Angriff der Algorithmen – Wahlmanipulation im Internet

Lisa-Maria Neudert

Impulsvortrag im Rahmen der FES-Veranstaltung denkraum_medien „(DES)INFORMATION?! Politische Meinungs- & Willensbildung in sozialen Netzwerken“, in Köln am 08. Juni 2017.

Im vergangenen Jahr war das Internet wiederholt Schauplatz digitaler Angriffe auf die freie Meinungsbildung. Die britischen Parteien setzten bei der Parlamentswahl 2017 hochpersonalisierte Werbealgorithmen auf Facebook ein. Automatisierte Meinungsroboter verbreiteten auf sozialen Medien ‚Leaks' rund um Emmanuel Macron. Russland wird beschuldigt die US Wahlen 2016 durch Hackerangriffe und Fake News beeinflusst zu haben. In Deutschland wächst die Sorge, dass durch Online-Propaganda die kommenden Bundestagswahlen beeinflusst werden könnten. Kanzlerin Angela Merkel warnte im November 2016 den Bundestag davor, dass „Meinungsbildung heute grundsätzlich anders erfolgt“, wobei „Fake Seiten, Bots, [und] Trolle Meinungsbilder verfälschen“.

Tatsächlich häufen sich auch in Deutschland Fälle von digitaler Manipulation: Fake News kursierten im Zusammenhang mit dem Selfie eines Flüchtlings mit Kanzlerin Merkel. Netzwerke von automatisierten Accounts im Zusammenhang mit der AfD wurden auf Facebook entdeckt. Nach dem Anschlag auf dem Berliner Weihnachtsmarkt verbreiteten Meinungsroboter fremdenfeindliche Hass-Botschaften auf Twitter. In unserer Forschung zu den Bundespräsidentenwahl 2017, konnten wir Social Bot Aktivität und einen Fake News Anteil von rund 20% aller Nachrichteninhalte nachweisen.

Nachfolgend möchte ich grundlegende Strategien von automatisierter Propaganda im Netz vorstellen. Anschließend werde ich unsere Forschungsergebnisse zu digitaler Meinungsmache während der Landtagswahlen in Nordrhein-Westfalen diskutieren. Ich schließe mit einer Einschätzung zu den Gefahren für die Bundestagswahlen 2017 ab und gebe Empfehlungen wie sich Bürger_innen vor Angriffen auf die freie Meinungsbildung im Internet schützen können.

Was ist automatisierte Meinungsmache?

Als automatisierte Meinungsmache (Englisch: „Computational Propaganda“) bezeichnet man Computer-Programme, die im Internet die öffentliche Meinung beeinflussen. Sowohl Staaten und politische Akteure, als auch Unternehmen oder private Aktivisten haben bereits solche Algorithmen genutzt, um Bürger_innen zu mobilisieren, die Opposition zu attackieren und Diskurse zu manipulieren. Social Bots, Meinungsroboter in sozialen Netzwerken, sind ein Instrument für digitale Propaganda. Als automatisierte Accounts sind sie auf sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter oder Instagram aktiv, wo sie vorgeben menschlich zu sein und mit anderen Nutzern in Interaktion treten. Bots amplifizieren Inhalte, indem sie Zustimmung simulieren und die Sichtbarkeit von Themen in sozialen Netzwerken erhöhen. Sie fluten Konversationen mit Spam-Nachrichten und stören so politische Debatten online. Außerdem können sie Inhalte in Echt-Zeit verbreiten wie ‚Leaks’ oder Fake News. Social Bots kreieren ein kollektives Meinungsklima—vielmehr als, dass sie direkt mit individuellen Nutzern in Kontakt treten. Dadurch können Meinungsroboter Minderheitsmeinungen verstärken und einen vermeintlichen Konsens herstellen. Eine besondere Gefahr geht von solchen Meinungsrobotern dann aus, wenn ihre Agenda, etwa auf Twitter, von Multiplikatoren wie Journalist_innen und Politiker_innen übernommen wird. Bots auf Facebook sind schwerer zu erfassen und sie wirken durch das Versehen von Inhalten mit sozialer Information oft subtiler als diskutiert. Bots können durchaus durch ad hoc-Angriffe und das Schüren von Medien-Misstrauen auf Wahlen Einfluss nehmen.

Generell sind Social Bots in Deutschland zwar politisch ein zentrales Thema, vor allem in der Debatte um Fake News und Wahlmanipulation und damit mit Blick auf mögliche Gefahren. Selbstverständlich gibt es auch (Social) Bots, die Chancen eröffnen. Bots werden insgesamt in der Empirie im deutschsprachigen Bereich nur begrenzt -- zumindest im Vergleich zu den USA – behandelt.

Waren die Landtagswahlen in NRW betroffen?

Wir haben auf Twitter den politischen Diskurs über die Landtagswahlen in Nordrhein-Westfalen analysiert. Im Zeitraum zwischen dem 13. und 15. Mai 2017 haben wir 22.623 Tweets von 8.227 Accounts ausgewertet, die zu Hashtags im Zusammenhang mit den Landtagswahlen in NRW, beispielsweise #nrwwählt oder #ltwnrw, generiert wurden. Die AfD generierte 46,6% des gesamten Traffics auf Twitter, gefolgt von der SPD mit 26,3% und der CDU mit 10,0% sowie den Piraten mit 9,1%. Diese Ergebnisse zeigen, dass der Anteil des Twitter-Traffics in keinem Verhältnis zu den Endergebnissen der Landtagswahl steht. Insbesondere, die AfD war in der Konversation zur Landtagswahl auf Twitter zentral.

	Anzahl Tweets	%	Wahlergebnis
AfD	14.307	46,6	7,4
CDU	3.070	10,0	33,0
Die Linke	296	1,0	4,9
FDP	2.023	6,6	12,6
Bündnis 90 / Die Grünen	132	0,4	6,4
Piraten	2.795	9,1	1,0
SPD	8.086	26,3	31,2
	30.709	100	

Abbildung 1: Twitter-Traffic zur NRW Landtagswahl & und Wahl-Endergebnis

Anschließend haben wir den Diskurs auf Twitter auf Social Bot Aktivität untersucht. Solche Meinungsroboter Accounts sind in der Regel hoch aktiv, wobei sie zwar gelegentlich von Menschen bespielt werden, jedoch in erster Linie durch Scheduling-Algorithmen oder andere Anwendungen für automatisierte Social Media Kommunikation Inhalte generieren. Wir definieren hochautomatisierte Accounts als Accounts die 50 Mal oder öfter am Tag zu den identifizierten politischen Hashtags twittern. Für den Beobachtungszeitraum von drei Tagen setzten solche Accounts also 150 oder mehr Tweets ab. Wir haben 30 solcher Accounts identifiziert, wobei diese insgesamt 2.572 Tweets im Erhebungszeitraum erstellten. Das entspricht einem geringen Level von Automatisierung durch Bots. Zwischen 3,8% bis 12,4% der parteibezogenen Inhalte wurden durch Meinungsroboter erstellt.

	Anzahl Tweets	% des gesamten Partei Traffics	Anzahl Accounts
AfD	1311	9,2	26
CDU	161	5,2	21
Die Linke	22	7,4	5
FDP	77	3,8	25
Bündnis 90 / Die Grünen	7	5,3	7
Piraten	346	12,4	19
SPD	648	8,0	27

Abbildung 2: Tweets von hochautomatisierten Accounts (150+)

Ist die Bundestagswahl 2017 in Gefahr?

Das Internet und insbesondere soziale Netzwerke bieten der deutschen Öffentlichkeit einen neuen Raum, wo Meinungen debattiert werden, wo Bürger_innen vermehrt Informationen einholen, und wo der politische Wille geformt wird. In Deutschland gibt es verstärkt Bemühungen diesen öffentlichen Raum vor digitalen Angriffen zu schützen und Bürger über Gefahren im Netz aufzuklären. Unsere Forschung stellt fest, dass der Einsatz von digitalen Propaganda-Instrumenten im Vergleich zu anderen Ländern, besonders den USA, eher gering ist. Dennoch kann man für die Bundestagswahlen keine Entwarnung geben. Die Macron-Leaks zeigen, dass Social Bots eine Ad-Hoc-Waffe sind, die bei Bedarf spezifisch und in großer Stückzahl eingesetzt werden kann:

Bots können in Echtzeit in Debatten eingreifen, Meinungen bestärken und Fake News zirkulieren. Doch Social Bots müssen nicht zwangsläufig aktiv sein um Politik in Deutschland zu beeinflussen: Wenn Bürger überzeugt sind, dass der politische Diskurs online manipuliert wird, so erodiert das auch das Vertrauen in legitime politische Kommunikation im digitalen Raum. Technische und regulatorische Maßnahmen um gegen digitale Manipulation von Wählern vorzugehen, sind zu diesem Zeitpunkt noch nicht ausgereift und bergen selbst Gefahren für die Demokratie. Im Hinblick auf die Bundestagswahl 2017 ist es unerlässlich Bürger und vor allem Multiplikatoren über digitale Meinungsmache im Internet aufzuklären und die allgemeine Medienkompetenz zu fördern. Das Meinungsklima online darf nicht unkritisch für bare Münze genommen werden, da es anfällig für Manipulation und Verzerrung ist.

Die in diesem Paper zum Ausdruck gebrachten Ansichten geben nicht in jedem Fall die Position der Friedrich-Ebert-Stiftung wieder.

Über die Autorin

Lisa-Maria Neudert forscht am Oxford Internet Institut im Projekt „Political Bots“. Sie ist Fulbright Scholar, hat Communication Technologies & Diplomacy an der Georgetown University, Washington DC studiert und einen B.A. in Kommunikationswissenschaft von der LMU in München erhalten. Sie hat bereits in verschiedenen Feldern der Kommunikationsbranche gearbeitet und zudem an der SDA Bocconi, Mailand, der National University of Singapore sowie an LMU geforscht.

Lisa-Maria Neudert
Oxford Internet Institute
Lisa-maria.neudert@oii.ox.ac.uk
Twitter: @lmneudert

Über das Projekt

Das Projekt „Political Bots – Project on Algorithms, Computational Propaganda, and Digital Politics“ beschäftigt sich mit automatisierter Propaganda im öffentlichen Raum. Dabei werden sowohl Bot-Skripte untersucht als auch analysiert, welche Menschen diese programmieren bzw. programmieren lassen.Das Forschungsprojekt wird von Philip N. Howard geleitet. Es wurde und wird u.a. vom European Research Council und der National Science Foundation gefördert.

http://comprop.oii.ox.ac.uk/
Twitter: @polbots
#comprop

Computational Propaganda Research Project

oii oii oii UNIVERSITY OF OXFORD