

ÜBUNG

VERSCHWÖRUNGSIDEOLOGIEEN UND IHRE VERBREITUNG ÜBER DAS INTERNET

FACTSHEET 2: FACEBOOK

Übersicht

- Plattform: soziales Netzwerk
- Altersbeschränkung: 13 Jahre
- Features: privates Profil, Fotoalben, Vernetzung mit anderen Profilen, Gruppen, Chats, Unternehmensseite
- Kosten: kostenlos
- Zugang: App über Android/iOS, Browser

HINTERGRUND

Der US-amerikanische damalige Student Mark Zuckerberg begann 2004 mit der Entwicklung des sozialen Netzwerks Facebook, das Ende 2005 bereits fünf Millionen Nutzer*innen hatte. Zunächst richtete sich Facebook an Student*innen aber seit 2006 ist es für alle Menschen zugänglich und expandierte auch außerhalb der USA. Bei Facebook wurde, neben vielen weiteren Applikationen, der „Gefällt mir“-Button etabliert, der heutzutage in Sozialen Medien nicht mehr wegzudenken ist. 2012 kaufte das Unternehmen Instagram und 2014 den Instant-Messenger WhatsApp¹.

Der Facebook-Konzern finanziert sich vor allem durch die Schaltung von Werbung. Pausenlos werden Nutzer*innendaten gesammelt und zwar von allen drei Plattformen (Facebook, Instagram und WhatsApp). Das Wissen darüber, was Nutzer*innen (nicht) gefällt, welche Videos sie anschauen und vieles mehr, ermöglicht es die Werbung genau auf die Nutzer*innen zuzuschneiden. Allein 2020 lagen die Umsätze von Facebook mit Werbung bei 84,17 Milliarden US-Dollar⁴. Von Beginn an begleitet das US-Unternehmen Kritik an dessen Maßnahmen zum Datenschutz und der Datensicherheit⁵.

Wie funktioniert Facebook?

Für die Registrierung müssen Vor- und Nachname, Handynummer oder E-Mailadresse, das Geburtsdatum sowie das Geschlecht angegeben werden. Jede Person

darf nur ein Konto erstellen und muss mindestens 13 Jahre alt sein⁶. Dies wird allerdings nicht überprüft.

Registrierte Nutzer*innen können Informationen in der eigenen Chronik posten und Fotoalben hochladen, sowie sich untereinander zu einer Art Freund*innen-Netzwerk verbinden. Sogenannten Freund*innen können sich private Nachrichten im Messenger senden oder auf der Chronik der jeweiligen Profile interagieren.

Neben dem Profil gibt es folgende Funktionen: Unternehmens-Facebookseiten (zum Beispiel für das eigene Café), Facebook-Watch, wo nach personalisiertem Interesse Videos vorgeschlagen werden, den sogenannten Marktplatz und Gruppen, die Nutzer*innen selber gegründet haben oder in denen sie Mitglieder sind.

Die Daten, die Facebook sammelt, werden nicht nur für personalisierte Werbung genutzt. Die Interessen der Nutzer*innen sorgen auch dafür, dass der hauseigene Algorithmus ihnen ähnliche Gruppen und Seiten vorschlägt, damit sie mehr Zeit auf der Plattform verbringen.

Content Moderation

Als soziales Netzwerk mit Millionen von Nutzer*innen weltweit wirkt Facebook auf die veröffentlichten Medieninhalte ein. Grundlage dafür sind die Gemeinschaftsstandards und Menschenrechtslinie der Plattform, die zum Beispiel Gewalt und Anstiftung zu dieser, organisierte Verbreitung von Hass und Hassrede, Betrug bei Wahlen oder Nacktdarstellungen von Kindern verbieten. Freie Meinungsäußerung benennt Facebook dabei als grundlegenden Wert aller seiner Plattformen⁷.

Seit Oktober 2017 müssen sich soziale Netzwerke mit mehr als 2 Millionen Mitgliedern in Deutschland an das sogenannte Netzwerkdurchsetzungsgesetz halten und Hass, Beleidigungen und bestimmte Arten an strafbaren Inhalten löschen. Das bedeutet, dass Facebook-Nutzer*innen über ein Beschwerdesystem rechtswidrige Inhalte⁸ melden können. Die Beschwerden werden von Facebook-Mitarbeiter*innen auf ihre Rechtswidrigkeit geprüft und anschließend – wenn als rechtswidrig eingestuft – innerhalb von 24 Stunden gesperrt oder gelöscht. Die Mitarbeiter*innen von Facebook sind in der Regel jedoch keine Expert*innen in deutschem Recht und die enorme Menge an Material erschwert zusätzlich die korrekte Prüfung der Inhalte. Zudem gibt es zahlreiche Berichte, die die schlechten Arbeitsbedingungen und die psychische Belastung kritisieren, denen die Personen ausgesetzt sind, die die sogenannte Content Moderation für Facebook ausführen.

Zusätzlich zu Arbeiter*innen setzt Facebook Technologie ein, um potenziell rechtswidrige Inhalte zu ermitteln, die im Anschluss einer Prüfung unterzogen werden. Verstoßen die Inhalte gegen die Facebook-Richtlinien, werden sie weltweit gesperrt. Verstoßen sie ausschließlich gegen das Gesetz, werden sie nur lokal in Deutschland gesperrt⁹.

VERBREITUNG VON VERSCHWÖRUNGS-IDEOLOGIEN ÜBER FACEBOOK

Menschen, die Verschwörungsideologien anhängen, vertrauen in der Regel nicht den Medien und Journalist*innen. Deswegen stellen soziale Netzwerke wie Facebook für sie eine vermeintlich alternative Informationsquelle dar, auf der sie in der Regel viel Zeit verbringen.

Der Algorithmus begünstigt (s. oben) die Verbreitung von Verschwörungen. Hat ein*e Nutzer*in verschwörungsideologische Inhalte angeklickt, so werden ihr*ihm im Anschluss mehr Gruppen und Seiten dieser Art vorgeschlagen¹⁰. Dadurch, dass Anhänger*innen von Verschwörungen außerdem länger auf Social Media verweilen als andere Nutzer*innen und die Funktionen für Likes, Kommentare und geteilte Inhalte viel nutzen, stuft der Algorithmus diese Inhalte als relevant ein und verbreitet sie verstärkt¹¹. Sind Menschen dann einmal in der sogenannten Filterblase angekommen, erscheinen ihr*ihm nur noch Empfehlungen und Informationen dieser Art. Ein verschwörungsideologisches Weltbild kann sich dadurch schnell festigen.

Bei Facebook ist die Gruppen-Funktion (private und öffentliche Gruppen) für die Anhänger*innen von Verschwörungen besonders interessant. Die Administrator*innen können Mitglieder und Beiträge kontrollieren und einen Raum schaffen, in dem Nachrichten, Fotos, Videos oder Dokumente zu nur einer Meinung geteilt werden.

Da der Druck auf große Online-Dienste zunimmt gegen Hassrede, Falschinformationen und verschwörungsideologische Inhalte vorzugehen, versucht der Facebook-Konzern diese weniger zu verbreiten und Warnhinweise zu schalten. Es ist unklar, wie effektiv dieses Vorgehen ist. Es könnte trotzdem dazu führen, dass Verschwörungsideolog*innen auf Dienste wie Telegram ausweichen, wo es weniger Kontrolle und Moderation der Inhalte gibt¹².

QUELLEN

¹ Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (2015): Facebook, Inc., URL: <https://www.mediadb.eu/datenbanken/onlinekonzerne/facebook-inc.html>

² Facebook (2021): Facebook Reports First Quarter 2021 Results, URL: https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_news/Facebook-Reports-First-Quarter-2021-Results-2021.pdf

³ Faktenkontor (2020): Facebook fällt frei: Marktanteil stürzt auf historisches Tief, URL: <https://www.faktenkontor.de/pressemeldungen/facebook-faellt-frei-marktanteil-stuerzt-auf-historisches-tief/>

4 Statista (2021): Werbeumsätze von Facebook weltweit bis 2020, URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/458825/umfrage/werbeeinnahmen-von-facebook/>

5 1Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (2015): Facebook, Inc., URL: <https://www.mediadb.eu/datenbanken/onlinekonzerne/facebook-inc.html>

6 facebook (2020): Nutzungsbedingungen, URL: <https://www.facebook.com/legal/terms/update>

7 facebook (2021): Gemeinschaftsstandards, URL: <https://www.facebook.com/communitystandards/>

8 Bundesamt für Justiz (2017): Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken (Netzwerkdurchsetzungsgesetz - NetzDG), URL: <https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg/index.html>

9 facebook (2021): Wie entscheidet Facebook, welche Inhalte entfernt werden?, URL: www.facebook.com/help/372498040541167/?helpref=uf_share

10 Amadeu Antonio Stiftung (2020): Dehate Report QAnon. S. 12, URL: <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/wp-content/uploads/2020/11/01-dehate-report-QAnon.pdf>

11 ZDF (2020): Youtube-Videos zur Corona-Krise - So verbreiten sich Verschwörungsvideos, URL: <https://www.zdf.de/nachrichten/digitales/coronavirus-youtube-video-verschwoerung-100.html>

12 bpb (2020): Informationen zur politischen Bildung aktuell Nr. 35/2020, Verschwörungserzählungen S. 14., URL: https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/BPB_Info-aktuell-35-2020_barrierefrei.pdf und ZDF (2020): Verschwörungstheorie-Anhänger - Facebook und Instagram löschen QAnon-Seiten, URL: <https://www.zdf.de/nachrichten/politik/usa-qanon-bewegung-facebook-instagram-100.html>

LIZENZ



Bildungsmaterialien und Methodenbeschreibungen aus dem [Projekt #digital_global](#) vom [F3_kollektiv](#) sind lizenziert unter einer [Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz](#).

Stand: Juli 2021