, in denen das strikte Blockieren bzw. Cancellen von Personen oder Inhalten gerechtfertigt und sinnvoll ist? „Ja, die gibt es natürlich“, entgegnet Schmuck. „Wenn etwa Personen ganz klar Fehlinformationen wie gefälschte Videos, sogenannte Deepfakes, oder schlichtweg falsche Fakten teilen, die widerlegbar sind.“ Auch das Anstiften zu Gewalt oder Hetze gegen soziale Gruppen dürfe auf Social Media keinen Platz haben und müsse reguliert werden – sei es durch Plattformbetreiber oder User:innen selbst. „Jedoch Personen aus dem sozialen Diskurs zu streichen, weil einem die andere Meinung nicht gefällt oder weil es einem nicht gefällt, dass keine Meinung geäußert wird, kann wie vorhin genannt, negative Folgen für den öffentlichen Diskurs haben.“

Protestformen, die sich mehr auf inhaltliche Aspekte beziehen statt reine Positionierung zu betreiben, wären für den öffentlichen Diskurs effektiver, meint die Expertin. „Nicht umsonst ist der Slogan ‚All Eyes on Rafah‘ so viral gegangen, weil er eine simple Botschaft enthielt, die sich schnell und einfach erfassen ließ“.

Der Post rief zu Solidarität mit der palästinensischen Bevölkerung in der Grenzstadt Rafah im Gazastreifen auf, nachdem dort durch einen israelischen Luftangriff auf ein Flüchtlingslager 45 Menschen ums Leben gekommen sind. Fast 50 Millionen Mal wurde das augenscheinlich mit künstlicher Intelligenz generierte Bild in den sozialen Medien geteilt. Im Netz spaltete sich die Meinung über das virale Bild: So wurde bemängelt, dass es sich um ein KI-Kreation handelt und somit eine „bereinigte“ Version des Krieges dargestellt wird, die das menschliche Leid verharmlost. Andere kritisierten, dass das Bild nicht dazu genutzt wurde, um Geld für Betroffene zu sammeln und wieder andere plädierten für eine ausgewogenere Perspektive auf den Konflikt.

IMPRESSUM

HORIZONT

Medieninhaber und Verleger

Manstein Zeitschriftenverlagsges.m.b.H.

Verlagsort/Anschrift Medieninhaber/
Redaktion/Herausgeberin: Euro Plaza 5,
Gebäude J,
Kranichberggasse 4,
1120 Wien
Tel.: +43/1/866 48-0
Fax: +43/1/866 48-100
E-Mail: horizont@manstein.at
Internet: www.horizont.at
Firmenbuchnummer: FN 62661 z
DVR-Nr. GZ 02Z031577 W

Geschäftsführung:

Mag. Markus Gstöttner

Herausgeber:

Manstein Zeitschriftenverlagsges.m.b.H.
eine 100 % Beteiligung der dfv
Mediengruppe, Frankfurt/Main

Sprecher der Geschäftsführung

Deutscher Fachverlag GmbH:
Peter Esser, Sönke Reimers

Chefredakteur

Mag. (FH) Jürgen Hofer
(HOF, DW 607)

Stv. Chefredakteur

Mag. Martin Wurnitsch
(MW, DW 606)

Redaktion

Stefan Binder
(STB, DW 534)
Nora Halwax, BA Bakk. phil.
(NOH, DW 608)
Denise Samer, BA MA
(DSA, DW 609)

Grafische Gestaltung

Christina Locher, Martin Renner

Anzeigenleitung und

Leitung Digitale Medien
Martin Kaindel (DW 625)

Anzeigenberatung

Denise Kohl (DW 610)

Anzeigen-Sekretariat

Romana Wegenstein-Rieder
(DW 627)

Leitung Sonderprojekte

Martina Hofmann (DW 621)

Ad Operation Manager

Angelika Haumer (DW 626)

Grafisches Konzept

section.d/Albert Exergian

Elektronische Produktion

DTP-Abteilung
Manstein Verlag

Firma des Herstellers

Friedrich Druck & Medien GmbH
Zamenhofstraße 43
A-4020 Linz

Erscheinung:

zweiwöchentlich
Die Offenlegung gemäß § 25 MedG ist unter
www.horizont.at/offenlegung abrufbar.

Aboservice

abo@manstein.at
(DW 777)