



DiDaT Grobplanung für Vulnerabilitätsraum 05

Soziale Medien, digitale Daten und ihre Auswirkungen auf den einzelnen Menschen

Cornelia Sindermann (Universität Ulm), Felix Ebner (mecodia), Hanna Gleiss (Das NETTZ/BETTERPLACE LAB), Christian Montag (Universität Ulm), Lisa-Maria Neudert (Oxford University), Roland. W. Scholz (Donau Uni Krems), Leena Simon (Frieda Frauenzentrum – Anti-Stalking-Projekt), Benjamin Thull (LFK Stuttgart)

Inputs durch Dirk Helbing (ETH Zürich), Michael Latzer (Universität Zürich), Hanns-Jörg Sippel (Stiftung Mitarbeit)

1. Gegenstand, Ziele und Leitfragen

1.1 Gegenstand: Was verstehen wir unter sozialen Medien?

Soziale Medien (aus dem Englischen: Social Media) werden allgemein wie folgt definiert: Soziale Medien sind Internet-basierte Kanäle und Plattformen, die Nutzer*innen erlauben bedarfsbezogen zu interagieren, sich selektiv selbst zu präsentieren und user-generierte Inhalte zu erstellen. Dies kann entweder in Echtzeit oder asynchron sowohl mit großen (Internet-)Gruppen, als auch kleinen (Internet-)Gruppen oder Individuen geschehen. Sie erhalten einen Wert durch die von Nutzer*innen vermittelten Inhalte und die Wahrnehmung der Interaktion mit Anderen (Erweiterte Definition in Anlehnung an Carr & Hayes (2015, p. 50) und Howard & Parks (2012)).

Soziale Medien bestehen

- a) aus der (digitalen) Informationsinfrastruktur und den Werkzeugen, die für die Erzeugung und Verteilung von Inhalten genutzt werden,
- b) aus den vermittelten Inhalten, die in digitaler Form persönliche Nachrichten, Botschaften, Ideen und kulturelle Produkte darstellen,
- c) aus den Personen, Organisationen und wirtschaftlichen sowie politischen Akteuren, die digitale Inhalte produzieren oder aufnehmen / verarbeiten (abgeändert und erweitert durch politische Akteure von Howard & Parks (2012, p. 362)).

Tabelle 1: Abgrenzung sozialer Medien an Beispielen (aus Carr & Hayes, 2015, S. 53)

<i>Social Medium</i>	<i>Not a Social Medium</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Social network sites (e.g., Facebook, QQ, Google+, YouTube, Yelp, Pheed) • Professional network sites (e.g., LinkedIn, IBM's Beehive) • Chatboards & discussion fora • Social/Casual games (e.g., Farmville) • Wiki "Talk" pages • Tinder • Instagram • Wanelo • Yik Yak 	<ul style="list-style-type: none"> • Online news services (e.g., NYT online, PerezHilton.com) • Wikipedia • Skype • Netflix • E-mail • Online news • SMS/Texts • Oovoo • Tumblr • Whisper

1.2 Ziele und Leitfragen

Soziale Medien und Messengerapplikationen sind für viele Menschen unmittelbar mit ihrem Alltag verknüpft und haben in kurzer Zeit großen Einfluss auf Wirtschaft, Staat, Gesellschaft und das Leben des einzelnen Menschen genommen. Am Beispiel des Konzerns Facebook lässt sich die enorme Entwicklungsgeschwindigkeit gut illustrieren: Facebook wurde erst im Jahr 2004 gegründet und zählt im März 2019 in etwa 2,3 Milliarden Nutzer*innen. Zum Unternehmen gehören auch andere wichtige App-Services wie der Facebook-Messenger, die Plattform Instagram oder der Messengerdienst WhatsApp. Zusammen haben die drei Hauptprodukte 2,7 Milliarden angemeldete Nutzer*innen, wovon 2,1 Milliarden jeden Tag in einem der Dienste aktiv sind.¹ Dadurch zeigt sich die relative Monopolstellung von Facebook, jedoch auch die große Beliebtheit und Relevanz von sozialen Medien in der täglichen, aktiven Mediennutzung, insbesondere im Bereich der Kommunikation.

Soziale Medien stellen entwicklungsgeschichtlich eine neue Form menschlicher Interaktion und Informationsvermittlung dar. Nutzer*innen können als passive und aktive Größe und Gestalter*innen wirken. Es werden verschiedene Formate durch die digitale Infrastruktur vorgegeben, welche zudem die gesamten Aktionen und Operationen steuern, überwachen und beeinflussen können.

¹ <https://allfacebook.de/toll/state-of-facebook>

Wie bereits erwähnt, beweist die hohe Nutzungsrate die große Beliebtheit von sozialen Medien. Die sozialen Medien haben in verschiedenen Bereichen aber auch „unerwünschte“ Auswirkungen (unerwünschte (Neben-)Folgen bzw. *Unintended Side Effects: Unseens*).

Dazu gehören die Förderung der (Über-)Nutzung bis hin zur Sucht, die Enthemmung sozialen Verhaltens sowie die Erzeugung von verzerrten Realitäten. Daraus folgen unter anderem Prozesse der politischen Beeinflussung und Manipulation der Meinungsbildung.

Ein Grund für eine Vielzahl an *Unintended Side Effects* ist sicherlich das Monetarisierungsmodell sozialer Medien: Nutzer bezahlen für die Teilnahme an sozialen Medien nicht mit tatsächlichem Geld, sondern mit ihrer Aufmerksamkeit und Daten, die monetarisiert werden. Die Daten können verwendet werden, um beispielsweise auf das Individuum angepasste Werbung zu gestalten (sowohl kommerziell, als auch politisch) (Gosh & Scott, 2018).

Ausgehend von den folgenden Leitfragen soll der Vulnerabilitätsraum „Soziale Medien, digitale Daten und ihre Auswirkungen auf den einzelnen Menschen“ die Auswirkungen auf das (psychische) Wohlbefinden und die Gesundheit sowie die Demokratiefähigkeit der einzelnen Person betrachten und analysieren. Dazu werden verschiedene wissenschaftliche Ausrichtungen und Ansichten vertreten sein: Psychologie,

Politikwissenschaft, Wirtschaftsinformatik und Philosophie. Darauf aufbauend sollen (sozial robuste) Orientierungen zur Entwicklung von Bewusstsein geschaffen werden, die dem Individuum helfen. Zudem sollen die Orientierungen helfen, soziotechnische Innovationen zu entwerfen. Die Orientierungen

sollen auch bezüglich gesetzlicher und gesellschaftlicher Regelungen gegeben werden und es sollen Vorschläge zur Kooperation von Nutzer*innen und gesellschaftlichen Akteuren mit den Betreibern von sozialen Medien zur Findung von neuen Regelungen einer *private-public partnership* umrissen werden.

Vor diesem Hintergrund formulieren wir die folgende **Fragestellung und Leitfragen**:

1. Welche „unerwünschten“ Auswirkungen entstehen durch die neuartige Nutzung digitaler Daten in den Bereichen Wohlbefinden / Gesundheit, Sozialverhalten und Demokratiefähigkeit auf Ebene des Individuums?
2. Welche Lernprozesse, Verhaltensänderungen, Regularien und (soziotechnischen) Innovationen für die Nutzung sozialer Medien und die dadurch entstehenden Daten können helfen diese „unerwünschten“ Auswirkungen durch das Handeln der Stakeholder zu mindern bzw. zu beseitigen?

2. Welche nicht intendierten, unbeabsichtigten und „unerwünschten“ Auswirkungen sind bezüglich (psychischem) Wohlbefinden und Gesundheit sowie Demokratiefähigkeit von Interesse und warum?

Das Individuum steht im Fokus der Arbeit des Vulnerabilitätsraums. Somit werden die Auswirkungen von sozialen Medien auf das Individuum betrachtet.

Bezogen auf die Demokratiefähigkeit wird folgende Systemeingrenzung vorgenommen: Den Schwerpunkt der Arbeiten stellen Eigenschaften und Voraussetzungen dar, die eine einzelne Person für ein Funktionieren einer demokratischen Gesellschaft (Befähigung zu einer kompetenten, kundigen Wahl, Fähigkeit und Bereitschaft der Mitwirkung) besitzen sollte.²

² Somit stellen die Wirkungen Einzelner *auf* soziale Medien auch im Rahmen der Demokratiefähigkeit keinen Schwerpunkt des Vulnerabilitätsraums dar. Hier beziehen sich die Analysen *nicht* auf evtl. induzierte Varianten von Demokratiemodellen, welche sich aus den Verhalten(smustern) der Einzelnen und ihrer Interaktion ergeben. Gleichmaßen nicht im Mittelpunkt stehen die spezifischen gesellschaftlichen Prozessen, Institutionen, demokratischen Abläufen sowie die verschiedenen Formen der Demokratie (z.B. direkte / Basis-Demokratie vs. repräsentative Demokratie). Bezogen auf die Demokratiefähigkeit werden Anforderungen, welche durch die neue Form der E-Democracy erwachsen, nur betrachtet, wenn sie sich von den traditionellen Formen der Demokratie (etwa durch neue „Sprachformen oder Sprachformate“ in sozialen Medien) wesentlich unterscheiden.

Der Abschnitt „(Psychisches) Wohlbefinden und Gesundheit“ stellt in kompakter Form die Mechanismen dar, die die *Übernutzung von sozialen Medien* bedingen, die *sozialen Beziehungen* beeinflussen und *Enthemmungen* fördern und somit Auswirkungen auf das *(psychische) Wohlbefinden* und die *Gesundheit* haben können. Dabei spielen auch die Auswirkungen von gefälschten / manipulierten Informationen auf die Kommunikation und Interaktion eine Rolle. Zudem ist wichtig zu beachten, dass digitale soziale Medien neue Rahmenbedingungen für soziale Interaktionen darstellen. Dies ist sowohl mit erwünschten als auch „unerwünschten“ Effekten (auch mit Hinblick auf sensible und schützenswerte Gruppen) assoziiert. Gemäß des Ziels des Projekts werden vor allem „unerwünschte“ Effekte betrachtet.

Der Abschnitt „Soziale Medien und Demokratiefähigkeit“ betrachtet die Demokratiefähigkeit des/der Einzelnen. Der Einstieg in dieses Thema erfolgt über eine Diskussion philosophischer und politischer Grundannahmen und Konzepte zu Fähigkeiten eines demokratiefähigen (mündigen) Bürgers. Die zentralen kritischen Größen sind hier im



Digitale Daten als
Gegenstand eines
transdisziplinären
Prozesses

Zusammenhang mit sozialen Medien Prozesse des
„Reality-Shifts“, Manipulation von Daten und
un/bewusste Meinungsbeeinflussung (Irreführung)
im politischen und kommerziellen (Konsumenten-
verhaltens-) Bereich. ³

³ Gefälschte Daten und Reality Shift sind auch Gegenstand des
VR06 „Vertrauenswürdige und zuverlässige digitale Daten und
Informationen“. Hier wird jedoch das gesamte Internet und
nicht nur soziale Medien betrachtet.

Werteperspektiven

WERTEPERSPEKTIVE (I): (Psychisches)

Wohlbefinden und Gesundheit

„Facebook deactivation [...] increased subjective well-being; and [...] caused a large persistent reduction in Facebook use after the experiment.“

(Allcott, Luca Braghieri, Sarah Eichmeyer, and Matthew Gentzkow, 2019)⁴

Übernutzung / Overuse

Die problematische Nutzung von sozialen Medien kann im ungünstigsten Fall zu einer Übernutzung (breiter auch: „**Internet communication disorder**“) führen. Diese wird auch als eine Form der Internetsucht („**Internet-use disorder**“) begriffen. Auch wenn noch keine offizielle Diagnose einer Übernutzung von sozialen Medien in den Diagnosehandbüchern vorhanden ist, gibt es bereits einige Literatur zu entsprechenden Symptomen. Dazu zählt unter anderem der Kontrollverlust der Nutzung trotz negativer Konsequenzen auf das soziale Umfeld sowie die schulische oder berufliche Leistung. Es ist zudem davon auszugehen, dass die Übernutzung von sozialen Medien mit niedrigerer Lebenszufriedenheit, höherer (Wahrscheinlichkeit der Entwicklung einer) Depressionssymptomatik sowie höherer Isolierung zur Offlinewelt einhergeht.

In Bezug auf die Übernutzung von sozialen Medien stellt sich unter anderem die Frage, ob es bestimmte persönliche Voraussetzungen gibt, welche das Entstehen dieser begünstigen oder reduzieren, eventuell sogar verhindern, können. Hierzu gibt es bereits einige Forschung, die zeigt, dass sowohl Persönlichkeitsvariablen (was bedeuten könnte, dass es hier sensible Gruppen gibt), als auch affektive Reaktionen, kognitive Prozesse und exekutive Funktionen eine wichtige Rolle für das Verständnis einer Übernutzung von sozialen Medien spielen (Brand, Young, Laier, Wölfling, & Potenza, 2016). Wie erwähnt, sind für

diesen Vulnerabilitätsraum aber vor allem die Auswirkungen von sozialen Medien auf das Individuum von Bedeutung. Dementsprechend müssen neben personenbezogenen Variablen vor allem auch **Umweltvariablen** zur Erklärung der Entstehung einer Übernutzung von sozialen Medien betrachtet werden.

Bei der Nutzung von sozialen Medien werden die Nutzer*innen einer Reihe von Mechanismen ausgesetzt, welche eine verstärkte Nutzung auslösen können. Diese Mechanismen können zudem mittels künstlicher Intelligenz (d.h., Algorithmen, welche persönlichkeits-eigene Geneigtheiten analysieren) verstärkt werden. Wichtige Mechanismen werden in Box 1 beschrieben:

⁴ <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/facebook.pdf>

Box 1: Mechanismen zur Verstärkung der (Über-)Nutzung sozialer Medien

Hierzu können nicht nur Erfahrungen des Individuums und das soziale Umfeld, sondern auch die Beschaffenheit von sozialen Medien gezählt werden. So gibt es diverse Mechanismen, die Nutzer*innen zur immer weiteren Nutzung treiben oder sie an die Plattform binden sollen. Einige Expert*innen warnen davor, dass auf sozialen Medien dabei dieselben Mechanismen verwendet werden, wie von der Glücksspielindustrie. Solche Mechanismen beinhalten den „**Like-Button**“ auf Facebook oder das „**Herz**“ auf Instagram, die Nutzer*innen bei Erhalt durch Andere kurzfristig ein positives Gefühl der Wertschätzung geben sollen. Zudem gibt es Mechanismen wie „**Pull-to-Refresh**“. Dabei erscheinen durch „Herunterziehen“ bzw. Aktualisieren des Startbildschirms von sozialen Medien häufig (aber nicht immer) neue Inhalte wie Nachrichten und Informationen (bspw. auch über Freunde und Bekannte). Dadurch soll die **Gier nach Neuigkeiten** befriedigt werden. Gleiches gilt für den „**Infinite Scrolling**“-Mechanismus, bei dem permanent neuer Inhalt beim Scrollen durch soziale Medien geladen und aufgezeigt wird. Darüber hinaus gibt es die so genannten „**Push-Nachrichten**“, die Nutzer*innen Nachrichten auf das Smartphone senden, die sie zum Öffnen der sozialen Medien Plattform aktivieren sollen, auch wenn die Plattform gerade nicht geöffnet ist. Die „**Pull-to-Refresh**“-Funktion wurde dabei bereits mit der Funktionsweise eines Glücksspielautomaten verglichen: Der/die Nutzer*in bedient einen Hebel bzw. aktualisiert die Startseite von sozialen Medien und erhält entweder eine direkte Belohnung (Geld bzw. neue Inhalte) oder nicht. Da die Nutzer*innen nicht wissen, ob und wann sie belohnt werden, entsteht eine Erwartungshaltung einhergehend mit Ungewissheit, genau wie bei Glücksspielautomaten. Und diese Erwartung gepaart mit potenziellen ungewissen Belohnungen („**Uncertain Rewards**“) halten Nutzer*innen auf den sozialen Medien.

Insgesamt zielen die meisten dieser Mechanismen darauf ab, Nutzer*innen durch die Nutzung kurzfristig ein positives Gefühl – eine Art **Belohnung** – empfinden zu lassen und die Nutzung so zu verstärken. Zur Entwicklung einer Übernutzung kommt es dann beispielsweise, wenn ein Trigger eingesetzt wird (bspw. „**Push-Nachricht**“, die einen darüber informiert, dass auf der Plattform etwas Neues passiert ist), auf den eine Reaktion folgt (Öffnen der Plattform, um zu sehen was es Neues gibt), die dann (häufig) belohnt wird (es werden tatsächlich neue Inhalte präsentiert). Wird dies wiederholt, entstehen Zyklen, wodurch Gewohnheiten geformt werden. Nach einer gewissen Zeit werden die externen Trigger (bspw. „**Push-Nachrichten**“) nicht mehr benötigt, um die sozialen Medien zu besuchen. Das ist dadurch bedingt, dass sich mit der Wiederholung der oben genannten Zyklen Assoziationen zwischen der Nutzung von sozialen Medien und der Befriedigung von Bedürfnissen bilden (z.B. Bedürfnisse nach Neuigkeiten / emotionale Bedürfnisse). Die IT Industrie hat die Designs von sozialen Medien also wohl gezielt an der Spieleindustrie (z.B. Las Vegas) orientiert, um den maximalen Kick, die maximale Suchtwirkung zu erzielen, damit Nutzer*innen möglichst viel Zeit auf den Plattformen verbringen. Dadurch sollen die gesammelten Daten über die Nutzer*innen und somit die Einnahmen der Betreiber maximiert werden. Daher scheint ein direkter Zusammenhang zwischen der Übernutzung von sozialen Medien und der Sammlung von digitalen Daten durch Betreiber von sozialen Medien zu bestehen. Mit künstlicher Intelligenz kann die Funktionsweise an die Individuen angepasst werden, um die Wirksamkeit weiter zu erhöhen.

Selbstverständlich ergibt sich erst in der Kombination persönlicher Eigenschaften und Umweltfaktoren eine hinreichend vollständige Sicht auf die problematische Nutzung von sozialen Medien. Wichtig ist zudem, dass die Übernutzung nicht nur direkte Effekte auf das Wohlbefinden und die Gesundheit eines Individuums hat, sondern

auch auf dessen Leistungsfähigkeit bspw. am Arbeitsplatz. Insgesamt stellt es sich also als wichtig dar, die verschiedenen Faktoren zu erarbeiten. Darauf aufbauend können dann Maßnahmen auf verschiedenen Ebenen – wie der Wirtschaft, der Politik, der Gesellschaft, aber auch des Individuums – getroffen werden.

Wirkungen von sozialen Medien auf Sozialverhalten und Wohlbefinden / Gesundheit Einzelner

Soziale Kommunikation und Interaktion findet zunehmend digital, ohne direkten Kontakt statt. Das wird auch „**Disembodied Communication**“ genannt. Dies führt zu veränderten

Rahmenbedingungen und somit einer veränderten physischen Umwelterfahrung (Büchi, Festic, & Latzer, 2018) sowie zu positiven (Boulianne, 2015) und negativen Effekten (Brooks, 2015) auf das Wohlbefinden einzelner Individuen.

Eine wichtige Neuerung im Umfeld der sozialen Medien im Vergleich zur analogen („offline“)

Kommunikation stellt die eingeschränkte Bereitstellung privater, personenbezogener Daten für andere Nutzer*innen dar. Aus der so entstehenden Anonymität von Nutzer*innen entsteht ein Konflikt zwischen Anonymität versus Verantwortung im sozialen Umgang. Durch die gesteigerte Anonymität, aber auch durch die räumliche Distanz zu anderen Nutzer*innen können antisoziale Verhaltensweisen verstärkt werden, die schon aus der Offlinewelt bekannt

sind. Diese sollen zusammen mit ihren Auswirkungen auf einzelne Personen im Folgenden erörtert werden. Wie bei der Übernutzung gibt es hier eine größere Anzahl von psychologischen Mechanismen, die es erlauben Nutzer*innen in ihrem Selbstbild zu beeinflussen, sie zu beleidigen, deprivieren, verletzen, mobben, in verschiedener Art unter Druck zu setzen oder zu entwürdigen. Wichtige Mechanismen werden in Box 2 beschrieben.

Box 2: Mechanismen zur sozialen Deprivation und Verletzung

Sozialer Druck („**Social Pressure**“) bezieht sich auf zahlreiche Phänomene, die im Internet, im Speziellen in sozialen Medien, von Bedeutung sind. Es muss unter anderem im Kontext von sozialen **Vergleichsprozessen** betrachtet werden, die zu negativem Affekt führen können (sozialer Druck kann aber auch für die Übernutzung von Bedeutung sein: Wenn das soziale Umfeld ausschließlich über soziale Medien kommuniziert, wird auch der/die Einzelne dazu gezwungen). Beispielsweise werden junge Menschen über sozialen Medien ständig mit dem Schönheitsbild von sehr schlanken und sportlichen Models konfrontiert. In Bezug darauf stellen sich gerade die häufig bearbeiteten Fotografien von solchen Models auf beispielsweise Instagram als problematisch dar. Dies kann als manipulierte Darstellung von Daten angesehen werden. Diese fehlerhafte Darstellung des Körpers und die fehlgeleitete Einschätzung der Nutzer*innen, diese Fotografien wären echt (unbearbeitet) und ein Abbild von normalen Personen können weitreichende unerwünschte Auswirkungen für Individuen haben. Dies ist vor allem bei dem Vorliegen einer wahrgenommenen Diskrepanz der Fall; wenn also der Ist-Zustand (Körper des/der Nutzer*in) nicht dem Soll-Zustand (bearbeitete Fotografie des Models) entspricht. Diese wahrgenommene Diskrepanz kann einen negativen Einfluss auf das Selbstbild, das Selbstbewusstsein und Emotionen sowie Affekt (bis hin zur Depression) haben und Neid hervorrufen (Appel, Gerlach, & Crusius, 2016). Es ist zu erwarten, dass diese Diskrepanz letztendlich auch zu Essstörungen oder einer Art Fitness- / Sportsucht führen kann, um dem Ideal aus dem Internet näher zu kommen. Auch sonst wird auf sozialen Medien auf Perfektion gesetzt: Nutzer*innen werden täglich mit perfekten Wohnungen, perfekten und häufigen Reisen, oder einem idealisierten Lebensstil von Online-Persönlichkeiten (oder auch „Influencern“) konfrontiert. Die perfekten Darstellungen sind auch in Verbindung mit dem Begriff „Highlight-Reels“ bekannt. Wie bereits erwähnt, kann auch hier die fehlerhafte Darstellung und Einschätzung zu negativen Konsequenzen für den/die Nutzer*in führen. Moderatoren, die diese Wenn-Dann-Beziehung erklären (auf individueller, sowie systembezogener Ebene) sind bisher nur wenig erforscht. Abschließend soll hier noch einmal erwähnt sein, dass es soziale Vergleichsprozesse auch in der Offlinewelt gibt. Soziale Medien bieten jedoch Zugriff auf weit mehr Inhalte und konfrontieren die Nutzer*innen so vermehrt mit unrealen Darstellungen. Dies ist nicht zuletzt auch dadurch zu begründen, dass es durch die heutige Technik einfach gemacht wird, manipulierte Bilder, Darstellungen, etc. auf sozialen Medien zu präsentieren. Zudem erleichtern die Anonymität und Distanz zwischen Nutzer*innen die Manipulation von Darstellungen und erhöhen die Glaubwürdigkeit, da entgegengesetzte Informationen nicht präsentiert werden. Daher muss ein Bewusstsein für diese Mechanismen geschaffen werden, um wirksame Gegenmaßnahmen und Umgangsweisen zu erarbeiten.

Neben solchen Vergleichsprozessen und deren Folgen, ergeben sich auf sozialen Medien weitere unerwünschte Konsequenzen hinsichtlich sozialen Drucks durch beispielsweise „**Online-Trolling**“, „**Hate-Speech**“ und „**Cyber-Mobbing**“⁵. Jede dieser Verhaltensweisen soll zu einer Herabsetzung mindestens einer Person führen. Finden sich in sozialen Medien vermehrt **menschenverachtende Äußerungen**, kann dies in einer Spirale aus sich verstärkenden Hassbotschaften münden und dadurch ein Klima entstehen, in dem Diskriminierung und Gewalt legitim erscheinen. Wichtig ist, dass diese Verhaltensweisen im Internet und sozialen Medien, unter anderem aufgrund der Anonymität und der räumlichen Distanz

⁵ Online-Trolling: „Trolling beschreibt ein destruktives, unsachliches und aggressives Kommunikationsverhalten. Trolls – das sind die Akteure – möchten provozieren, Konflikte innerhalb einer Community schüren oder durch falsche Informationen Diskussionen im Web manipulieren.“

(<https://www.klicksafe.de/themen/medienethik/verletzendes-online-verhalten/online-gewalt-ist-reale-gewalt/#s|Trolling>).

Hate-Speech: Wenn Menschen abgewertet oder angegriffen werden, oder wenn gegen sie zu Hass oder Gewalt aufgerufen wird (<https://www.bpb.de/252396/was-ist-hate-speech>).

Cyber-Mobbing: „Unter Cyber-Mobbing (Synonym zu Cyber-Bullying) versteht man das absichtliche Beleidigen, Bedrohen, Bloßstellen oder Belästigen anderer mithilfe von Internet- und Mobilfunkdiensten über einen längeren Zeitraum hinweg.“ (<https://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/cyber-mobbing/cyber-mobbing-was-ist-das/>).

(dem Opfer nicht in die Augen sehen zu müssen), noch wesentlich schlimmer ausfallen, als in der Offlinewelt. Ein Effekt, der auch „**Online-Enthemmungseffekt**“ genannt wird. Einige Opfer von beispielsweise Cyber-Mobbing berichten unter anderem über höhere soziale Angst, Traurigkeit, Wut, Minderwertigkeitsgefühle, Depressivität bis hin zu suizidalen Gedanken (Diefenbach & Ullrich, 2016). Auch das so genannte „**Doxxing**“ (engl.: dox, Abkürzung für documents), bei dem persönliche Daten in bösartiger Absicht ins Netz gestellt werden, stellt nicht nur einen Eingriff in die Privatsphäre dar, sondern wird häufig genutzt, um eine Person bloßzustellen und häufig weiteren Angriffen auch in der Offlinewelt auszusetzen. Auch Phänomene wie „**Cyberstalking**“, **ungewünschte Kontaktaufnahmen**, „**Revenge-Porn**“, „**Upskirting**“ (engl. unter den Rock blicken, z.B. Fotos aus Intimbereichen) und viele weitere können Grundlage negativer Emotionen und im Allgemeinen unerwünschter Konsequenzen für Nutzer*innen sein. Insgesamt lassen sich diese Phänomene unter dem Überbegriff „**Digitale Gewalt**“ zusammenfassen.

Wie bereits erwähnt, vereinfachen soziale Medien aufgrund ihrer Beschaffenheit diese Formen der Gewalt gegenüber der Offlinewelt, unter anderem aufgrund der Anonymität. Allerdings handelt es sich bei den grundlegenden Phänomenen nicht um ausschließlich online zu erfahrende Phänomene. Da die so entstehenden Daten (bsp. Hass-Texte) im Internet zudem nur schwer gelöscht werden können („Das Internet vergisst nicht“), ergeben sich häufig, auch noch lange nach den eigentlichen Angriffen andauernde, Probleme für die Opfer solcher Attacken. Deshalb ist es von höchster Bedeutung, die Mechanismen, die zu „Digitaler Gewalt“ führen zu untersuchen, zu verstehen und darauf aufbauend Umgangs- und Lösungswege zu erarbeiten.

Zuletzt beschreibt das Phänomen „**Normalisation of the Weirdo**“ die Möglichkeit, über soziale Medien sehr einfach Bekanntschaften zu zahlreichen (auch räumlich entfernten) Personen zu schließen, die die gleichen Interessen haben (zusätzlich besteht ein Zusammenhang mit den weiter unten eingeführten „**Echokammern**“ / „**Filterblasen**“). So finden sich auch Personen mit seltenen, seltsamen oder sogar schädlichen Interessen in einer Interessensgemeinschaft. Das Vorhandensein einer solchen Gemeinschaft führt zu der Wahrnehmung, das eigentlich schädliche Interesse sei normal. Dies kann wiederum zu einer Verstärkung schädlicher Interessen führen (siehe soziale Gruppen wie „Pro Ana“, die sich positiv über Anorexie äußern).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die sozialen Gruppen, die sich auf sozialen Medien formieren, immense Macht haben. Sie können Nutzer*innen positiv beeinflussen (zum Beispiel durch soziale Unterstützung), aber auch negativ. So zeigt sich, dass gerade das Gefühl der Zugehörigkeit wichtig ist, um positive Konsequenzen der Nutzung sozialer Medien hervorzurufen.

Neben den bisher eher negativen Aspekten und Folgen auf das Wohlbefinden einzelner Personen, bieten sich zudem auch mehrere Perspektiven an, aus welchen Maßnahmen zur Verbesserung des Wohlbefindens angestoßen werden können. Unter anderem die gesellschaftliche Perspektive, wobei

die Frage gestellt werden muss, was Entscheidungsträger aus Politik und Wirtschaft diesbezüglich unternehmen können, wie zum Beispiel um Cyber-Mobbing zu verhindern. Des Weiteren bietet sich in der individuellen Perspektive an, darüber nachzudenken, was ein jede einzelne Person tun kann, um im digitalen Zeitalter sein eigenes Wohlbefinden und Gesundheit zu erhalten. Mögliches Themengebiet kann hier zum Beispiel sein, wie eine Struktur im digitalen Alltag geschaffen werden kann, um Zeiten auf sozialen Medien zu regulieren, um beispielsweise ausreichend Schlaf zu finden und ungestörte Arbeitszeiten (siehe auch Punkt „Übernutzung / Overuse“) zu generieren.

WERTEPERSPEKTIVE (II): Soziale Medien und Demokratiefähigkeit

Demokratierelevante Aspekte aus der Sicht einzelner Bürger

Unter Demokratie verstehen wir ein Regelungssystem der Gesellschaft, in dem die

gesetzlichen, verfassungsmäßigen Grundsätze und Vorschriften, politische Ordnungen oder politische Systeme, die Macht und Verfügungsbefugnisse (gewählter) politischer Akteure durch die (Wahl-)Stimmen der Bürger*innen und die Beteiligung der Bürger*innen an politischen Prozessen (wie der Teilhabe an Parlamenten) bestimmt werden. Es gibt verschiedene Formen von Demokratie (z.B.

direkte oder Basisdemokratien, repräsentative Demokratie, etc.). Im Rahmen des Projekts DiDaT wird das (sich in seinen gesetzlichen und konstitutionellen Grundlagen fortlaufend modifizierende) demokratische System Deutschlands als ein sensibles Subsystem Deutschlands und als ein Schutzgut begriffen (Renn & Scholz, 2019). Diese Aussage ist auch vor dem Hintergrund von Interesse, dass nach gängigen Demokratieindizes nur etwa knapp 5% der Weltbevölkerung in als voll demokratisch klassifizierten Staaten leben. Weitere knapp 45% leben in einer unvollständigen Demokratie (The Economist Intelligence Unit, 2016).

Betrachtet man den einzelnen Menschen, so gibt es eine Reihe von (normativen) Merkmalen, welche die Demokratiefähigkeit des/der Einzelnen (May, 2007) beschreiben. Dazu gehören, dass es etwa über die „Gleichheit der Stimmen aller Bürger*innen“ eine Gleichberechtigung für jeden Beteiligte*n an politischen Prozessen gibt. Darüber hinaus besteht die Freiheit auf Meinungsäußerung (auch im Politischen) und damit ist die Meinung Anderer (sofern diese sich im Gesetzesrahmen bewegt) erlaubt. Zwischen Meinungsfreiheit und gesetzlichen Regeln (etwa dem Grundgesetz oder den Menschenrechten) ist es etwa bei Tötungsaufrufen in den sozialen Medien zu schwierigen und kontrovers diskutierten Urteilen in Deutschland gekommen (siehe etwa Mascolo & Steinke (2019)). Das angemessene, unverfälschte „Informiert-Sein“ („*the right to know*“) kann als ein Grundrecht der Demokratie begriffen werden. Aus der Sicht des/der Einzelnen wird die Vertrauenswürdigkeit der Information, und somit der Daten, durch den Erfahrungsraum soziale Medien in grundsätzlicher (also sowohl ontogenetisch wie phylogenetisch) Weise in Frage gestellt.

Eine Demokratie ist zudem gekennzeichnet durch deliberative, diskursive Prozesse (Renn, Deuschle, Jäger, & Weimer-Jehle, 2007) (siehe auch Habermas (1998)), die Anerkennung der Andersartigkeit (der Meinungen und Forderungen) Anderer, das Akzeptieren von Mehrheitsentscheidungen sowie Kompromisse und Abwägungs- und Verhandlungsprozesse (um Mehrheiten zu erlangen).

Der Übergang von den *klassischen Massenmedien* zur Informationsbeschaffung und deren zentraler Aufgabe der nachrichtlichen Informationsbereitstellung stellt eine Verschiebung des Agenda-Settings (also der Auswahl von Informationen) dar. Diese wurde bei den Massenmedien durch die Redaktionen/Journalist*innen („Gate-Keeper-Funktion“) ausgeführt. In den sozialen Medien hingegen gibt es eine Vielzahl von professionellen Anbietern sowie mehr oder weniger aktive nichtprofessionelle Nutzer*innen, die Informationen erzeugen („mass-self communication“). Hinzu kommen die Personalisierungsfunktionen (bezogen auf Priorisierung, Streichung, etc.) der Anbieter von sozialen Medien oder Netzwerken.

Die Wirkung sozialer Medien ist umstritten. Positive Stimmen betrachten soziale Medien als einen Katalysator für demokratische Prozesse, indem sie das „*Bürger-Sein*“⁶ (Vortkamp, 2013) ermöglichen. In der Rolle des „Bürger-Sein“ werden individualistische und egoistische Partikularinteressen mit sozialen Motivationen und einer Orientierung am Gemeinwohl verbunden. Um dies zu ermöglichen, braucht es institutionalisierte Räume politischer Beteiligungsmöglichkeiten, und sozialer Mitwirkung und Einflussnahmen, die über den vierjährigen Urnengang hinausgehen. Darüber hinaus ermöglichen soziale Medien neue Formen von Partizipation und kollektivem politischem Handeln: Online Bürgerbewegungen, Petitionen, Crowdfunding, oder Proteste. Eine Frage ist, inwiefern soziale Medien diesen institutionalisierten Raum bieten oder selbst bereits eine aktive Rolle in demokratischen und sozialen Prozessen spielen. Es stellt sich die Frage, welche Auswirkungen auf die Demokratiefähigkeit das Systemdesign von sozialen Medien (welche daten- und algorithmensbasierten Informationen werden verwendet?) und Prozesse wie *Microtargeting* oder der Einsatz von *Social Bots* haben. Diese werden in Box 3 beschrieben.

Zusammenfassend können wir folgern, dass in sozialen Medien Informationen mit

⁶ Vortkamp, Wolfgang, *Forschungsjournal Soziale Bewegungen* (2016), 26(1), pp. 117-120

„unkontrollierter“ Breite und Güte vermittelt werden. Diese Informationen unterliegen teilweise nicht nachvollziehbaren Verzerrungen, Verdrehungen und Fälschungen. Dies kann zu Werbezwecken, politischer, religiöser und anderweitiger Propaganda, Mobilisierung und Demobilisierung bezogen auf Wahlen und auf politische Prozesse dienen. Solche Informationen kommen zum großen Teil aus Quellen, deren Ursprünge nicht nachvollziehbar sind. Hinzu kommen Verstärkungsprozesse, welche unter

anderem bedingt sind durch sogenannte „**Filterblasen**“ (durch Algorithmen geschaffene personalisierte Darbietung von Informationen im Internet), „**Echokammern**“ (man bekommt nur bestimmte, potenziell zu seinen Einstellungen passende, Informationen wiederholt dargeboten) oder „**Political Social Bots**“, welche in subtiler (unbemerkt) und sublimen (unbewusst) Form die Herausbildung bestimmter Meinungen gezielt beeinflussen. Dies ist eine der Komponenten der „**Political Surveillance Society**“.

Box 3: Mechanismen auf sozialen Medien mit Einfluss auf Demokratiefähigkeit

Viele Mechanismen bestehen auf dem Prinzip der „**Individualisierung**“ / „**Personalisierung**“ der gelieferten Informationen. Mittels Algorithmen erzeugen soziale Medien, aber auch andere Internetakteure, „**Filterblasen**“ (dies sind durch solche Algorithmen gefilterte Informationspräsentationen). Auch eine digitale „**Echokammer**“ (Umgebung, in der bestimmte Informationen, die potenziell zu der eigenen Einstellung passen, wie ein Echo immer wiedergegeben werden) kann durch Personalisierung entstehen. Mittels des Verhaltens und des Wahrnehmens von Informationen durch das Individuum lernt der Algorithmus den/die Einzelne*n kennen und schlussfolgert, welche Informationen dieses Individuum am meisten ansprechen, also in seiner/ihrer Meinung bestätigen. Algorithmen innerhalb sozialer Medien filtern daraufhin alle vorhandenen Informationen (Daten) und zeigen jedem Individuum vor allem das, was für das entsprechende Individuum als passend eingeschätzt wird. Dadurch wird das Medium selbst zum Gate-Keeper und der Algorithmus zum Analysewerkzeug. Durch die selektive Informationspräsentation kann es zu einer Verstärkung des „**Confirmation Bias**“ (Interpretation von Informationen, sodass diese in das bestehende Weltbild passen) kommen. Durch das digitale Echo einer Meinung, ohne alternative Informationen zur Verfügung zu stellen, entsteht somit eine Verzerrung der wahrgenommenen Realität („**Reality Shift**“). Aus diesem Wandlungsprozess könnte somit eine Reduktion von Vielfalt in der Meinungsbildung und -äußerung („**silencing personal opinion**“) resultieren, mit allen sich daraus ergebenden demokratiepolitischen Konsequenzen. Auch interpersonelle Kommunikation (siehe (ii)) wird durch diese Prozesse erschwert.

Die voranschreitende „**Dataifizierung**“ kann dabei nicht nur zu einer verstärkten Kommerzialisierung von Lebensbereichen führen. Regelmäßig wird über Datenschutzverletzungen in den sozialen Medien berichtet. Skandale wie der um Cambridge Analytica führen großen Bevölkerungsteilen regelmäßig vor Augen, dass das Individuum nicht mehr nur real, sondern auch digital existiert. Zudem wird deutlich, dass diese digitale Existenz zu analysierten Schlussfolgerungen von sozialen Medien und sonstigen Interessensträgern führen kann. Auf diesen Schlussfolgerungen folgen dann wieder weitere Handlungen, die das Individuum betreffen (personalisierte Werbung, Meinungsbeeinflussung, etc). Das Wissen um diese Mechanismen kann ein permanentes Gefühl von Überwachung hervorrufen, welches zu einer Abschreckung („**Chilling Effekt**“) führen kann, bei welcher auf eine Meinungsäußerung zunehmend verzichtet wird. Dadurch soll vermieden werden, Verantwortung für negative Folgen übernehmen zu müssen. Somit führt dies zu einer Selbstzensur der Meinungs- bzw. Kommunikationsfreiheit, was eine demokratiepolitisch sensible Wirkung darstellt. Interessant sind ebenfalls „**Chilling effects on speech**“ durch algorithmische Entscheidungen.

Zusätzlich und wie oben bereits kurz erwähnt, sind mögliche politische und kommerzielle Manipulationen zu beachten, die – personalisiert und durch „**Microtargeting**“ und „**Social Bots**“ unterstützt – von Interessengruppen außerhalb der Plattformanbieter und deren Algorithmen verwendet werden. Eine Vielzahl von Anbietern in den sozialen Medien ermöglicht das zielgerichtete Ausspielen von Botschaften an genau (über Algorithmen) definierte Zielgruppen gegen Bezahlung. So kann bereits länger praktiziertes „**Microtargeting**“ effizient in sozialen Medien fortgesetzt werden. Unter Zuhilfenahme von „**Social Bots**“ kann darüber hinaus viel häufiger und intensiver mit der gewünschten Zielgruppe in Kontakt getreten werden. In diesem Zusammenhang sind auch die Überwachung politischer und wirtschaftlicher Prozesse zu diskutieren (siehe (Zuboff, 2019); etwa, wenn Daten an Geheimdienste weitergeleitet werden).

Zusätzlich ist auch die Problematik zunehmender gezielter Desinformation, auch als „**Fake News**“ diskutiert, zu beachten. Hier werden zwei Faktoren kombiniert: Das angenommene Einordnen von Individuen in „**Filterblasen**“ / „**Echokammern**“, in welche dann zielgruppengenau externer, bezahlter (manipulierter) Inhalt gespielt werden kann. Dies unterwandert tendenziell die Entscheidungsfähigkeit des/der Einzelnen. Für die jeweiligen Nutzer*innen verstärkt sich durch die Vielzahl von gleichen Inhalten der **Confirmation Bias**.

3. Auswahl Stakeholder und Wissenschaftler*innen - Welche Kompetenzen aus Wissenschaft und Praxis sind für das Verständnis von „Unseens“ und den Umgang mit Folgen besonders relevant?

Um zu einer Auswahl von Repräsentant*innen von Stakeholdergruppen zu kommen, welche Verursacher*innen sind, oder auch das Wissen, die Betroffenheit sowie die Regulationsfähigkeiten von und durch Stakeholdergruppen hinreichend repräsentieren, und in das Projekt DiDaT einzubringen, gehen wir wie folgt vor:

Wir bestimmen in einem ersten Schritt wesentliche Auswirkungen von den oben aufgeführten Mechanismen. Der bisherigen Unterteilung folgend unterscheiden wir in einem zweiten Schritt zwischen Stakeholdern aus den Bereichen (i) (psychisches) Wohlbefinden und Gesundheit und (ii) Aspekte, die die Demokratiefähigkeit betreffen:

Tabelle 2: Vulnerabilitäts/Unseen x Stakeholder Tabelle

		Stakeholder								
		Betroffene			Verursacher			Regulatoren		
Digitale Bedrohungen durch soziale Medien	Übernutzung	„Unregulierte“ soziale Medien-Nutzer	Soziales Umfeld Betroffener	Berufliches Umfeld Betroffener	Deutsche Internetkultur	Social Media Provider		Therapeuten	„LFK“	
	Digitale Gewalt Hate-Speech Cyber-Trolling Cyber-Mobbing Cyber-Stalking ...	Opieler	Soziales Umfeld der Opieler		Täter			Social Media Provider	Gesetzgeber	Therapeuten
		Reality-Shift	Jeder Nutzer von sozialen Medien	„Dumme“ Löschesistente		Deutsche Internetgemeinschaft und -kultur	Social Media Provider	Politische, wirtschaftliche Akteure und Influencer	Politik und Gesetzgeber	Das geschulte Individuum (Bildungsämter)
		(digitale soziale Kompetenzen)								
Auswirkungen	Wohlbefinden und Gesundheit									
	Demokratiefähigkeit									

4. Methodische Überlegungen zur Unterstützung von Kernaussagen

Aufgrund der Komplexität und der Vielzahl der Untersuchungen sehen wir verschiedene begleitende Forschungsvorhaben als sinnvoll an.

- Survey: Literatur- und Dokumenten-recherche zu Strukturierungen von („unerwünschten“) Wirkungen und Vulnerabilitäten und Ihrer Prozesse aus Nutzung sozialer Medien und Erstellung eines graphischen Gesamtbildes
- Bewertung: Erhebung der als kritisch betrachteten Auswirkungen und Vulnerabilitäten (unter den Stakeholder-

gruppen) zu besseren Gestaltung des öffentlichen Diskurses und Priorisierung der Wirkungen und beschriebenen Maßnahmen.

- Vertiefende Forschung: Untersuchung der Mechanismen von Anbietern sozialer Medien zur Steigerung der Nutzung → Welche Mechanismen wirken unter welchen Bedingungen (v.a. persönliche Voraussetzungen, bspw. (epi-)genetische Variablen) in welcher Art und Weise?
- Vertiefende Forschung: Was sind die Marktmechanismen des Datenverkaufs?

Wie üblich werden wir bei den Beziehungen verschiedene Dimensionen unterscheiden, wie Wissen, Betroffenheit, Verantwortbarkeit, Interessen, etc. Dies dient sicherzustellen, dass die

wesentlichen Stakeholdergruppen einbezogen werden und wesentlichen Aspekte betrachtet werden.

5. Erwartete Ergebnisse und Folgeinitiativen

Wie erwarten, dass im Weißbuch für den Bereich soziale Medien die wesentlichen Prozesse und Auswirkungen von sozialen Medien, welche Einflüsse auf die Gesundheit und das (psychische) Wohlbefinden sowie die Demokratiefähigkeit haben dargelegt werden, die prototypischen Prozesse und Auswirkungen, die diesen negativen

Wirkungen unterliegen, anhand von Beispielen beschrieben werden und soziale Orientierungen sowie soziotechnische Innovationen beschrieben werden, um resiliente individuelle und gesellschaftliche Systeme zu schaffen, um psychische und psychosomatische Gesundheit zu sichern und die Demokratiefähigkeit zu sichern.

Referenzen

Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current Opinion in Psychology*, 9, 44–49. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.006>

Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524–538. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542>

Brand, M., Young, K. S., Laier, C., Wölfling, K., & Potenza, M. N. (2016). Integrating psychological and neurobiological considerations regarding the development and maintenance of specific Internet-use disorders: An Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution (I-PACE) model. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 71, 252–266. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2016.08.033>

Brooks, S. (2015). Does personal social media usage affect efficiency and well-being? *Computers in Human Behavior*, 46, 26–37. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.053>

Büchi, M., Festic, N., & Latzer, M. (2018). How social well-being is affected by digital inequalities. *International Journal of Communication*, 12(0), 21.

Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>

Diefenbach, S., & Ullrich, D. (2016). *Digitale Depression. Wie neue Medien unser Glücksempfinden verändern*. Retrieved from <https://www.m-vg.de/mvg/shop/article/6472-digitale-depression/>

Gosh, D., & Scott, B. (2018). *Digital deceit: The technologies behind precision propaganda on the Internet*. Retrieved from <https://www.newamerica.org/public-interest-technology/policy-papers/digitaldeceit/>

Habermas, J. (1998). *Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats* (1.). Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Howard, P. N., & Parks, M. R. (2012). Social media and political change: Capacity, constraint, and consequence. *Journal of Communication*, 62(2), 359–362. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01626.x>

Mascolo, G., & Steinke, R. (2019, September 27). Gefährliche Rede. Was man noch sagen darf. Und was man noch nie sagen durfte: Wo verläuft die Grenze zwischen Hass und Meinungsfreiheit? Und wer soll entscheiden, was bestraft wird?



Süddeutsche Zeitung, p. 12.

May, M. (2007). *Demokratiefähigkeit und Bürgerkompetenzen: Kompetenztheoretische und normative Grundlagen der politischen Bildung* (Vol. 26). Berlin: Springer.

Renn, O., Deuschle, J., Jäger, A., & Weimer-Jehle, W. (Eds.). (2007). Diskursive Verfahren zur Lösung von Ziel- und Transformationskonflikten. In *Leitbild Nachhaltigkeit: Eine normativ-funktionale Konzeption und ihre Umsetzung* (pp. 169–187). https://doi.org/10.1007/978-3-531-90495-5_7

Renn, O., & Scholz, R. W. (2019). *Gegenstand, Ziele, und Methodik des Projekts DiDaT*. 16.

The Economist Intelligence Unit. (2016). *Democracy Index 2016. Revenge of the “deplorables”*. Retrieved from The Economist website: <http://www.eiu.com/home.aspx>

Vortkamp, W. (2013). Wozu braucht die repräsentative Demokratie die Bürger? *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, 26(1). <https://doi.org/10.1515/fjsb-2013-0104>

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for the future at the new frontier of power*. New York: Profile Books.