

Kommunikation in der Ära digitaler Medien

Die Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS) veranstaltete im Rahmen der gemeinsamen Seminarreihe: „Bildung für Öffentliches Engagement“ mit dem Zentrum für politische und soziale Entwicklung (CEPSOR) am 28. Oktober 2017 eine Veranstaltung zum Thema: „Kommunikation in der Ära digitaler Medien“. Ziel der Veranstaltung war es, die Regeln der Kommunikation in der virtuellen Welt und die verschiedenen Arten der Medienmanipulationen zu diskutieren. Es ging auch um die Glaubwürdigkeit der Online-Medien sowie die Macht der Sozialen Netzwerke.

Der Professor für Kroatischen Studien, **Prof. Dr. Danijel Labaš** präsentierte zuerst Ergebnisse seiner Studie mit dem Titel: „Soziale Isolation und neue Technologien“. Diese habe gezeigt, dass die Nutzung des Internets bzw. von Mobiltelefonen tatsächlich zu einer Erweiterung und Diversifizierung sozialer Netzwerke beigetragen habe. Damit widerspricht die Studie früheren Forschungsergebnissen über vermeintlich schädlichen Auswirkungen moderner Kommunikationsmittel auf das soziale Leben bzw. den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Er verwies darauf, dass inzwischen mehr als 3,5 Mrd. Menschen das Internet nutzen wobei sich die Kommunikation immer stärker Kurznachrichten bedient, die mit vielen Abkürzungen und Symbolen versehen werden um auch die Übermittlung von „Gefühlen“ über das Internet zu ermöglichen. Mit Blick auf die Diskussionen über wünschenswertes Verhalten im Internet bzw. Cyberspace, hob er hervor, dass Höflichkeit und angemessene Sprache nicht nur in der realen sondern auch in der virtuellen Welt weiterhin erwartet werden sollte.

Der Politikwissenschaftler, **Prof. Dr. Božo Skoko** betonte dann in seinen Ausführungen, dass aufgrund der neuen Kommunikationsmittel heutzutage jeder auch in Kroatien ein Journalist sei und über seine eigenen Medienzugänge bzw. Kommunikationswege verfüge. Dabei entstehe natürlich die Notwendigkeit sich zwischen mehr Transparenz und dem Verlust von Privatsphäre zu entscheiden. Er vertrat dann die Meinung, dass die Medien kritisch beobachtet werden müssten und verwies dann darauf, dass heutzutage Klickraten auf dem Markt der neuen Medien ein Rating darstellten, von denen sogar Gewinne abhingen. Er gab zu bedenken, dass alles was man im Netz veröffentlichte über uns und unsere Identität Auskunft gebe, weshalb man in sozialen Netzwerken nur das verbreiten sollte, was man auch unbekanntem Menschen in der Öffentlichkeit mitteilen würde.

Der Politologe **Dr. Igor Kanižaj**, verwies in seinem Beitrag darauf, dass viele Journalisten bzw. Redakteure in Kroatien Informationen als Ware betrachten und entsprechend damit umgehen. Wenn aber eine Information zur Ware wird, sei sie kein öffentliches Gut mehr. Durch die Anwendung der Kunst der Verpackung und der Ästhetik verliert die Information an Glaubwürdigkeit, einst das wichtigste Element einer Nachricht im Journalismus. Seiner Meinung nach, fehle es in der kroatischen Öffentlichkeit an kritischer Reflexion über diese Fragen als einer wichtigen Dimension von Medienkompetenz. In immer stärkerem Maße werden deshalb „Fake-News“ zu einer großen Herausforderung für unsere Gesellschaft.