

Bursfelder Universitätsreden

Nr. 35

Andreas Busch

Politische Willensbildung
im digitalen Zeitalter



Bursfelder Universitätsreden

herausgegeben von Thomas Kaufmann

Abt von Bursfelde

35

Andreas Busch

Politische Willensbildung
im digitalen Zeitalter

2018

Satz & Druck

MEDIENDESIGN HÜBNER

ERNST
DRUCK & MEDIEN

Seit sieben Jahrzehnten findet in Bursfelde das Himmelfahrtstreffen der Georg-August-Universität Göttingen statt. Seit zwei Jahrzehnten werden die dort gehaltenen Festvorträge als Bursfelder Universitätsreden dokumentiert.



Die im Jahre 1093 gegründete Klosterkirche zählt zu den eindrucklichsten Bauwerken der Weser-Romanik. Die ehemalige Benediktiner-Abtei Bursfelde hatte ihre größte Bedeutung im 15. Jahrhundert durch die zur „Bursfelder Kongregation“ führende monastische Reformbewegung.



1828 wurde der traditionsreiche Titel des Abtes von Bursfelde an eine ordentliche Professur der Theologischen Fakultät der Georg-Augusta gebunden. Im Amt des Abtes von Bursfelde, in den Himmelfahrtstreffen und den Bursfelder Universitätsreden lebt die Jahrhunderte währende Verbindung der Universität Göttingen mit dem Kloster Bursfelde fort.



Mit der Förderung der Bursfelder Universitätsreden möchte die Klosterkammer Hannover diese Verbindung erhalten und zugleich einen Beitrag zu vertiefender Bildung leisten.



Seit seinem Ursprung in der Reformation dient der Klosterfonds – zu dem Kloster und Klostergut Bursfelde gehören – nicht nur der Erhaltung von Klöstern und Kirchen, sondern auch der Förderung von Bildung. So floss über Jahrhunderte ein hoher Anteil der Erträge nicht zuletzt aus dem Klostergut Bursfelde an die Universität Göttingen.

Die Zuschüsse an die Universität waren lange Zeit der größte Ausgabeposten des Klosterfonds wie auch die größte Einnahmequelle der Universität. Ich wünsche auch den künftigen Referenten am Himmelfahrtstag in Bursfelde viele engagierte Zuhörerinnen und Zuhörer und den Leserinnen und Lesern der „Bursfelder Universitätsreden“ viel Gewinn bei der Lektüre.

Hans-Christian Biallas
Präsident der Klosterkammer

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung der



Klosterkammer
Hannover

Über politische Willensbildung im digitalen Zeitalter zu sprechen bedarf eines gewissen Mutes, denn das Thema ist ein sehr aktuelles.¹ Wahrscheinlich kann ich Ihnen deshalb weniger gesichertes Wissen und reflektierte Bewertungen vortragen, als dies bei einem aus etwas mehr Distanz betrachteten Thema der Fall wäre. Ich bitte dafür um Ihr Verständnis und hoffe, Ihnen zumindest ein paar Anregungen zum Weiterdenken geben zu können. Ich will dabei in drei Schritten vorgehen:

Im ersten werde ich zunächst etwas über den Begriff der Demokratie sagen, bevor ich Ihnen darlege, auf welche Weise in pluralen Gesellschaften trotz unterschiedlicher Anschauungen ein politischer Wille gebildet werden kann, dem eine Regierung dann mit ihrem Handeln entsprechen soll.

In einem zweiten Schritt möchte ich dann auf die Frage eingehen, welche Einflüsse auf diesen Prozess wir im digitalen Zeitalter (das ich vor allem als durch die Existenz und Anwendung neuer Kommunikationstechnologien gekennzeichnet ansehe) beobachten können und welche Probleme daraus entstehen.

Im dritten Schritt meiner Ausführungen werde ich dann auf die Frage eingehen, welche Folgen das für das System und die Funktionsfähigkeit liberaler Demokratien hat.

Willensbildung in der pluralen Gesellschaft als Voraussetzung der Demokratie

Demokratie ist ein hohes Gut, weshalb der Begriff stark normativ aufgeladen ist. Direkt aus dem Griechischen übersetzt bedeutet er „Herrschaft des Volkes“, wie wir alle wissen – aber das ist problematisch, denn es insinuiert, dass „das“ Volk *einen* Willen hat, der in irgendeiner Weise erkennbar ist und den Regierungen nur umzusetzen brauchen. Es gibt aber keinen einheitlichen Volkswillen, den man kennen kann – auch wenn Populisten mit eben dieser Behauptung politische Gewinne zu machen versuchen. Die Pluralität politischer Meinungen bzw. Willenspositionen ist vielmehr in unseren modernen Gesellschaften ebenso empirische Tatsachenbeschreibung wie sie normativer Anspruch ist – als Ausdruck der Freiheit, unterschiedlicher Meinung zu sein. Demokratie ist deshalb vor allem prozedurale Beschreibung. Demokratie entsteht, in dem auf demokratische Weise vorgegangen wird, in dem auf demokratische Weise Willensbildung stattfindet. Ein gut funktionierender Prozess politischer Willensbildung ist demnach Voraussetzung für das Gelingen von Demokratie.

¹ Der Vortrag (gehalten Himmelfahrt 2017) wurde geringfügig überarbeitet und um einige Literatur- und Quellennachweise ergänzt.

Eine solche Demokratiedefinition ist jedoch nicht rein prozedural – ein funktionierender demokratischer Prozess muss selbst eine Reihe von inhaltlichen Gütern beinhalten, die notwendig sind, um in einer demokratischen Wahl informiert entscheiden zu können. Dazu gehören Voraussetzungen wie etwa das Koalitionsrecht, ein umfassend definiertes Wahlrecht, Informationsfreiheit oder möglichst gleiche Chancen, in einem solchen Prozess Gehör zu finden. Um von konkreten Institutionen, die sich zwischen demokratischen Staaten unterscheiden würden, zu abstrahieren, sprechen Politikwissenschaftler gerne vom „politischen System“. Dieses System nimmt *inputs* auf und erzeugt *outputs*. Wir können in diesem System also zumindest drei Bereiche unterscheiden: erstens den Bereich der Eingaben, zweitens die Verarbeitung durch das politische System im engeren Sinne – damit ist vor allem der Bereich parlamentarischer Entscheidung und der Umsetzung durch Regierung und Verwaltung gemeint – und drittens den Bereich der Ergebnisse politischen Handelns. Blicken wir auf den Prozess der Willensbildung, dann geht es darum, wie die Eingaben für das politische System organisiert werden.

Parlamente diskutieren und beschließen Maßnahmen, die Regierung und Verwaltung ausführen. Wir kennen diese beiden Bereiche als *Legislative* und *Exekutive*. Aber dieser engere Bereich des politischen Systems agiert nicht alleine. Er ist aus der Perspektive eines politischen Systemmodells eingebettet in und wird beeinflusst von einem breiten Prozess der Interessenaggregation und -artikulation, der gesellschaftliche Interessen- und Präferenzbekundungen aufnimmt und verdichtet und schließlich eine überschaubare Zahl unterschiedlicher Positionen formuliert, die im parlamentarischen Prozess diskutiert und einer Entscheidung zugeführt werden. Wir sprechen hier von einem Bereich „intermediärer Organisationen“, die zwischen Gesellschaft und politischem System im engeren Sinne liegen und zu denen Parteien, Verbände und Massenmedien gehören. Politische Willensbildung ist, so gesehen, nicht etwas, das auf den parlamentarischen Entscheidungsprozess beschränkt ist. Wir können sie uns stattdessen als einen permanenten Prozess und Dialog vorstellen, in dem unterschiedliche Positionen aufgenommen, verarbeitet und gegeneinander abgewogen werden.

In diesem Prozess der Interessenaggregation und Interessenartikulation spielen vor allem Parteien eine wichtige Rolle. Sie sammeln die Interessen in spezifischen Teilen der Gesellschaft und bringen diese zum Ausdruck. Zu diesem Zweck haben sie oft Unterorganisationen (organisiert entlang des Alters – Jugend, Senioren –, des Geschlechts oder wirtschaftlicher Interessen – denken Sie etwa an die Arbeitsgemeinschaft sozialdemokratischer Frauen, die CDU-Sozialausschüsse oder die Mittelstandsvereinigung derselben Partei). Diese Untergruppen führen zunächst einen innerparteilichen Willensbildungsprozess durch, der schließlich zu einer möglichst einheitlichen Position der Gesamtpartei führt.

Diese Positionen liegen in Wahlkämpfen miteinander im Wettstreit und sie strukturieren und organisieren die parlamentarischen Debatten oder das Regierungshandeln nach einer Wahl. Parteien spielen also eine zentrale Rolle für die Willensbildung in der Demokratie, und ihre Aufgabe ist das „Ringens um den richtigen Weg“, wie es Ralf Dahrendorf in seinem klassischen Werk „Gesellschaft und Demokratie in Deutschland“ vor 50 Jahren dargelegt hat.

Der Einfluss neuer Kommunikationstechnologien auf die politische Willensbildung

Welchen Einfluss hat nun das „digitale Zeitalter“, in das wir zweifellos eingetreten sind, auf die eben beschriebenen Mechanismen politischer Willensbildung? Wie werden sie von ihm beeinflusst – und wie ist das zu beurteilen? Das sind die Fragen, denen ich mich nun im Hauptteil meines Vortrages widmen möchte.

Das „digitale Zeitalter“ definiere ich für diesen Zweck als die Existenz und weit verbreitete Nutzung neuer Kommunikationstechnologien, insbesondere des Internet und „sozialer Medien“.

Ende der 1980er Jahre, als die heutigen Kommunikationstechnologien noch in den Kinderschuhen steckten und ihre alltägliche Nutzung durch jedermann noch als *science fiction* erscheinen musste, wurde die Möglichkeit, praktisch jederzeit Zugang zu jeglicher Art von Information zu haben, von Demokratietheoretikern wie Robert Dahl von der Yale University sehr positiv bewertet.² Dahl sah solche Technologien als Möglichkeit, die Beteiligung der Bürger am politischen Prozess zu verbessern und die Informationsasymmetrien zwischen Bürgern, politischen Eliten und staatlicher Verwaltung auszugleichen oder zumindest zu verringern. Denn diese hätten, aufgrund des steigenden Umfangs staatlicher Tätigkeit und der wachsenden Komplexität vieler politischer Themen, einen Informationsvorsprung vor den gemeinen Bürgern.

Dahl stellte sich vor, dass durch Telekommunikation jeder Bürger in die Lage versetzt würde, auf alle ihn interessierenden (und für seine politischen Entscheidungen relevanten) Informationen direkt zuzugreifen. Solche Informationen könnten in verschiedener Form aufbereitet werden, um ihr Verständnis zu erleichtern – Dahl spricht von Dokumenten, Aufzeichnungen von Debatten zum Thema oder geeigneten grafischen Darstellungen. Solche Informationen könnten zudem auf die bereits erworbene Themenexpertise des Einzelnen Rücksicht nehmen und neben detaillierten Darstellungen für Experten auch Einführungen für Themennovizen beinhalten.

² Siehe zum Folgenden seine Ausführungen in Dahl (1989), S. 338ff.

Über interaktive Elemente könnten Bürger darüber hinaus in die Lage versetzt werden, Fragen an Experten, Amtsträger oder die interessierte Allgemeinheit zu stellen, miteinander zu diskutieren und selbst Anträge zu initiieren.

Die Vorstellung ist also die einer elektronischen *agora*, eines virtuellen Marktplatzes, der Gelegenheit zum Austausch und zur Diskussion gibt und damit zeitliche, räumliche und zahlenmäßige Beschränkungen für den Austausch zwischen realen Personen zu überwinden hilft. Schon Dahl selbst weist aber darauf hin, dass auch ein solches System nicht automatisch und von selbst die Informationsasymmetrien zwischen Bürgern und politischer Elite reduziere – und dass eine positive Wirkung für die Demokratie nur zu erwarten sei, wenn eine Vielfalt von Meinungen verfügbar sei und die Information in bestmöglicher Weise verwendet werde.

In dem Maß, in dem die damals noch hypothetischen Kommunikationssysteme im Lauf der 1990er und 2000er Jahre Wirklichkeit wurden und ihre Verwendung sich verbreitete, gab es immer mehr Stimmen, die dadurch den Weg „von der Zuschauer- zur Beteiligungsdemokratie“³ geebnet sahen – es dominierte also die Erwartung, mehr Kommunikation werde die Demokratie mehr oder weniger automatisch verbessern. Nur wenige Stimmen fragten nach eventuellen Nachteilen; und die von Dahl vorgebrachten Qualifikationen dieser Erwartung gerieten in Vergessenheit.

Heute sind die neuen Kommunikationstechnologien in allen Händen und in aller Munde. *Facebook* und *Twitter*, die wohl bekanntesten unter den sogenannten *social media*-Firmen, haben hunderte Millionen Benutzer auf der ganzen Welt, *Facebook* nach Zahlen aus dem Dezember 2016 sogar gegen 2 Milliarden.⁴ Die Technikutopien von damals sind also Wirklichkeit geworden. Gleichzeitig blicken wir heute nicht nur wesentlich skeptischer auf die angeblich segensreichen Wirkungen, die sie auf unser demokratisches Zusammenleben haben; viele machen sich sogar erhebliche Sorgen über deren negative Folgen und fürchten grundlegende Veränderungen für den demokratischen Prozess.

Manipulationsmöglichkeiten und -verdächtigungen

Die *Süddeutsche Zeitung* etwa schrieb am 3. Mai 2017 (im Rahmen einer Recherche über den „Facebook-Faktor“) von der „neuen Demokratie“ und stellt fest: „Auf *Facebook* wird politische Macht neu verteilt“, denn soziale Netzwerke veränderten „einen der wichtigsten demokratischen Prozesse: den Wahlkampf“.⁵

³ So der (allerdings mit einem Fragezeichen versehene) Untertitel von Leggewie/Maar (1998).

⁴ Siehe https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_virtual_communities_with_more_than_100_million_active_users (18.5.2017).

⁵ <http://www.sueddeutsche.de/digital/politik-auf-facebook-willkommen-in-der-neuen-demokratie-1.3479531> (27.5.2017).

Und ein angesehener und mit dem Themenfeld seit vielen Jahren vertrauter Jurist der *Harvard Law School*, Cass Sunstein (2017), schreibt in seinem vor kurzem erschienenen Buch von den „Gefahren für die Demokratie“, die Internet und spezifisch soziale Netzwerke darstellen.

Wie ist es zu diesem Meinungsumschwung gekommen? Warum nun diese negative Einschätzung? Die Antwort lautet, dass mittlerweile das Potential für die Manipulation des Prozesses der politischen Willensbildung durch diese Technologien in den Mittelpunkt der Betrachtung gerückt ist. Die konkrete Entwicklung der Kommunikationspraktiken und die Erfahrung mit politischen Prozessen in den letzten Jahren (Stichworte: Brexit-Referendum, Wahlsieg von Donald Trump in den USA) haben hier das Umdenken beschleunigt. Ob diese Ängste gerechtfertigt sind, darauf möchte ich später in meinem Vortrag eingehen. Zunächst möchte ich das Manipulationspotential anhand von zwei Themenbereichen illustrieren, den Phänomenen „*social bots*“ und „*fake news*“.

Was sind „*social bots*“? „Social bots sind Computerprogramme, die eine menschliche Identität vortäuschen und zu manipulativen Zwecken eingesetzt werden, indem sie wie Menschen im Internet kommunizieren“, lautet eine mögliche Definition.⁶ Sie sind für Menschen nicht oder nur sehr schwer von „echten“ Kommunikationspartnern aus Fleisch und Blut zu unterscheiden, weshalb die Manipulation unentdeckt bleibt.

Der Anteil solcher Kommunikationsautomaten im Internet ist mittlerweile erheblich. Schätzungen gehen von bis zu 50 Prozent aus, was jedoch auch Automatisierung etwa im Bereich Kundendienst einschließt. Nach einer Studie der University of Southern California sollen aber etwa *ein Sechstel* aller Nutzeraccounts auf *Twitter* (also 48 Mio. von 319 Mio.) solche *bots* sein, und im politischen Bereich liegt der Anteil wohl noch höher: etwa ein Drittel der 27 Mio. Nutzerkonten, die Donald Trump auf *Twitter* folgen, sollen Automaten sein – also 9 Millionen!⁷

Eine Untersuchung des *Oxford Internet Institute* (OII) während der Fernsehdebatten im US-Präsidentenwahlkampf hat gezeigt, dass politische Kampagnen solche automatisierten Accounts bewusst und strategisch einsetzen.

⁶ Aus einem Thesenpapier des Büro für Technikfolgenabschätzung beim Deutschen Bundestag für ein dortiges Fachgespräch (Kind u. a. (2017)).

⁷ <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/bots-auf-twitter-meinungsbildung-im-netz-14957208.html> (15.5.2017).

Social bots können in rascher Folge Nachrichten absetzen oder weiterleiten und schaffen damit einen Nachrichtenstrom, der für politische Kommunikation gehalten wird. Über sogenannte *hashtags* lassen sich Themen identifizieren, die „im Trend“ liegen – und wenn dies zentrale Aussagen eines Kandidaten sind (etwa #makeamericagreatagain oder #draintheswamp für Trump), dann scheint ein hohes Aufkommen dieser Stichworte große Unterstützung für die entsprechenden politischen Programmaussagen aufzuzeigen. Die Analysen des *Oxford Internet Institute* (OII) zeigen, dass das Trump-Lager etwa vier- bis fünfmal so viel Aktivität in dieser Hinsicht entfaltete wie das Clinton-Lager.⁸ Da liegt die Frage nahe, ob der knappe Sieg des republikanischen Präsidentschaftskandidaten sich vielleicht diesen Aktivitäten verdankt – und falls ja, wie das demokratietheoretisch zu bewerten wäre?

Bots sind billig zu programmieren und kostengünstig in hoher Zahl einzusetzen. Und das geschieht nicht nur in den USA: Philip Howard und seine Mitarbeiter am OII haben auch eine Analyse des *Twitter*-Verkehrs im Umfeld der Wahl des deutschen Bundespräsidenten im Februar 2017 vorgenommen.⁹ Sie zeigt, dass auf den Kandidaten Steinmeier (der von CDU/CSU, SPD, FDP und Grünen unterstützt wurde) 54 % der Erwähnungen entfielen, während auf den von der AfD unterstützten Kandidaten Glaser 40 % entfielen. Auf den von der Linkspartei unterstützten Kandidaten Butterwege entfielen 4 %, auf den von den Freien Wählern unterstützten Kandidaten Hold 1 %. Der starke Anteil für den AfD-Kandidaten fällt auf – er ist drastisch überproportional zur Wahlunterstützung für die Partei, wie wir wissen. Wer aber den Verkehr auf *Twitter* damals für eine Abbildung der Präferenzen der Wählerschaft hielt, hätte einen gänzlich anderen Eindruck bekommen und die Unterstützung für die AfD deutlich überschätzt.

Recherchen der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* haben im Februar gezeigt, dass im Umfeld der AfD auf *Facebook* eine Reihe von (zumeist nach prominenten Parteimitgliedern benannten) Fan-Gruppen existieren, die zum Teil mehrere zehntausend Nutzer umfassen und von automatisierten Accounts moderiert werden.¹⁰ Durch entsprechende Steuerung können nicht nur sehr rasch Nachrichten an tatsächliche Unterstützer verbreitet werden (was ja ein legitimes Anliegen ist), sondern auch durch Nutzung maschineller Accounts der Eindruck massenhafter Unterstützung erweckt werden, indem entsprechende Aussagen zehntausende von unterstützenden „Klicks“ erhalten.

⁸ Kollanyi u. a. (2016).

⁹ Neudert u. a. (2017).

¹⁰ <http://www.faz.net/aktuell/politik/digitaler-wahlkampf-frauke-petry-und-die-bots-14863763.html>.

Als Zwischenfazit können wir festhalten: Automatisierte Accounts, sogenannte *social bots*, simulieren in politischen Debatten politische Meinungen und Präferenzen, die denen ihrer Auftraggeber entsprechen. Ihr Einsatz verzerrt somit die wahrgenommene Wirklichkeit.

Wichtig ist daher die Erkenntnis, dass eine Nachricht oder eine Wortmeldung in diesem Zusammenhang nicht unbedingt einer menschlichen Meinung entsprechen muss, sondern es sich um eine *künstlich verstärkte* Meinung handeln kann. Anreize für die Verzerrung des öffentlichen Interesses an politischen Aussagen können jedoch nicht nur in politischen Absichten liegen; sie können auch darin bestehen, dass Aufmerksamkeit die Währung des Internet ist, nach der sich z.B. Werbeeinnahmen bemessen. Wenn also ein bestimmtes Video auf *YouTube* sehr oft aufgerufen wird, dann platziert es die Firma auf ihrer Startseite – denn es scheint populär zu sein. Durch diese prominente Platzierung findet es natürlich noch mehr Aufmerksamkeit. Ob die ursprünglichen Aufrufe maschinell manipuliert waren, lässt sich kaum mit Sicherheit feststellen. Wenn es um die Popularität eines neuen Films oder eines neuen Videospiels geht, dann hat solche Manipulation keine tiefgreifenden Folgen. Aber wenn es um den Prozess der demokratischen Willensbildung geht, so warnte eine Studie im Auftrag des Deutschen Bundestages unlängst, dann haben *social bots* „das Potential, das Vertrauen in die Demokratie zu unterlaufen“.¹¹

Seit dem für viele unerwarteten Ausgang der Präsidentschaftswahl in den USA im Herbst 2016 ist das Bewusstsein der möglichen Manipulation politischer Meinungen deutlich gestiegen. Die entsprechenden Befürchtungen wurden noch bestärkt durch Presseberichte über geheimnisvolle Firmen wie *Cambridge Analytica*, die Donald Trumps Wahlkampagne durch Verwendung psychometrischer Techniken und auf Basis von aus den sozialen Netzwerken gewonnenen persönlichen Daten zum Erfolg geführt haben sollen.¹² Durch sehr zielgruppenspezifische negative Nachrichten auf *Facebook* seien etwa potentielle Clinton-Wähler davon abgehalten worden, zur Wahl zu gehen.¹³

Solche Meldungen, die auch in der deutschsprachigen Presse zu lesen waren, sind allerdings mit einer erheblichen Portion Vorsicht zu genießen. Es bleibt unklar, in welchem Umfang für den Wahlkampf von Trump wirklich Techniken angewandt worden sind, deren Einsatz neu wäre. Und wir sollten uns klar darüber sein, dass sowohl die betroffenen Firmen wie auch die Kritiker von Trump ein Interesse daran haben, die Wirksamkeit dieser Techniken zu überzeichnen – um damit zum einen Werbung für sich zu machen, zum anderen vom Versagen des Wahlkampfkonzepts der Gegenkandidatin abzulenken.

¹¹ Kind u. a. (2017), S. 5.

¹² <https://www.dasmagazin.ch/2016/12/03/ich-habe-nur-gezeigt-dass-es-die-bombe-gibt/>

¹³ <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-10-27/>

Hier ist weitere Analyse nötig, bevor auf fragwürdiger Datenbasis weitreichende Schlüsse gezogen werden. Es besteht die Gefahr, dass wir uns hier in den Bereich von „fake news“ begeben, womit ich beim zweiten Stichwort wäre, das ich näher betrachten möchte.

„Fake news“ – falsche oder verfälschte Nachrichten – sind im Lauf des letzten Jahres zu einem viel diskutierten Thema geworden. Auch sie können über das Internet und auf automatisierte Weise verbreitet werden, doch ist dies nicht ihr Hauptmerkmal. Sie sind vielmehr ein breiteres Phänomen des digitalen Zeitalters und machen deutlich, dass die Probleme der politischen Willensbildung in der gegenwärtigen Zeit nicht nur technischer Natur sind, sondern tiefer in unsere Gesellschaften hineinreichen. Das Phänomen der „fake news“ zwingt uns nämlich dazu, darüber zu reflektieren, inwieweit gemeinsam anerkannte Fakten die Grundlage für politische Auseinandersetzungen bilden – und wie weit wir bereit sind, auch als unangenehm empfundene Fakten zu akzeptieren und uns mit ihnen auseinanderzusetzen. Ich will Ihnen zur Illustration ein paar bekannte Beispiele in Erinnerung rufen:

Vor einem Jahr tobte in Großbritannien die Auseinandersetzung über das Referendum zur Frage des Ausscheidens des Landes aus der Europäischen Union. Eines der prominentesten Argumente der Ausstiegsbefürworter war die Behauptung, durch einen Austritt könne man erhebliche Summen Geldes sparen, die man dann, anstatt sie nach Brüssel zu schicken, in den Nationalen Gesundheitsdienst investieren könne. Der große rote Bus, mit dem die Führungskräfte der Kampagne kreuz und quer durch das Land fuhren, hatte die konkrete Zahl in großen Buchstaben aufgemalt. Dort stand: „Wir schicken der EU 350 Millionen Pfund pro Woche. Lasst uns damit lieber den nationalen Gesundheitsdienst finanzieren – stimmen Sie für den Ausstieg.“

Dieses Versprechen, so ergaben Meinungsumfragen, war sehr populär, und es hat sicher eine ganze Reihe von Bürgerinnen und Bürgern dazu bewogen, für den Ausstieg Großbritanniens aus der Europäischen Union zu stimmen. Da das Ergebnis, wie Sie wissen, sehr knapp ausfiel, ist es nicht unwahrscheinlich, dass dieses Versprechen den Ausgang des Referendums zumindest stark beeinflusst, eventuell sogar bestimmt hat. Das Problem liegt nun darin, dass die Aussage falsch war – und zwar in mehrfacher Hinsicht. Zum einen sagen viele Experten, dass die angegebene Summe britischer Zahlungen an die Europäische Union deutlich übertrieben sei und sehr viel niedriger läge, wenn man sie mit den empfangenden Geldern saldiert. Eine entsprechende Aussage machte bereits während der Kampagne der Chef des britischen Nationalen Statistikamtes, doch hatte dies keine Auswirkung auf die Debatte. Nach dem Referendum distanzierten sich die Führer der Ausstiegs-kampagne rasch von dieser Behauptung. Auch im britischen Wahlkampf des Jahres 2017 spielt sie keine Rolle mehr – und wird daher nicht umgesetzt werden.

Das wirft die Frage auf, wie es um die demokratische Legitimität einer politischen Entscheidung bestellt ist, die auf der Basis einer Falschaussage errungen wurde. Ist sie ungültig? Oder gilt: entschieden ist entschieden, egal auf welcher Grundlage?

Der sorglose Umgang mit Fakten und Objektivitätsstandards ist aber, das möchte ich klarstellen, kein Privileg einer bestimmten politischen Richtung oder eines populistischen Politikansatzes. Wenn es den eigenen politischen Zielen zu dienen scheint, gehen auch progressive politische Kräfte und sogar staatliche Institutionen gelegentlich ausgesprochen leger mit Fakten um.

Seit knapp zehn Jahren gibt es beispielsweise in der Bundesrepublik die Kampagne „Equal Pay Day“. Sie erhält jedes Jahr im Frühjahr viel mediale Aufmerksamkeit, wenn sie die Meldung verbreitet, bis Mitte März hätten die Frauen umsonst gearbeitet, während ihre männlichen Arbeitskollegen seit Jahresbeginn bezahlt worden seien. Frauen, so die Kampagne, verdienen nämlich 21 Prozent weniger als Männer. Man müsse, so der Schluss, dringend für mehr Lohngerechtigkeit und Gleichberechtigung kämpfen. Diese Aussage unterscheidet nur nach dem Geschlecht der Beschäftigten und ignoriert dabei, dass Frauen und Männer schwerpunktmäßig in unterschiedlichen Berufen tätig sind. Frauen arbeiten häufiger in schlechter bezahlten Berufen und in Teilzeit – damit kann man den größten Teil der Lohndifferenz zu Männern erklären. Hält man die Berufe konstant, so sinkt die Lohnungleichheit zwischen Männern und Frauen auf 5 Prozent – zweifellos immer noch problematisch, aber natürlich mit sehr viel weniger Erregungspotenzial als die viermal so hohe Zahl! Obwohl die Kampagne aufgrund ihrer methodischen Unkorrektheit schon mehrfach von Sozialstatistikern zur „Unstatistik des Monats“ gewählt wurde, findet sie weiterhin die Unterstützung etwa der Bundesfamilienministerin.

Soweit die Beispiele zum Thema „fake news“. Wie wir gesehen haben, handelt es sich hierbei nicht primär um ein *technisch verursachtes* Problem, sondern um die Ausnutzung einer Veränderung der Maßstäbe, die die Gesellschaft an die Genauigkeit politischer Behauptungen stellt. Es ist ja schon paradox, dass ausgerechnet in der sogenannten *Informationsgesellschaft* die Anforderungen an die Genauigkeit von Information zu sinken scheinen! Bevor ich im letzten Teil meines Vortrages auf die Frage eingehe, welche Folgen diese Entwicklungen für die Funktionsfähigkeit liberaler Demokratien haben und wie diese eventuell reagieren können, möchte ich zunächst zusammenfassen, worin nach meiner Auffassung die Merkmale von Digitalisierung im Bereich der politischen Willensbildung liegen. Ich möchte sie in drei Schlagworten beschreiben, und diese dann kurz begründen. Ich nenne sie *Beschleunigung*, *selektive Verstärkung* und *Filterlosigkeit*.

Lassen Sie mich mit dem wohl unstrittigsten, der *Beschleunigung*, beginnen. In der Informationslandschaft hat durch die Digitalisierung eine enorme Beschleunigung stattgefunden.

Neue Informationen prasseln heute rund um die Uhr auf uns ein – buchstäblich 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche, 365 Tage im Jahr. Das ist eine substantielle Veränderung gegenüber einer Zeit, in der Zeitungen oder zentrale Nachrichtensendungen nur einmal am Tag die informationelle Agenda definierten. Heute haben wir es deshalb mit einer enorm angewachsenen Menge an Informationen zu tun, die im Wettbewerb um unsere Aufmerksamkeit liegt und dadurch von ganz alleine eine Tendenz zu immer schrilleren Tönen mit sich bringt. Immer kürzer werdenden Neuigkeitszyklen verschärfen bei den Akteuren den Zeitdruck für die Reaktion – und schwächen so die Möglichkeit zur Reflexion. Mehr und immer raschere Informationen, so können wir schließen, erhöhen sicher nicht die Qualität der Information; vielmehr ist plausibel, dass diese Qualität sinkt.

Mein zweites Stichwort *selektive Verstärkung* könnte man auch als *Verzerrung* bezeichnen. Verglichen mit früher hat sich die Medienlandschaft enorm verändert, und das bedeutet vor allem: vervielfältigt. Neben den klassischen Massenmedien Zeitung, Rundfunk und Fernsehen gibt es heute eine große Bandbreite massenmedialer Angebote, die über das Internet verbreitet werden und zum Teil nur sehr eng fokussierte Themen abdecken. Blogs oder Kanäle bei *YouTube* beschäftigen sich zum Teil mit sehr speziellen Themen – was wunderbar ist für die wenigen Liebhaber dieser Themen, für die sich in den klassischen Medien ein Angebot nicht rechnete. Andererseits werden deshalb Themen zum Teil auch nur sehr selektiv dargestellt und unterscheiden sich vom Streben nach Abgewogenheit in den klassischen Medien. Dass über das Internet sehr weit reichende Angebote ausgesprochen billig hergestellt werden können, hat die Einstandskosten drastisch gesenkt, das Angebot erhöht und tendenziell die Ränder verstärkt. Verunsicherung angesichts dieses enormen Angebots ist bei vielen die Folge. Dass diese neuen Medienangebote dann nicht unbedingt repräsentativ sind, liegt auf der Hand. Und angesichts der eben erwähnten Wettbewerbssituation existieren in ihnen Anreize in Richtung Lautstärke, Heftigkeit und Skandalisierung. Die Verzerrung, die in diesem Bereich stattfindet, kann man vielleicht besonders gut an den Fanzahlen deutscher Parteien bei *Facebook* illustrieren.¹⁴ Sie sind mehr oder weniger *invers* zur tatsächlichen Mitgliederzahl der Parteien und zu ihrer öffentlichen Unterstützung bei Wahlen: nach diesen Zahlen ist die AfD mit 315.000 Unterstützern mit großem Abstand die stärkste Partei, gefolgt von der Linkspartei mit 171.000 Unterstützern. Die CSU hat 151.000 Fans, die Grünen 136.000, während die beiden nach tatsächlichen Mitgliederzahlen größten Parteien SPD und CDU im Internet mit nur jeweils 126.000 Fans lediglich auf Rang 5 kommen. Nur bei der FDP entspricht der Rangplatz bei den *Facebook*-Fans (mit 60.000 der letzte von sieben Parteien) dem Mitgliederrang in der Wirklichkeit.

¹⁴ Ich beziehe mich hier auf eine Auszählung durch die ZDF-Sendung *berlin direkt* vom 5. Februar 2017 (http://download.zdf.de/mp4/zdf/17/02/170205_sendung_bdi/1/170205_sendung_bdi_3296k_p15v13.mp4).

Mit sehr starkem rechten und linken Rand und einer deutlich unterrepräsentierten politischen Mitte zeigt sich bei *Facebook* also eine Scheinöffentlichkeit in Bezug auf politische Parteien, die deren wirklicher Gestalt überhaupt nicht entspricht.

Mein letztes Stichwort lautet *Filterlosigkeit*. Kennzeichnend für die Nachrichtenübermittlung im digitalen Zeitalter ist die weitgehende Abwesenheit von Filtern und ordnenden Instanzen auf dem Weg vom Sender zum Empfänger. Es ist ja ein generelles Kennzeichen des Internet, dass vermittelnde Instanzen wegfallen bzw. wegrationalisiert werden. Wenn wir beim Einkaufen bei Amazon den Einzelhandel umgehen und beim Buchen von Flügen das Reisebüro, dann empfinden wir als Konsumenten das als Gewinn, weil wir dadurch Geld sparen. In Bezug auf die Orientierung und Einordnung von Informationen schafft derselbe Mechanismus aber große Schwierigkeiten, die wiederum zur Verunsicherung beitragen. Die Vielfalt von Informationen wird so allzu leicht zu einer großen Kakophonie, die, verbunden mit einem Kult direktdemokratischer Unmittelbarkeit, leicht zu einer Gefährdung der Demokratie beitragen kann, weil so das komplexe System repräsentativer Demokratie untergraben wird.

Was folgt daraus für die Funktionsfähigkeit liberaler Demokratie?

Die drei Punkte, in denen ich die Effekte von Digitalisierung auf die politische Willensbildung zusammengefasst habe (*Beschleunigung*, *selektive Verstärkung* und *Filterlosigkeit*), klingen alle recht problematisch in ihren Konsequenzen. Wir haben in der Tat einen weiten Weg zurückgelegt von den utopisch-positiven Erwartungen des Demokratietheoretikers Robert Dahl bezüglich der Digitalisierung zur heutigen Wirklichkeit. Im letzten Teil meines Vortrages möchte ich mich deshalb mit den Konsequenzen für die Funktionsfähigkeit liberaler Demokratien beschäftigen – und mit der Frage, ob man etwas (und wenn ja was) zu deren Schutz tun kann.

Zunächst möchte ich noch einmal zwei Punkte aus der bisherigen Analyse in Erinnerung rufen – die Frage der *Repräsentativität von Äußerungen* im politischen Diskurs und die Frage von deren *Öffentlichkeit*.

Kommunikation in den neuen, sogenannten „sozialen“ Medien unterscheidet sich von normaler Kommunikation in mehrerlei Hinsicht, wie wir gesehen haben. Das schafft Vorteile für die „Lauten“ und für Maschinen, mit denen umzugehen wir lernen müssen, wenn wir unsere Demokratie nicht Gefährdungen aussetzen wollen. Soziale Medien wie *Facebook* oder *Twitter* verleihen einzelnen eine sehr erhebliche und ganz direkte Kommunikationsmacht – was immer sie von sich geben, erreicht sofort und ohne zwischengeschaltete Instanzen Millionen von Leuten, die ihnen „folgen“.

Auf *Twitter* hat der amerikanische Präsident Trump zum Beispiel 30 Millionen, die ihm folgen – auch wenn davon (wie bereits erwähnt) die Anzahl der Automatenaccounts auf ein Drittel geschätzt wird. Trump hat aber bei weitem nicht die meisten „Follower“! Die Popsängerin Ariana Grande, deren Konzert in Manchester am 22. Mai 2017 Ziel eines Anschlages war, hat anderthalb mal so viele Follower wie Trump – 46 Millionen. Und der frühere Präsident Barack Obama hat 87 Millionen – und falls Sie nun denken, das könne man nicht mehr übertreffen: Justin Bieber hat 93 Millionen!

Es können also zum einen einzelne Akteure mit sehr viel Gefolgschaft rasch bestimmte Inhalte an Viele kommunizieren; oder es können durch Automatisierung und *social bots* Kaskaden von Nachrichten ausgelöst werden. Als Gesellschaft müssen wir lernen, unsere Reaktionen auf diese neue Situation zu „kalibrieren“ – die Lage also kritisch zu betrachten und das Geschehene klug einzuordnen. Das ist eine Herausforderung nicht zuletzt für die Medien, die lernen müssen, gegen ihren eigenen Sensationsreflex zu agieren. Gerade in Zeiten von finanziellen Krisen der klassischen Massenmedien im Printbereich ist das schwierig; aber es ist wichtig. Ich bin zuversichtlich, dass hier Lerneffekte greifen können, ähnlich wie sie das in der Vergangenheit beim Aufkommen neuer Kommunikationstechnologien getan haben. Auch wenn die auf Erfahrungen basierenden Erwartungen für die Zukunft in diesem Bereich eher negativ stimmen mögen, so würde ich sie doch nicht einfach linear fortschreiben wollen. Wie gesagt – hier sind Lernprozesse plausibel, nicht zuletzt, weil diese Sensationswellen ihren Neuigkeitswert verlieren.

Ob solche Effekte auch bei dem zweiten, der Frage nach der Öffentlichkeit, zutreffen, mag man skeptischer beurteilen. Zunächst muss ich aber erläutern, was ich mit der mangelnden Öffentlichkeit sozialer Medien meine – das hört sich ja etwas paradox an. Mein Bezugspunkt ist hier die Definition der klassischen Massenmedien, wie sie der Kommunikationswissenschaftler Gerhard Maletzke in den 1960er Jahren vorgenommen hat. Er sprach von „Kommunikation, bei der Aussagen öffentlich (also ohne begrenzte und personell definierte Empfängerschaft) durch technische Verbreitungsmittel ... vermittelt werden.“¹⁵ Nach dieser Definition sind soziale Medien zumindest zum Teil *nicht* öffentliche Kommunikation – und da liegt in politischer Hinsicht das Problem. Soziale Medien können nämlich dazu eingesetzt werden, sehr fein differenzierte Kommunikation vorzunehmen, bei der Zielgruppen präzise definiert werden und deren Inhalte für andere nicht zugänglich sind. Im Gegensatz zu Fernseh-, Radio-, oder Zeitungskommunikation kann man etwa bei *Facebook* genau festlegen, wer eine Nachricht sehen soll – wobei die Zahl der individuellen Adressaten durchaus in die Millionen gehen kann. Parteien können also z.B. nach sozioökonomischen oder geografischen Kriterien auswählen, wen eine Botschaft erreichen soll; für alle anderen bleibt diese unsichtbar.

¹⁵ Vgl. Maletzke (1963), S. 32.

Im Gegensatz zu Maletzkes Definition haben wir hier also eine *personell definierte Empfängerschaft*. Diese neuen Möglichkeiten verbinden die technischen Vorzüge von Massenkommunikation (geringe Kosten, weite Verbreitung, sofortige Zustellung) mit sehr selektiver Ansprache. Im politischen Bereich ist das deshalb problematisch, weil dieser auf Transparenz angewiesen ist – nur so kann er seine Selektions- und Legitimationsfunktion wahrnehmen. Mit anderen Worten: Ich muss wissen, was mein politischer Gegner programmatisch verbreitet hat und welche Aussagen er getroffen hat, um darauf reagieren zu können. Wenn eine Partei beispielsweise verschiedenen Zielgruppen Dinge verspricht, die für diese zwar jeweils hochattraktiv sind, einander jedoch komplett widersprechen, dann würde so etwas im öffentlichen Diskurs thematisiert und kritisiert. Wird ein solches Vorgehen jedoch gar nicht erst öffentlich, dann kann es eben nicht diskutiert werden.

Wenn also die Existenz bzw. die Handhabung neuer Kommunikationsmöglichkeiten Gefahren für unseren politischen Diskurs darstellen, wie sollte man dann reagieren? Eine Möglichkeit besteht in gesetzlicher Regulierung – oder besser: im Versuch, das Problem durch gesetzliche Regulierung in den Griff zu bekommen. Dieser Versuch wird zur Zeit in der Bundesrepublik unternommen. Im März 2017 hat der Bundesjustizminister den Entwurf eines Gesetzes „zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken (Netzwerk-Durchsetzungsgesetz)“ vorgelegt. Dieses Gesetz reagiert, so heißt es in der Begründung, auf „eine massive Veränderung des gesellschaftlichen Diskurses im Netz und insbesondere in den sozialen Netzwerken“. Vor allem durch Hasskriminalität sowie durch falsche Nachrichten werde „das friedliche Zusammenleben einer freien, offenen und demokratischen Gesellschaft“ gefährdet. Neue Regelungen seien nötig, um die sozialen Netzwerke zu einer zügigeren und umfassenderen Bearbeitung von Beschwerden anzuhalten; wer staatliche Löschanweisungen binnen 24 Stunden/48 Stunden/innerhalb einer Woche nicht nachkommt, wird mit drastischen Bußgeldern von bis zu 5 Millionen € und bei Unternehmen sogar bis zu 50 Millionen € bedroht.

Obwohl der Gesetzentwurf im Vorspann unter Alternativen schlicht aufführt: „keine“ (und damit insinuiert, nur diese Lösung sei möglich), ist er auf beinahe einhellige Kritik sowohl aus zivilgesellschaftlichen Gruppen wie aus den Reihen von Unternehmen und Oppositionsparteien gestoßen. Kritiker sehen die Meinungsfreiheit bedroht (etwa, weil Unternehmen aus Furcht vor Strafe im Zweifelsfall auch Inhalte löschen, die sich bei genauerer Betrachtung als durch die Meinungsfreiheit gedeckt erwiesen hätten), sie sehen die Gefahr des Aufbaus einer Zensurinfrastruktur (weil Unternehmen eventuell durch die Installation von automatisierten Filtern Beiträge schon abweisen, bevor sie gespeichert werden können), und sie weisen auf die Freiheit bewahrende Funktion des Rechtes auf Anonymität hin – das sind nur einige ausgewählte Kritikpunkte an dem Entwurf.

Würde ein solches Gesetz verabschiedet,¹⁶ dann erhielten die betroffenen Unternehmen und die staatliche Verwaltung Schleusenwärterfunktionen im öffentlichen Diskurs, die die Unternehmen nicht wollen (so zumindest ihre Reaktionen auf den Entwurf) und die der Verwaltung nicht zustehen. Beide würden also Funktionen usurpieren, die im liberalen Rechtsstaat in den Bereich der unabhängigen Justiz fallen. Neben solchen grundsätzlichen Erwägungen ist aber auch zu fragen, ob das vorgeschlagene Vorgehen überhaupt funktional wäre – ob es also zentrale Probleme überhaupt lösen würde?

Ein Blick auf einen ganz aktuellen Fall versuchter Manipulation politischer Willensbildung ist da vielleicht instruktiv – und er legt nahe, den vom deutschen Justizminister eingeschlagenen Weg infrage zu stellen. Ich spreche von dem Versuch, die zweite Runde der französischen Präsidentschaftswahl Anfang Mai 2017 nur 24 Stunden vor Öffnung der Wahllokale zu manipulieren und dem Bewerber Macron politisch zu schaden. Von anonymer Seite wurde ein 9 GB großes Konvolut von Dokumenten, die angeblich von den Rechnern der Macron-Kampagne gestohlen wurden, publiziert und mit dem Verweis auf angebliche Unregelmäßigkeiten der Versuch unternommen, die Reputation des Kandidaten zu beschädigen – mithin seine Wahlaussichten zu schmälern. Das ganze geschah buchstäblich Minuten, bevor – wie das französische Wahlgesetz es vorschreibt – eine 24stündige Periode vor der Wahl begann, in der die Kandidaten und ihre Kampagnen sich nicht mehr öffentlich äußern dürfen. Dem kritischen Beobachter legt schon dieses Vorgehen nahe, dass es sich nicht um investigativen Journalismus handelt, sondern um den Versuch politischer Manipulation; aber bei unkritischem Publikum mag das verfangen.

Wie Sie wissen, ist der Versuch der Manipulation fehlgeschlagen – das Konvolut erregte keine große öffentliche Aufmerksamkeit und Herr Macron wurde mit großer Mehrheit zum Präsidenten Frankreichs gewählt. Aber warum schlug dieser Versuch fehl? Warum gelang es nicht, Macrons Reputation zu beschädigen, während es sechs Monate zuvor bei Frau Clinton klappte? Man könnte das auf die Existenz französischer Regulierung zurückführen, die auch den Medien verbot, über die Vorwürfe zu berichten. Was aber, wenn das Thema in anderen Ländern skandalisiert worden wäre? Das hätte man vor den Franzosen bestimmt nicht geheim halten können. Jedoch geschah auch das nicht – und der Grund, so scheint mir nach einiger Beschäftigung mit dem Fall, lag darin, dass glaubwürdige Quellen sehr rasch aufzeigen konnten, über welche Wege das Thema im Internet verbreitet wurde. Ein amerikanischer Aktivist, der an leitender Stelle für die Trump-Kampagne gearbeitet hatte und dem rechtsextremen Lager zuzuordnen war, hatte die ersten Berichte verfasst und Anschuldigungen hinsichtlich illegaler Konten und Steuerhinterziehung erhoben.

¹⁶ Das Gesetz ist am 1. September 2017 erlassen worden und am 1. Oktober 2017 in Kraft getreten (BGBl. I S. 3352).

In Frankreich wurden diese Berichte aufgenommen und von Unterstützern von Marine Le Pen mit Hilfe von *social bots* vervielfältigt – innerhalb von nur dreieinhalb Stunden wurde die Nachricht 47.000 mal weiter verbreitet. Durch die Darlegung dieses Verbreitungsweges wurde die politische Absicht hinter dem Vorgehen sofort klar – und verlor damit ihre reputationsgefährdende Potenz. Zu verdanken ist sie einer Gruppe von Internetspezialisten der amerikanischen außenpolitischen Vereinigung *Atlantic Council*. Deren digitales Forensik-Team war nicht nur kompetent, es war auch glaubwürdig, da mit keiner der politischen Kampagnen in Verbindung stehend. Spätere Analysen des *Oxford Internet Institute* zeigten, dass 50 Prozent der dieses Thema betreffenden Nachrichten von nur 3 Prozent der beteiligten Konten kamen – was auf massive maschinelle Unterstützung hinweist.¹⁷ Immerhin 22,8 Millionen *Twitter*-Benutzer sahen diese Nachrichten jede Stunde am Wahltag! Ob eine staatliche Institution, die (vermutlich erst nach Ablauf des Wahlwochenendes) sich diesem Thema zugewandt hätte, ähnliche Erfolge gehabt hätte, steht zu bezweifeln. Selbst wenn man dort am Freitag und Samstag Nachtschichten geschoben hätte, hätte immer die Frage politischen Eigeninteresses über den Aussagen gehangen und diese teilweise in Frage gestellt – zumindest für ein bestimmtes Publikum.

Mit diesem Beispiel möchte ich illustrieren, dass zum einen Möglichkeiten bestehen, sich gegen digitale Angriffe auf die politische Willensbildung erfolgreich zur Wehr zu setzen. Das ist eine gute Nachricht! Zugleich legt diese Episode aber auch nahe, dass klassische Wege staatlichen Vorgehens hier vielleicht nicht die besten sind. Es bedarf umfassenderer Diskussion über das beste Vorgehen – und dabei kann auch der Blick in andere Länder helfen. In den Vereinigten Staaten haben sich beispielsweise Gruppen wie *Politifacts* oder *USA Facts* gegründet, die Fakten überprüfen, ohne dabei mit staatlichen oder sonstigen Interessen in Verbindung zu stehen. Für Deutschland könnte man beispielsweise die Idee einer „Stiftung Faktencheck“ diskutieren – analog zum Modell der seit über 50 Jahren erfolgreich operierenden *Stiftung Warentest*, die es so in keinem anderen Land gibt. Klarheit wäre jedenfalls darüber zu gewinnen, was unabdingbare Voraussetzungen für faire politische Auseinandersetzung sind. Hier haben wir den Regulierungsschwerpunkt bisher auf finanzielle Regelungen für Parteien und Wahlkampf gelegt – nun müssen gesetzliche Transparenzvorschriften vielleicht auch Fragen der Informationsverarbeitung betreffen. Das tun sie bis jetzt nicht. Generell, so scheint mir, handelt es sich hierbei aber in erheblichem Maß um eine Aufgabe, die *eher der Zivilgesellschaft als dem Staat* zufallen sollte. Dass viele Medien – zum Teil zusammengeschlossen in Redaktionsnetzwerken – schnelle Eingreif-Kapazitäten für den raschen Faktencheck aufbauen, ist jedenfalls eine gute Entwicklung.

¹⁷ <https://www.weforum.org/agenda/2017/05/macronleaks-have-changed-political-campaigning-why-macron-succeeded-and-clinton-failed> (15.5.2017).

Abschließend will ich auf die bleibende zentrale Bedeutung von Partizipation und Organisation für den Fortbestand eines Systems demokratischer politischer Willensbildung hinweisen. Die Relevanz, die das Internet in Bezug auf Wahlentscheidungen der Bürgerinnen und Bürger hat, ist nach allen Erkenntnissen, die wir haben, nicht so hoch wie viele (auch Parteien) glauben. Bedroht wird dieser Prozess eher durch abnehmende Wahlbeteiligung und sinkende Mitwirkung in den Parteien. Ich hatte ja eingangs ausgeführt, wie zentral deren Tätigkeit für die Aggregation und Artikulation der unterschiedlichen Interessen in unseren immer komplexer werdenden Gesellschaften ist und bleibt.

Diese Parteien werden weiterhin eine wichtige Rolle als Clearing-Stellen für miteinander konkurrierende Vorstellungen von gesellschaftlichen Zielen bilden. Nur sie unterziehen sich der Mühe, angetrieben und motiviert durch den innerparteilichen Wettkampf um Positionen und Ämter, detaillierte Analysen gesellschaftlicher Probleme vorzunehmen und diese in möglichst konsistente Vorschläge für alle Bereiche der Politik zu transformieren. Unter diesem Gesichtspunkt sind die Wahlprogramme von Parteien beeindruckende Werke, die Wichtiges für unsere Gesellschaft leisten. Sie umfassen ein hohes Maß an konkreten Politikvorschlägen, die die Basis für politisches Handeln in Parlamenten und Regierungen legen. Die Programme für die nordrhein-westfälische Landtagswahl 2017 umfassten beispielsweise bei SPD und CDU jeweils über 110 Seiten – mit sehr vielen konkret vorgeschlagenen Maßnahmen. Sie sind die Grundlage, auf der die Parteien die Wählerinnen und Wähler um ihr Vertrauen bitten.

Dass sie das nicht nur über das Internet tun, konnte ich Anfang Mai 2017 bei einer Exkursion mit Studentinnen und Studenten nach Berlin sehen. Im Konrad-Adenauer-Haus wurde uns in der Wahlkampfzentrale ein Holzgerüst vorgeführt, in das eine Tür eingelassen war. Öffnete man diese Türe, so blickte man auf einen großen, die ganze Türöffnung ausfüllenden Flachbildschirm mit angeschlossenem Lautsprecher. Diese Vorrichtung, so erläuterte man uns, werde dazu benutzt, den Haustürwahlkampf zu üben – mit von Schauspielern aufgezeichneten Darstellungen von Wählern unterschiedlichen Begeisterungs- und Renitenzgrades, mit denen sich Wahlkämpfer auseinanderzusetzen haben. Der neue Schwerpunkt auf Tür-zu-Tür-Wahlkampf, so behauptet zumindest die CDU, habe sich in den Landtagswahlkämpfen in Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen für sie ausgezahlt. Wo man ihn eingesetzt habe, seien die Wahlbeteiligung und der Stimmenanteil für die eigene Partei deutlich gestiegen. „Analoge“ persönliche Kommunikation behalte demnach auch heute einen zentralen Stellenwert. In welchen Stadtteilen man sich dieser Mühe unterzieht, wird wiederum durch ein auf umfangreichen sozialstatistischen Daten basierendes, ausgeklügeltes digitales System entschieden. Dies erscheint mir ein Beispiel für meine abschließende These, dass die digitale Welt auf vielleicht etwas unerwartete, aber sehr konkrete Weise die demokratische politische Willensbildung nicht nur gefährden, sondern auch unterstützen kann!

Zum Autor

Andreas Busch, geboren 1962 in Freiburg im Breisgau. Studium der Politikwissenschaft, Volkswirtschaftslehre und des Öffentlichen Rechts an den Universitäten München, Heidelberg und Oxford. Promotion (1994) und Habilitation (2002) an der Universität Heidelberg. 2003 bis 2008 Reader in European Politics an der Universität Oxford, seit 2008 Professor für Vergleichende Politikwissenschaft und Politische Ökonomie an der Georg-August-Universität Göttingen. 2014 Wahl zum Mitglied der Akademie der Wissenschaften zu Göttingen.

Zitierte Literatur

Dahl, Robert A., 1989: *Democracy and its critics*, New Haven: Yale Univ. Press.

Kind, Sonja/Bovenschulte, Marc/Ehrenberg-Silies, Simone/Jetzke, Tobias/u. a., 2017: Social bots. Thesenpapier zum öffentlichen Fachgespräch Social Bots – Diskussion und Validierung von Zwischenergebnissen am 26. Januar 2017 im Deutschen Bundestag, Berlin: Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag (TAB), abrufbar unter: <https://www.bundestag.de/blob/488564/4a87d2d5b867b0464ef457831fb8e642/thesenpapier-data.pdf>, letzter Zugriff am 15.5.2017.

Kollanyi, Bence/Howard, Philip N./Woolley, Samuel C., 2016: Bots and Automation over Twitter during the U.S. Election. COMPROP DATA MEMO 2016.4 / 17 NOV 2016, abrufbar unter: <http://politicalbots.org/wp-content/uploads/2016/11/Data-Memo-US-Election.pdf>, letzter Zugriff am 15.5.2017.

Leggewie, Claus/Maar, Christa (Hrsg.), 1998: *Internet & Politik. Von der Zuschauer- zur Beteiligungsdemokratie?*, Köln: Bollmann.

Maletzke, Gerhard, 1963: *Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik*, Hamburg: Hans Bredow-Institut.

Neudert, Lisa-Maria/Kollanyi, Bence/Howard, Philip N., 2017: Junk News and Bots during the German Federal Presidency Election. What Were German Voters Sharing Over Twitter? COMPROP DATA MEMO 2017.2 / 27 March 2017, abrufbar unter: <http://politicalbots.org/wp-content/uploads/2017/03/What-Were-German-Voters-Sharing-Over-Twitter-v4.pdf>, letzter Zugriff am 15.5.2017.

Sunstein, Cass R., 2017: *#Republic. Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton: Princeton University Press.

Bursfelder Universitätsreden

In dieser Reihe erschienen bisher:

- Heft 1, 1982: Friedrich Hund, Die Begreifbarkeit der Natur
Heft 2, 1983: Josef Fleckenstein, Die Gründung von Bursfelde
Heft 3, 1984: Manfred Eigen, Homunculus im Zeitalter der Biotechnologie
Heft 4, 1985: Franz Wieacker, Voraussetzungen europäischer Rechtskultur
Heft 5, 1986: Otto Creutzfeldt, Gehirn und Geist
Heft 6, 1987: Helmut Hesse, Wirtschaft und Moral
Heft 7, 1988: Karl Stackmann, Magd und Königin
Heft 8, 1989: Hans Jürgen Bretschneider, Arzt und Naturwissenschaftler
Heft 9, 1990: Eduard Lohse, Militia Christi
Heft 10, 1991: Gerhard Röbbelen, Gentechnik und Pflanzenzüchtung
Heft 11, 1992: Ulrich Mölk, Goethe und das literarische Motiv
Heft 12, 1994: Reiner Thomssen, Infektionen im Wandel
Heft 13, 1995: Uwe Diederichsen, Vom Lebenswert des Rechts
Heft 14, 1996: Gerhard Gottschalk, Chancen und Risiken der Biotechnologie
Heft 15, 1997: Reinhard Lauer, Die russische Seele
Heft 16, 1998: Jürgen Troe, Die Berechenbarkeit der Natur
Heft 17, 1999: Albrecht Schöne, Dichtung als verborgene Theologie
Heft 18, 2001: Stefan Tangermann, Hunger und Überfluß: Wie sicher ist die Welternährung?
Heft 19, 2002: Erwin Neher, Signalmechanismen des Nervensystems
Heft 20, 2003: Lutz F. Tietze, Relevanz der Chemie in heutiger Zeit
Heft 21, 2005: Hermann Spieckermann, Lob Gottes aus dem Staube. Psalm 103 und die Theologie des Psalters
Heft 22, 2006: Martin Staehelin, J. S. Bach wirklich „bei seinem Namen gerufen“?
Heft 23, 2006: Gerd Hasenfuß, Stammzellen zur Herzregeneration
Heft 24, 2007: Tilman Nagel, Das Christentum im Urteil des Islam
Heft 25, 2008: Joachim Ringleben, „Hören, was am Ort klingt“, Gedanken zur Aura des Bauwerks – im Hinblick auf Bursfelde
Heft 26, 2008: Herbert Jäckle, Biologie der Schöpfung: Darwin oder doch Intelligent Design?
Heft 27, 2009: Heinrich Detering, „Singe mir ein neues Lied“.
Zu Friedrich Nietzsches letzten Texten
Heft 28, 2010: Hermann Sautter, Moral und Wirtschaft: zwei Welten?
Heft 29, 2012: Stefan Treue, Das Gehirn bei der Arbeit.
Heft 30, 2012: Manfred Jakobowski-Tiessen, Bekehrung unterm Galgen
Heft 31, 2013: In Memoriam Lothar Perlitt
Heft 32, 2014: Hans-Joachim Fritz, Zufall, Gesetzmäßigkeit und Leben
Heft 33, 2015: Franziska Meier, Schönheit und Wahrheit
Heft 34, 2016: Julia Fischer, Aus der Affengesellschaft

