

Big Data, Fake News und Fremdbestimmung

Marianne Roth



«Unmündigkeit ist das Unvermögen, sich seines Verstandes ohne Leitung eines anderen zu bedienen.»

Immanuel Kant, Was ist Aufklärung? (1784)

Vor einiger Zeit trug ich mich mit der Absicht, einen Sessel zu kaufen und habe dazu via Google im Internet verschiedene Anbieter besucht. Ein paar Modelle, die mir dabei ins Auge gestochen sind, habe ich angeklickt und mir etwas näher angeschaut. Zu meiner Überraschung wurde ich in den Folgewochen mit Sesselangeboten überhäuft, sobald ich irgendeine Website auf irgendeinem Gerät öffnete, wobei die von mir näher begutachteten Modelle stets in den Vordergrund gerückt wurden. Schliesslich verzichtete ich auf den Kauf via Internet und erwarb mir das neue Stück im guten alten Möbelhaus.

Produkt Mensch

Facebook informiert uns in seinen Datenrichtlinien:

«Wir verwenden die uns zur Verfügung stehenden Informationen (einschließlich deiner Aktivitäten außerhalb unserer Produkte, wie z. B. die von dir besuchten Webseiten und die Werbeanzeigen, die du siehst), um Werbetreibenden und anderen Partnern zu helfen, die Effektivität und Verbreitung ihrer Werbeanzeigen und Dienste zu messen und Aufschluss über die Arten von Personen, die ihre Dienste nutzen, sowie darüber, wie Personen mit ihren Webseiten, Apps und Diensten interagieren, zu erlangen.»

Was von Facebook erfasst wird, ist jedoch nicht nur das Kaufverhalten von Internetbesucher/innen, sondern es geht auch um politische, religiöse, weltanschauliche, sexuelle und weitere Präferenzen, die aufgrund von aufgerufenen Internetseiten gesammelt werden und die das Profil einer Person möglichst präzise abbilden sollen. Mit meinen Internetbesuchen liefere ich demnach Facebook gratis und franko mein persönliches Profil – ein Paradox erster Güte, da ich mir doch stets Mühe gebe, so wenig wie möglich von meiner Person preiszugeben. Ziel dieser Sammelwut von Facebook und Co. ist aber nicht, mir einen Gefallen zu tun, sondern die Nutzerprofile mit möglichst hohem Gewinn an potenzielle Käufer/innen, sprich Werbetreibende aller Art, zu bringen. Als Nutzerin von Facebook und Co. bin ich zum Produkt geworden, das vermarktet wird. Der Handel mit diesen menschlichen «Produkten» ist längst zu einem Milliardengeschäft

geworden. Gleichzeitig findet dadurch bei den Tech-Giganten eine Machtakkumulation statt, die Dimensionen angenommen hat, von denen wir uns keine Vorstellung machen können. Nicht umsonst werden Daten im Silicon Valley das «neue Öl» genannt. Auf die Datensammelwut folgt logischerweise die Informationsflut.

Längst machen sich nicht nur Werbetreibende solche Daten zunutze. Politische Parteien bedienen sich dieser Nutzerprofile ebenso wie Medien, Unternehmen, Verschwörungstheoretiker/innen und nicht zuletzt auch Regierungen. Wie verschiedene Medien berichteten, hat beispielsweise die chinesische Regierung ein soziales Punktesystem eingerichtet, mit dem das Verhalten der Bürger/innen bewertet wird. Dieses Verhalten wirkt sich zum Nachteil der Einzelnen aus, sofern die Bewertung negativ ausfällt. Ist die Bewertung positiv, können die Betroffenen von allerlei Vorteilen im System profitieren. In anderen Worten übt die Regierung die totale Kontrolle über ihre Bürger/innen aus. Allerdings sind die Online-Giganten wie Facebook, Google, Amazon etc. in der westlichen Welt und der Umgang mit unseren Daten nicht weit von einem solchen System entfernt.

Buhlen um Aufmerksamkeit

Der Philosoph Vincent F. Hendricks, der zusammen mit Mads Vestergaard das Buch *Postfaktisch*¹ verfasst hat, stellt der täglichen Informationsflut die begrenzte Zeit der Medienkonsument/innen gegenüber und leitet daraus ab, dass die Währung der Gegenwart die Aufmerksamkeit sei. Das Buhlen um Aufmerksamkeit von unzähligen Informationsanbieter/innen ist auf allen Kanälen in einen knallharten Wettbewerb ausgetart, der im Begriff «Aufmerksamkeitsökonomie» zusammengefasst wird. Am besten hat nach dieser Logik die Zeichen der Zeit Twitter mit seinen 140 Zeichen erkannt, das Lieblingsspielzeug des amerikanischen Präsidenten, der auf diese Weise seine tägliche Dosis Tweets auf die Menschheit loslässt. Es ist zu bezweifeln, dass er so viele Nachrichten absondern würde, müsste er sich an einen Computer setzen und seine «Botschaften» ordentlich aufschreiben.

1 Hendricks, V.F. & Vestergaard, M. (2018). *Postfaktisch: Die neue Wirklichkeit in Zeiten von Bullshit, Fake News und Verschwörungstheorien*. München: Blessing.

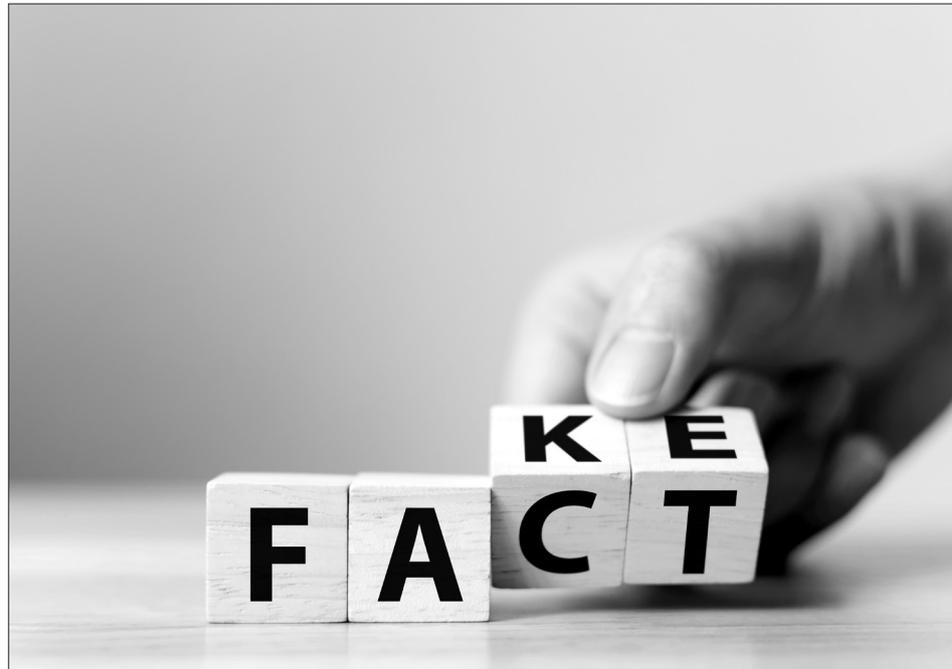
Es wäre vermessen, alle Akteur/innen der Manipulation zu beschuldigen, die versuchen, ihre Basis oder Anhängerschaft zu bedienen. Neu ist denn auch nicht der Versuch der Einflussnahme – Beispiele auch von historischer Tragweite gibt es deren viele. Neu ist die Tatsache, dass es die sozialen Medien ermöglichen, Nachrichten ungefiltert und viral an ein gezielt ausgewähltes Publikum zu verbreiten. Dabei werden Botschaften so verpackt, dass sie ins Weltbild der angepeilten Zielgruppe passen. Google, Facebook, Twitter und alle weiteren Onlinedienste ermöglichen es, dass wir mit gezielten Informationen bedient werden, die wir mit Gleichgesinnten teilen und die uns das wohlige Gefühl vermitteln, auf der richtigen Seite zu stehen. Es soll primär ein Wir-Gefühl geschaffen werden und damit ein Kreislauf der Bestätigung entstehen. Hat sich dieses Wir-Gefühl eingestellt, bewegen wir uns in der berühmten Filterblase, wo Informationen meist nicht mehr kritisch hinterfragt werden. In einer solchen Filterblase kann sich eine Botschaft auch negativ verstärken, Gefühle von Ohnmacht, Angst oder Bedrohung sich verfestigen, was Manipulationen Tür und Tor öffnet.

Wenn Lügen zur Gewohnheit wird

Während der Volksmund bis vor Kurzem sagte «Lügen haben kurze Beine», hat sich die Situation erdrutschartig verändert. Nicht, dass es Vertuschungs- und Manipulationsversuche nicht auch in früheren Jahren, ja in der ganzen Menschheitsgeschichte gegeben hätte. Lügen wurden aber tunlichst verheimlicht oder unter den Teppich gekehrt. Wurde der oder die Lügner/in ertappt, war dies mit Scham und Schuld verbunden. Lügen mussten noch aufgedeckt werden und hatten in vielen Fällen gravierende Konsequenzen. Inzwischen ist allerdings so etwas wie ein Wettbewerb der Lügen losgetreten worden; wir sind ins postfaktische Zeitalter eingetreten. Nicht nur sind Bots² und Trolle³ im

2 Bots sind automatisierte Computerskripte, die z.B. auf Twitter oder in Bewertungsportalen eingesetzt werden. Sie sind leicht zu programmieren, man kann sie millionenfach herstellen. Sie können sich als Mensch ausgeben und den politischen Diskurs lenken.

3 Professionelle Trolle verfassen im Auftrag eines Arbeitgebers Beiträge (Propaganda), i. d. R. politischer Art, im Internet mit dem Ziel, die Gegenseite zu ver-



Sold von Regierungen und Parteien unterwegs, Regierungsvertreter/innen selbst lügen öffentlich, was das Zeug hält. Das Überraschendste dabei ist, dass sie damit bisher mehr oder weniger ungeschoren davonkommen, wenn sie es verstehen, «richtig» damit umzugehen oder sich im richtigen Moment für ihr Vergehen entschuldigen. Es ist aber falsch zu glauben, dass dies keine Spuren hinterlässt.

Kürzlich gingen Berichte durch die Medien, wonach in den USA eine neue «Störung» aufgetreten ist, mit der immer mehr Therapeut/innen konfrontiert seien: «Trump Anxiety Disorder» (Trump-Angststörung). Der Begriff wurde geprägt von der klinischen Psychologin Jennifer Panning in einem Essay, publiziert von Psychiater/innen der Harvard Medical School sowie bestätigt von zahlreichen Psycholog/innen und Psychotherapeut/innen in den USA. Die Trump-Angststörung unterscheidet sich von anderen Formen der Angst, so Panning, weil die Symptome sich spezifisch auf die Wahl von Trump und das von ihm unvorhersehbare soziopolitische Klima beziehe und eine grosse Verunsicherung auslöse, die dadurch bei immer mehr Menschen entstanden sei. Auch wenn dies keine offizielle Diagnose ist, beinhalten die Sympto-

unglimpfen, Tatsachen zu verzerren oder Fake News zu verbreiten.

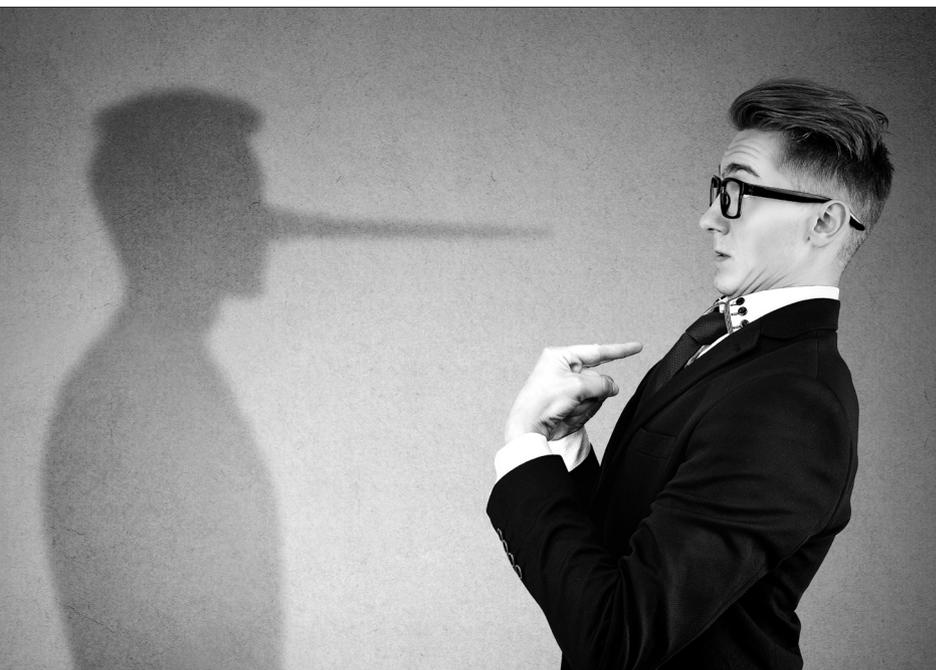
me das Gefühl von Kontrollverlust, Hilflosigkeit und Ärger darüber, was im Land passiert und was die vorherrschende unberechenbare Politik in der Welt auslösen könnte. Laut Panning intensiviert der übermässige Medienkonsum vorhandene Ängste, da man sich ständig frage, was wohl noch komme.

Die American Psychological Association (APA) hat 2016 und 2017 Umfragen unter dem Titel «Stress in America»⁴ durchgeführt. Im August 2016 wurden hierfür 3.511 Erwachsene über 18 Jahren befragt, von denen 52 Prozent aussagten, dass sie die Präsidentschaftswahl ausdrücklich stressen. Im Januar 2017 wurden erneut 1.019 Erwachsene über 18 Jahren über ihr Stressempfinden in Bezug auf das politische Klima, die Zukunft des Landes und die Wahlen befragt. Zwischen August 2016 und Januar 2017 stieg der Stresslevel von 4,8 auf 5,1 Punkte, wobei 1 wenig und 10 viel Stress bedeutet. Das Fazit der Direktorin der APA, Katherine C. Nordal, war, dass der in Bezug auf politische Themen feststellbare Stress sehr besorgniserregend sei, da es für die Amerikaner/innen schwierig sei, sich diesem zu entziehen. Sie seien umgeben von Diskussionen, Nachrichten und Social Media, mit denen sie ständig an die Dinge erinnert würden, die sie am meisten stressen.

Am feinsten lügt das Plausible⁵

Was sich rund um die Wahlen nicht nur in den USA, sondern auch in den europäischen Ländern abspielt, untergräbt die Demokratie und Errungenschaften der Aufklärung. Hackerangriffe zielen auf Wähler/innen, um sie mit Falschmeldungen zu versorgen mit dem Ziel, die als gegnerisch identifizierten Kandidat/innen zu verunglimpfen, das Wahlverhalten zu beeinflussen und letztlich das Gesellschaftsgefüge zu schädigen. Die Wahlen vom 9. September in Schweden, einem traditionell liberalen und aufgeschlossenen Land, zeigten beispielhaft, wie das System der «Fake News» die öffentliche Meinung beeinflussen kann. Es gelang damit den Rechtsnationalist/innen, bestehendes Misstrauen oder latent vorhandene Ängste zu verstärken und das politische Klima insgesamt zu beeinflussen. So kursierten reisserische und unwahre Behauptungen über die steigende Kriminalität in Schweden und über desaströse Folgen der schwedischen Migrationspolitik. Es wurde sogar verbreitet, die Polizei traue sich nicht mehr in gewisse Stadtviertel Malmö, was von der Polizei selbst widerlegt wurde. Mit einer Überdosis an Falschmeldungen und verzerrten Darstellungen von Tatsachen wurden Ängste, Misstrauen und Hass stetig wie Gift in die Köpfe der Menschen geträufelt, was sich schliesslich auf das Wahlverhalten vieler Schwed/innen auswirkte. Eine Gesellschaft aber, die von Angst, Bedrohungsgefühlen und Hass befallen ist, verheisst nichts Gutes für die Zukunft eines Landes.

Marianne Roth ist Geschäftsleiterin der ASP.



4 Der Bericht ist einsehbar unter:
www.stressinamerica.org

5 Im Selbstgespräch – Aphorismen: Emil Gött (1864–1908), deutscher Schriftsteller und Philosoph.