

(K)ein Grund zur Panik?

Ein empirisch-kritischer Blick auf die Sorgen um die demokratische Auseinandersetzung im digitalen Zeitalter. *Von Wolf J. Schünemann*

Abstract Soziale Medien sind in die Kritik geraten. Sie würden die Fragmentierung der Öffentlichkeit befördern, der Verbreitung von Falschnachrichten Vorschub leisten und den demokratischen Diskurs durch Hass und Hetze beschädigen. Kurzum: Die Demokratie scheint in Gefahr. Die Vorwürfe sind gravierend und verändern die bislang herrschende Zurückhaltung politischer und rechtlicher Instanzen bei der Regulierung von Internetinhalten. Der Beitrag unternimmt eine kritisch-empirische Prüfung vorherrschender Krisendiagnosen (Social Bots, Echokammern und Hate Speech) anhand einer Studie zur parteipolitischen Facebook-Kommunikation zur Bundestagswahl 2017. Am Ende steht ein Plädoyer für größere Gelassenheit und die zivilgesellschaftliche Bewältigung bestehender Herausforderungen für die Demokratie durch digitale Medien.

Die Internetkommunikation und insbesondere Soziale Medien sind in jüngeren Jahren ganz erheblich in die Kritik geraten. Folgt man den Kommentator_innen in der medialen und politischen Öffentlichkeit, so steht nicht weniger auf dem Spiel als die Demokratie, d. h. die bewährten Prozesse demokratischer Auseinandersetzung. Plattformen wie Facebook, YouTube und Twitter böten, so die verbreitete Sorge, ihren Nutzer_innen digitale Rückzugsräume zur ungestörten Ko-Entwicklung einseitiger Meinungen und Einstellungen und beförderten damit die Fragmentierung der Öffentlichkeit und Herausbildung von sog. Echokammern. Ferner leisteten sie der Verbreitung von Falschnachrichten und manipulativen Botschaften Vorschub, die von dubiosen Quellen und ohne redaktionelle Prüfung in die Kanäle der Massenkommunikation eingespeist werden könnten. Schließlich werde der demokratische Diskurs durch die weitgehend ungehemmte Artikulation von

Dr. Wolf J. Schünemann ist Juniorprofessor für Politikwissenschaft mit Schwerpunkt Politik und Internet an der Universität Hildesheim

Hass und Hetze im Netz beschädigt. All diese Bedrohungen würden noch dadurch verschärft, dass neben echten (d. h. menschlichen) Kommunikationsteilnehmer_innen Heerscharen von Meinungsrobotern (sog. Social Bots) auf den Plattformen aktiv seien und durch Ausnutzung der Metriken der Online-Aufmerksamkeitsökonomie ihre manipulativen Botschaften „viral“ gemacht würden.

Es verwundert nicht, dass diese erheblichen Sorgen aus irritierenden politischen Ereignissen in und um Wahlen und Wahlkämpfen hervorgegangen oder in diesen Kontexten angewachsen sind, beginnend mit den für viele Beobachter überraschenden Ausgängen des britischen Referendums über den Austritt aus der EU und der US-amerikanischen Präsidentschaftswahl 2016. Die entworfenen Szenarien scheinen eine besondere Rolle für die Bewältigung dieser irritierenden Ereignisse gespielt zu haben.

Die Vorwürfe an die Sozialen Medien sind so gravierend, dass Fragen einer stärkeren Regulierung der Inhalte deutlicher denn je gestellt werden.

Zumindest werden sie seither regelmäßig im Kontext von Wahlen und Wahlkämpfen aktualisiert, so in der ersten Jahreshälfte 2017 in Deutschland im Vorfeld der Bundestagswahl und zwei Jahre später angesichts des Europawahlkampfes erneut. Die bisherigen und absehbaren Erfolge rechtspopulistischer Parteien in vielen europäischen Ländern (wie etwa der „Alternative für Deutschland“ (AfD) in Deutschland) geben den Befürchtungen neue Nahrung, dass gerade diese Bewegungen sich durch Online-Wahlkämpfe und unlautere Praktiken Vorteile im politischen Wettbewerb verschaffen könnten.

Die demokratische Verunsicherung ist zurzeit aufgrund verschiedener Kontextfaktoren sehr hoch. Die Vorwürfe an die Sozialen Medien und ihre Betreiber sind vor diesem Hintergrund so gravierend und das potentielle Ausmaß des gesellschaftlichen und politischen Schadens, für den sie mitverantwortlich gemacht werden, so kolossal, dass bislang für die Online-Kommunikation prinzipiell ausgeklammerte oder vertagte Fragen einer stärkeren Regulierung von Medieninhalten¹ deutlicher denn je gestellt werden. Schlussendlich münden derartige Fragestellungen international – etwa in Deutschland und anderen

1 *Lange Zeit folgten die Regulierungsansätze für das Internet dem Common-Carrier-Modell, wie es für die Telefonie bekannt ist (Puppis 2010, S. 86). Vorstöße zur verstärkten Regulierung von Inhalten sind jüngeren Datums und haben mit den geschilderten Entwicklungen zu tun.*

EU-Staaten sowie auf EU-Ebene selbst – in Regulierungsforderungen und -vorstöße.

Angesichts der geschilderten potentiell weitreichenden Folgen für die gesellschaftliche (Online-)Kommunikation scheint eine kritisch-empirische Prüfung aktueller Krisendiagnosen, aber auch der Krisenbewältigungsmaßnahmen geboten. Eben hierzu soll der vorliegende Artikel einen Beitrag leisten. Dazu beschreibt der nachfolgende Abschnitt kurz die immer wieder benannten Bedrohungen und konzentriert sich dabei zunächst auf ihren jeweiligen definitorischen Kern. Zudem wirft er einen Blick in die empirische Forschung zur politischen Kommunikation.

Für die im Anschluss präsentierten empirischen Befunde greife ich auf die Ergebnisse einer umfassenden Studie zur Online-Kommunikation im deutschen Bundestagswahlkampf 2017 zurück.² Konkret wurden in diesem Kontext auf den Facebookprofilen der aktuell im Bundestag vertretenen Parteien sowie auf den Seiten der jeweiligen Spitzenkandidat_innen für den Zeitraum des Wahlkampfes vom 29. Januar (Nominierung des SPD-Kanzlerkandidaten Martin Schulz) bis zum 24. September 2017, dem Tag der Wahl, eine große Menge an Beiträgen gesammelt (insgesamt 2,9 Millionen Meldungen und Kommentare). Wir haben diese mit Blick auf aktuelle, aus der politisch-medialen Debatte sowie der wissenschaftlichen Diskussion abgeleitete Forschungsfragen ausgewertet und dazu mit verschiedenen datenwissenschaftlichen Verfahren bearbeitet.

Die empirischen Befunde sind nach den Bedrohungsaspekten Social Bots, Echokammern und Hate Speech gegliedert. Die empirisch schwer messbare Bedrohung durch Desinformation (fake news) dient als Übergang zu abschließenden kritischen Überlegungen zu aktuell diskutierten Ansätzen und Maßnahmen der Online-Content-Regulierung.

Die empirischen Befunde dieser Studie sind nach den Bedrohungsaspekten Social Bots, Echokammern und Hate Speech gegliedert.

2 Das Verbundprojekt „Wahlkampf in (a)sozialen Netzwerken“ wurde in einem Konsortium von Forschenden der Universitäten Göttingen, Heidelberg und Hildesheim unter Leitung des Autors und mit finanzieller Förderung durch die ZDF-Medienforschung realisiert. Mein besonderer Dank im Hinblick auf die hier verwendeten Analysen und Ergebnisse gilt den Kolleg_innen Patrick Breithaupt, Michael Gertz, Sylvia Jaki, Tom de Smedt und Stefan Steiger. Weitere Informationen zum Projekt unter: www.uni-hildesheim.de/wahlkampfanalyse.

Social Bots, Echokammern, Hate Speech: Bedrohungen im Einzelnen

Der digitale Wandel verdankt sein großes gesellschaftliches Verunsicherungspotential auch der mangelnden Schärfe wesentlicher Kategorien. Dies lässt sich besonders gut im Hinblick auf die Cybersicherheit zeigen, zu der die diskutierten Phänomene in einem sehr weiten und bereits aufgeladenen – dadurch selbst problematischen – Begriffsverständnis hinzugezählt werden (vgl. Nissenbaum 2005). Dieser Abschnitt wird deshalb kurz klarstellen, worüber wir im Einzelnen reden, wenn wir über die Meinungsmanipulation durch Social Bots, das Phänomen der Echokammern oder die Verbreitung von Hate Speech sprechen.

Social Bots

Social Bots sind Computerprogramme, über die in der Online-Kommunikation Inhalte generiert und verbreitet werden. Ausgefeilte Kommunikationsroboter dieser Art agieren wie Menschen und treten mit echten Kommunikationsteilnehmer_innen in Austausch. Je nachdem wie komplex die kommunikativen Anforderungen auf der Plattform sind, desto schwieriger wird das

Geschäft der Bots, und es entsteht womöglich nur wenig dauerhafter Austausch und Vernetzung zwischen Mensch und Maschine. Social Bots funktionieren auf Facebook schlechter als auf Twitter, das als ihr vorrangiges Einsatzfeld gilt. Empirische Studien haben den

Zunehmende Polarisierungs- und Radikalisierungstendenzen werden vielfach dem Phänomen der Echokammer zugeschrieben.

Einsatz von Social Bots auf Twitter für verschiedene politische Debatten nachgewiesen, so die Ukraine-Krise 2013/14 (vgl. Hegelich/Janetzko 2016), die britische Referendumsdebatte 2016 (vgl. Howard/Kollanyi 2016) sowie den US-Präsidentenwahlkampf 2016 (vgl. Kind et al. 2017).

Echokammern

Zunehmende Polarisierungs- und Radikalisierungstendenzen in demokratischen Systemen werden vielfach dem online-induzierten Phänomen der Echokammer zugeschrieben (vgl. Lütjen 2016). Im Netz fänden sich zunehmend homogene Gruppen zusammen, die dann abgeschottet von Kritik und dem demokratischen Meinungspluralismus zu immer extremeren Positionen tendierten – so die oft vertretene These. Die der These zugrundeliegende psychologische Theorie der „selective exposure“ (Sears/L. Freedman 1967) bildet den Grundgedanken hinter den verbreiteten Annahmen von sog. Filterblasen (vgl. Pariser

2011) und Echokammern (vgl. Humborg/Nguyen 2018, S. 25-27; Sunstein 2017). Während es gewiss nicht zu bestreiten ist, dass Internetnutzer_innen sich allgemein und oft willentlich auf gefilterte Informationsversorgung einlassen und die Möglichkeit zur individuellen Zusammenstellung von Informationsangeboten online zu den Errungenschaften der Internetentwicklung zählen kann ("daily me", Rheingold 1994; "net empowerment", Siedschlag/Bilgeri/Lamatsch 2001, S. 10), wird die verwandte Echokammerthese kontrovers diskutiert. Die empirische Forschung hat die Annahme mit verschiedenen Verfahren und für eine Reihe von Fällen (wenngleich überwiegend für die USA) getestet (ebenfalls für Facebook, vgl. Bakshy/Messing/Adamic 2015; Jacobson/Myung/Johnson 2016). Die Resultate gehen zwar auseinander, in jüngerer Zeit häufen sich aber die Hinweise darauf, dass die Echokammer-Annahme allgemein überschätzt wird (vgl. Dubois/Blank 2018; Fletcher/Nielsen 2017; Gentzkow/Shapiro 2011; Guess et al. 2018).

Hate Speech

Die Zunahme von Hasskriminalität und Hetze in Online-Medien wird in der politischen und medialen Debatte gemeinhin konstatiert (vgl. Hajok 2017; Reinbold 2016). Auch hier besteht eine große Unklarheit hinsichtlich des zentralen Konzepts. Zunächst ist zwischen Beleidigungen und Angriffen gegen einzelne Personen und der Hetze gegen Gruppen und Minderheiten zu unterscheiden. Nur für einen Teil des adressierten Phänomenbereichs können wir tatsächlich von strafrechtlich relevanten Sprechakten ausgehen, die bereits in der Vergangenheit juristisch verfolgt werden konnten und auch durch das umstrittene deutsche Netzwerkdurchsetzungsgesetz als unzulässig und von den Plattformbetreibern auf Meldung zu bekämpfen ausgewiesen werden. Gerade der politische Wettbewerb weist darüber hinaus regelmäßig ein erhöhtes Maß offensiver Sprache auf, die schwerlich als Hasskriminalität zu klassifizieren ist und sich kaum mit Mitteln der Medienregulierung bekämpfen lässt (vgl. Schmitz 2017), ohne dass daraus wiederum Gefahren für die liberale Demokratie entstehen würden. In unten stehender Analyse haben wir deshalb zunächst – neutraler gesprochen – Polarisierung untersucht, gemessen an der Wahlkampfkommunikation auf den Facebook-Profilen der Parteien hinsichtlich thematischer Orientierung und Stil der Auseinandersetzung.

Gerade der politische Wettbewerb weist ein erhöhtes Maß offensiver Sprache auf, die schwerlich als Hasskriminalität zu klassifizieren ist.

Empirische Ergebnisse der Analyse der Bundestagswahlkampfkommunikation 2017

Social Bots

Es gibt in der datengetriebenen Forschung weder einheitliche Kriterien zur Detektion von Bots, noch gibt es verlässliche Erkenntnisse zur Wirkungsweise von Bot-Kommunikation auf politische Prozesse. Ein sehr simpler Indikator für die Aktivität eines Bots kann über die Anzahl der Aktivitäten gewonnen werden. So legt das Computational Propaganda-Projekt des Oxford University Institute eine Schwelle von 50 Twitter-Aktivitäten pro Tag für die Klassifikation als „heavy automation“ an (Howard/Kollanyi 2016, S. 4; weitere Indikatoren, vgl. Serrano et al. 2018, S. 22). Damit ergibt es zunächst Sinn, nach zahlenmäßig häufiger Aktivität zu schauen. Weil sich die Aktivitätsschwellen für Twitter und Facebook nicht einfach übernehmen lassen, haben wir zunächst nur die Aktivitätsverteilung nach Nutzerkonten im Datensatz über den gesamten Kampagnenzeitraum betrachtet. Wie zu erwarten war, ergibt sich eine extrem linkschiefe Verteilung, wonach nur sehr wenige Accounts viele Einträge beigesteuert haben, eine Vielzahl von Nutzer_innen allerdings nur sehr wenige Einträge. Im Ergebnis waren die aktivsten 100 in unserem Datensatz für über zwei Prozent aller Inhalte zuständig. Nur zwei Prozent aller Nutzer_innen produzierten knapp 43 Prozent der Inhalte.

Dies bedeutet allerdings nicht, dass sich hinter den extrem aktiven Nutzern tatsächlich Social Bots verbergen. In der Regel handelt es sich um die professionelle Kampagnenarbeit institutioneller Accounts oder von (Spitzen-)Kandidaten_innen. Eine stichprobenartige Überprüfung der häufigsten Nutzer_innen ließ keine nennenswerten Bot-Aktivitäten erkennen. Dies steht im Einklang mit anderen Studien zum Bot-Einsatz im Bundestagswahlkampf. Der Social Media Report von Serrano et al. (2018) etwa führt die Ergebnisse der Bot-Detektion für Facebook gar nicht an, für Twitter sind die Zahlen erkannter Social Bots weit geringer, als in der medialen Debatte suggeriert (ebd., S. 24).

Echokammern

Passend zu vielen jüngeren Studien (s. oben) konnten auch wir keine wesentliche parteipolitisch geprägte Selektivität in der Medienauswahl – so unsere Konzeption der Echokammer gemäß der Annahme der „partisan selective exposure“ (Stroud 2010) – feststellen. Um dies überhaupt zu messen, haben wir zu-

nächst in Ermangelung von Nutzerdaten eine Datenreduktion vorgenommen, die wir als *Cross-Poster-Exklusion* bezeichnen. Sie bedeutet, dass wir die gesamten Einträge einer Nutzer_in dann entfernt haben, wenn derselbe Account auch mindestens einen Kommentar auf den Facebookseiten einer anderen Partei (Partei selbst oder Spitzenkandidat_in) hinterlassen hat. Dies stellte den für uns einzig gangbaren, zudem sehr datenschutzfreundlichen Weg dar, mit hoher Wahrscheinlichkeit eine Zuordnung von Nutzer_innenkonten nach parteipolitischer Orientierung vorzunehmen. Unsere leitende Annahme dabei ist, dass ein_e Nutzer_in, die ausschließlich auf den Seiten einer Partei Kommentare postet, mit großer Wahrscheinlichkeit ein_e Anhänger_in dieser Partei ist. Auf diese Weise war es uns möglich, Nutzer_innengruppen zu unterscheiden und mittels der geteilten Internetinhalte (Links/URLs) auf ihre Wahrnehmung von Inhalten zu schließen. Nach der Crossposter-Exklusion haben wir also alle verbliebenen Einträge nach parteipolitischer Orientierung geordnet und auf enthaltene URLs automatisch untersucht. Die ausgeworfenen URLs haben wir auf ihre Domain-Namen gekürzt und dann miteinander verglichen. Tabelle 1 zeigt die Resultate für die Top-Zehn-Quellen an, die im jeweiligen parteipolitischen Teilkorpus referenziert werden. Wie deutlich zu sehen ist, herrscht an dieser Spitze des Feldes ein hoher Übereinstimmungsgrad zwischen den Teilgruppen, wobei überwiegend etablierte Medien in den Listen für alle Parteien einschließlich der AfD auftauchen.

Tabelle 1:
Top-10 der am häufigsten verlinkten Seiten nach Parteien bzw. Spitzenkandidat_innnen. (Angaben in Prozent).

CDU, A. Merkel (n=7755)		CSU, J. Herrmann (n=97)		SPD, M. Schulz (n=2543)		FDP, C. Lindner (n=3639)	
welt.de	5,66	stmi.bayern.de	17,53	spd.de	8,18	fdp.de	44,05
focus.de	5,02	br.de	6,19	focus.de	6,10	liberale.de	3,52
spiegel.de	3,11	welt.de	3,09	spiegel.de	4,33	spiegel.de	2,97
bild.de	2,39	focus.de	3,09	welt.de	3,46	fdp.nrw	2,12
shkola-shar.com	2,10	nordbayern.de	3,09	wikipedia.org	2,60	welt.de	1,73
zeit.de	1,86	wikipedia.org	3,09	zeit.de	2,12	faz.net	1,62
epochtimes.de	1,72	bayernkurier.de	3,09	faz.net	1,89	wikipedia.org	1,46
faz.net	1,48	joachimherrmann.de	3,09	theeuropean.de	1,69	christian-lindner.de	1,40
wikipedia.org	1,42	hrw.org	3,09	swr.de	1,53	zeit.de	1,40
hartgeld.com	1,42	spiegel.de	2,06	der-postillon.com	1,62	focus.de	1,21

Fortsetzung
Tabelle 1:
Top-10 der am
häufigsten verlinkten
Seiten nach Parteien
bzw. Spitzen-
kandidat_innen.
(Angaben in
Prozent).

Greens, K. Göring-Eckardt, C. Özdemir (n=1538)		Left Party, S. Wagenknecht, D. Bartsch (n=2579)		AfD, A. Weidel (n=6316)	
gruene.de	6,24	die-linke.de	11,79	welt.de	5,86
welt.de	5,40	wikipedia.org	4,43	focus.de	5,59
spiegel.de	4,88	spiegel.de	3,22	wikipedia.org	3,28
wikipedia.org	4,75	welt.de	2,52	zeit.de	2,98
gruene-bundestag.de	4,42	deutsche-mitte.de	2,25	spiegel.de	2,36
zeit.de	3,25	linksfraktion.de	2,09	faz.net	1,55
focus.de	2,47	zeit.de	1,90	afd.de	1,47
taz.de	1,76	openpetition.de	1,47	bild.de	1,23
tagesspiegel.de	1,56	sueddeutsche.de	1,28	tagesspiegel.de	1,12
faz.net	1,37	zdf.de	1,18	n-tv.de	1,21

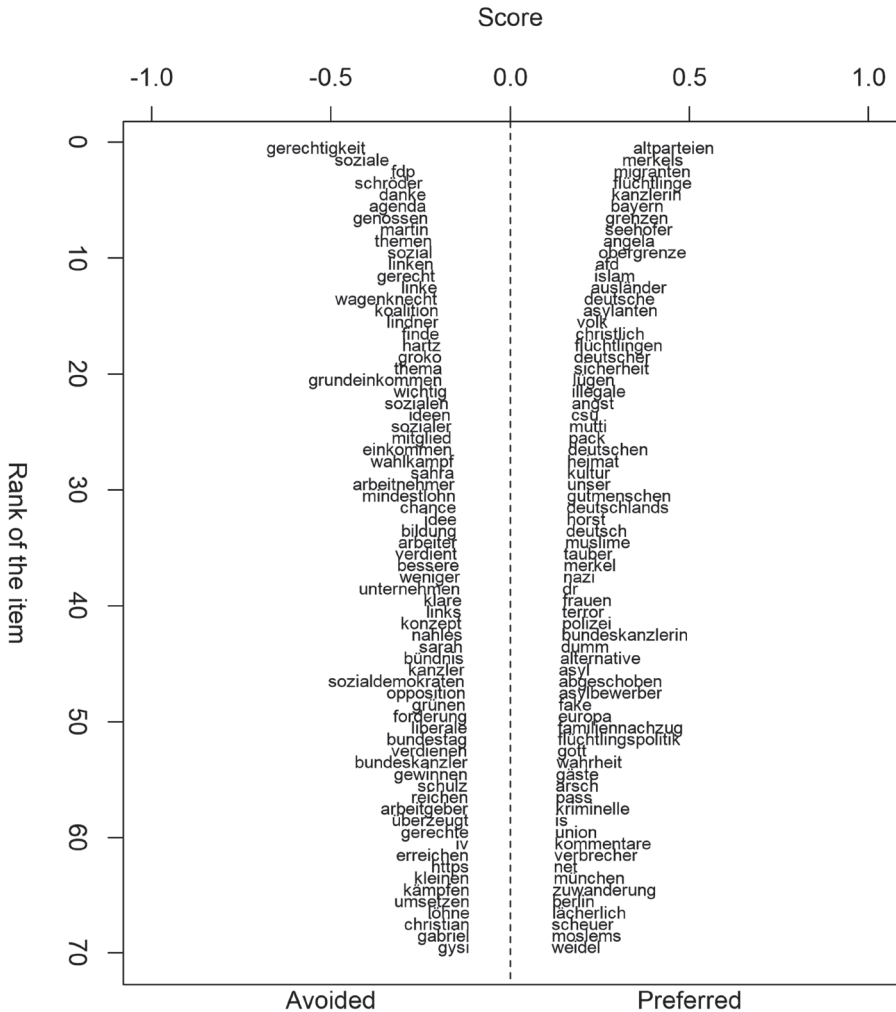
Unsere Analysen können die in der medialen und politischen Debatte verbreitete Echokammerhypothese nicht stützen.

Die Netzwerkdarstellung in Abbildung 1 zieht darüber hinaus weitere Quellen bis zur Top-25 hinzu. Nun fallen neben einem gemeinsamen Raum vertrauter Leitmedien, der in der Netzwerkansicht gut sichtbar wird, auch einige Nischenmedien (als Peripherie um jede Partei dargestellt) ins Auge. Sie plausibilisieren die

Analyse durch nachvollziehbare Ergebnisse (philosophia-perennis.com für die AfD, nachdenkseiten.de für die Linke etc.). Zahlenmäßig fallen die Nischenmedien, betrachtet man die Anzahl der darin repräsentierten einzelnen Links im gesamten Datensatz, kaum ins

Gewicht, sondern werden von den bekannten Leitmedien stark überlagert. Tatsächlich umfassen die Top-10-Quellen bereits 30 Prozent aller überhaupt geteilten Links.

Insgesamt können unsere Analysen die in der medialen und politischen Debatte ebenfalls sehr verbreitete Echokammerhypothese nicht stützen, nicht einmal wenn wir den Fokus auf die AfD legen. Die Befunde der Analyse stehen auch im Einklang mit der Beobachtung, dass Deutschland im internationalen Vergleich immer noch ein so genanntes korporatistisches Mediensystem aufweist, das nur wenig Tendenzen der Polarisierung der Medienlandschaft zeigt. Zudem genießen die klassischen Medien in Deutschland immer noch ein vergleichsweise hohes Vertrauen (vgl. Reuters Institute 2018).



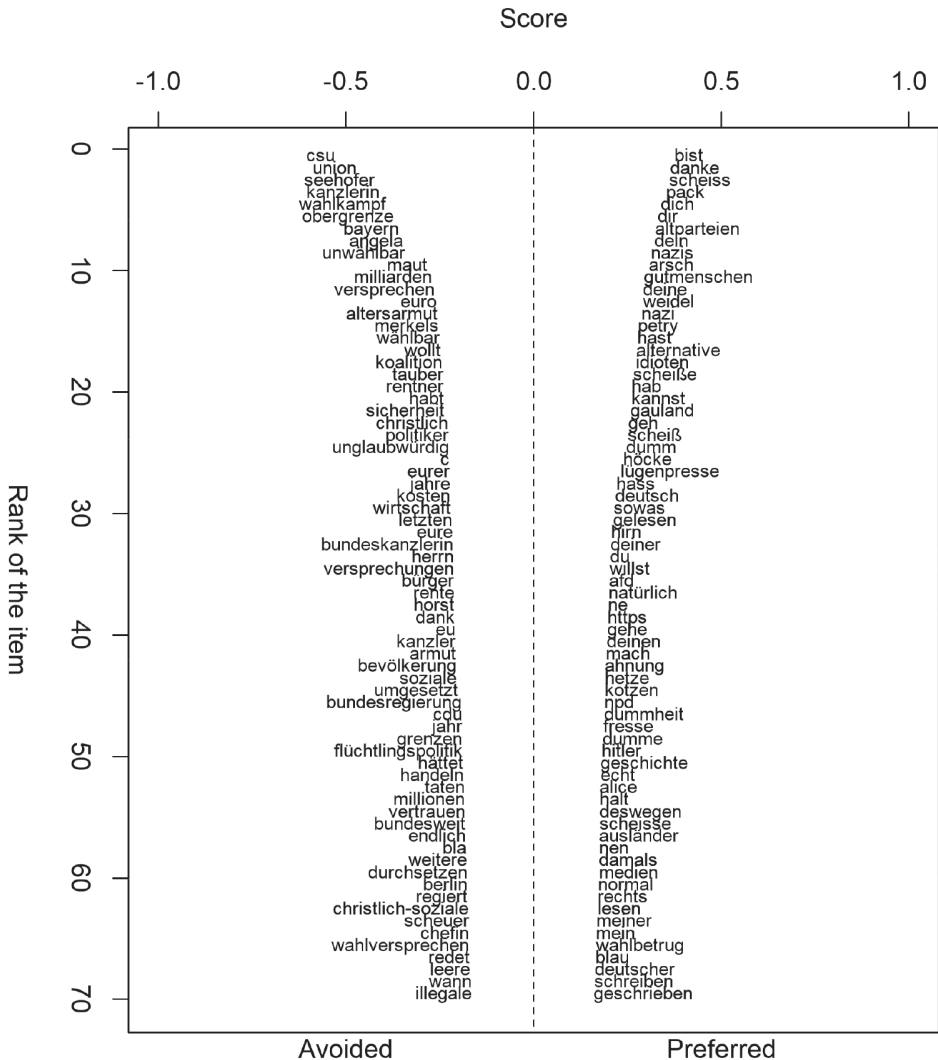
dung gebrachten Sicherheitsrisiken. Die entsprechenden Schlüsselwörter sind etwa: „Migranten“, „Flüchtlinge(n)“, „Grenzen“, „Obergrenze“, „Islam“, „Ausländer“, „Asylanten“, „Sicherheit“, „Kultur“ und „Muslime“. Stichprobenartige qualitative Prüfungen haben ergeben, dass die Wörter tatsächlich in diesem thematischen Kontext gebraucht wurden.

In einem letzten Schritt führt die Überprüfung der Binnen-differenz zwischen CDU und CSU auf der einen Seite und der AfD auf der anderen Seite zu einem anderen Bild. Nun fallen in der gleichen Darstellung (links, „avoided terms“ für CDU und CSU; rechts „preferred terms“ für AfD) die inhaltlich-thematischen Bezüge weitgehend weg (vgl. Abbildung 4). Die Differenz,

Abbildung 3:
Stilometrischer
Schlüsselwort-
vergleich für AfD,
CDU und CSU gegen
die anderen Parteien.
Quelle: Eigene
Darstellung mit R
Stylo.

Abbildung 4:
 Stilometrischer
 Schlüsselwort-
 vergleich für AfD
 gegen CDU und CSU.
 Quelle: Eigene
 Darstellung mit R
 Stylo.

die dennoch abgebildet wird, zeigt sich vielmehr im Stil der Auseinandersetzung, wobei die Liste der Schlüsselwörter nun klar durch Invektiven und hetzerische Ausdrücke geprägt wird: etwa „Scheiß(e)“, „Pack“, „Nazis“, „Arsch“, „Idioten“, „dumm(e)“, „Lügenpresse“, „Hass“ usw. Auch hier zeigt die qualitative Prüfung einzelner Textstellen einen überwiegend offensiven Gebrauch gegen die Gesprächsteilnehmer_innen auf den Plattformen oder dritte Personen und Gruppen. Zum Teil werden Anfeindungen wie etwa durch das Wort „Nazis“ auch als (fiktive) Zitate gegnerischer Akteure aktualisiert.



Insgesamt zeigt die Analyse eindrücklich, dass sich die besonders mobilisierungsfähige Gemeinschaft von Nutzer_innen, die sich durch das AfD-Profil ansprechen ließ und ausschließlich auf diesem (sowie auf demjenigen ihrer Spitzenkandidatin Weidel) aktiv war, einen Hang zu drastischer Wortwahl und zu einer sprachlichen Radikalisierung zeigt, wie sie bei den anderen Parteien nicht beobachtet werden kann. Dies schlägt sich in einem weit höheren Anteil sog. Hate Speech nieder, der, wenn nicht durch die Online-Kommunikation generell, so doch durch die erfolgreiche Kampagnenarbeit der AfD und vergleichbarer rechtspopulistischer Parteien hervorgerufen und verstärkt wird. Diese Annahme muss freilich durch künftige Forschung erhärtet werden. Wenn sie sich bestätigt, folgt daraus angesichts der Erfolge für die AfD und anderer rechtspopulistischer Parteien in Europa tatsächlich eine qualitative Verschlechterung des demokratischen Diskurses.

Kritische Schlussbemerkungen

Die vorangegangenen schlaglichtartigen Einblicke in ein laufendes Forschungsprojekt zur Facebook-Kommunikation im deutschen Bundestagswahlkampf 2017 haben vor Augen geführt, dass zentrale Phänomene im Zusammenhang mit der politischen Kommunikation in sozialen Netzwerken, die Befürchtungen um unsere Demokratie auslösen, sich empirisch kaum nachweisen lassen, zumindest nicht in dem Maße, wie es die teils aufgeregte Debatte suggeriert. Eine Ausnahme bildet die am Beispiel der AfD illustrierte Verrohung des politischen Diskurses (verstanden als Zunahme offensiver Sprache und Hate Speech), die womöglich als Teil eines kommunikativen Mobilisierungsrezepts rechtspopulistischer Strömungen und Parteien verstanden werden kann. Dieser Tendenz sollte durch wissenschaftliche Untersuchungen weiter nachgegangen werden und sie sollte womöglich auch durch regulatorische Maßnahmen adressiert werden.

Diese Maßnahmen sollten allerdings behutsam ausfallen, denn zum Ersten bergen Ansätze einer konsequenten Regulierung von Internetinhalten die Gefahr, das selbstinszenierte diskursive Märtyrertum rechtspopulistischer Gruppierungen noch zu bedienen, zum Zweiten verlangt sie womöglich ein Ausmaß der Kontrolle und Überwachung (seitens staatlicher Behörden oder privater Provider), das grundlegende Veränderungen für die gewohnte Internetkommunikation mit sich bringt,

Ansätze einer Online-Regulierung bergen die Gefahr, das selbstinszenierte Märtyrertum rechtspopulistischer Gruppierungen zu bedienen.

zum Dritten könnten diese Maßnahmen mit Blick auf die zu schützende Demokratie eine Arznei sein, die den Patient eher gefährdet als ihn zu heilen.

Letztere Gefahr besteht insbesondere im Hinblick auf die in der Detektion und Bekämpfung mit rechtsstaatlich-demokratischen Mitteln noch einmal bedeutend heiklere Bedrohung durch sog. Desinformation oder Fake news. Sowohl das im Vorfeld der deutschen Bundestagswahl erlassene Netzwerkdurchsetzungsgesetz als auch der von der EU-Kommission veröffentlichte Aktionsplan gegen Desinformation sind in dieser Hinsicht zu kritisieren. Wo nicht klar durch Straftatbestände festgelegt ist, welche Inhalte illegal sind, führt die Erwartung, dass staat-

Statt einer aufziehenden Panik scheint eine größere Gelassenheit angebracht sowie die Förderung einer digital-informationellen Mündigkeit und Ethik.

liche Behörden womöglich gar Sicherheitsbehörden, oder private Plattformbetreiber über den Wahrheitsgehalt politischer Botschaften urteilen und nach selbst gesetzten Kriterien suspekta Inhalte entfernen, in die Irre und gefährdet liberaldemokratische Errungen-

schaften. Dabei zeugt insbesondere die verbreitet eingeforderte Schutzverantwortung für den Wahlkampf als Hochamt nationaler (oder eben europäischer) Demokratie, bei dem die jeweilige Wahlbevölkerung gleichsam ungestört von Irritationen und angeblichen Falschmeldungen und unter sich verhandeln solle, nicht nur von überkommenen Vorstellungen nationaler Kommunikation in Zeiten globaler Datenströme, sondern auch von einer womöglich unzulässigen Anmaßung durch Behörden und Betreiber. Die liberale Demokratie zeichnet sich nicht dadurch aus, dass das System vor der politischen Rede geschützt wird, sondern umgekehrt: die politische Rede vor den Eingriffen des Systems. Das Ziel, den freien Wettbewerb der Meinungen vor einer Verrohung des Diskurses zu bewahren, ist keineswegs verkehrt. Die Ansprüche an Sachlichkeit und Anstand sollten aber nicht mit Wahrheitsansprüchen verwechselt werden. Statt der gelegentlich aufziehenden Panik scheint insgesamt größere Gelassenheit angebracht sowie die Förderung einer digital-informationellen Mündigkeit und Ethik, so dass sich die tatsächlichen demokratischen Herausforderungen durch Online-Kommunikation zivilgesellschaftlich bewältigen lassen.

Literatur

Bakshy, Eytan/Messing, Solomon/Adamic, Lada A. (2015): *Political science. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook*. In: *Science* (New York, N.Y.), 348. Jg., H. 6239, S. 1130-1132.

- Dubois, Elizabeth/Blank, Grant (2018): *The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media*. In: *Information, Communication & Society*, 21. Jg., H. 5, S. 729-745.
- Fletcher, Richard/Nielsen, Rasmus K. (2017): *Are News Audiences Increasingly Fragmented? A Cross-National Comparative Analysis of Cross-Platform News Audience Fragmentation and Duplication*. In: *Journal of Communication*, 67. Jg., H. 4, S. 476-498.
- Gentzkow, Matthew/Shapiro, Jesse M. (2011): *Ideological Segregation Online and Offline*. In: *The Quarterly Journal of Economics*, 126. Jg., H. 4, S. 1799-1839.
- Guess, Andrew et al. (2018): *Avoiding the echo chamber about echo chambers. Why selective exposure to like-minded political news is less prevalent than you think*. https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/media_elements/files/000/000/133/original/Topos_KF_White-Paper_Nyhan_V1.pdf (zuletzt aufgerufen am 12.7.2018).
- Hajok, Daniel (2017): *Hate Speech. Hass und Hetze im Netz als Thema des Kinder- und Jugendmedienschutzes*. In: *Jugend Medien Schutz-Report*, 40. Jg., H. 1, S. 2-6.
- Hegelich, Simon/Janetzko, Dietmar (2016): *Are Social Bots on Twitter Political Actors? Empirical Evidence from a Ukrainian Social Botnet*. <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM16/paper/view/13015/12793> (zuletzt aufgerufen am 10.1.2018).
- Howard, Philip N./Kollanyi, Bence (2016): *Bots, #StrongerIn, and #Brexit. Computational Propaganda during the UK-EU Referendum*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2798311 (zuletzt aufgerufen am 15.4.2019).
- Humborg, Christian/Nguyen, Thuy A. (2018): *Die publizistische Gesellschaft*. Wiesbaden.
- Jacobson, Susan/Myung, Eunyong/Johnson, Steven L. (2016): *Open media or echo chamber: the use of links in audience discussions on the Facebook Pages of partisan news organizations*. In: *Information, Communication & Society*, 19. Jg., H. 7, S. 875-891.
- Kind, Sonja et al. (Januar 2017): *Social Bots. Thesenpapier zum öffentlichen Fachgespräch „Social Bots – Diskussion und Validierung von Zwischenergebnissen“ am 26. Januar 2017 im Deutschen Bundestag*. Berlin. https://www.tab-beim-bundestag.de/de/aktuelles/20161219/Social%20Bots_Thesenpapier.pdf (zuletzt aufgerufen am 10.1.2018).
- Lütjen, Torben (2016): *Die Politik der Echokammer. Wisconsin und die ideologische Polarisierung der USA*. Bielefeld.
- Nissenbaum, Helen (2005): *Where Computer Security Meets National Security*. In: *Ethics and Information Technology*, 7. Jg., H. 2, S. 61-73.
- Pariser, Eli (2011): *The filter bubble. What the Internet is hiding from you*. New York, NY.

- Puppis, Manuel (²2010): *Einführung in die Medienpolitik*. Konstanz.
- Reinbold, Fabian (2016): *Bundesregierung vs. Facebook: Wer stoppt den Hass?*
In: *Spiegel online* vom 19.7. <https://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/facebook-vs-heiko-maas-wer-stoppt-den-hass-a-1103620.html> (zuletzt aufgerufen am 30.04.2019).
- Reuters Institute (2018): *Digital News Report 2018*. <http://www.digitalnews-report.org/> (zuletzt aufgerufen am 04.02.2018).
- Rheingold, Howard (¹1994): *Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers*. Bonn/Paris/Reading, Mass. [u. a.].
- Schmitz, Christopher (2017): *Wahlkampf in (a)sozialen Netzwerken. Oder: Hate Speech jenseits politischer Extreme*. In: *Demokratie-Dialog*, 1. Jg., H. 1, S. 10-14.
- Sears, David/L. Freedman, Jonathan (1967): *Selective Exposure to Information: A Critical Review*. In: *Public Opinion Quarterly*, 31. Jg., S. 194-213.
- Serrano, Juan C. M. et al. (2018): *Social Media Report: The 2017 German Federal Elections*.
- Siedschlag, Alexander/Bilgeri, Alexander/Lamatsch, Dorothea (2001): *Elektronische Demokratie und virtuelles Regieren. Erfahrungen und Perspektiven*. In: Dies. (Hg.): *Kursbuch Internet und Politik. Elektronische Demokratie und virtuelles Regieren*. Opladen, S. 9-20.
- Stroud, Natalie J. (2010): *Polarization and Partisan Selective Exposure*. In: *Journal of Communication*, 60. Jg., H. 3, S. 556-576.
- Sunstein, Cass R. (2017): *#Republic. Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton.