

Rezensionen

Im Definitions-Dickicht der „Desinformation“

Lioba Wunsch

„Fake News“ sind spätestens seit der Trump’schen Twitter-Ära in aller Munde und Mittelpunkt vieler wissenschaftlicher Diskussionen. Weniger beliebt scheint die Definition des Phänomens zu sein und es stellt sich die berechtigte Frage: Was genau sind „Fake News“ eigentlich? Eine Antwort darauf geben die Medien- und Kommunikationswissenschaftler Matthias Kohring und Fabian Zimmermann.

Dass der Begriff der „Fake News“ überwiegend negative Assoziationen hervorruft, wird kaum jemand bestreiten. Geradezu revolutionär erscheint da das Argument, dass „Fake News“ die Medienkritikfähigkeit der Social-Media-Nutzer*innen steigern können. Sie würden Journalist*innen für das Risiko von Falschmeldungen sensibilisieren und die allgemeine Medienkompetenz fördern. Dies ist nur eines der vielen Argumente, durch das Kohring und Zimmermann die herkömmliche Auffassung von „Fake News“ als manipulative Falschinformation in Frage stellen. Dem Leser wird das grundlegende Problem um „Fake News“ schnell klar: was fehlt, ist „begriffliche Schärfe“. Grund dafür seien eine Vielzahl von widersprüchlichen, intuitiv geprägten und ideologisch aufgeladenen Definitionen ohne theoretische Herleitung. Diesem Theoriedefizit setzen Kohring und Zimmermann durch ihre detaillierte Begriffsbestimmung ein gekonntes, aber komplexes Ende.

Die Wissenschaft ist sich darin einig, dass „Fake News“ eine Form der Desinformation seien. Eine konkrete Definition scheitert nicht zuletzt an der Bezeichnung selbst, die – anders als die Desinformation – keinerlei Rückschluss auf ihren theoretischen Hintergrund erlaubt. Die Autoren ersetzen „Fake News“ folglich durch die „aktuelle Desinformation“ und knüpfen diese an eine Reihe von Bedingungen. Die aktuelle Desinformation sei demnach eine Form der journalistischen Kommunikation mit Wahrheitsanspruch, die inhaltlich immer falsch sei. Jedes dieser zur Begriffsentwicklung angeführten Merkmale folgt einer eigenen komplexen, teils philosophischen, teils informationswissenschaftlichen Logik, welche die Leser*innen in besonderem Maße fordern. Gleichzeitig statten sie die Leser*innen mit den nötigen Kenntnissen aus, die aktuelle Desinformation von ähnlichen Phänomenen wie der Lüge oder Satire abzugrenzen. So müsse eine Lüge im Unterschied zur Desinformation inhaltlich nicht zwingend falsch sein und die Satire komme anders als die Desinformation auch ohne Wahrheitsanspruch aus.

Stück für Stück dekonstruieren die Autoren so den „Fake-News“-Kult um dessen Galionsfigur Trump, indem sie gängige Definitionen anderer Wissenschaftler*innen argu-

mentativ schlüssig anfechten und die Leser*innen kontinuierlich vom intuitiv geprägten Verständnis abbringen. Social Media etwa sei nicht wie häufig angenommen der Ursprung allen Übels, auch offline lauern zahlreiche Desinformationen darauf, ihre Adressat*innen zu täuschen. Dabei komme es nicht zwingend auf eine erfolgreiche Täuschung an, sondern vielmehr auf den bewussten Irreführungsversuch. Unbeabsichtigte journalistische Irrtümer seien somit nicht als Desinformation zu werten.

Da die Autoren keine stillschweigende Übereinkunft eines Begriffsverständnisses der Leserschaft voraussetzen, sondern dieses von Grund auf entwickeln, lichtet sich das Definitions-Dickicht letztendlich. Die Trump'schen „Fake News“ in der breiten Öffentlichkeit vollständig durch die wissenschaftlich griffige und eindeutige Definition der Desinformation zu ersetzen, scheint dennoch ein Kampf gegen Windmühlen zu sein. Zu verbreitet ist das Chamäleon-Konzept „Fake News“, das sich je nach Kontext beliebig anpassen lässt und somit deutlich mehr Anklang findet als die eindeutige Desinformation. Dennoch gelingt es den Autoren, dem schwammigen Konzept um „Fake News“ zu entkommen und dem Leser wird deutlich: „Uneinigkeit ist kein Manko, sondern ermöglicht erst eine fruchtbare Auseinandersetzung.“

Kohring, Matthias und Fabian Zimmermann (2018). „Fake News“ als aktuelle Desinformation. *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft* 66, 4, 526–541.

Wer tweetet hier eigentlich?

Ann-Kathrin Bielang

Narzisstisch, extrovertiert, persönlichkeitsstark und auf Twitter aktiv: Wer bei diesen Worten sofort an Donald Trump denkt, sollte auch einen Blick in Sascha Höligs Studie zu Persönlichkeitseigenschaften aktiver Twitternutzer*innen in Deutschland werfen. Der Medienwissenschaftler beschreibt darin, warum das Stimmungsbild auf Twitter nur selten die Meinungen der deutschen Gesamtbevölkerung widerspiegelt – und welche Konsequenzen das für den Journalismus hat.

Der Kurznachrichtendienst Twitter eignet sich wie kein anderes soziales Netzwerk zur Äußerung von Meinungen. Sei es in Form von Tweets, Kommentaren oder Likes: Die Meinungen der Nutzer*innen bestimmen „die wahrnehmbare Debatte und die ‚Trending Topics‘“. Doch wer tweetet und kommentiert auf Twitter eigentlich? Hölzig beschreibt die aktiven Twitternutzer*innen in Deutschland als „meinungsstarke Minderheit“. Im Vergleich zur durchschnittlichen Bevölkerung seien aktive Twitternutzer*innen narzisstischer, extrovertierter, weniger ängstlich und persönlichkeitsstärker. Zwar seien diese Persönlichkeitseigenschaften für aktive Social-Media-Nutzer*innen nicht neu, jedoch ergänzt Höligs Studie die Kommunikatorforschung um eine deutsche Perspektive. Auch in Deutschland tweetet somit keine repräsentative Bevölkerungsgruppe, sondern eine Minderheit, deren Meinungen das Stimmungsbild auf Twitter prägen.

Das Problem entfaltet sich für Hölzig jedoch nicht auf der Individual-, sondern auf der gesellschaftlichen Ebene. Es führe letztlich zu einer Realitätsverzerrung, weil Politiker*innen und „fast drei Viertel“ der Journalist*innen soziale Medien dazu nutzten, informelle Stim-

mungsbilder der öffentlichen Meinung einzufangen. Weil die Meinungen auf Twitter jedoch nicht repräsentativ sind, habe die journalistische Berichterstattung oft nur wenig mit der Lebenswelt der Gesamtbevölkerung zu tun.

Gleichwohl scheint Hölzig den Einfluss der „meinungsstarken Minderheit“ vorschnell bewertet und dabei die Logik des Kurznachrichtendienstes nicht bedacht zu haben. Politische Kampagnen wie die US-Präsidentenwahl im Jahr 2016 oder die Brexit-Abstimmung in Großbritannien haben deutlich gezeigt, dass ‚Trending Topics‘ und Stimmungsbilder nicht von Nutzer*innen allein generiert, sondern aktiv manipuliert werden können. Technische Möglichkeiten zur Verzerrung der öffentlichen Meinung gibt es mittlerweile viele. Im Fokus stehen vor allem Social Bots, die in sozialen Netzwerken eigenständig Inhalte einer bestimmten politischen Meinung generieren, falsche Informationen verbreiten und Diskurse allein durch ihre bloße Anzahl quantitativ manipulieren. Und auch Algorithmen verzerren die Medienrealität immer da, wo Informationen personalisiert oder ihre Sichtbarkeit eingeschränkt werden.

Das Stimmungsbild auf Twitter bietet somit nicht nur keinen Einblick in die Lebenswelt der deutschen Bevölkerung. Es bleibt aufgrund des intransparenten Agierens von Social Bots und Algorithmen auch fraglich, ob Twitter überhaupt einen Einblick in das Stimmungsbild der tweetenden Nutzer*innen gibt.

Die Kernaussage Hölzigs, Twitter nicht als „Stimmungsbarometer“ zu nutzen, gilt jedoch für Social Bots wie für eine „meinungsstarke Minderheit“ gleichermaßen. Denn wenn nur ein bestimmter Personenkreis den Diskurs auf Twitter bestimmt oder Social Bots ausschließlich einseitige Informationen teilen und Journalist*innen ebendiese Meinungen aufgreifen, beeinflussen die Meinungen einer Minderheit die Wahrnehmung und Meinungsbildung der Gesamtbevölkerung.

Hölzig, Sascha (2018). Eine meinungsstarke Minderheit als Stimmungsbarometer?! Über die Persönlichkeitseigenschaften aktiver Twitterer. *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft* 66, 2, 140–169.

Facebook: Berechnete Emotionen und das Ende des Subjekts

Berit Annika Stier

Seit Cambridge Analytica und den U.S.-Wahlen 2016 scheint klar: Soziale Medien sind politisch. Sie werten aus, wie wir miteinander kommunizieren, verführen uns anschließend mit maßgeschneiderten Angeboten und regieren so unser Verhalten. Trotzdem argumentiert Facebooks Gründer Mark Zuckerberg vor Gericht mit der vermeintlichen Neutralität der Technik. Genau an dem Punkt setzen Felix Maschewski und Anna-Verena Nosthoff in ihrer neuesten Publikation an, in der sie, ausgelöst durch Facebooks Management der Affekte, das Verschwinden des Subjekts zu beobachten meinen.

Die Autoren verbinden die Disziplinen Politik- und Literaturwissenschaften sowie Philosophie und kritisieren in ihrem Aufsatz „Affekt Macht Netz“ die weitgehend unhinterfragte These Zuckerbergs. Gleich zu Beginn widerlegen Maschewski und Nosthoff die Neutralität Facebooks und argumentieren mit Herbert Marcuse, der schon in den

1960ern wusste: Spezifische Technik gibt eine spezifische Nutzung vor; immer sind ihr auch Entstehungsbedingungen, Herkunft und Weltbilder eingeschrieben.

Von dieser These der algorithmischen Voreingenommenheit ausgehend betrachten Maschewski und Nosthoff Facebook als eine Plattform, die ihre Nutzer*innen in die eigene digitale Logik zwingt, um sie im wahrsten Sinne des Wortes berechenbar zu machen.

Damit reihen sich die Autor*innen in eine lange Liste wissenschaftlicher Publikationen der letzten fünf bis zehn Jahre ein, die Soziale Medien mit Michel Foucaults Konzept der Gouvernamentalität betrachten. Der französische Philosoph beschreibt damit eine Art der Machtausübung, die ohne Zwänge, Strafen oder Befehle auskommt, sondern allein durch Verführung und Verlockungen das mögliche Handlungsfeld anderer strukturiert. So funktioniert auch der personalisierte Algorithmus Facebooks, welcher den Netzwerk-Nutzer*innen das aufzeigt, was sie der algorithmischen Berechnung zufolge emotional berühren wird, egal ob negativ oder positiv.

Paradoxerweise bedeutet dieser Überschuss an Emotionalität aber kein Auftrumpfen des Subjekts, wie man angesichts der subjektivierten und unsachlichen Inhalte, die Facebook vorschlägt, schnell meinen könnte. Im Gegenteil. Jede Entscheidung, die das Individuum auf Facebook innerhalb der vorgegebenen Struktur trifft, ist immer auch eine Information, die es der Plattform leichter macht, die Nutzer*innen noch klarer einordnen zu können. An die Stelle des Subjekts tritt ein „black boxed actor“, ein mathematisch berechenbares Profil, das zum Objekt von Facebooks Prozesslogik gemacht wurde.

An diesem Punkt, zu dem Maschewski und Nosthoff gut strukturiert und verständlich hinführen, gehen die Autor*innen einen Schritt weiter als viele andere Publikationen, die Facebooks Machtstrukturen mit Foucaults Gouvernamentalität vergleichen. Bis dato wurde die Plattform nämlich oft als Subjektivierungsregime bezeichnet, das seinen Erfolg dem Motivieren der Nutzer*innen zur Selbstdarstellung zu verdanken hat. Maschewski und Nosthoff beobachten an dieser Stelle klugerweise aber ein Paradoxon: Die Sichtbarmachung führt zum Verschwinden des Subjekts. Eine Erkenntnis, die die Neutralität Facebooks nur noch mehr anzweifeln und Nosthoffs und Maschewskis Aufsatz eine neue Diskussions-Basis schaffen lässt.

Maschewski, Felix und Anna-Verena Nosthoff (2019). Affekt Macht Netz. In: Rainer Mühlhoff, Anja Breljak und Jan Slaby (eds.). *Netzwerkaffekte. Über Facebook als kybernetische Regierungsmaschine und das Verschwinden des Subjekts*. Bielefeld: transcript, 55–80.

Kollektiver Hass: Gruppenemotionen in sozialen Netzwerken

Robert Galiard

Individuelle Emotionen werden in sozialen Medien meist impulsiv geäußert und verblassen mit der Erinnerung an den jeweiligen Auslöser recht schnell. Gruppenemotionen haben hingegen länger Bestand und oftmals auch weitreichendere Konsequenzen. An diesem Punkt setzen die Kommunikationswissenschaftler*innen Christian Schemer, Rinaldo Kühne und Katharina Sommer an und nennen

kollektive Übergriffe, Diskriminierungen und verhärtende Gruppenkonflikte als mögliche Folgen von Gruppenemotionen in sozialen Netzwerken.

Bisher konzentrierte sich die kommunikationswissenschaftliche Rezeptions- und Wirkungsforschung vor allem auf individuelle Emotionen, bei denen Individuen persönlich von bestimmten Ereignissen betroffen sind, so die Autor*innen. Der Gruppenzugehörigkeit wurde dabei jedoch häufig eine besondere Rolle zugeschrieben, da sie sich auf die Intensität der Emotionen auswirken kann. Diskussionsbeiträge Ähnlichdenken lösen beispielsweise weniger negative Emotionen aus als Beiträge Andersdenken. Gruppenemotionen können bereits entstehen, wenn Individuen sich einer bestimmten Gruppe zugehörig fühlen, auch ohne dabei persönlich betroffen zu sein. Dennoch wurden Gruppenemotionen, nach Aussage der Autor*innen, im Rahmen kommunikationswissenschaftlicher Ansätze bisher kaum empirisch erfasst, obwohl Individuen sich ihnen weniger leicht entziehen können und sie oftmals weitreichendere Konsequenzen und langfristige Folgen haben. Die Autor*innen versuchen daher, „eine Modellvorstellung von Emotionseinflüssen bei der Meinungsbildung in sozialen Medien zu entwickeln, die auf emotionspsychologischen Grundlagen fußt.“

Emotionspsychologische Ansätze gehen davon aus, dass das mediale Emotionserleben vor allem durch das Thema und die Art der Darstellung beeinflusst wird. Formale Aspekte wie Zooms, Schnitte oder die musikalische Untermalung können Emotionen auslösen. Soziale Medien bieten weitere emotionale Anreize und laden Nutzer*innen durch Like-Buttons, Emoticons und die Möglichkeit Nachrichten zu kommentieren zu affektiven Bewertungen ein – die Relevanz der Gruppenzugehörigkeit steigt. Diese „Gruppensituationen, in denen Personen sich in Pro- und Contra-Lager kategorisieren, lösen emotionale Reaktionen aus, die für weitergehende Einstellungs- und Verhaltenswirkungen bedeutsam sind“, so die Autor*innen. Cybermobbing, Hassreden und Angriffe auf Streaming-Kanäle, YouTuberInnen und öffentliche Social-Media-Profile werden demnach vor allem dann zu einer ernstzunehmenden Gefahr, wenn sie durch Gruppenemotionen Fahrt aufnehmen.

Die Forderung der Autor*innen, analytisch stärker zwischen Gruppenemotionen und individuellen Emotionen zu unterscheiden, bildet zugleich die Basis für interdisziplinäre Forschungsansätze, die sich mit der Entstehung und den Konsequenzen von Gruppenemotionen befassen und sie empirisch untersuchen. Denn Gruppenemotionen resultieren aus komplexen Vorgängen, weshalb die Forderung, sozialwissenschaftliche Theorien und emotionspsychologische Grundlagen miteinzubeziehen, um die Entstehung und Tragweite von Gruppenemotionen in sozialen Netzwerken aus unterschiedlichen Forschungsperspektiven zu ergründen, sinnvoll erscheint.

Schemer, Christian, Rinaldo Kühne und Katharina Sommer (2019). Zum Einfluss von Gruppenemotionen und kollektiven Emotionen in sozialen Medien. In: Holger Schramm, Jörg Matthes und Christian Schemer (eds.). *Emotions Meet Cognitions*. Wiesbaden: Springer VS, 1–19.

Ein (un-)demokratisches Netz der Möglichkeiten

Angelina Wex

Soziale Medien können nicht nur informieren und somit zur politischen Willensbildung beitragen, sondern beeinflussen das Verhalten der Nutzer*innen und nehmen Einfluss auf die persönliche Meinung. Die Tatsache, dass sich Politiker wie Donald Trump oder Justin Trudeau das Netz zu eigen machen und sich in sozialen Netzwerken positionieren, verweist auf die enorme Wichtigkeit der sozialen Medien für die Politik.

Welche Folgen können für eine demokratische Gesellschaft entstehen, wenn sich PolitikerInnen im Netz äußern? Ist die Demokratie dadurch bedroht oder sind die digitalen Kommunikationsformen demokratieförderlich?

Die Politikwissenschaftlerin Marianne Kneuer untersucht in ihrem Beitrag „Politische Kommunikation und digitale Medien in der Demokratie“, welche Folgen das Zusammenspiel von Internet und Politik für die Demokratie hat. Kneuer befasst sich in ihrem Forschungsbereich mit netzpolitischen Themen sowie den damit verbundenen Auswirkungen auf politische Prozesse und Strukturen.

Im Beitrag zeichnet die Autorin einen Transformationsprozess von traditionellen Medien zu digitalen Medien nach und hebt die Auswirkungen von digitaler politischer Kommunikation hervor. Sie benennt sozial-kontextuelle, politische-institutionelle sowie nutzerabhängige Faktoren, welche einen Effekt auf (politische) Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozesse haben.

Durch die enorm rasante Informationsverbreitung, Ortlosigkeit und zahlreiche Interaktionsmöglichkeiten im Netz wurden neue Öffentlichkeiten in der Online-Welt geschaffen. Kneuers These lautet: Mit der Anonymität im Web haben sich die Kommunikationsströme gewandelt und beschleunigt. Nutzer*innen sind gleichzeitig RezipientInnen und ProduzentInnen. Nach Kneuer sind Botschaften „ereignisgelenkt, oberflächlich und kurzfristig“. Die Formen der Meinungseinflussnahme variieren von politischer Partizipation, Demonstration bis hin zur Manipulation. Die Frage bleibt: Was bedeutet dieser technologische Fortschritt für die demokratische Grundordnung?

Kneuer wägt die Meinungen der Netzoptimist*innen und Netzpessimist*innen ab und setzt diese in einen objektiven Rahmen. Eine optimistische Sichtweise betrachtet das Internet als „demokratiebelebendes Potenzial“, welche Transparenz, Partizipation und Deliberation als zentrale Elemente sieht. Hingegen warnen Netzpessimist*innen vor einem „Qualitätsverlust demokratischer Prozesse“ und sehen einen Zerfall von fairen politischen Debatten.

Des Weiteren kritisiert die Autorin die gesellschaftliche Erwartungshaltung an das Internet. Zunächst wurden die grenzenlosen Möglichkeiten des Webs als Legitimitätsverstärkung für alle gesellschaftlichen Schichten bejubelt. Jedoch entwickelten sich moralisch unrechtmäßige Folgen durch das Internet, wodurch das Netz als allgemeiner Sündenbock fungierte. Mit ihrem Beitrag motiviert Kneuer dazu, über die Auswirkungen von digitalen Medien in politischen Prozessen nachzudenken. Besonders Kneuers Aussage, dass technologische Entwicklungen vom Menschen geschaffen werden, betont, dass jede*r einzelne Social Media NutzerIn die Macht besitzt, demokratische Werte (un)bewusst im Netz zu platzieren und zu stützen.

Kneuer sieht (soziale) Medien als unerlässliches Instrument für Verständigungs- und Aushandlungsprozesse in liberalen Gesellschaften. Soziale Medien sind ein Alltagsbestandteil, über welchen wir uns informieren und austauschen. Daher plädiert sie für eine kritische und zugleich offene Nutzung von digitalen Medien. Ihre Schlussfolgerung: Es kann keine allgemeingültige Aussage getroffen werden, inwieweit das Netz schädlich oder förderlich für demokratische Prozesse ist.

Der Autorin gelingt es weitestgehend Fachsprache zu meiden und die von ihrem Beitrag aufgeworfene Frage sowohl einzuordnen als auch kritisch zu beantworten. Durch ihren gut ineinandergreifenden Argumentationsaufbau überzeugt die Autorin die Leser*innen von ihrer Einschätzung und pointiert den gesellschaftlichen Mehrwert ihrer Forschung. Mit ihrem Beitrag unterstreicht Kneuer, dass die Auswirkungen der Digitalisierung auf politische Prozesse das Leben der Nutzer*innen beeinflussen und zugleich durch das eigene Nutzerverhalten im Web getrieben sind.

Kneuer, Marianne (2017). Politische Kommunikation und digitale Medien in der Demokratie. In: Harald Gapski, Monika Oberle und Walter Stauer (eds.). *Medienkompetenz als Herausforderung für Politik, politische Bildung und Medienbildung*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 43–52.

Hermann Rösch: Soziale Netzwerke und Ethik

Marvin Zirkelbach

Diverse Facebook-Datenskandale in den letzten Jahren, die zahlreiche ethisch fragwürdige Praktiken aufdeckten, haben Folgendes gezeigt: Aspekte wie das Untersuchen von Sozialen Netzwerken in einem ethischen Kontext, das Aufdecken problematischer Praktiken in Bezug auf Privatsphäre und Datenschutz hinter den Kulissen von Facebook & Co. und mehr Transparenz von Geschäftspraktiken sind heute im Diskurs höchst relevant.

Der Informationswissenschaftler Hermann Rösch thematisiert diese Aspekte 2019 im wissenschaftlichen Artikel „Soziale Netzwerke und Ethik: Problemdiagnose und Schlussfolgerungen.“ Die Arbeit knüpft nicht nur im wissenschaftlichen Kontext an die Forschung zu Sozialen Netzwerken, sondern auch an die allgemeine Diskussion um Datenschutz auf sozialen Plattformen im öffentlichen Diskurs an. Rösch argumentiert dabei aus einer informationswissenschaftlichen Perspektive, fordert mehr Transparenz und reagiert auf ethische Problemstellungen im Umgang mit Nutzer*innendaten in der modernen Social-Media-Gesellschaft. Bereits früher beschäftigte sich der Autor in seinen Arbeiten u.a. mit ethischen Fragen des Bibliotheks- und Informationswesens, zu denen seit einigen Jahren schließlich auch Soziale Netzwerke gehören.

Zwei Aspekte haben Plattformen wie Twitter oder Facebook zweifelsohne gemeinsam: Die Vernetzung und den Austausch von Informationen. Als Problemfelder identifiziert Rösch relativ schnell Hassreden, Desinformation und Fake News sowie eine Art Selbstdarstellungsimperativ in der heutigen „Facebook-Gesellschaft“. Zwar sieht er in Sozialen Netzwerken grundsätzlich einen positiven Nutzen, problematisch sei allerdings die Tatsache, dass die Betreiber*innen nur sehr spärlich Informationen zum detaillier-

ten Umgang mit Daten preisgeben. Nutzer*innen sind darüber hinaus gezwungen, der gesamten Datenschutzrichtlinie und auch allen Funktionsweisen zuzustimmen, um das Netzwerk überhaupt für sich freizuschalten. Sie zahlen mit ihren Daten und dies wird als unumgänglich angesehen. Hier fehlen flächendeckend sogenannte durch die Nutzer*innen anwendbare „Opt-Out-Funktionen“, um einzelne Features innerhalb des Netzwerkes auszuschalten, wie etwa die Gesichtserkennungssoftware auf Bildern bei Facebook in den USA.

Der vielleicht wichtigste Aspekt jedoch ist laut Rösch, dass im Zuge dieser „ungeheure[n] Kumulation personenbezogener Daten durch Facebook“ auch Daten von Nutzer*innen, die nicht beim Netzwerk angemeldet sind, letztendlich teilweise beim Mutterkonzern landen. Dies kann geschehen, wenn beispielsweise eine Facebook-Seite nur besucht wird oder Nutzer*innen den konzernzugehörigen WhatsApp-Messenger verwenden. Rösch stuft dies als höchst fragwürdige Praxis ein. Auch kritisch sieht er, dass durch Hassreden, Fake News und gezielte Desinformationskampagnen eine teils sehr verzerrte Wahrnehmung entsteht.

Auch wenn der Text letztlich nur einen Denkanstoß geben kann, regt er zu einem absolut notwendigen öffentlichen Diskurs an. Er zeigt außerdem aktuelle Problemstellungen auf und stellt Forderungen an Gesellschaft, aber vor allem Politik und die Betreiber. Konkret kann beispielsweise über neue, speziell auf Soziale Netzwerke zugeschnittene Datenschutzgesetze oder mehr vorgeschriebene Aufsicht durch staatliche Behörden nachgedacht werden. Die Forderungen sollten umgesetzt werden, um eine Manipulation der Meinungsbildung online in Zukunft möglichst zu vermeiden.

Rösch, Hermann (2019). Soziale Netzwerke und Ethik: Problemdiagnose und Schlussfolgerungen. In: Stephan Büttner (ed.). *Die digitale Transformation in Institutionen des kulturellen Gedächtnisses*. Berlin: Simon Verlag für Bibliothekswesen, 193–209.