



4. Veranstaltung

Digitale Demokratie: Fake News oder Good News?

Während die traditionellen Medien ihre Rolle als „4. Gewalt“ im Meinungsbildungsprozess sukzessive verlieren und den notwendigen Faktencheck nicht mehr gewährleisten können, verlieren auch Parteien gegenüber Bewegungen, die mittels sozialer Netzwerke mobilisieren. Gleichzeitig bietet die Digitalisierung für Parteien, Politiker/innen und Interessenvertreter neue Aktionsformen in der politischen Kommunikation. **Die sozialen Medien bilden heute unverzichtbare Plattformen im Meinungsbildungsprozess.** Kandidierende und Gewählte profilieren sich in personalisierten Wahlkämpfen. Kampagnen werden dank identifizierbaren „gläsernen Bürgern“ massgeschneidert entwickelt und orchestriert. Die Mobilisierung von Bürgern mit e-Collecting, e-Mails, Whatsapp-Versänden oder digitalisierten Telefonlisten ist Realität.

Die Risiken? Fake News, Manipulation, Demagogie, Hetze und Verschwörungstheorien: die Büchse der Pandora scheint geöffnet. Das Vertrauen in digitale Instrumente im demokratischen Meinungsbildungs-Prozess ist spätestens seit den Skandalen um die Rolle von Twitter oder Facebook in den US-Präsidentenwahlen, mit Cambridge Analytica, beim Brexit oder bei den Protesten der «gilets jaunes» angeschlagen. Die Digitalisierung bietet aber auch Chancen für die Demokratie, so stellt sich u.a. die Frage, ob die sozialen Medien einen höheren Partizipationsgrad der Bevölkerung ermöglichen.

Die Digitalisierung fordert die Demokratie heraus

Referat von Prof. Dr. Fabrizio Gilardi, Universität Zürich, Institut für Politikwissenschaft, Leiter Projekt «Digital Democracy»

Die Digitalisierung verändert, wie wir...

1. ...mit der öffentlichen Verwaltung interagieren

Das e-Government soll uns den Verkehr mit den Behörden erleichtern. Wir können zum Beispiel die Steuererklärung online einreichen, und einige Kantone bieten die Möglichkeit an, den Wohnortwechsel elektronisch zu melden (<https://www.eumzug.swiss>). Die Angebote der SBB mit dem Swisspass und der Billettkauf via Apps sind für Kunden/Kundinnen praktisch, komplizieren aber durch das Ablesen der Ausweise und i-Phones die Fahrscheinkontrolle. Nur zögerlich bieten Behörden ihre Dienste elektronisch an. Der direkte Kontakt nimmt ab und es besteht dabei die Gefahr, dass Leute ohne Netzkontakt benachteiligt werden. Und **wenn wir uns fragen, wohin unsere Daten überall hingehen, bleibt ein ungutes Gefühl zurück.** Einige User befürchten gar, dass Geräte eines chinesischen Herstellers im Geheimen Daten rückübermitteln.

2. ...an der Politik teilnehmen

In der Diskussion steht im Moment e-Voting im Vordergrund, es ist aber kein Kernelement der digitalen Demokratie. **Hinweis:** e-Voting ist das Thema der nächsten Veranstaltung der NHG Bern vom 19. März 2019. Unterschriftensammlungen für Initiativen und Referenden werden bereits im Netz lanciert, vorläufig müssen wir den Unterschriften wegen die Sammelbogen noch ausdrucken. Beispiel: <https://wecollect.ch>. Die Gefahr, dass sich bei e-Government Hacker einmischen, ist (noch) nicht gebannt. Dass sich bei uns eine Cyber-Politik entwickelt, ist Zukunftsmusik. Die Direkte Demokratie ist ein starker Gegenspieler.

3. ...uns politische Meinungen bilden

Am Beispiel der Präsidentenwahlen in den USA zeigte sich, dass die jeweiligen Anhänger/innen von Trump oder Clinton in einer eigenen Blase, in parallelen Welten lebten. Trumps Wahl wurde dank der Digitalisierung, u.a. durch den Einsatz von Fake News (FN) möglich.

Die Forschung in der Schweiz zur Meinungsbildung via elektronische Medien ist erst im Anlaufen, an der Uni Zürich im **Projekt «Digital Democracy»** <https://digdemlab.github.io>. Es hat am Beispiel der Selbstbestimmungsinitiative (SBI) erste Untersuchungen durchgeführt:

In 2'500 Twitterprofilen wurden 750'000 Tweeds, davon 63'000 zur SBI ausgewertet. Im letzten Monat vor der Abstimmung betrafen etwa die Hälfte aller politischen Voten die SBI. Die SBI-Gegner waren deutlich aktiver im Twittern als ihre Befürworter. Der stärkste **Antreiber war die SRF-Arena!** Es zeigte sich, dass eine öffentliche Fernsehsendung die online-Diskussion befeuern kann. Gilardi sieht in der Schweiz kein Problem mit FN. Allerdings ist in politischer Information nicht immer klar, wo die Grenzen zu FN liegen.

Was sagt die Forschung dazu?

Die folgenden Angaben stützen sich auf Untersuchung zur Präsidentenwahl 2016 in den USA. Sie basieren auf ausgewählten Webseiten, die die häufigsten Quellen der FN sind.

1. Wer liest Fake News?

Trotzdem die Diskussion über FN vor allem in den analogen Medien viel Platz einnimmt, zeigt sich, dass nur wenige Leute sie verbreiten: 0,1% der Nutzer haben 80% der FN geteilt. Nur knapp 10% der Bevölkerung haben im USA-Wahlkampf FN gelesen und geglaubt. FN werden überwiegend von konservativ orientierten, älteren Menschen gelesen und geteilt, überwiegend von Trump-Anhängern (so auch im Halbzeitwahlkampf 2018).

Fake News sind kein Massenphänomen, sie konzentrieren sich auf eine kleine Minderheit.

2. Wo werden Fake News gelesen?

FN stammen aus wenigen Quellen, sie werden dann aber in Zeitungen und in TV-Diskussionen breit diskutiert. Auf Twitter lesen sie vor allem, wie oben erwähnt, ältere Republikaner, die politische News mögen. Auf Facebook wurden nur ganz selten FN geteilt, und wenn, dann auch hier von Konservativen. Senioren 65+ teilten siebenmal mehr FN als 18 – 25 Jährige! Auf Facebook haben FN seit 2017 abgenommen, nicht aber auf Twitter. In der letzten Zeit hat sich ihr Schwerpunkt zu Google hin verschoben.

Fazit

1. Die Digitale Demokratie ist ein vielfältiges Phänomen, mehr als nur e-Voting, mehr als nur Fake News
2. Die Forschung zu Fake News relativiert ihre Bedeutung
3. Es gibt kaum Forschung zur Schweiz, „Digital Democracy Lab“ will das ändern

Podiumsdiskussion

Lena Frank (F), NR-Kandidatin Grüne Wahlen 2019, Stadträtin Biel, Vize-Präsidentin Grüne Kanton Bern
Dimitri Rougy (R), NR-Kandidat SP/JUSO Wahlen 2019, Campaigner Referendum gegen Sozialhilfedetektive
Alexandre Schmidt (S), NR-Kandidat FDP Wahlen 2019, alt-Gemeinderat Stadt Bern

Moderation Christoph Lenz, Bundeshauskorrespondent der Redaktion Tamedia

Der Moderator stellte seine Fragen gezielt an die einzelnen Podiumsgäste.

War der Einfluss von FN gross bei der Wahl von Trump?

Gilardi: Trump wurde nicht nur wegen des Internets gewählt. Allerdings sind in den Forschungsergebnissen, die ich im Referat vorgestellt habe, die Verbreitung der FN über Zeitungen und TV-Stationen nicht berücksichtigt worden.

Wie hat Ihr Engagement für das Referendum gegen Sozialdetektive angefangen?

R: Wir klagten gegen Falschinformationen im Abstimmungsbüchlein, nicht gegen angebliche FN. Es war schwierig, weil wir als Gegner viel weniger Leute erreichen konnten, als der Staat mit den Abstimmungsunterlagen.

Sie waren früher Mitarbeiter von BR Merz. Hat der Bund über die Unternehmens-Steuerreform falsch informiert?

S: Die Kommunikation der Behörden mit dem Volk wird sehr ernst genommen, das hat nichts mit dem jeweiligen Bundesrat zu tun. Dass Fehler passieren, ist die grosse Ausnahme. Heute ist es leider üblich, jede Behörden-Information zu kritisieren.

Nachfrage: Haben die Behörden nicht ganz allgemein an Einfluss verloren?

Nein, der Glaube an offizielle Informationen ist immer noch sehr gross. Aber alles läuft heute viel schneller ab, früher war der BR passiver.

„Wahrheit“ ist ein fluider Begriff geworden. Wer hat in der Politik die Deutungshoheit?

F: Für jede Kampagne muss ein neuer Ansatz gefunden werden, weil man auffallen will. Heute haben auch NGOs Leute, die nur für Kampagnen arbeiten. Facebook-Debatten laufen „offen“, weil das Gegenüber nicht bekannt ist. Die Frustrationsgrenze ist dort klein, die Leute greifen rascher an. In der Lokalpolitik sind eher noch faire, echte Debatten möglich.

Der Moderator hakt nach: Wie hat das Referendum gegen die Sozialdetektive begonnen?

R: Ein Artikel im Tagesanzeiger aktivierte Sibylle Berg, sie rief auf zu einem Referendum. Ich meldete mich, und wir entwickelten das Konzept, 10'000 Leute zu suchen, die sich verpflichteten, je 5 Unterschriften zu sammeln. Das lief alles ohne Papier, nur über e-Mails. Dank der Unterstützung der JUSO gelang unser Vorhaben. Ich erlebte, dass in unserer Kampagne rasch „analoge“ Versammlungen verlangt wurden, viel lief via Post. Unterstützt wurden wir vor allem von Leuten zwischen 45 und 70 Jahren.

Wieso ist die „analoge Welt“ immer noch so wichtig?

R: Ich sehe keine Gesetzmässigkeit, welches Vorgehen Erfolg hat. Gesetzesvorlagen sind meist trocken und langweilig. Wenn man einfach und plakativ entgegenen will, geht das analog besser.

Gilardi: Ich selber lebe mit Twitter eher in einer „Filterblase“. Die Trennung von online und offline ist schwierig (Beispiel: Wirkung der „Arena“ der SRF). Die e-Welt hat einen quantitativen Sprung gebracht: Früher wurden Leserbriefe von den Zeitungen selektioniert, heute ist online alles möglich.

Wie hat der Zugang zu Facebook Ihre politische Arbeit beeinflusst?

S: Ich bin dank des e-Weges nicht mehr nur auf Journalisten angewiesen und vermute, dass ich jeden Tag über Facebook etwa 1'000 Leute erreiche. Diese Follower können Multiplikatoren sein. Weil sich die briefliche Abstimmung über 3 – 4 Wochen erstreckt, beeinflusst ein einzelnes Ereignis das Stimmverhalten nicht stark, über die sozialen Medien geht das leichter. Wenn mir etwas wichtig ist, informiere ich über Facebook und zugleich Zeitungen.

Im letzten Wahlkampf waren sie während einer Stunde pro Tag über Ihr „Frankophon“ erreichbar. Hat sich dieser Einsatz gelohnt?

F: Angerufen hat kaum jemand, aber dank dieses Angebotes sind die Diskussionen via Facebook gut gelaufen.

Nachfrage: Wie setzen Sie welche Kanäle ein?

F: Über Facebook habe ich die grösste Reichweite, Twitter benütze ich, weil die Journalisten sich dort informieren. Instagram ist eher ein Hobby für mich. Ich fotografiere gern und kann dort meine Bilder platzieren. Zudem weiss ich, wer hier mein Vis-à-vis ist. Mir sind aber persönliche Kontakte am Wichtigsten, die brauche ich.

Fragen aus dem Publikum

- *Führt die Digitalisierung dazu, dass sich mehr Leute politisch engagieren?*

Gilardi: Die Forschung zeigt, dass die Leute, die sich in den sozialen Medien bewegen, nicht repräsentativ für den Durchschnitt der Bevölkerung sind. Wenn man Daten nur online erfasst, entstehen leicht Verzerrungen. Um mehr Klarheit zu schaffen, müsste man besondere Angebote und Versuche starten.

S: Dort, wo die Jungen sich bewegen, sind die Politiker noch lange nicht!

F: Biel revidiert zurzeit die Stadtordnung. Die Behörden versuchten, die sozialen Medien einzusetzen und mit „Influenzern“ zu arbeiten. Das funktionierte aber nicht.

- *Gibt es einen digitalen Graben, werden Leute ausgegrenzt?*

S: Die sozialen Medien sind eine Ergänzung, sie bieten zusätzliche Möglichkeiten, sie ersetzen nicht die alte, analoge Kommunikation.

Gilardi: Ich kann das bestätigen, online-Angebote sind nicht exklusiv, sie bringen zusätzliche Angebote. Beispiele: Ausfüllen der Steuererklärung, Adressänderungen.

- *Welche Wirkung haben die sozialen Medien auf die Parteien, die Parteiarbeit?*

R: Der persönliche Kontakt bleibt wichtig. Die Telefonkampagne der SP vor den letzten Wahlen hatte Erfolg, nun will auch die FDP die Wähler/innen für die Wahlen im Herbst per Telefon mobilisieren. Erstaunlicherweise zeigen ebenfalls Plakate und Flyer noch immer grosse Wirkung.

F: Neben den Kontakten ist das Geld sehr wichtig, das Parteien in eine Wahl- oder Abstimmungskampagne stecken können. Die Höhe der finanziellen Unterstützung und die grossen Spender sind aber noch immer ein Tabu.

Gilardi: Ja, das ist eine Dunkelkammer. Früher konnte man auf Grund der Inserate, Plakate und Flugblätter ungefähr abschätzen, wie viel Parteien investierten. Mit den Kampagnen in den sozialen Medien ist heute noch weniger klar, wer wie viel einsetzt. Auch wir in der Forschung wüssten gerne Genaueres.