

New Global Learning



News, Noise, and Neutrality

Ruis, nieuws en neutraliteit

Werkblad - Radosław Czekan - Fundacja Polska Debatuje

Deel I- Kritisch en analytisch denken- oefeningen

Oefening 1:

Motie: Dit Huis geeft de voorkeur aan een wereld zonder door de staat gefinancierde nieuwsorganisaties (bijv. SABC, BBC, AlJazeera, Deutsche Welle, etc.)

Maak een lijst van ten minste 5 verschillende belanghebbenden en rangschik ze van de belangrijkste naar de minst belangrijke.

Vragen:

1. Waarom plaats je de een boven de ander?
2. Rangschikken de Propositie- en Oppositieteams belanghebbenden op dezelfde manier? Waarom verschillen ze?
3. Hoe zou je subgroepen binnen de belangrijkste stakeholder definiëren? Hoe beïnvloedt beweging hen anders?

Oefening 2

Motie: Dit Huis wil rechtvaardigheidsdoctrines invoeren in de grote nieuwsorganisaties

Verdeel groepjes van 2-3 leerlingen en teken hun kant (de Voorstelling en de Tegenstelling). Noem verschillende argumenten voor een van beide banken. Rangschik ze in categorieën*:

1. Argumenten over het probleem of aannames

2. Argumenten over waarden, rechten en plichten

3. Argumenten over de gevolgen

Vragen:

1. Welke argumenten zijn strategisch gezien belangrijker voor een bepaalde partij?
 2. Hoe zou je de beste argumenten aan beide kanten aanvallen?
- Je kunt Denkmodellen en Strategie gebruiken als referentiepunt voor argumentcategorieën.

Deel II- Moties voor verdere oefening

Dit Huis zou het bestuur van de door de staat gefinancierde media benoemen via de algemene verkiezingen.

Context: Door de staat gefinancierde directieleden worden meestal benoemd door politieke organen. De CEO van de BBC wordt bijvoorbeeld benoemd door de koning, op advies van de staatssecretaris. De directeur-generaal van Deutsche Welle wordt benoemd door de Omroepraad, die bestaat uit verschillende vertegenwoordigers van bijvoorbeeld het parlement, de regering, de kerk, vakbonden en universiteiten.

Dit Huis zou de nieuwsmedia verplichten om alle demonstraties te verslaan in verhouding tot de omvang van de demonstratie.

Context: Demonstraties worden door verschillende nieuwszenders naar eigen goeddunken op verschillende manieren behandeld, in termen van zendtijd, omkadering, commentaar en zelfs de omvang van de demonstratie. De berichtgeving beïnvloedt de publieke perceptie van het belang van het protest en de sociale mobilisatie aanzienlijk. Hoewel de meeste nieuwsmedia zich in hun beleid beroepen op objectiviteit en eerlijke berichtgeving, is er op dit moment geen effectieve handhaving hiervan.

Dit Huis zou de productie, verspreiding en het delen van nepnieuws vervolgen

Context: Verschillende landen hebben vervolging ingesteld tegen de verspreiding van nepnieuws. Griekenland vervolgt bijvoorbeeld burgers die valse informatie verspreiden tijdens de COVID-19 pandemie. Soortgelijke verordeningen werden aangenomen in Maleisië, Zuid-Afrika en de huidige verordening wordt gebruikt voor onderzoek in Turkije.

Ruis, nieuws en neutraliteit

Casestudies - Radosław Czekan - Fundacja Polska Debatuje

Stelling

Dit Huis geeft er de voorkeur aan dat meningsuiting en gebruikersinhoud op sociale media worden gereguleerd door de overheid in plaats van onafhankelijk te worden bepaald door de platforms.

Context

Sociale mediaplatforms (bijv. Twitter, Facebook, Instagram, TikTok) gebruiken interne regels en procedures voor het modereren van inhoud. De verklaringen en uitvoering kunnen variëren, maar het legt veel verantwoordelijkheid, autonomie en macht in de handen van de privéplatforms, die niet democratisch verantwoordelijk zijn.

Wat is het probleem of de beslissing die genomen moet worden?

Het toenemende aantal nepnieuws, haatzaaiende teksten en andere schadelijke inhoud is alarmerend. De vraag is niet langer of er gemodereerd moet worden, maar hoe dat moet gebeuren.

Wat zijn de lasten?

De stelling moet aantonen dat overheidsregulering effectiever zou zijn in het aanpakken van schadelijke inhoud op sociale media dan onafhankelijke moderatie door platforms.

De oppositie moet bewijzen dat onafhankelijke moderatie door platforms effectiever is dan overheidsinterventie.

Wat zijn de concurrerende voorstellen?

	Door de overheid gestuurde regulering (PROP)	Onafhankelijke platforms moderatie (OPP)
--	---	---

Wie?	De staat dwingt sociale mediaplatforms om staatsregels toe te passen.	Sociale mediaplatforms (in privébezit) bepalen en voeren onafhankelijk de regels voor het modereren van inhoud uit.
Wat?	Content moderatie regels en uitvoering op i.a.: <ul style="list-style-type: none"> • nepnieuws • haatzaaien • storende inhoud • leeftijdsongeschikte inhoud • andere gevoelige inhoud. 	
Wanneer?	Nu en in de nabije toekomst. Een toekomstgericht debat	
Hoe zou het er in de praktijk uitzien?	<p>Alle regelgeving komt tot stand in een democratisch proces, is transparant en de uitvoering ervan wordt afgedwongen door de wet.</p> <p>Slechte toepassing door platforms zou leiden tot sancties zoals boetes, blokkering en andere maatregelen.</p>	<p>Facebook en Twitter hebben een verschillend beleid. Elke gebruiker kan op elk moment inhoud melden, maar de kwestie wordt afgehandeld door interne algoritmen of functionarissen en kan subjectief zijn.</p> <p>De maatregelen kunnen echter veel actueler en flexibeler zijn en beter zijn afgestemd op het platform.</p>
Uitersten uitsluiten	We steunen de Gedachtenpolitie niet en we zijn niet van plan om sociale media effectief te verbieden.	We zijn geen voorstander van radicale vrijheid van meningsuiting en geen of slechte moderatie door platformen. We vinden echter wel dat de regels en handhaving door de eigenaars moeten worden geregeld.
Werkende voorbeeld en of analogieën	Staten bestraffen al haatmisdrijven, laster of fraude, ongeacht waar het gebeurt. Andere soortgelijke beleidsmaatregelen omvatten AI-regulering of het tegengaan van desinformatie in de EU.	Twitter demonstreerde voordat de overheid in actie kwam belangrijke initiatieven, zoals het signaleren van nepnieuws tijdens de COVID-19 pandemie of accountverificatie.

Mogelijke argumenten

1. Platformbeleid is altijd onderhevig aan tegenstrijdige belangen van de eigenaar

Platformen behoren toe aan de eigenaar, wiens belangen vaak botsen met de gebruikers of het algemeen belang. De overname van Twitter door Elon Musk en de heropening van het account van Donald Trump (die eerder met het gebruik van nepnieuws de aanval op het Capitool inspireerde) zijn opmerkelijke voorbeelden van de afhankelijkheid van het platform van winstbejag. Zelfs het beste beleid kan van de ene op de andere dag worden gewijzigd zonder enige kennisgeving of verantwoording.

2. Platformen zijn niet transparant in hun activiteiten

Sociale mediaplatforms delen het proces van inhoudsmoderatie niet (of zijn er zelfs niet toe in staat), bijvoorbeeld in het geval van accountrapportage, vanwege de complexe algoritmes die de meeste operaties afhandelen. De algoritmes zijn niet publiek beschikbaar en niet gereguleerd, waardoor niemand de beslissingen effectief in vraag kan stellen. Overheidsinterventie zou platformen dwingen om op zijn minst gewenste doelen te bereiken en beoordeeld te worden op basis van de gevolgen van de moderatie.

3. Staatsregulering weerspiegelt lokale wetten, context en moraal

Sociale mediabedrijven zijn meestal gevestigd in de VS of andere afzonderlijke landen, die niet de lokale wetten, context en moraal van bijvoorbeeld Brazilianen, Spanjaarden of Egyptenaren vertegenwoordigen. Daarom moet de moderatie worden gestuurd door lokale wetten in plaats van te worden opgelegd door een op de VS gericht, smal en bevoorrecht perspectief. Zelfs als platformen graag zouden willen voldoen aan honderden lokale regels, lijkt dit zeer moeilijk te implementeren en bijna onmogelijk om op een betrouwbare manier dagelijks te beheren.

4. Door de overheid gestuurde wetten worden meestal overlegd met belanghebbenden (bedrijven, burgers, NGO's) en zijn stabiel, wat zorgt voor meer vertrouwen in de activiteiten en meer naleving vanaf de eerste dag.

Platformen zijn niet verplicht of gestimuleerd om open raadplegingen te houden, wat leidt tot sociale weerstand, ongehoorzaamheid en een algemeen gebrek aan vertrouwen in de samenleving.

Oppositie:

1. De overheid is niet bevoegd om de regelgeving effectief te maken.

Ambtenaren, belanghebbenden of zelfs externe deskundigen hebben geen toegang tot vertrouwelijke informatie over algoritmen, hun toekomstige werking en de gevolgen van de

voorgenomen regels. Politici begrijpen moderne technologie zelden en zijn daarom niet in staat om effectieve wetten te maken of platforms verantwoordelijk te maken.

2. Overheidsregulering zou content moderatie trager en minder flexibel maken.

De aard van sociale media is ongelooflijk dynamisch, wat een hoge mate van flexibiliteit, aanpassing en reactie binnen enkele uren of dagen vereist. De wetgevende of uitvoerendeprocés te traag is en het bereik van schadelijke inhoud alleen maar zou vergroten. Desinformatiecampagnes over klimaatverandering zijn bijvoorbeeld snel, massaal, dubbelzinnig en gerelateerd aan brekend nieuws, waardoor de regelgeving vaak niet in staat is om te voorkomen of te reageren, tenzij het gebaseerd is op preventieve algoritmen en geavanceerde informatie over gebruikers, die niet toegankelijk is voor de overheid.

3. Overheidsingrijpen is altijd politiek gemotiveerd

Sociale mediaplatforms hebben duidelijke drijfveren om zoveel mogelijk gebruikers te bedienen, waaronder gevoelige en achtergestelde mensen, maar ook teleurgestelden met een stortvloed aan nepnieuws op hun muur. Politici richten zich op politieke doelen en geven prioriteit aan de agenda en de belangen van de kiezers. Daarom is het waarschijnlijk dat overheidsingrijpen discriminerende en oneerlijke content moderatie zal creëren. Een anti-immigratie regering zou bijvoorbeeld de definitie van haatzaaiende uitingen diffuus maken om het ineffectief te maken. Private entiteiten zijn misschien niet perfect, maar ze zijn tenminste meer verantwoording verschuldigd aan gebruikers dan politici.

4. Het vermogen van platforms om inhoud effectief te modereren wordt een concurrentievoordeel.

Steeds meer gebruikers eisen effectieve moderatie van platforms, zoals het signaleren van nepnieuws, het verwijderen van destructieve accounts, preventieve maatregelen of geautomatiseerde fact-checking van klimaatveranderingscontent. Daarom moeten meer platformen (zoals Twitter en Instagram) hun moderatie-inspanningen van onderaf verbeteren en zou overheidsregulering dit alleen maar tenietdoen.

Stelling

Dit Huis zou eerlijke doctrines introduceren bij de grote nieuwsorganisaties

Context

In de status quo beslissen nieuwsorganisaties zelf op welk tijdstip, welke gasten en in welke mate ze verslag doen van evenementen, debatten of controversiële onderwerpen. Sommige media gebruiken interne regels en voorschriften voor objectiviteit, neutraliteit of eerlijke berichtgeving. De meeste media verslaan echter onderwerpen en gebeurtenissen en nodigen gasten uit op basis van hun agenda, vooroordelen, belangen en voorkeuren.

Wat is het probleem of de beslissing die genomen moet worden?

Grote nieuwsorganisaties zijn in staat om enorme politieke, sociale en culturele invloed uit te oefenen. Daarom is het in het belang van de samenleving om de media zo te reguleren dat ze de democratie en vrijheid bevorderen. Helaas is toegang tot het platform van grote omroepen, zelfs al is het maar voor een paar minuten, voor sommige burgers, organisaties en stemmen bijna onmogelijk. De vraag is hoe private en publieke belangen met elkaar in evenwicht kunnen worden gebracht en hoe het publieke discours kan worden verbeterd.

Wat zijn de lasten?

De stelling moet bewijzen dat staatsinterventie in de media om eerlijke berichtgeving te garanderen de beste manier is (beter dan haalbare alternatieven) om de huidige problemen op te lossen. Bovendien moet de stelling argumenten geven waarom beperking van de private vrijheid gerechtvaardigd is.

De oppositie moet bewijzen dat de status quo of haalbare alternatieven betere opties zijn om bepaalde problemen op te lossen of dat de staat geen recht heeft op een dergelijke interventie.

Wat zijn de concurrerende voorstellen?

	Met rechtvaardigheidsleer (PROP)	Zonder staatsgeleide rechtvaardigheidsdoctrines (OPP)
Wie?	Staatsoverheid grijpt in	Meestal particuliere eigenaren (particuliere bedrijven, individuen, aandeelhouders) beslissen onafhankelijk
Wat?	Verplichting om te zorgen voor een eerlijke vertegenwoordiging van verschillende stemmen en een evenwichtige behandeling van controversiële onderwerpen in omroepprogramma's. Alleen bij grote nieuwsorganisaties zoals: CNN (VS), BBC (VK), TVN (Polen), Deutsche Welle (Duitsland).	Vrijheid om zelfstandig te beslissen hoe gasten uit te nodigen, welke onderwerpen te behandelen, hoeveel tijd te besteden aan onderwerpen en gasten etc.

Wanneer?	In de nabije toekomst. Een toekomstgericht debat	
Hoe zou het er in de praktijk uitzien?	<p>Bij kwesties als abortus zouden alle media pro-life, pro-choice activisten en enkele andere opties moeten uitnodigen.</p> <p>Demonstraties worden gedekt in verhouding tot de opkomst, ongeacht de gebeurtenissen of belangen.</p>	<p>Over onderwerpen als abortus sluiten redacties religieuze vertegenwoordigers uit, omdat de media in een seculiere staat geloven of geen anti-wetenschappelijke beïnvloeders uitnodigen.</p> <p>Demonstraties worden gedekt in verhouding tot hun belang en maatschappelijk belang, niet alleen het aantal deelnemers.</p>
Uitersten uitsluiten	<p>We willen niet dat iedereen meedoet, want dat zou de dekking verlammen. We beperken ons tot max. 5 gasten uit de meest vertegenwoordigde groepen en beperken de demonstratiedekking tot de huidige dekkingsgewoonten.</p>	<p>We veroordelen media die geen vrouwen uitnodigen of belangrijke sociale groepen negeren.</p> <p>Wij geloven echter dat de verandering van onderaf moet komen.</p>
Werkende voorbeeld en of analogieën	<p>Fairness Doctrine uit de VS, maar dan effectiever toegepast. Een ander voorbeeld: de onpartijdigheidsregel bij de BBC.</p>	<p>Opvallende nieuwsorganisaties zoals The Economist, CNN en South China Post laten de diversiteit van meningen zien zonder staatsverplichting.</p>

Mogelijke argumenten

Stelling

1. Bestaande marktprikkels versterken de polarisatie.

Door de beperkte tijd en gelegenheden waarin burgers media consumeren, is er een sterke stimulans voor omroepen om zo veel mogelijk tegemoet te komen aan de vooroordelen en vooroordelen van kijkers omdat dit de emotionele respons, betrokkenheid en retentie in alle mediakanalen verhoogt. Polariserende media nodigen uit tot eenzijdige gasten, imiteren experts, negeren concurrerende gebeurtenissen en meningen en overdrijven het belang en ondergaan van sommige gebeurtenissen. Alleen staatsinterventie kan deze cyclus doorbreken.

2. Particuliere belangen van mediaorganisaties verstoren de realiteit en democratische keuzes. De regel van het grotere goed moet worden toegepast voor regulering.

De meeste grote omroepen zijn particuliere organisaties met winstoogmerk en economische en politieke belangen. Daarom kan de selectie van verhalen, berichtgeving en gasten, zelfs als het er eerlijk en objectief uitziet, belangrijke invloedsgroepen of gebeurtenissen aanzienlijk uitsluiten van het publieke debat en verder van democratische vertegenwoordiging.

Bovendien kunnen media-eigenaars de neiging hebben om mensen, gebeurtenissen en verhalen uit te sluiten die op welke manier dan ook hun belangen zouden kunnen schaden. Bijvoorbeeld media die actief zijn in de EU, maar eigendom zijn van de VS, zullen waarschijnlijk geen kritische gasten naar de Amerikaanse regering uitzenden.

3. Vrijheid van meningsuiting is bedoeld om de diversiteit van stemmen te vergroten. Als het gebruikt zou worden om de diversiteit van stemmen te beperken, zou het inconsequent zijn.

Sommige redacteuren beweren dat mediakanalen mogen uitnodigen wie ze willen en verslaan wat en hoe ze willen vanwege de vrijheid van meningsuiting. Een dergelijke redenering zou leiden tot absurde conclusies, namelijk dat media die actief een aantal belangrijke stemmen het zwijgen opleggen een promotor zijn van de vrijheid van meningsuiting. Daarom is een dergelijke houding onwettig en inconsequent.

4. Eerlijkheidsdoctrines verhogen de kwaliteit van het publieke debat en bevorderen de kwaliteit van de democratische vertegenwoordiging bij verkiezingen.

Meer diversiteit en gelijkheid in discussies betekent meer kansen om te corrigeren, uit te wisselen

en andere gezichtspunten horen, waardoor kijkers kritischer en opener kunnen zijn.

Media zouden bijvoorbeeld samenzweringstheorieën over de opwarming van de aarde mogen verspreiden.

zonder een klimaatactivist of wetenschapper in de redactiekamer.

Oppositie:

1. Een gemiddeld persoon heeft de gemakkelijkste toegang tot verschillende meningen in de hele wereld.

geschiedenis.

De mogelijkheid om toegang te krijgen, te lezen en in contact te komen met verschillende meningen of belangengroepen of zelfs de verslaggeving van gebeurtenissen is het gemakkelijkst en meest toegankelijk in de geschiedenis dankzij gratis en gangbare sociale mediaplatforms en gratis streamingopties. Daarom zijn de interventieclaims om de onbestaande problemen op te lossen buitensporig en onwettig.

2. Particuliere en vaak tegenstrijdige belangen van verschillende organisaties zijn een garantie voor vrijheid en diversiteit.

Media concurreren om kijkers en hebben daarom een duidelijk belang bij het voorzien in de behoeften van verschillende burgers en groepen en bij het betrekken van evenementen die niet door andere mediaorganisaties worden behandeld. Fairness doctrines zouden enige diversiteit afdwingen, maar zouden de algemene toegang tot mediaplatforms voor veel andere belanghebbenden, die niet zouden passen onder de regelgevende richtlijnen van de staat, verminderen.

Eerlijkheidsdoctrines zouden bijvoorbeeld een excuus zijn om een door burgers geleid verkiezingsproces niet uit te nodigen.

commissie in Frankrijk, terwijl er al 3 grote partijen in een programma zitten.

3. Eerlijkheidsdoctrines moedigen destructieve conflicten en polarisatie aan.

Om de kans te vergroten dat een persoon, groep of gebeurtenis aan bod komt, moet deze zo ver mogelijk van de andere kant staan. Dus zelfs als de groepen gematigd zijn en het over de meeste zaken eens zijn, moeten ze van mening verschillen, polariseren en het oneens zijn om meer zendtijd te krijgen. Dit is destructief voor het publieke discours. Sommige conservatieve politici zouden bijvoorbeeld aangemoedigd kunnen worden om radicaler te zijn over immigratie (bijv. het ontmenselijken van migranten) om meer zendtijd te krijgen.

4. Eerlijkheidsdoctrines zijn moeilijk te controleren en kunnen daarom gemakkelijk afglijden naar censuur met een bevrozend effect op de media.

Er is geen duidelijke classificatie van wie een expert of waardevolle spreker is over welk onderwerp dan ook en welke kant ze vertegenwoordigen. Er is ook geen classificatie van hoeveel en welke kanten er bestaan voor een bepaald probleem. Daarom lijkt elke uitvoering van de eerlijkheidsdoctrine te uitdagend en te riskant om te falen in buitensporige censuur.

Ruis, nieuws en neutraliteit

Casestudies - Radosław Czekan - Fundacja Polska Debatuje

Stelling

Dit Huis wil politieke reclame op sociale media verbieden

Context

Geavanceerde targeting van politieke campagnes op sociale media maakte electorale overreding zeer effectief, kostenefficiënt en moeilijk te herkennen. De targeting maakt gebruik van enorme gegevens over bepaalde gebruikers (verzameld voor andere doeleinden zoals spelletjes of vriendschappelijke interacties) en stemt de politieke boodschap meerdere keren op het juiste moment en met de juiste emoties op hen af.

Wat is het probleem of de beslissing die genomen moet worden?

De vraag is of politieke reclame geen onaanvaardbaar politiek voordeel oplevert, of het ethisch verantwoord is en of het de democratie verbetert.

Wat zijn de lasten?

Het voorstel moet aantonen dat politieke reclame zo schadelijk is dat het een verbod rechtvaardigt (geen regelgeving of voorlichting of andere maatregelen).

De oppositie moet bewijzen dat het verbod buitensporig is en tot nog ergere gevolgen kan leiden. Daarnaast kan de oppositie aanvoeren dat politieke reclame op sociale media voordelen heeft die opwegen tegen de schade.

Wat zijn de concurrerende voorstellen?

	Verbod op politieke reclame op sociale media (PROP)	Met politieke reclame op sociale media (OPP)
Wie?	De staat verbiedt platforms,	Iedereen kan politiek bedrijven
	politici, tussenpersonen, politieke belanghebbenden en andere mensen die politieke reclame maken,	adverteren op sociale media.
Wat?	Een verbod op politieke reclame, dus elke reclame met een politieke context of een (zelfs indirect) doel om kiezers te beïnvloeden. Advertenties omvatten videospots, visuals of alle informatie die door politici op een georganiseerde en opzettelijke manier wordt verstrekt om verkiezingsbeslissingen te beïnvloeden. Dit omvat niet de organische online activiteiten van burgers en supporters, onafhankelijke journalisten of organisaties die lobbyen voor hun zaak.	
Wanneer?	In de nabije toekomst. Een toekomstgericht debat	
Hoe zou het er in de praktijk uitzien?	Politieke reclame zou een strafbaar feit zijn dat in een directe rechtszaak wordt beoordeeld.	Politieke reclame in sociale media is toegestaan in alle vormen van activiteiten: berichten, advertenties, video's, opmerkingen, verhalen, rollen, enz.
Uitersten uitsluiten	We zijn geen voorstander van het bestraffen van politieke discussies door burgers of van het smoren van politieke debatten op sociale media.	We steunen het verspreiden van onwaarheden of haatzaaiende taal niet voor politiek gewin.
Werkende voorbeeld en of analogieën	Smaad in de verkiezingscampagne wordt meestal binnen 48 uur door een rechter aangehouden om de invloed op het stemmen te beperken.	Politieke reclame op sociale media verschilt niet van goed onderzochte politieke campagnes op billboards.

Mogelijke argumenten

Stelling

1. *Politieke reclame op sociale media promoot de rijkste, niet de beste kandidaten*

Politieke reclame op sociale media vereist aanzienlijk kapitaal (bv. om gegevens van gebruikers of trollenfarmen te kopen), knowhow en toegang tot gegevens, die voor de meeste kandidaten ontoegankelijk is. Zelfs als veel kandidaten toegang hebben tot dergelijke middelen, is de winnaar altijd de rijkere vanwege het enorme voordeel in de nauwkeurigheid en kwaliteit van advertenties, groter bereik, sterkere online betrokkenheid en retentie. Een dergelijk nadeel verstoort het stemmen zodanig dat de juiste vertegenwoordiging verloren gaat.

2. *Platformalgoritmen zijn noch transparant noch controleerbaar, maar beïnvloeden wel de verkiezingsresultaten.*

De manier waarop algoritmes inhoud selecteren en weergeven voor gebruikers is niet duidelijk en wordt voortdurend gewijzigd. Staten of rechtbanken kunnen niet zien hoe de selectie tot stand is gekomen en welke gebruikers met welke berichten werden benaderd, wat manipulatie, misleiding en desinformatie gemakkelijker, aantrekkelijker en effectiever maakt. Er wordt beweerd dat de Brexit-campagne aanzienlijk is beïnvloed door manipulatie van sociale media. Het is geen verrassing dat in Q1 2023 de meeste peilingen lieten zien dat de meerderheid van de Britse burgers voor het EU-lidmaatschap zou stemmen.

3. *Schade aan de verkiezingen is onomkeerbaar.*

Nepnieuws, haatcampagnes of bangmakerij leveren politiek gewin op, zelfs als het later wordt gerapporteerd en verwijderd. Het effect is bereikt. Zelfs in de rechtbank is de omvang van de schade moeilijk te bewijzen, dus de straf wordt meestal onderschat.

4. *De advertentiealgoritmen van sociale media moedigen polarisatie en radicalisering aan.*

De advertentie presteert beter als deze een sterke emotionele reactie oproept bij zoveel mogelijk mensen. Daarom worden het aanwakkeren van verhitte conflicten, het verspreiden van radicale beweringen en overdrijving vaak gebruikt in advertenties. Dergelijke algoritmen leveren voordelen op voor platforms, dus het is onwaarschijnlijk dat ze in de nabije toekomst zullen worden gewijzigd.

Oppositie:

1. *Politieke meningsuiting is de meest fundamentele uitdrukking van de vrijheid van meningsuiting*

Het presenteren van politieke ideeën aan burgers is het meest fundamentele mensenrecht in een democratie. Bovendien zou alles wat gepresenteerd wordt op sociale media sowieso gezegd worden in echte campagnes of tv-programma's. Daarom is het verbieden van politieke communicatie omdat het effectief is, contraproductief voor de democratie. Daarom is het verbieden van politieke communicatie omdat het effectief is, contraproductief voor de democratie.

2. *Politiek adverteren op sociale media is een van de goedkoopste campagnekosten en stelt niche- of beginnende politici in staat om aanhangers te winnen.*

Vergeleken met traditionele manieren om kandidaten te promoten (open bijeenkomsten, gedrukte advertenties en spotjes op tv) bieden sociale media gratis of aanzienlijk goedkopere mogelijkheden om een achterban op te bouwen. Bovendien maakt reclame via sociale media het mogelijk om zich te richten op onbesliste kiezers, maar ook op de aanhangers van tegenstanders, wat polarisatie vermindert en de vertegenwoordiging vergroot. Sociale media zijn een tweesnijdend zwaard. Tegenstanders kunnen dergelijke reclame ook gebruiken om hun zaak te bevorderen. Er is geen ongelijkheid.

We moeten politici aanmoedigen om innovatiever te zijn in manieren om burgers te begrijpen en hen waardevol beleid aan te bieden. Daarom schrikt elke manier om politieke reclame via sociale media te verwijderen de meest ambitieuze en waardevolle kandidaten af van de politiek.

3. *Adverteren via sociale media maakt een echte, unieke dialoog met kiezers mogelijk, dankzij opmerkingen, 'vind ik leuk'-berichten en opties om te delen.*

Traditionele reclame (banners, tv-spotjes, advertenties in kranten) heeft geen onmiddellijke interacties mogelijk gemaakt, wat een vals beeld van overeenkomsten en gelijkenissen heeft gecreëerd, terwijl de maatschappij en zeer divers is en meer conversaties nodig heeft.

Stelling

Dit Huis geeft de voorkeur aan een wereld zonder door de staat gefinancierde nieuwsorganisaties (bijv. SABC, BBC, AlJazeera, Deutsche Welle, etc.).

Context

Nieuwsorganisaties zijn meestal eigendom van de staat, privé-eigenaren of belangengroepen. Voorbeelden van door de staat gefinancierde media zijn onder andere: BBC in het Verenigd Koninkrijk, Deutsche Welle in Duitsland, TVP in Polen, SABC in Zuid-Afrika, Al Jazeera in Qatar, CBC in Canada.

Wat is het probleem of de beslissing die genomen moet worden?

Door de staat gefinancierde media zijn breed toegankelijk, gratis en een algemene informatiebron voor burgers. Er is echter een sterke prikkel voor de overheid om dergelijke media te beïnvloeden door het opstellen van agenda's, het instrueren van zachte of harde propaganda en het manipuleren van de markt met oneerlijk voordeel. Als de officiële eigenaar of de belangrijkste financierende instelling kan (maar dat hoeft niet) de staat de raad van bestuur, hoofdredacteurs, bepaalde journalisten kiezen en terugtrekken of het programma beïnvloeden. Daarom kunnen door de staat gefinancierde media enorme voordelen opleveren voor de democratie of de eerste nagel aan de doodskist van de democratie zijn.

Wat zijn de lasten?

De stelling moet bewijzen dat een wereld zonder door de staat gefinancierde nieuwsorganisaties beter zou zijn. De stelling moet laten zien en karakteriseren hoe de wereld eruit zou zien zonder door de staat gefinancierde media. Wie zou hun plaats innemen? Hoe zou de mediaconsumptie veranderen?

De oppositie moet bewijzen dat de status quo met door de staat gefinancierde media relatief beter zou zijn. Wat zijn de concurrerende voorstellen?

	Zonder door de staat gefinancierde media (PROP)	Met door de staat gefinancierde media (OPP)
Wie?	Deelstaatoverheid	Meestal particuliere eigenaren (particuliere bedrijven, particulieren, aandeelhouders)
Wat?	De wereld verandert als bij toverslag en door de staat gefinancierde nieuwsorganisaties	Status-quo.

	verdwijnen.	
Wanneer?	Begint morgen. Een toekomstgericht debat	
Hoe zou het er in de praktijk uitzien?	De staat financiert geen media, maar kan wel zijn eigen communicatiekanalen hebben (zoals websites, sociale media-accounts, persconferenties en officiële aankondigingen). De staat zou waarschijnlijk veel aandacht krijgen van verschillende particuliere media met verschillende perspectieven.	De staat financiert sommige media en heeft er verschillende niveaus van controle over. Hoe democratischer de staat, hoe groter de kans op onafhankelijke staatsmedia.
Uitersten uitsluiten	We verdedigen niet elke privé-eigenaar (zoals de familie Murdoch en Fox News).	We verdedigen geen staatsmedia in niet-democratieën zoals Noord-Korea of Rusland.
Werkende voorbeeld en of analogieën	De mediemarkt in de VS wordt gedomineerd door particuliere entiteiten zonder grote staatsnieuwsorganisaties.	BBC en Al-Jazeera zijn geweldige voorbeelden van door de staat gefinancierde journalistiek van hoge kwaliteit.

Mogelijke argumenten

Stelling

- 1. Door de staat gefinancierde media zijn inherent bevooroordeeld en gevaarlijk voor de vrijheid van meningsuiting. Zelfs de beste regelgeving is niet in staat om eerlijke en objectieve berichtgeving te leveren, waardoor het onwettige overheidsuitgaven zijn. De overheid heeft een sterke drijfveer om de berichtgeving te beïnvloeden en zelfs als ze dat niet doet, kan het een afschrikkend effect hebben op journalisten. In privémedia is de belangrijkste beoordelaar en bepaler van het werk de uiteindelijke kijker (ook wel de burger genoemd). In publiek gefinancierde media kunnen politici beslissen over het verlagen of herstructureren van het budget.*
- 2. Particuliere media vertegenwoordigen het publieke belang veel beter.*

Door de staat gefinancierde media moeten zich richten op de dominante politici of politieke partijen omdat hun bestaan ervan afhangt, zoals in Qatar of Polen, dus zijn ze gemakkelijker te beïnvloeden door de overheid.

Als gevolg van marktprikkels worden particuliere media gedwongen zich te richten op de meerderheid van de burgers en vaak ook op de minder bevoorrechten (om het publieksbereik te verbreden), dus zelfs met particulier eigendom worden journalisten veel meer beïnvloed door kijkers dan door eigenaars. Zo werden bijvoorbeeld talrijke controversiële wetten die in Polen werden gestemd, doodgezwegen door de staatsmedia (geen informatie leidt tot geen protesten), terwijl ze werden gesignaleerd door de privézender TVN die eigendom is van privé-eigenaars uit de VS (informatie leidde tot straatprotesten en het intrekken van wetten).

3. Door de staat gefinancierde media schaden de concurrentie op de markt.

Het theoretisch onbeperkte budget en de mogelijkheden om het uit te breiden, maken het voor particuliere lokale, nationale en regionale nieuwsorganisaties veel moeilijker en onstabiel om te werken, wat de concurrentie verstikt en onafhankelijke investeerders of belanghebbenden afschrikt om nieuwe nieuwsorganisaties op te richten. Sommige door de staat gefinancierde media domineren ook het regionale en mondiale publieke discours (zoals BBC, Al-Jazeera, Axel Springer-Politico) en hebben weinig mogelijkheden om de markt te betreden voor andere organisaties.

Oppositie:

1. De media in privébezit zijn nog partijdiger en gevaarlijker.

Particuliere bedrijven of individuen geven het verhaal vorm in overeenstemming met hun belangen en winsten. Internationale mediaconglomeraten zoals Axel Springer (Duits kapitaal) zijn bijvoorbeeld in staat om de publieke discussie vorm te geven voor hun eigen zakelijke belangen in verschillende Europese landen (zoals Polen).

Jeff Bezos (eigenaar van de Wall Street Journal) is in staat om het onderzoek en de kritiek van journalisten op zijn ondernemingen in de kiem te smoren en gepubliceerde argumenten over herverdeling van rijkdom (bijv. belasting of inkomensplafonds) te verminderen. De invloed van de WSJ is niet alleen in de VS, maar ook in andere delen van de wereld, waar het vaak wordt geciteerd.

2. Door de staat gefinancierde media worden beter gecontroleerd door het democratische proces.

Alle politieke partijen en burgers hebben er duidelijk belang bij dat manipulatie en censuur niet worden toegestaan. Daarom zorgen wet- en regelgeving voor de onafhankelijkheid van de media, zoals bij BBC.

3. *Door de staat gefinancierde media behandelen en vertegenwoordigen de belangen van de samenleving.*

Particuliere media worden bijvoorbeeld weinig gestimuleerd om de wereldwijde klimaatverandering te verslaan (vanwege de lage artikelprestaties en dus de winsten). Staatsmedia hoeven zich geen zorgen te maken over het kijkerspubliek en kunnen het publieke bewustzijn vormgeven in plaats van er alleen maar op te reageren. Aan de andere kant wordt van staatsmedia meestal verwacht dat ze onderwerpen behandelen die belangrijk zijn voor een zo breed mogelijke groep in een bepaald land, ongeacht hun status of mening.

4. *Door de staat gefinancierde media vormen een noodzakelijk tegenwicht tegen polariserende particuliere media*

Marktprikkels voor particuliere media moedigen polariserende boodschappen en berichtgeving aan. Het gebrek aan alternatieven in de vorm van nieuws zonder winstoogmerk dat door de staat wordt gesubsidieerd, zou de verdeeldheid binnen de samenleving nog verder vergroten.