



**Antworten zum Fragenkatalog zum Thema
„Resilienz von Demokratien im digitalen Zeitalter im Kontext der Europawahl“
im Ausschuss Digitale Agenda am 10. April 2019**

1. Stärkung des demokratischen Diskurses

Da in digitalen Umgebungen die in der alten Medienwelt noch dominante Sortierung, Selektion und Aufbereitung von Informationen durch Journalisten und Massenmedien weitgehend entfällt – und z.T. sogar durch manipulative Bearbeitung konterkariert wird – können sich Bürgerinnen und Bürger nicht mehr darauf verlassen, dass medial wahrgenommene Inhalte grundsätzlich ein sachgerechtes Bild der Welt präsentieren. Nutzer müssen deshalb heute eine viel umfassendere Medienkompetenz im Sinne journalistischer Kompetenzen (Quellenkritik, Kenntnis von Verarbeitungsprozessen, Geschäftsmodellen etc.) sowie Partizipationskompetenzen haben.

Eine bessere Vermittlung solcher vertieften Kompetenzen kann die Resilienz der Mehrheit der Bürger stärken, welche demokratische Grundwerte und Prozesse grundsätzlich anerkennen. Menschen, die sich davon allerdings bereits abgewendet haben und – z.B. aus Gründen der Bewältigung von kognitiver Dissonanz – etablierte Akteure, gesellschaftlicher Minderheiten etc. pauschal ablehnen und in sozialen Medien nach Bestätigung für ihre Weltsicht suchen, können davon durch reine Medienkompetenzvermittlung kaum abgebracht werden. Solche tief verwurzelten Haltungen können nur langfristig durch gesellschaftliche Inklusion und gerechte Gesellschaftsstrukturen auf allen Ebenen (Schule, Arbeitswelt, Wirtschaft, Kultur etc.) teilweise abgebaut werden.

Resilienz bedeutet für eine demokratische Gesellschaft in einer digitalisierten Welt aber auch, disruptive Kommunikation von kleinen Minderheiten dauerhaft zu ertragen.

2. Stand der rechtlichen und wissenschaftlichen Behandlung von Desinformationskampagnen

Einen vollständigen Überblick über Beeinflussungsmittel und wissenschaftlichen Projekten kann im Rahmen der knappen Zeitvorgaben für diese Antworten nicht gegeben werden. Grundsätzlich kann man davon ausgehen, dass die strategischen Beeinflussungsversuche in Deutschland bisher nur begrenzte Wirkungen im Sinne einer Beeinflussung von Einstellungen oder Handlungen (z.B. Wahlentscheidungen) haben. Wirkungen, die z.B. von emotionalen „Fake-News“ oder von durch Bots künstlich in die Höhe getriebenen „popularity cues“ (Likes, Shares etc.) ausgehen können, können mobilisierend wirken innerhalb abgegrenzter Echokammern von radikalisierten Gleichgesinnten; unbeteiligte Zuschauer können dadurch verunsichert und demobilisiert werden („man weiß ja gar nicht mehr, was man glauben soll“). In Deutschland wird diese Wirkung zum Teil dadurch verstärkt, dass Massenmedien und Politik sich zu schnell auf solche manipulierten Kampagnen einlassen und sie zu

dominierenden Themen in der politischen Debatte machen, wodurch auf einer Makro-Ebene die politische Agenda (und in gewissen Grenzen auch Wahlergebnisse) beeinflusst werden kann.

Es gibt Studien aus der Wissenschaft sowie von Stiftungen und zivilgesellschaftlichen Organisationen, die versuchen, die Quantität solcher Manipulationen (Zahl von Fake-Accounts, Likes) ansatzweise zu bestimmen. Beispiele hierfür sind etwa das Projekt PropStop an der Universität Münster (<http://www.propstop.de>), die Forschungsgruppe 14 am Weizenbaum-Institut in Berlin (<https://weizenbaum-institut.de/forschung/demokratie-partizipation-und-oeffentlichkeit/nachrichten-kampagnen-und-die-rationalitaet-oeffentlicher-diskurse/>), Untersuchungen der Stiftung Neue Verantwortung (<https://www.stiftung-nv.de/de/projekt/desinformation-der-digitalen-oeffentlichkeit>) oder Analysen von Aktivisten des Netzwerks #ichbinhier (<https://www.ichbinhier.eu/hass-auf-knopfdruck>).

3. Aktuelle Erkenntnisse zu Wahlbeeinflussung

siehe Antwort zu 2.

Die Plattformanbieter haben mittlerweile einige Maßnahmen getroffen wie ein für Öffentlichkeit und Wissenschaft zugängliches Verzeichnis von Anzeigen (<https://www.facebook.com/ads/library/>), auch werden im Rahmen des NetzDG, und in den USA aufgrund der negativen öffentlichen Diskussion um die US-Präsidentschaftswahlen 2016, mittlerweile Inhalte und Accounts kritischer geprüft und ggf. gesperrt. Unbefriedigend bleibt dabei jedoch die mangelnde Transparenz: es ist von außen für die Wissenschaft nicht klar zu bewerten, wie vollständig diese Verzeichnisse sind und wie effektiv und ggf. verzerrend solche Maßnahmen wirken.

Eine sichere Identifizierung von Schuldigen für Manipulation ist in der Regel nur mit investigativen (journalistischen und kriminalistischen) Methoden möglich. Aufgrund des erheblichen Zeit- und Ressourcenaufwandes ist dies aber keine Lösung für eine permanente Sicherung von öffentlichen Kommunikationsprozessen. Außerdem sind Wahlmanipulationen ein unscharfes Phänomen: sie beginnen bei etwas aggressiver Wahlkampfführung durch den politischen Gegner und reicht bis zu quasi-kriegerischen Akten ausländischer Staaten.

4. Anhaltspunkte für Manipulation der EU-Wahlen 2019

s. Antwort zu 3.

5. Erfahrungen aus Bundestagswahl 2017

Bisher liegen nur wenige wissenschaftliche Studien zum BT-Wahlkampf 2017 vor (eine Ausnahme ist Holtz-Bacha, Christina (2019): Die (Massen-)Medien im Wahlkampf. Wiesbaden: Springer VS). Allgemein wurden – vor dem Hintergrund der Aufdeckung von Kampagnen während der Ukraine-Krise 2014, der Flüchtlingsbewegungen 2015/16 und entwendeter Daten von Bundestagsservern – für die BTW 2017 intensive Beeinflussungsversuche erwartet, die jedoch weitgehend ausblieben. Die Gründe dafür sind unklar, eine Ursache könnte aber sein, dass die deutsche Öffentlichkeit bereits sensibilisiert war und offensive Fake-News-Kampagnen wenig effektiv gewesen wären.

Facebook hat kürzlich angekündigt, Teile seiner Algorithmen für die Nutzer transparenter zu machen (<https://de.newsroom.fb.com/news/2019/04/warum-wird-mir-das-angezeigt/>). Diese Informationen können sich allerdings auch potenzielle Manipulatoren zu Nutze machen. Insgesamt scheint das Problem den Plattformen zwar bewusst zu sein, die globalen Ausmaße und die extreme Komplexität der Systeme sind vermutlich aber nicht einfach in den Griff zu bekommen (ohne die jeweiligen Geschäftsmodelle zu schädigen). Die Zusammenarbeit mit der unabhängigen Wissenschaft entwickelt sich eher zögerlich, die Anbieter sind in der Regel stark auf ihre Kontrolle über ihre Daten und Prozesse bedacht.

6. Folgen, Akteure, Methoden digitaler Wahlbeeinflussung

siehe Antwort zu 2.

7. US-Wahlen/Brexit-Beeinflussung

Grundsätzlich sind Übertragungen von Phänomenen und Befunden aus den USA und vergleichbaren Ländern auf Deutschland/Europa mit Vorsicht zu interpretieren. In politischen Systemen mit personalisiertem Mehrheitswahlrecht, insbesondere nach dem „winner takes it all“-Prinzip in den USA, haben bereits kleine Veränderungen im Abstimmungsverhalten in einzelnen Wahlkreisen einen großen Hebel auf das Gesamtergebnis. Es lohnt sich hier besonders, eng abgegrenzte Zielgruppen mit großem Aufwand zu bearbeiten; dies ist in reinen Verhältniswahlsystemen wie bei der Europawahl wesentlich weniger effektiv.

8. Maßnahmen

Um möglichen Gefahren von digitaler Wahlbeeinflussung zu begegnen, sind Maßnahmen auf verschiedenen Ebenen denkbar:

- Eine zentrale Sicherungslinie gegen die Anfälligkeit größerer Bevölkerungsteile für spaltende Kommunikation sind gerechte und inklusive gesellschaftliche Strukturen. Nehmen sich Menschen als wertgeschätzt wahr und haben sie die Kontrolle über ihr Leben, so sind die Wirkungschancen von Kampagnen, die in der Regel Unzufriedenheit und Benachteiligungsgefühle ausnutzen, um Gesellschaften zu spalten und Demokratien zu schwächen, eher begrenzt.
- Die Befähigung von Menschen zum verantwortungsbewussten Handeln in der digitalen Welt ist eine wichtige Herausforderung für politische Bildung auf allen Ebenen. Dabei geht es nur zum Teil um technische Digitalkompetenzen; noch wichtiger sind die Kompetenzen, mit den neuen, machtvollen Kommunikationsmitteln in der eigenen Rolle als Bürger/Bürgerin sinnvoll umzugehen. Während z.B. früher schnell geäußerte Beleidigungen im Freundeskreis auch schnell wieder vergessen und mit einer Entschuldigung erledigt waren, muss man heute reflektieren können, dass im Netz unbedachte Äußerungen je nach plötzlicher Verbreitung unabsehbare Folgen haben können.
- Generell kann der Einsatz von Beobachtungsmechanismen – von Freiwilligen über Expertenkommissionen bis hin zu KI-basierten Inhaltsanalyse-Systemen – eine sinnvolle Maßnahme zur rechtzeitigen Entdeckung und auch Abschreckung von Manipulationsversuchen sein. Dadurch könnten Wahlkämpfe systematischer dokumentiert werden

(Inhalte von Anzeigen, Finanzierung, beteiligte Akteure und Accounts etc.), um wissenschaftliche Forschung zu erleichtern und mögliche Manipulationen oder Normverstöße für die Öffentlichkeit sichtbar zu machen. Teil solcher Systeme sollten auch klarere Transparenzregeln für die Plattformen sein.

- Don't Panic! Politik und Gesellschaft sollten nicht (totalitären) Illusionen einer völlig disruptionsfreien politischen Kommunikation nachgeben. In gewissen Grenzen müssen auch normverletzende Beiträge in einer freien Gesellschaft ertragen werden.

9. Repertoire manipulativer digitaler Tools

siehe Antwort zu 2.

10. Besonderheit von Fake News im digitalen Kontext

Die Besonderheit digital verbreiteter Fake News liegt vor allem in den veränderten Verbreitungswegen und Rezeptionskontexten. Während die Verbreitung von Gerüchten in traditionellen Wahlkampagnen in der Regel Teil der Strategie von Kandidaten/Parteien war und die größte Herausforderung in der Platzierung solcher falschen Informationen in den Medien lag, können in den Strukturen digitaler Netzwerköffentlichkeiten alle Akteure direkt mit Multiplikatoren oder Zielgruppen kommunizieren. Daneben ist die Wahrnehmung von Inhalten in digitalen Medien oft gekennzeichnet durch ambivalente Nutzungskontexte (mobile Nebenbeinutzung, Vermischung von privaten und politischen Postings in der Timeline, etc.), die je nach Situation Wirkungen verstärken oder abschwächen können.

Ob gezielt gestreute Falschinformationen in digitalen Netzwerken einen größeren Effekt haben als Desinformationen in traditionellen Medien, lässt sich empirisch kaum sauber beantworten, da fast alle Bürgerinnen und Bürger Informationen aus beiden Welten nutzen und der Effekt des „Digitalen“ selbst in Experimentaldesigns heute kaum mehr valide zu isolieren wäre; für den Umgang mit den aktuellen Herausforderungen ist dieser Vergleich auch wenig relevant, da Kampagnen eher nach Zielen und weniger nach Medien strukturiert sind.

11. Politische Maßnahmen gegen Fake-News

s. Antwort zu 8.

Die Richtigstellung von Falschinformationen ist zwar notwendig; die Annahme, dass man auf individueller Ebene die Aufnahme falschen Wissens durch richtiges Wissen korrigieren könnte, ist aber nicht realistisch. Die Entstehung von Wissen, Vorstellungen und Einstellungen ist ein sehr komplexer Prozess der Interaktion des Menschen mit seiner Umwelt auf vielen Ebenen. Es besteht bei zu starker Fokussierung auf Richtigstellung eher die Gefahr, die von Desinformationskampagnen angelegten Thematisierungs-, Framing-, Priming- und Mobilisierungseffekte noch zu verstärken.

Glaubwürdigkeit ist im unüberschaubaren Feld von Informationsanbietern in digitalen Netzwerken wichtiger denn je. Deutschland hat wie kaum ein zweites Land der Erde ein sehr breites Angebot an substanziellen öffentlich-rechtlichen und privaten journalistischen Medien, die als vergleichsweise glaubwürdig gelten und die im Vergleich zu vielen anderen Ländern, auch in der EU, ein Bollwerk gegen ein Eindringen von Desinformation in breite Bevölkerungsteile darstellt. Dieses Kapital gilt es auch in einer digitalen Welt zu sichern, etwa durch die Weiterentwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in crossmediale

öffentlich-rechtliche Medien oder die Förderung unabhängiger journalistischer Projekte (Beispiele hierfür existieren z.B. in der Schweiz oder Österreich).

Die umfangreichen Archive geprüfter Informationen, die diese Medien seit siebzig Jahren aufgebaut haben, könnten darüber hinaus Grundlage für den Aufbau groß angelegter KI-Forschungsinitiativen sein, mit deren Hilfe leistungsfähige automatisierte Systeme zur Analyse von digitaler Kommunikation entwickelt werden können, die für die Abwehr von Desinformation, Hate-Speech etc. eingesetzt werden könnten.

12. Kennzeichnung von Social Bots

Hinter dem Schlagwort „Social Bots“ steht im Prinzip eine Vielzahl von Verfahren zur Automatisierung von Kommunikation. Diese Automatisierung beginnt bereits bei der zeitlichen Terminierung der Versendung einer vorbereiteten E-Mail oder eines Tweets und kann sich über transparente News-Aggregatoren bis hin zum Betrieb großer KI-gesteuerter Bot-Armeen erstrecken. Es ist fraglich, ob alle Formen dieser Automatisierung sinnvoll gekennzeichnet werden können und ob diese Kennzeichnung – ohne genaue Kenntnis des Automatisierungsverfahrens und -zwecks – für Bürgerinnen und Bürger einen Mehrwert darstellt; so könnte beispielsweise die Glaubwürdigkeit von sinnvollen Anwendungen dadurch beschädigt werden. Wie in vielen digitalen Kontexten ist außerdem unklar, ob solche Regeln auch glaubwürdig durchgesetzt werden können. Im Kampagnenkontext ist schließlich oft unerheblich, ob Desinformation, Hass oder Propaganda von bezahlten Personen, Bots oder überzeugten Aktivisten verbreitet werden.

13. Transparenz-Initiativen

s. Antwort zu 5.

In Kombination mit starken und unabhängigen Öffentlichkeitsakteuren ist Transparenz ein Schlüssel für die Resilienz von Demokratien. Die größere Rolle spielt sie, indem sie Wissenschaft und Journalismus ermöglicht, Prozesse aufzuklären und bei Bedarf zu problematisieren; für die einzelnen Bürgerinnen und Bürger in ihrem Alltag würde die permanente Transparenzprüfung von Informationen vermutlich eine Überforderung darstellen.

14. Digitale Wahlkampagnen/Transparenz

s. Antwort zu 3.

15. Forschungsbedarfe

Die begrenzte Vorbereitungszeit erlaubt keine Aufarbeitung des gesamten Forschungsstands, für eine beispielhafte Nennung von Befunden und Projekten siehe Antworten zu 2.

Datenzugang ist eines der zentralen Probleme der sozialwissenschaftlichen Online-Forschung. Grundproblem ist, dass die Social-Media-Kommunikation in rein privaten Kommunikationsumgebungen stattfindet und der Zugang dadurch von teilweise sich sehr kurzfristig ändernden Unternehmensentscheidungen abhängig ist. Besonders relevante Datenbereiche – etwa die individuell einzelnen Nutzern angezeigten Beiträge im Rahmen von sog. „Dark-Ad“-Kampagnen – sind nur durch die Unternehmen selbst, wegen datenschutz- und

urheberrechtlicher Schranken aber nicht durch unabhängige Wissenschaftler analysierbar. Zwar ist für den individuellen Nutzer der Zugang zu öffentlichen Bereichen auch ohne Anmeldung erlaubt, eine systematische Analyse oder Speicherung größerer Datenmengen ist jedoch nur eingeschränkt möglich, z.B. über sog. APIs. Über diese sind jedoch – zum Teil kurzfristig wechselnd – meist nicht alle für die Forschung relevanten Informationen zugänglich. Alternativen sind Scraping-Methoden, die auch von kommerziellen Dienstleistern angeboten werden, die aber häufig einem Katz-und-Maus-Spiel mit den Bot-Abwehr-Systemen der Plattformen gleichen und unserer Erfahrung nach meist nur mangelhafte Repräsentationen der Originaldaten darstellen.

Hier wären gesetzliche Transparenzregeln, die der unabhängigen Wissenschaft Zugang zu qualitativ hochwertigen Daten ermöglicht, ein wesentlicher Fortschritt, ebenso die systematischere Förderung der Entwicklung neuer, KI-basierter Methoden zur Analyse von Kommunikationsdaten.

16. Astroturfing-Kampagnen

Verdeckte Wahlbeeinflussung erfolgt selten in der klar strukturierten Kampagnenform des Astroturfing. Zwar sind in vielen aktuellen Kampagnen der letzten Jahre Elemente erkennbar, in denen sich strategische Interessen als unabhängige Einzelpersonen oder Gruppen camouflieren, dies folgt allerdings kaum einem systematischen Plan mit Ziel/Mittel-Kalkulation sondern tritt meist als nur eine Methode innerhalb einer z.T. chaotischen Mischung aus Maßnahmen auf.

17. Forschungsstand Dark Ads

Das Phänomen „Dark Ads“ ist eine der aktuellsten Ausprägungen des sog. Micro-Targeting in Kampagnen. Da das Phänomen im Wesentlichen erst seit den Wahlen in den USA und Großbritannien 2016 und 2017 breiter diskutiert wird, liegt dazu noch kein wissenschaftlicher Forschungsstand vor. Wesentliche Hürde für substanzielle Forschung ist auch hier die Schwierigkeit, an geeignete Daten zu gelangen. Denn diese müssten in diesem Fall eng mit individuellen Accounts von Usern verknüpft sein und müssten deshalb aus sehr datenschutzsensiblen Bereichen der Plattformen stammen.

18. Manipulation von „geleakten“ Daten

Im Umgang mit geleakten Daten hat es sich bewährt, dass Datensätze zuerst von Journalisten oder unabhängigen Ermittlern bewertet werden, bevor daraus in der Öffentlichkeit bzw. durch die Politik Schlussfolgerungen gezogen werden. Ein leistungsfähiges journalistisches System ist dabei die beste Versicherung gegen Beeinflussungsversuche durch die Streuung von manipulierten Daten/Informationen. Solche Prinzipien könnten expliziter Teil von journalistischen Normkatalogen werden.