



Beeinflussung der politischen Meinungsbildung durch Social Bots?

Input: Christina Dinar, Projekt debate//dehate, Amadeu Antonio Stiftung

Sehr geehrte Damen und Herren,
vielen Dank für die Einladung. Lassen Sie mich folgende Perspektiven in den Diskurs einbringen.

Über wen wird geredet? Wer wird eigentlich wo im Web 2.0 beeinflusst, und wer ist von Fake News und vermeintlich nicht erkennbaren Social Bots betroffen? Um was für eine Gruppe von Menschen handelt es sich?

Circa 24 bis 29 Millionen User soll Facebook im deutschsprachigen Web haben. Für Twitter schwanken die Zahlen - es wird von 1 Million aktiven Usern ausgegangen. Bei beiden Nutzergruppen existiert ein großer Anteil aus sogenannten „bildungsfernen“ Milieus, bei Facebook sind es laut Statistik fast die Hälfte. Dabei ist der Anteil an jungen Mensch sehr hoch, er liegt bei ca. zwei Drittel.

Die Präventionsarbeit hat diese Zielgruppe schon länger im Blick, bereits seit 2010 besonders unter der Frage, welcher Mobilisierung und Propaganda sie durch rechtsextreme Inhalte ausgesetzt ist.

Fast 80 Prozent aller Jugendlichen nutzen Facebook als Informationsintermediär, d.h. sie nutzen z.B. Facebook-Seiten, die vor allem Nachrichten verbreiten - ca. 30% haben laut Statistik schon einmal Inhalte „unseriöser“ Medienquellen durch ihre Freunde erhalten. Ebenfalls interessant zu erwähnen ist, dass für Kinder und Jugendliche diese unseriösen Medien der „Freunde bzw. Bekannten“ auch real eine hohe Relevanz für die Glaubwürdigkeit und eine weitere Verteilung der Inhalte haben. Diese Relevanz ist vorrangig zu einer Quelle, die sie nicht kennen, auch wenn letztere ein wirklich glaubwürdig und gut programmierter Social Bot ist.

Doch dies gilt nicht nur für Jugendliche. Aus allen meinen Arbeitserfahrungen bei Wikimedia und für die Amadeu Antonio Stiftung weiß ich, dass der Gehalt und die Einflussnahme im Internet auch bei Erwachsenen immer noch stark geprägt ist von dem mittelnden Menschen, den realen Usern.

Mit dem Erstarben rechtspopulistischer Bewegungen haben sich nach unseren Beobachtungen die allgemeinen Verschleierungstaktiken im Netz noch einmal verstärkt - das meint nicht nur Bots, sondern auch die Formierung vermeintlicher Meinungsführerschaften über Follower-, Klick- und Like-Zahlen und Interaktionsraten, die eine hohe Relevanz suggerieren können.

Sogenannte „Fake News“ - ein Begriff, der erst seit kurzem kursiert - bezeichnen Nachrichten, die nicht auf Fakten basieren, jedoch als legitime Nachricht erscheinen. Dieser Begriff wird andererseits zunehmend auch von z.B. Rechtspopulisten missbräuchlich genutzt, um jene News zu markieren, die nicht die eigene Meinung wiedergeben, obschon sie journalistischen Standards entsprechen.

Es gilt also nicht nur auf die Verhandlung von Meinungsprozessen mit Bots und technischen Mitteln zu blicken. Vielmehr sind Userinnen und User herausgefordert, inhaltlich und medial stärker zu hinterfragen, einzuordnen und zu reflektieren, was sie sehen, posten, liken und insbesondere, wen sie damit womöglich unterstützen.

Hiermit sind wir mitten in der Frage nach dem häufigsten Stichwort und der Lösungsskizze: Medienkompetenz – oder besser gesagt: Medienbildung. Was unterscheidet Fakten von Gerüchten? Was sind Informationen, die aus dem Kontext gerissen werden, und wie sind sie zu erkennen? Welches Interesse verfolgen die jeweiligen Quellen? Woher kommen sie? Unwahre Nachrichten, Gerüchte und Meldungen: sie tragen alle dazu bei, dass sich das Kommunikationsklima in den sozialen Netzwerken wandelt, dass Sagbares verschoben wird und Schranken fallen – und zwar bei den „echten“ Usern. Social Bots können dies verstärken und ein Kommunikationsklima befördern, in dem es opportun wird, sich auch mit Klarnamen diskriminierend oder menschenverachtend zu äußern – so unsere Beobachtung. Diese Formen von Hate Speech als Diskriminierungsform im Netz speisen sich aber letztlich aus einer menschenfeindlichen Grundhaltung derer, die sie einsetzen.

Der Begriff Hatespeech wurde bereits 1997 vom Ministerkomitee des Europarates definiert und umfasst jegliche Ausdrucksformen, die Rassenhass, Fremdenfeindlichkeit, Antisemitismus oder andere Formen von Hass propagieren, fördern oder rechtfertigen. Was ist dagegen zu tun?

Einerseits müssen eindeutige Rechtsverletzungen maßgeblich schneller verfolgt werden, bestehendes Recht und insbesondere Community-Standards, wie sie die Betreiber der meisten sozialen Netzwerke für sich reklamieren, strikter eingehalten werden. Plattformen sollten vermehrt Expertise und Ressourcen in die Umsetzung dessen stecken und dies transparent machen.

Hate Speech an sich umfasst aber auch diskriminatorische Formen von Abwertung aufgrund der Zuschreibung zu einer Gruppe, die nicht straf- oder zivilrechtlich relevant sind. Gegenmaßnahmen ist nicht eine „Zensur“ der rassistischen Beleidigung, die vom Recht auf Meinungsfreiheit gedeckt ist. Nein, die Antwort auf solche Formen von Hate Speech ist eine digitale demokratische Debattenkultur, die sich im Sinne des „fair debating“ einbringt, überzeugende Gegenrede praktiziert und einen Wandel des Kommunikationsklimas herstellt und befördert. Dazu gehört, sich mit Betroffenen zu solidarisieren, Fakten, Haltungen und Meinung anzubieten und dazu zu ermutigen, sich den emanzipatorischen Raum zurückzuholen, den das Social Web allen ermöglicht – durch niedrigschwellige Zugänge, freien Zugang zu Information und durch eine fundierte, demokratische Debattenkultur.

Auch ein Bekämpfen von Bots wird diese Aufgabe, die von der gesamten Zivilgesellschaft angenommen werden müsste, nicht ersetzen können. Vielmehr möchte ich nochmal daran erinnern, wer sich mehrheitlich in den Sozialen Medien bewegt und den Manipulationsprozessen durch Social Bots und Fake News ausgesetzt ist. Es sind vermutlich solche Userinnen und User, die keine vertieften Grundkenntnisse der Debattenkultur haben und sich den Zugang zu Sozialen Netzwerken – vermutlich wie fast alle hier – unbegleitet von Standards der Medienbildung autodidaktisch erschlossen haben.

Abschließend möchte ich zusammenfassen:

- Politische Meinungsbildungsprozesse im Netz werden beeinflusst – auch durch Social Bots, die diese verstärken, vielmehr aber durch Kommunikationsklimata, in denen Schranken gefallen sind und eine Vielfalt von Positionen nicht mehr möglich ist. Diese sind im Kern etwas von Menschen Gemachtes. Daher: Stärken Sie die Fähigkeiten von Menschen, damit umzugehen, das einzuordnen, stärken Sie auch Maßnahmen zur Förderung einer digitalen demokratischen Debattenkultur!
- Verbeißen Sie sich nicht an Social Bots! Interdependenzen zwischen dem analogen und dem digitalen Kommunikationsverhalten von Menschen bei politischen Meinungsbildungsprozessen sollten im Blick bleiben.
- Bekämpfen Sie Formen von digitalem Analphabetismus, indem Sie medienethische Standards, Medienbildung und demokratische Debattenkultur unterstützen!
- Hate Speech erfordert die Durchsetzung bestehenden Rechts bei Verletzungen desselben, aber auch eine Sensibilisierung für diskriminatorische durch die Meinungsfreiheit gedeckte Äußerungen. Plattformen müssen ihren Pflichten nachkommen und Community-Standards durchsetzen. Dies benötigt eine aktive digitale Zivilgesellschaft, die sich einbringt, solidarisiert, debattiert, Community-Standards einfordert und einhält, Hausregeln auf der Website durchsetzt. Userinnen und User, die nicht untätig mitlesen, sondern diesen Formen von Hass eine klare, ethisch begründete Haltung entgegensetzt.