

Verhalten z.T. geduldet oder möglicherweise sogar intendiert wird,²⁰³ weil es verstärkt User:inneninteraktionen generiert und damit auch Daten, die wiederum ausgewertet und vermarktet werden können.

Das Konzept der Affordanzen hilft mithin dabei, die Beziehung zwischen sozialen und technologischen Dimensionen der digitalen Plattformen in Bezug auf ihre invektiven Potenziale zu verstehen. Diese sind interdependent, weshalb Verschiebungen auf der einen Seite zu Verschiebungen auf der anderen Seite führen, ganz gleich, ob es sich um invektive Innovationen oder Übertragungen etablierter invektiver Praktiken in die Räume digitaler Plattformen handelt. Affordanzen beschreiben mehr als die bloßen Möglichkeiten einer digitalen Plattform, sie beschreiben ebenso die latenten Angebote und Aufforderungen einer solchen. Sie legen Nutzungsweisen aktiv nahe, auch wenn nicht alle dieser Nutzungsweisen von den Betreiber:innen digitaler Plattformen intendiert werden. Der Begriff der Affordanz weist auf die verflüssigten Dynamiken digitaler Plattformen hin: auf die eigene Regelsetzung, die Verstärkungsfunktionen, die Verdichtungsprozesse, die Aggregationsfunktion und schließlich auf das Wechselspiel zwischen Nutzer:innen, Design und den Vorstellungen der Plattformbetreiber:innen.

3.4 Zwischenfazit: Die Macht der Plattformen

Für die Meinungsäußerungsfreiheit im Internet spielen die verschiedenen digitalen Plattformen eine zentrale Rolle. Dabei sind zuvorderst *Social-Media*-Plattformen als genuine Orte der Selbstdarstellung, Äußerung und Diskussion von Interesse. Jedoch auch viele andere Plattformen, die nicht auf den ersten Blick mit Äußerungen in Verbindung gebracht werden, sind Orte, an denen Meinungen, v.a. im Sinne von Werturteilen, geäußert und ausgetauscht werden.

Digitale Plattformen können Märkte, Geschäftsmodelle, Wertschöpfungsmodelle, Datenextrakteure, Infrastrukturen, Prozesse, Aggregatoren, Intermediäre, Öffentlichkeit(en) und soziale sowie kommunikative Räume sein. Sie unterteilen sich dabei in zahlreiche Angebote, die sich zunehmend großen Plattformbetreibern zuordnen lassen. Diese agieren über Grenzen hinweg, sind ganz überwiegend von kommerziellen Interessen geleitet und in privatem Besitz. Plattformen dringen im Zuge der Plattformisierung immer weiter in alle Lebensbereiche vor. Innerhalb der Plattformökosysteme kommt es

203 Es sei an dieser Stelle an die Enthüllungen der Facebook-Whistleblowerin Frances Haugen erinnert, die 2021 die sog. »Facebook Papers« an die Öffentlichkeit brachte, welche einen Nachweis für zahlreiche durch die Plattform geduldete Invektiven und invektiven Konstellationen brachten. Vgl. *t3n.de* (27.10.2021). Facebook Papers: Neue Enthüllungen katastrophalen Ausmaßes, abgerufen am 19.01.2022, von: <https://t3n.de/news/facebook-papers-neue-katastrophen-1420785/>; Merril, Jeremy B. & Oremus, Will (26.10.2021). Five points for anger, one for a ›like‹: How Facebook's formula fostered rage and misinformation, *Anchorage Daily News*, abgerufen am 19.01.2022, von: <https://www.adn.com/nation-world/2021/10/26/five-points-for-anger-one-for-a-like-how-facebooks-formula-fostered-rage-and-misinformation/>; Lima, Cristiano (26.10.2021). A whistleblower's power: Key takeaways from the Facebook Papers, *The Washington Post*, abgerufen am 19.01.2022, von: <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/10/25/what-are-the-facebook-papers/>.

zu Aggregations- und Konzentrationsprozessen bis hin zu (quasi) Monopolstellungen. Durch ihre Designentscheidungen und ihre Regeln, welche ihr wesentliches Merkmal sind, entscheiden sie über ihre Affordanzen. Diese Affordanzen beeinflussen die Entfaltung und Einschränkung der Meinungsäußerungsfreiheit stark. Solche Einflüsse lassen sich als Macht bezeichnen und mit dem Machtbegriff treffend in ihrer Bedeutung strukturieren:

Grundrechte sind v.a. Abwehrrechte gegen staatliche Intervention, haben aber auch eine befähigende, individuell ermächtigende Dimension und wirken mittelbar auf private Unternehmen, mithin digitale Plattformen. Doch welche Arten von Macht sind es konkret, die Plattformen zu so mächtigen Akteur:innen machen, wenn es um die Meinungsäußerungsfreiheit geht? Diese Frage lässt sich nicht universal beantworten, sondern ist individuell nach Plattfortmtypus und Einzelplattform zu beantworten. Es lassen sich dennoch allgemeine Thesen zur Plattformmacht aufstellen.

Plattformen verfügen über *Datenmacht*, weil sie durch die Extraktion von Daten viel über einzelne Nutzer:innen wissen und dieses Wissen nutzen, indem sie spezifische, auf die individuelle Nutzer:innen zielende Werbeanzeigen/Informationskampagnen o.Ä. schalten können. Gleichzeitig können sie die Datensätze an Datenhändler:innen verkaufen, welche ihrerseits Datensätze verschiedener Plattformen erwerben und in Datenbanken personen- bzw. profilbezogen zusammenfassen. Dies führt mittelbar zu einer mindestens möglichen Beeinflussung von Meinungsbildungsprozessen, da durch die algorithmisch getroffenen Annahmen über das, was eine:n Nutzer:in besonders lange zum Verweilen auf einer Plattform animieren könnte, spezifische Informationen und Werbung im individualisierten Interface angezeigt werden.

Ferner verfügen Plattformen über *Ein- und Ausschlussmacht* (*Gatekeeping Power*), indem sie bestimmen, wer zu welchen Bedingungen ein Profil auf ihnen anlegen darf oder die Plattform für Meinungsäußerungen, Bewertungen und sonstigen, auch wirtschaftlichen Austausch nutzen kann. Dies hat wiederum für die Meinungsäußerungsfreiheit Folgen, falls es zu (willkürlichen) Ausschlüssen kommt. Auch der Ausschluss aufgrund von Gesetzen oder aufgrund des plattformeigenen Regelwerks hat Folgen für die Möglichkeit der Nutzer:innen, sich eine Meinung zu bilden, diese zu äußern und zu verbreiten oder auch anderen Meinungen zu widersprechen.

Plattformen haben *Gestaltungsmacht*, was bedeutet, dass das *Interface*, das Design des *Newsfeeds* sowie die Gestaltung der *APIs* und der plattformtragenden Algorithmen Auswirkungen auf die Nutzung der Plattformen hat und damit das Verhalten der Nutzer:innen auf den Plattformen beeinflusst. Ferner beeinflussen die Plattformentscheidungen auch das Verhalten von Menschen, Organisationen und Unternehmen, welche ihre Angebote (Meinungen, Dienstleistungen und Waren) über eine Plattform zugänglich machen möchten, denn sie müssen ihre Angebote plattformkonform gestalten.

Des Weiteren haben Plattformen *Verbindungsmacht*, indem ihre Algorithmen bestimmen, wer zu welcher Zeit was angezeigt bekommt. Nutzer:innen haben auf den meisten Plattformen nur begrenzte Möglichkeiten zu beeinflussen, was sie genau angezeigt bekommen. Vielmehr wird der eigene Blick durch die plattformeigenen Algorithmen und Rankings gesteuert, für welche die Nutzer:innennavigation (Suchanfragen, Steuerung per Tastatur, Mausklicks, *Touchpad*, *Touchscreen* oder Sprachassistent:in) nur ein Faktor von vielen ist.

Plattformen haben auch *kulturelle Macht*, weil sie im Zuge der Plattformisierung alle Bereiche der Lebenswelt durchdringen und aufgrund ihrer jeweiligen Affordanzen ganz eigene Verhaltensweisen, Kommunikationsformen und kulturelle Muster hervorbringen.

Zuletzt sind digitale Plattformen Inhaberinnen *politischer- und ökonomischer Macht*, welche jeweils nur schwer voneinander getrennt werden können, da die politische Macht größtenteils auf der ökonomischen fußt.

Plattformmacht steht in wechselseitiger Beziehung zu staatlicher und eigenständiger Regulierung und bildet den Kontext für die nun im vierten Kapitel folgende konkrete Betrachtung von invektiven Konstellationen auf digitalen Plattformen und ihren im fünften Kapitel betrachteten Herausforderungen für die Meinungsäußerungsfreiheit anhand von Problemachsen.

