

**Algorithmische Öffentlichkeit: Von der US-Wahl 2016 zur Bundestagswahl 2017****Inhaltsverzeichnis**

<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>Informationsintermediäre: Algorithmen und Meinungsbildung</b>	<b>3</b>
<i>Echokammern und Filterblasen</i>	6
<i>Fake News</i>	8
<i>Social Bots</i>	9
<i>Microtargeting</i>	10
<b>Die Bedeutung von Facebook für die US-Wahl 2016</b>	<b>12</b>
<i>Politische Polarisierung und Fake News als Geschäftsmodell</i>	12
<i>Facebooks Reaktion: Anpassung des News Feed durch Feedback und Factchecking</i>	15
<i>Mehr als Microtargeting: Facebook und die Trump-Kampagne</i>	19
<i>Externe Einflussnahme durch manipulatives Microtargeting</i>	25
<i>Mehr Transparenz durch Selbstregulierung und Regulierung der Plattformen</i>	28
<b>Algorithmische Öffentlichkeit und Bundestagswahl 2017</b>	<b>38</b>
<i>Facebook, Fake News und Factchecking</i>	38
<i>Social Bots: Symbolische Selbstverpflichtung</i>	41
<i>Datengestützter (Haustür-)Wahlkampf und (Monitoring des) Microtargeting</i>	44
<i>Informationsangebote der Plattformen</i>	49
<b>Zur Plattformisierung politischer Kommunikation: Fazit und Ausblick</b>	<b>63</b>
<i>News Feed: Die permanente Transformation algorithmischer Öffentlichkeit</i>	63
<i>Die politische Ökonomie digitaler Desinformation</i>	66
<i>Zwischen Regulierung und Selbstregulierung der Plattformen</i>	68
<b>Literatur</b>	<b>70</b>