



# Plattformen und Demokratie

Oliver Leistert (Uni Innsbruck)  
RV Mediale Meinungsbildung und Manipulation  
im Superwahljahr 2024  
13.12.2024

# Struktur

- Was ist das Problem?
- Der Plattform-Begriff ist schwammig (aber das ist praktisch für einige)
- Woher kommen Social Media Plattformen?
- Plattformenlogiken und -funktionen
- Politische Theorie: worauf baut sie?
- Das destruktive Vermögen und demokratische Unvermögen der Plattformen
- Auswege aus der Plattformfalle

# Was ist das Problem?

- Zunehmende Polarisierung von Gesellschaften
- Zunehmende Gewalt gegen Minderheiten und Frauen
- Schwindende Rolle von zentralisierten, öffentlich-rechtlichen Medien
- Zunehmend ungleiche Verteilung von Geld und Ressourcen
- Ein bevorstehender Klimakollaps, der solidarisches Miteinander erfordert

# Problem: Polarisierung

- Drückt sich unterschiedlich aus:
- Wahlerfolge rechter Parteien, die sich gegen Rechte von Minderheiten richten, durch rassistische, antisemitische, homophobe Politiken, generell entmenschlichende Politik
- Stimmung der Angst wird erzeugt, dies würgt politischen Diskurs ab
- Kaum mehr Trennung von online und offline: darum rascher Anstieg von auch physischen Anschlägen auf „Feinde“
- Entsolidarisierung und Bildung homogener Gruppen
- *Aber:* für demokratische Prozesse sind Praxen der Aushandlung Bedingung

# Problem: Zunahme von Gewalt gegen Minderheiten und Frauen

- Gewalt ist nicht nur physisch
- Gerade online können vulnerable Gruppen durch Hass verletzt werden
- Folge: Rückzug ins Private, keine Teilnahme am Öffentlichen, dadurch gehen wichtige Stimmen im Diskurs verloren
- Aber auch physische Gewalt nimmt stark zu
- Gleichzeitig Abnahme von unterstützenden Strukturen und Institutionen durch Austeritätspolitik

# Problem: Schwindende Rolle von zentralisierten Medien

- Öffentlich-rechtliche Medien, Zeitungen etc. haben systemische Rolle in Demokratien
- Sie bilden u.a. Scharnier zwischen Regierten und Regierenden
- Wenn sie gut funktionieren, kontrollieren sie Regierungen („vierte Gewalt“)
- Organisieren den öffentlichen Diskurs
- Ohne sie: Fragmentierung von Öffentlichkeit, Verlust von Scharnierfunktion

# Problem: Zunehmend ungleiche Verteilung von Geld und Ressourcen

- Reichtum immer ungleicher verteilt, Dynamik ungebrochen
- Grund: strukturelle Bedingung neoliberaler Politik
- Modell: Gesellschaften durch Marktlogiken organisieren (EU!)
- Effekt: Kommodifizierung, Kommerzialisierung sämtlicher Poren der Gesellschaft
- Effekt: nur was Profit macht, hat Existenzrecht
- Zusätzlich: schwach regulierte globale Finanzmärkte, niedrige Steuern für Vermögende und globale Konzerne
- → Wunderbares Umfeld für Plattformen

# Problem: Ein bevorstehender Klimakollaps, der solidarisches Miteinander erfordert

- Fossile Gesellschaften sind stark überfordert
- Transformation notwendigerweise verbunden mit harten Einschnitten
- Politik allein kann dies nicht lösen
- Solidarische Zivilgesellschaft dringend notwendig, Einsicht in die Notwendigkeit der Transformation notwendig
- Verfügbarkeit von Medien, die diesen Prozess unterstützen, ist Bedingung
- Aber: Heutige Plattformen wirken genau gegenteilig

# Der Plattform-Begriff ist schwammig

„The business of being a cultural intermediary is a complex and fragile one, oriented as it is to at least three constituencies: end users, advertisers and professional content producers. [...] Intermediaries like YouTube must present themselves strategically to each of these audiences, carve out a role and a set of expectations that is acceptable to each and also serves their own financial interests, while resolving or at least eliding the contradictions between them.

Curiously, tropes like ‘platform’ seem to work across these discourses; in fact, the real value of this term may be that it brings these discourses into alignment without them unsettling each other.“ (Gillespie 2010)

# Der Plattform-Begriff ist schwammig

Der Begriff ist mehr als ein Marketing-Term der Industrie: er kann sich widersprechende Funktionen scheinbar ohne Reibung in sich vereinen.

Für die Frage der Demokratiefähigkeit von Plattformen ist dies relevant, da hier bereits aufscheint, dass Social Media Plattformen sich strukturell widersprechender Funktionen bedienen.

# Woher kommen Social Media Plattformen?

- Internet beginnt militärisch und akademisch.
- Ökonomische Frage lange irrelevant, da mit Steuern finanziert
- Ab 1990er vermehrt genutzt von Unternehmen und privat
- Erste Welle massiver Kapitalinvestitionen
- Um 2000 platzt die sog. Dotcom-Blase
- Grund: unklar, wie sich mit dem Internet Geld verdienen lässt
- Bis dato gibt es nur eingeblendete Werbebanner auf Webseiten, mit eher kontingenten Inhalten

[What's New](#) [Check Email](#)

# YAHOO!

[Personalize](#)[Help](#)**[Yahoo! Auctions](#)**

bid &amp; sell for free

**Choose Your Prize!**

PLAY TO WIN!

'62 Vette OR a Trip Around the World!

**Park Your****Domain Free**

**Search**[advanced search](#)**[Yahoo! Mail](#)** - Get your **free** e-mail account today!

[Shopping](#) - [Yellow Pages](#) - [People Search](#) - [Maps](#) - [Travel Agent](#) - [Classifieds](#) - [Personals](#) - [Games](#) - [Chat](#)  
[Email](#) - [Calendar](#) - [Pager](#) - [My Yahoo!](#) - [Today's News](#) - [Sports](#) - [Weather](#) - [TV](#) - [Stock Quotes](#) - [more...](#)

**Arts & Humanities**[Literature](#), [Photography](#)...**Business & Economy**[Companies](#), [Finance](#), [Jobs](#)...**Computers & Internet**[Internet](#), [WWW](#), [Software](#), [Games](#)...**Education**[Universities](#), [K-12](#), [College Entrance](#)...**Entertainment**[Cool Links](#), [Movies](#), [Humor](#), [Music](#)...**Government**[Military](#), [Politics](#), [Law](#), [Taxes](#)...**Health**[Medicine](#), [Diseases](#), [Drugs](#), [Fitness](#)...**News & Media**[Full Coverage](#), [Newspapers](#), [TV](#)...**Recreation & Sports**[Sports](#), [Travel](#), [Autos](#), [Outdoors](#)...**Reference**[Libraries](#), [Dictionaries](#), [Quotations](#)...**Regional**[Countries](#), [Regions](#), [US States](#)...**Science**[Biology](#), [Astronomy](#), [Engineering](#)...**Social Science**[Archaeology](#), [Economics](#), [Languages](#)...**Society & Culture**[People](#), [Environment](#), [Religion](#)...**In the News**

- [King Hussein of Jordan dies](#)
- [Online: Lewinsky video testimony](#)
- [NASA comet mission](#)
- [NBA season opens](#)
- [Weekend's top movies](#)

[more...](#)**Inside Yahoo!**

- [Y! Personals](#) - find a Valentine
- [Shop](#) for your Valentine
- [Y! Clubs](#) - create your own

[more...](#)

# Woher kommen Social Media Plattformen?

- Mit dem Page-Rank-Algorithmus wird Google schnell zur führenden Suchmaschine.
- Dieser sortiert Webseiten nach der Zahl der Webseiten, die auf sie verlinken.
- → Soll Relevanz abbilden
- Aber auch Google hat bis dahin keine wirkliche Idee, wie damit Geld verdient werden kann.

# Woher kommen Social Media Plattformen?

- Werbung wird entsprechend der Suchanfrage ausgespielt, irrelevant wer die Suchanfrage stellt
- Ab ca. 2003 beginnt die Ära der „targeted ads“
- Jedes *Signal* einer Nutzerin kann nun benutzt werden, um ihren *Data Double* zu verfeinern und „passendere“ Werbung auszuspielen. (Google nennt dies UIP: User Profile Information)
- Den eigentlichen Kunden von Google, der Werbeindustrie, werden nun „passgenaue“ Nutzerinnen verkauft.  
→ Dies ist der Beginn der kommerziellen Überwachung von Nutzerinnen im Internet

# Woher kommen Social Media Plattformen?

- Das Marketing Wort „web 2.0“ erfährt ca. 2004 Beliebtheit
- „User Generated Content“ ist das Mantra.
- Ohne technische Kenntnisse Inhalte im Netz erstellen (das war neu und erschloss neue Dimensionen von Nutzerinnenzahlen)
- Blogs, Wikis und Social Media Plattformen sind Manifestationen
- Entscheidender erster Unterschied: es wird meist ein Account benötigt.
- Folge: jedes *Signal* kann einem Account zugerechnet werden

# Plattformenlogiken und -funktionen

- Facebook (seit 2004 online, seit 2012 an der Börse) bietet einen persönlichen Feed an. Über diesen werden z.B. auch *news* eingespielt
- Erfindet das „Liken“ (hierzu: Gerlitz & Helmond 2013)
- Übernimmt und bündelt etliche Funktionen, wie Gruppenkommunikation oder Foren, auch semantische Suchfunktion.
- Bald wird für „die breite Masse“ Facebook zum Synonym für das Internet.
- Wichtigster Parameter für Facebook stammt aus der Werbeindustrie: „engagement“, d.h. mit *allen* Mitteln die Nutzerinnen am Verlassen der Plattform zu hindern.

# Plattformenlogiken und -funktionen

- Ab 2007 personalisierte Werbung
- D.h. jedes *Signal*, das eine Nutzerin je produziert hat, wird für lange Zeit gespeichert
- → Würde eigenen Vortrag erfordern
- Beispielhaft: Max Schrems hat Facebook 2011 zur Herausgabe seiner Daten verklagt, gewonnen und 1200 A4-Seiten Datenausdruck erhalten.
- Summarisch: Facebook weiß vieles über Dich, was Du nicht über Dich weißt
- Zu den Partnern von Facebook gehören nicht nur Werbetreibende und andere Datenkraken, sondern auch Polizeien und Geheimdienste
- Mit der Zustimmung zu den *Terms of Services* stimmt die Nutzerin all dem zu.

# Plattformenlogiken und -funktionen

- Plattformen lenken ganz fundamental:
- Was Nutzerinnen machen können
- Was Nutzerinnen zu sehen bekommen
- Wann Nutzerinnen etwas sehen
- Und auch: warum sie etwas sehen
- D.h. das Design dieses sozialen Raums liegt zu 100% in den Händen der Plattformen („they govern interactions“), deren einziges Interesse Profit ist.
- Gleichzeitig sind Plattformen für weite Teile der Gesellschaft die mit Abstand wichtigste Informationsquelle und Kommunikationsmittel („space of the world“).

# Exkurs: Politische Theorie: worauf baut sie?

- Grob gesagt gibt es zwei Stränge politischer Theorie:
- Positive Theorie im Anschluss an Aristoteles
- Negative Theorie im Anschluss an Hobbes

# Exkurs: Politische Theorie: worauf baut sie?

- Positive Theorie:

Politik ist den Menschen eigen, „natürlich“, unterliegt menschlichen Bedürfnissen und Gefühlen.

Menschen werden ins Politische hineinsozialisiert, durch Interaktionen.

Dies etabliert eine politische Kultur, die sich aus Kontext und lokalem Wissen speist.

Im Austausch und durch Kontext entsteht *Vertrauen*.

Dies ist notwendig, damit gemeinsam politische Entscheidungen gefällt werden können.

Notwendigerweise gibt es hier ein Skalierungsproblem: nur kleinere Gemeinschaften können derart Politisches gemeinsam aushandeln.

Ziviler Umgang miteinander ist Bedingung für das Gelingen von Politik. Menschen müssen sich sicher sein, dass andere sie in Aushandlungen nicht verletzen.

→ Durch Plattformen sind Menschen skalenlos miteinander verbunden.

→ Es fehlt der gemeinsamer Kontext, der Bedingung dieser Theorie ist.

# Exkurs: Politische Theorie: worauf baut sie?

- Negative Theorie:

Politik ist dem Menschen nicht „natürlich“. Natürlich ist der Wettbewerb/Krieg aller gegen aller (Hobbes).

Es bedarf deshalb einer respektierten, zentralen gemeinsamen Autorität, die den Austausch aller mit allen regelt, durch Rechte und Pflichten, damit friedliche Kooperation in großem Maßstab gelingt.

Politische Aushandlung ist hier an eine zentrale Autorität delegiert.

Diese Idee ist die *Basis aller liberalen Gesellschaften*.

*Nur durch die gemeinsam bindende, zentrale Autorität hält die Gesellschaft zusammen.*

Öffentlich-rechtliche Massenmedien unterstützten dieses Modell bis ins 20. Jahrhundert einigermaßen.

→ Heute weichen solch vertikale Verbindungen den lateralen Verbindungen durch Social Media.

→ Diese neuen lateralen Verbindungen sind jedoch anderer Natur:

sie basieren nicht auf der Reziprozität von Rechten und Pflichten, vermittelt über den Staat, sondern auf der Abhängigkeit der Menschen von einer privaten, externen und nicht-politischen Autorität: der Plattform.

# Das destruktive Vermögen und demokratische Unvermögen der Plattformen

Plattformen üben eine unpersönliche Autorität über uns aus und wir haben kaum eine andere Wahl, als ihnen zu gehorchen.

Plattformen setzen dies durch, indem sie bestimmten, was ihre Software erlaubt oder nicht erlaubt.

Es besteht zwischen uns und einer Plattform oder den anderen Benutzern *keine Gegenseitigkeit*. Unsere Rechte ergeben sich nur aus dem Vertrag mit den Plattformen.

Wenn externe Informationsflüsse nahezu unendlich erweitert werden und diese Erweiterung wiederum so gesteuert wird, dass wir in immer differenziertere Gruppen eingeteilt werden, deren Aufmerksamkeit von Werbetreibenden gezielt angesprochen werden kann, ergibt sich ein ganz neuer Einfluss.

- Das Gefühl, anderen gegenüber verpflichtet zu sein, schwinded.
- Das einzige Recht, dass wir scheinbar haben, ist uns unendlich viel auszudrücken.

# Das destruktive Vermögen und demokratische Unvermögen der Plattformen

Online fehlt ein Großteil des Kontexts, der in der persönlichen Kommunikation vorhanden ist, oft auch echte Namen. Dies kann zu riskantem Verhalten führen.

Plattformen bieten uns Anreize, immer mehr „Freunde“ oder Verbindungen hinzuzufügen. Dies führt zu oberflächlicher Kommunikation.

Verschiedene Studien zeigen: viel Zeit in sozialen Medien ist mit einer doppelt so hohen Wahrscheinlichkeit einer wahrgenommenen sozialen Isolation verbunden, und die Häufigkeit der Nutzung sozialer Medien ist mit einer dreifach so hohen Wahrscheinlichkeit verbunden.

Bestehende Einsamkeit kann zu Internetsucht führen. Mehr Online-Kontakte zu haben, ist nicht mit weniger Einsamkeit verbunden. Ein Teufelskreis?

# Das destruktive Vermögen und demokratische Unvermögen der Plattformen

Plattformen können auch unsere Dopamin-Auschüttung steuern.

D.h. sie haben vermittelten Zugriff auf die Chemie unserer Körper.

Dies ist wichtiger Teil des Belohnungssystems der Plattformen.

Beispiel: „For one week in 2012, Facebook skewed nearly 700,000 users' news feeds to either be happier or sadder than normal. The experiment found that after the experiment was over users tended to post positive or negative comments according to the skew that was given to their news feed.“

(<https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/facebook-manipulated-users-moods-secret-experiment-9571004.html>)

(Kramer, A. D. I., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. 2014)

# Das destruktive Vermögen und demokratische Unvermögen der Plattformen

Selbstwertgefühl: Menschen, die glauben, sich sozial vergleichen zu müssen, werden von Plattformen angezogen, da diese dies fördern.

- Aufgrund der Anreize von Plattformen interagieren Menschen auf eine Weise, die die positiven Aspekte ihres Lebens gegenüber den negativen überbewertet.
- D.h. wer sich vergleicht, bekommt ein Zerrbild der Realität als Maß.

Dies kann Unsicherheiten verstärken, die die Menschen überhaupt erst auf die Plattform gebracht haben.

# Das destruktive Vermögen und demokratische Unvermögen der Plattformen

Raum für Gerüchte und damit Möglichkeiten für böswillige Informationsakteure, deren Absicht es ist, das Vertrauen zu untergraben.

Wir brauchen als Öffentlichkeit jedoch gemeinsames Wissen.

Dies lässt sich durch Desinformation auf Plattformen leicht zerstören.

*Engagement* steigt durch das, was *Engagement* hervorruft.

- Zuvor nicht normative Verhaltensweisen können normativ werden.
- Verhaltensweisen, die zuvor sozial unsichtbar waren, werden sichtbar.
- Sie stehen für Kommentare und Nachahmungen zur Verfügung, nur weil die Plattform sie nach oben bringt.

# Das destruktive Vermögen und demokratische Unvermögen der Plattformen

„networks [...] embed their members in denser webs of like-minded associations, which could then *insulate individuals from the demotivating effects of dissenting views*, and may enable [extreme] political behaviors to spread faster than they would through sparser networks ... [producing] a structural advantage to the mobilization of right-wing or politically extreme social movements relative to left-wing or moderate one.“

(Boutyline, A., & Willer, R., 2017)

# Das destruktive Vermögen und demokratische Unvermögen der Plattformen

Oft verhindert sozialer Druck die Infragestellung falscher Informationen.

Spirale des Schweigens, in der Menschen Angst haben, in sozialen Medien angegriffen zu werden: auch ein Ziel von Desinformation!

Falsches verbreitet sich deutlich schneller, weiter, tiefer und breiter als die Wahrheit: *Gerüchtekaskaden*.

„[W]hereas the truth rarely diffuse to more than 1.000 people, the top 1 per cent of false news cascades routinely diffused to between 1.000 and 100.000 people.“ (Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. 2018).

# Das destruktive Vermögen und demokratische Unvermögen der Plattformen

Falschmeldungen sind eher neuartig und lösen eher starke Emotionen wie z.B. Überraschung aus.

- Veranlasst Nutzerinnen, diese Inhalte weiterzuverbreiten.
- Dieser Effekt ist bei politischen Falschmeldungen sehr ausgeprägt.

Unter Plattformbedingungen hat die natürliche menschliche Neigung, *emotional* ansprechende Informationen weiterzugeben, verstärkte Auswirkungen.

*Circulation bias:* Informationen werden nur deshalb geglaubt, weil sie bereits im Umlauf sind. So entsteht Viralität.

# Das destruktive Vermögen und demokratische Unvermögen der Plattformen

Akteure, die falsches Infos verbreiten, wollen uns von dem ablenken, was sonst unsere Wahrheit sein könnte.

In einem Raum, der für Desinformation konfiguriert ist, ist Ablenkung alles, was nötig ist, um Meinungen erheblich zu verändern.

Aber: Ablenkung ist nun einmal der Zweck, für den Social-Media-Plattformen entwickelt wurden.

# Das destruktive Vermögen und demokratische Unvermögen der Plattformen

## *Affektive Polarisierung:*

Gruppenzugehörigkeit ist für den Menschen sehr grundlegend.  
Gruppenidentität ist mächtig.

Je mehr ein bestimmtes Individuum den Konsens der Gruppe und ihre grundlegenden Verhaltensmuster zu repräsentieren scheint, desto mehr Einfluss wird es in der Gruppe gewinnen.

Die Gruppe wird ihren internen Bezugspunkt weiter am scheinbaren internen Konsens ausrichten, während sie in Wirklichkeit relativ zum Raum als Ganzem immer mehr zu Extremen neigt.

# Das destruktive Vermögen und demokratische Unvermögen der Plattformen

Wir werden auf Plattformen permanent dazu angehalten, uns mit anderen zu identifizieren und dies zu *signalisieren*.

Dies führt u.a. dazu, dass die tatsächlichen Mehrdeutigkeiten des Lebens vor den sozialen Medien durch affektive Simplifizierungen außer Kraft gesetzt werden.

Auf Social-Media-Plattformen befinden wir uns mitten in einem laufenden Experiment zur sozialen Identität/Gruppenpolarisierung.

Soziale Medien sagen uns ständig, was andere denken. *Das ist auch neu.*

# Das destruktive Vermögen und demokratische Unvermögen der Plattformen

Algorithmen sind ein hervorragendes Mittel, um die Verbreitung zunehmend polarisierter Inhalte voranzutreiben, was wiederum bereits polarisierte Emotionen noch verstärkt.

Online-Diskussionen werden stressig und frustrierend.

→ Diese soziale Welt ist zunehmend unvereinbar mit Solidarität und demokratischer Aushandlung.

# Auswege aus der Plattformfalle

Keine permanente Überwachung und Auswertung der Nutzerinnen

Keine Werbung, dafür z.B. bezahlte Mitgliedschaft

Das Problem der endlosen Skalierung durch  
Reichweitenbegrenzung einfangen

Grundsätze zivilen Umgangs miteinander aufstellen und umsetzen

Gelegentlich gefragt werden, ob ich nicht lieber etwas anderes machen möchte

# Literatur

- Bouyline, A., & Willer, R. (2017). The Social Structure of Political Echo Chambers: Variation in Ideological Homophily in Online Networks. *Political Psychology*, 38(3), 551–569.
- Couldry, N. (2025). The space of the world. Polity.
- Gerlitz, C., & Helmond, A. (2013). The Like economy: Social buttons and the data-intensive web. *New Media & Society*, 15(8), 1348 – 1365.
- Gillespie, T. (2010). The politics of ‘platforms’. *New Media & Society*, 12(3), 347–364.
- Kramer, A. D. I., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(24), 8788–8790.
- Theory on Demand (2023). The Politics of Platformization. Dialogues on Platform Theory. Interviews by Gianmarco Cristofari. Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151.
- Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. PublicAffairs.