

Erik Meyer

Zwischen Partizipation und Plattformisierung

Politische Kommunikation in der digitalen Gesellschaft

Mit einem Nachwort von Claus Leggewie

Campus Verlag
Frankfurt/New York

Inhalt

Politische Kommunikation in der digitalen Gesellschaft	9
Zwischen Partizipation...	10
... und Plattformisierung	13
I. Digitale Partizipation: Placebo oder Perspektive?	18
Einleitung.....	18
Strukturwandel der Öffentlichkeit	18
Politische Partizipation und Online-Kommunikation	19
Forschungsgegenstand und -feld	22
Beteiligungsangebote des Bundestags	23
E-Petitionen: Meinungsbildung statt Mitbestimmung	23
Offenes Parlament? Partizipation als Politikum	30
Beteiligungsangebote von Parteien für Bürger und Mitglieder	35
»Etablierte« Parteien.....	35
Partei-reformen statt Reformpartei: Das Erbe der Piraten.....	41
Beteiligungsangebote von Bundesregierung, -ländern und Kommunen.....	44
Bürgerdialog der Bundesregierung.....	46
Bürgerhaushalte	47
Permanente Beteiligungsinfrastrukturen auf kommunaler und Landesebene	48
Jugendbeteiligung: Digitale Partizipation als politische Bildung.....	51
aula: Schule der liquiden Demokratie?	54
Spielerisch partizipieren.....	57

Digitale Partizipation: Vom E-Government zum Open Government .	58
Zwischen E-Government und Liquid Democracy	58
Zur Evaluation digitaler Partizipation.....	60
Öffnung von Schnittstellen: Der gut informierte Bürger als Hacker.....	63
II. Algorithmische Öffentlichkeit: Von der US-Wahl 2016 zur Bundestagswahl 2017.....	67
Einleitung.....	67
Informationsintermediäre: Algorithmen und Meinungsbildung.....	70
Echokammern und Filterblasen	72
Fake News.....	74
Social Bots.....	75
Microtargeting.....	76
Die Bedeutung von Facebook für die US-Wahl 2016	78
Politische Polarisierung und Fake News als Geschäftsmodell	78
Facebooks Reaktion: Anpassung des News Feed durch Feedback und Factchecking.....	82
Mehr als Microtargeting: Facebook und die Trump-Kampagne	86
Externe Einflussnahme durch manipulatives Microtargeting	91
Mehr Transparenz durch Selbstregulierung und Regulierung der Plattformen	94
Algorithmische Öffentlichkeit und Bundestagswahl 2017	102
Facebook, Fake News und Factchecking.....	102
Social Bots: Symbolische Selbstverpflichtung	106
Datengestützter (Haustür-)Wahlkampf und (Monitoring des) Microtargeting.....	108
Informationsangebote der Plattformen.....	114
Zur Plattformisierung politischer Kommunikation:	
Fazit und Ausblick	123
News Feed: Die permanente Transformation algorithmischer Öffentlichkeit.....	123

Die politische Ökonomie digitaler Desinformation.....	126
Zwischen Regulierung und Selbstregulierung der Plattformen	129
Nachwort von Claus Leggewie	132
Literatur.....	141