

Dieser Beitrag ist in ähnlicher Form erschienen in Kull, S. (2018): Die Social-Media-Plattform Facebook im Gefüge von Macht, Verantwortung und Gesellschaft, Hilligweg, G./ Kirspel, M./ Kirstges, T./ Kull, S./ Schmoll, E. (Hrsg): Jahresband 2018 des Fachbereichs Wirtschaft – Gesammelte Erkenntnisse aus Lehre und Forschung, S. 137-160, ISBN 978-3-643-14155-2.

Stephan Kull

Die Social-Media-Plattform Facebook im Gefüge von Macht, Verantwortung und Gesellschaft

"We are a tech company, not a media company"
(Mark Zuckerberg, CEO von Facebook, 28.08.2016 in der Nachrichtenagentur Reuter)

"Facebook selbst hat Facebook noch nicht verstanden"
(Sascha Lobo, Internetexperte und Spiegel-Kolumnist, 21.12.2017 auf Spiegel Online)

1 Social-Media-Netzwerke zwischen Neutralität und Verantwortung

Social-Media-Netzwerke sind fester Bestandteil des gesellschaftlichen Miteinanders geworden. Jede(r) dritte Deutsche will sie im Jahr 2018 aus dem Leben nicht mehr wegdenken.¹ Die Angebote zur einfachen, schnellen und umfassenden Interaktion haben die Beziehungspflege bequem gemacht und gestalten in einflussreichem Maße das gesellschaftliche Miteinander. Allein bei Facebook sind 30 Mio. Deutsche mindestens wöchentlich, 23 Mio. sogar täglich aktiv.² Die sozialisierte Schnittstelle zum Internet dient für Viele als Nachrichtenkanal und als Medium gesellschaftlicher Diskurse. Dabei entstehen – gewollt oder ungewollt – immer mehr öffentlich diskutabile Randerscheinungen wie gefühlter Datenmissbrauch, verletzend Hass-Botschaften, gezielte Desinformation oder Echo- bzw. Filtereffekte.

Der Einfluss der Social-Media-Plattform führt zwangsläufig zu Fragen von Macht und Verantwortung. Mittlerweile liegen aktuelle Vorwürfe gegen Facebook im öffentlichen Diskursraum demokratischer Gesellschaften. Protest erhebt sich gegen das Unternehmen aus den USA wegen zu sorgloser Verwaltung der massenhaft gehorteten Daten.³ Einem Institut in

¹ Vgl. hierzu die Daten von Bitkom, dargestellt in Rohleder, 2018.

² Die (neusten) Zahlen enthält <https://allfacebook.de/toll/state-of-facebook>.

³ Vgl. hierzu und im Folgenden Rosenberg et al., 2018.

England wird die Verwendung von über 80 Mio. ungesicherten Datenprofilen zu Zwecken der bewussten Meinungssteuerung im USA-Wahlkampf vorgeworfen. Die Folgen waren immens:⁴ Der Aktienwert sank zwischenzeitlich um 60 Mrd. Dollar, Aktionäre klagten gegen Facebook wegen Informationsverzögerungen, verschiedene Behörden ermitteln und Nutzer starten eine Lösch-Kampagne von Facebook-Profilen. Zudem intensiviert sich in Deutschland und Europa die Diskussion um Regulierungsversuche für große Datensilos.

Dies alles geschieht vor dem Hintergrund einer chinesischen Suche nach einem umfassenden digitalen Bürger-Scoring bis zum Jahr 2020, für dessen Profilbildung die Zusammenführung von rund 3000 Datensätzen aus fast 100 Behörden, Banken und Sozialen Medien geplant ist.⁵ So scheint sich die Klärung von daten- und netzwerkbezogenen Machtfragen und Verantwortungszuschreibungen immer mehr auf grundlegende gesellschaftlich relevante Gestaltungsoptionen wie z. B. Parlamentswahlen und öffentliche Meinungsbildung zu beziehen. Dies trifft nicht nur die Plattform-Anbieter, sondern eben auch die Nutzer wie Privatpersonen, Unternehmen, Medien oder öffentlichen Einrichtungen. Es entsteht ein Gefüge aus sich überlagernden Interessengruppen, die in der Zuweisung von Macht und Verantwortung schwer abzugrenzen sind.

Um hier Abhilfe zu schaffen, versucht der nachfolgende Artikel, am Beispiel von Facebook einen Ordnungsrahmen für die Analyse von Macht und Verantwortung in einem Social-Media-Netzwerk zu entwickeln. Denn nur dann lassen sich auftretende gesellschaftliche Phänomene im Zusammenhang mit Facebook genauer analysieren und in einen Lösungsraum von Zuständigkeiten überführen. Hierzu wird zunächst das grundlegende Verständnis von Macht und Verantwortung charakterisiert, um dann das Machtgefüge auf einer Plattform mit einzelnen Akteuren und Ebenen zu umschreiben, die in ihren Wirkmechanismen sukzessive abgearbeitet werden.

⁴ Eigene Zusammenfassung aus den Nachrichten-Portalen Heise Online und t3n, die hier grundlegend als Dokumentationsbasis aktueller Ereignisse dienen.

⁵ Vgl. hierzu Klenz, 2017 sowie Landwehr, 2018.

2 Grundverständnis von Macht und Verantwortung im Netzwerk

2.1 Perspektiven des Machtgefüges im Netzwerk

Kaum ein Begriff ist so schwer zu fassen wie Macht. Im historischen Kontext war Macht zunächst eingebettet in Herrschaftsstrukturen mit einer Obrigkeit als „ (...) jede Chance, innerhalb einer sozialen Beziehung den eigenen Willen auch gegen Widerstreben durchzusetzen (...)“⁶. In Folge dieser Sichtweise wird Macht ausgedeutet als zweiseitiges Gegeneinander, das entweder ein Niederringen des anderen Willens oder eine Durchsetzung unter Zwang und Gewalt als Vorstellungswelt wahrscheinlich werden lässt.

Foucault⁷ fasst Macht als wettkampfmäßige Beziehung zwischen Menschen in vernetzter Gegenseitigkeit. Diese dehnt er aus zu einer strukturellen Macht, die nicht mehr personell in Erscheinung treten muss, sondern ihre Systeme vorab machträchtig organisiert. Hierbei unterscheidet er die Macht der Gesetze und die Macht der Gewohnheiten, die beide nicht mehr nur negativ unter Zwang, sondern auch positiv unter bejahender Zustimmung akzeptiert und verinnerlicht werden können.⁸

Noch weiter geht Habermas⁹, wenn er Macht als kommunikativen Konsens im Sinne eines Miteinanders fokussiert, was aber in seiner Alleinigkeit wiederum den Machtraum als umkämpfte Durchsetzungsarena vernachlässigt.¹⁰ Han verbindet dann Kampf und Konsens als zwei unterschiedliche Formen einer Macht.¹¹ Er sieht in Gesellschaften das gleichzeitige Nebeneinander von Macht als Instrumentalisierung eines fremden Willens für eigene Zwecke und Formierung eines gemeinsamen Willens in einer auf Verständigung ausgerichteten Kommunikation.

Baumann¹² führt das Verständnis von Macht in den Hintergrund als etwas Flüchtiges bzw. Flüssiges, das sich mit der Geschwindigkeit elektro-

⁶ Weber, 1976, S. 28.

⁷ Vgl. Foucault, 1983, S. 93 f..

⁸ Vgl. Foucault, 1977, S. 170.

⁹ Vgl. Habermas, 1981, S. 229 f..

¹⁰ Vgl. hierzu die Ausführungen bei Han, 2005, S. 107 f..

¹¹ Vgl. Han, 2005, S. 112.

¹² Vgl. hierzu und im Folgenden Baumann, 2003, S. 33.

nischer Signale unabhängig von Raum und Zeit durch die Gesellschaft bewegt. Macht hat, wer sich im globalen Raum frei bewegen kann und dazu über die ökonomischen und sozialen Ressourcen verfügt.

Alle beschriebenen Facetten finden sich im Machtbegriff wieder, der einen Erklärungsbeitrag zur Ausgestaltung in Social-Media-Netzwerken leisten können soll. Er wird unter dem Begriff des Machtgefüges weiter ausgeformt. Ein Machtgefüge wird verstanden als ein sich in struktureller Streuung verflüssigendes Kräftespiel von äußerlichem Zwang und innerer Bejahung zwischen Netzwerkakteuren.¹³ Hierbei wird sowohl die Deutungsmacht einer Sinnfüllung als auch Handlungsmacht im Sinne einer Ausrichtung gesellschaftlicher Lebenswelten ausgehandelt.

Das Machtgefüge bewegt sich zwischen der Gestaltung von Beziehung und Raum wie auch von Person, Institution und Struktur. So gibt es einerseits Machtinhaber, die von einem Machtvorhof (Lobbyisten der Macht) umlagert sind und andererseits Machtregulatoren wie Gesetze und Gerichte. Die Hintergrundstrukturen der Macht (Gewohnheiten, eingeübte Prozesse und Begriffe) laufen unsichtbar mit. Innerhalb eines Machtgefüges gelten gesellschaftlich akzeptierte Spielregeln, die über die Vorwegnahme des machtkonformen Verhaltens zunächst zu einer unreflektierten Selbstzensur im Kopf führen. Darüber hinaus erfolgt auch die ständige Überwachung durch die Anderen als dezentrale Macht-„Hilfestellung“ für das Gesellschaftsnetzwerk.

2.2 Verantwortungszuschreibungen im Netzwerk

Eng mit der Macht verwoben ist der Begriff der Verantwortung. „Macht über etwas“ sieht Jonas immer einhergehend mit „Verantwortung für etwas“.¹⁴ Auf dem Weg vom „über“ zum „für“ entsteht genau die grundsätzliche Verantwortungsübernahme. Verantwortung umschreibt „(...) das Entstehen eines Akteurs für die Folgen seiner Handlungen in Relation zu einer geltenden Norm.“¹⁵ Dabei geht Verantwortung über die Pflicht zur Einhaltung der Norm hinaus, da auch die Folgen einer Handlung mitberücksichtigt werden, die jenseits normierter Schuldigkeit im

¹³ Zum Begriff der strukturellen Streuung der Macht bzw. der Macht zwischen den Polen Zwang und Jubel vgl. Han, 2005, S. 15 bzw. S. 17.

¹⁴ Vgl. hierzu und im Folgenden Jonas, 1984, S.172-184 .

¹⁵ Heidbrink, 2017, S. 5.

Bereich freiwilliger Selbstverpflichtung liegen.¹⁶ Verantwortung ist so an die Zurechenbarkeit von Handlungsfolgen gekoppelt, egal, ob diese gewünscht, in Kauf genommen oder unerwünscht in Erscheinung treten.

Einhergehend mit fortschreitender Dezentralisierung und Verflüssigung des Machtgefüges verflüchtigt sich auch die eindeutige Zurechenbarkeit von Verantwortung. Jeder Einzelne trägt nur ein kleines Stück zu der letztlich zustande kommenden gesellschaftlichen Gefahr bei. Zudem entbinden vorgegebene Rahmungen (z. B. Gesetze, Grenzwerte, Gewohnheiten etc.) von einer sonst notwendigen umfassenden Verantwortungsprüfung, da so bereits Richtwerte festgeschrieben werden. Nicht selten existieren zudem mehrere Normierungsperspektiven für ein und die gleiche Handlung (z. B. juristisch, moralisch, persönlich). Beck¹⁷ definiert für ein Geflecht aus gleichzeitiger Zuständigkeit und Unzurechenbarkeit den Begriff der „Organisierten Unverantwortlichkeit“.

Mittlerweile werden Konzepte der kollektiven, kooperativen und der korporativen Verantwortung diskutiert, die sich sowohl auf die Rollen einzelner Akteure als auch deren Handlungsverbünde beziehen.¹⁸ Hierunter fällt u. a. das Konzept der Verantwortungsdiffusion, welches besagt, dass mit der steigenden Zahl möglicher Verantwortlicher in einem Kollektiv die Wahrscheinlichkeit der Verantwortungsübernahme jedes Einzelnen sinkt.¹⁹ Die Verantwortung verteilt sich wortwörtlich auf viele Schultern, so dass sich keiner mehr zum Handeln genötigt sieht. Auch im Rahmen möglicher Verantwortungsdelegation auf andere Gruppen kommt es zu einem allgemeinen „sozialen Faulenzen“ im gesellschaftlichen Miteinander. Noch weiter greift das Konzept der Systemverantwortung, welche weniger die handelnden Akteure selbst als vielmehr die Wirkung von Regelstrukturen auf die handelnden Akteure in den Fokus rückt.²⁰

¹⁶ Vgl. hierzu und im Folgenden Heidbrink, 2017, S. 5.

¹⁷ Vgl. hierzu Beck, 1988, S. 100.

¹⁸ Vgl. zur kollektiven Verantwortung Isaacs, 2017, zur kooperativen und korporativen Verantwortung Bratu, 2017.

¹⁹ Je mehr Schaulustige um einen Ertrinkenden herum stehen, umso unwahrscheinlicher ist dessen Rettung durch einen beherzten Schwimmer. Vgl. hierzu und im Folgenden Bierhoff/Rohmann, 2017.

²⁰ Vgl. zur Systemischen Verantwortung Wilhelms, 2017.

Damit einem Akteur eine Handlung verantwortungsmäßig zugeschrieben werden kann, müssen für die Handlung ein Entscheidungsspielraum, eine Kausalität zur Folge hin, die Absichtlichkeit des Handelns sowie das Wissen um die Handlungsfolgen gegeben sein.²¹ Zudem bedarf es der Fähigkeit und Bereitschaft zur Verantwortungsübernahme. Denn sonst reduziert sich die Normierung auf reine Einhaltung von aufzustellenden Pflichten. Verantwortungszuschreibung in Systemen orientiert sich darüber hinaus nach innen an operativen Verhaltensstandards und nach außen an zugewiesenen Haftungsregeln, die der systemischen Verantwortungsdiffusion entgegenwirken und über außenstehende Instanzen der Gesellschaft regulierend überprüft werden können.

Verantwortungszuschreibung setzt voraus, dass der Akteur gegenüber dem zu Verantwortenden eine höhere Handlungsmacht als andere hat.²² Damit schließt sich die Verwobenheit von Macht und Verantwortung. Der Einsatz von Deutungs- und Handlungsmacht gilt dann als verantwortungsvoll, wenn sie sich genau vor den anderen Nichtverantwortlichen rechtfertigen lässt. Dies lässt sich zum einen aus der machtbedingten Zuschreibung an verantwortungsvoll genutztem Handlungsspielraum begründen und zum anderen aus der Fürsorge für die im Machtraum befindlichen Mitmenschen, Institutionen und Dinge.²³ Das Wechselspiel von Macht und Verantwortung ist somit konstituierend für gesellschaftlich-kulturelle Prozesse und Strukturen eines wirksamen Miteinanders einerseits und für jeden handelnden Akteur innerhalb eines Systems andererseits. Dies wird nachfolgend für eine Social-Media-Plattform wie Facebook näher auszuformen sein. Hierzu bedarf es zunächst einer grundlegenden Charakterisierung von Facebook.

3 Das Gefüge rund um Facebook als Netzwerk

Facebook wird oft als ein soziales Netzwerk bezeichnet. Weyer definiert ein solches als „ (...) eine eigenständige Form der Koordination von Interaktionen (...), deren Kern vertrauensvolle Kooperation autonomer aber interdependenter (wechselseitig voneinander abhängiger) Akteure ist,

²¹ Vgl. hierzu und im Folgenden Heidbrink, 2017, S. 23 ff.

²² Vgl. Buddeberg, 2017, S. 421.

²³ Vgl. hierzu und im Folgenden ebd., S. 424f..

die für einen begrenzten Zeitraum zusammenarbeiten und dabei auf die Interessen des jeweiligen Partners Rücksicht nehmen, weil sie auf diese Weise ihre partikularen Ziele besser realisieren können.²⁴

Soziale Medien bzw. Social Media beziehen die Netzwerkausprägungen auf Technologien im Internet und werden hier mit Taddicken/Schmidt charakterisiert als „ (...) Sammelbegriff für Angebote auf Grundlage digital vernetzter Technologien, die es Menschen [und Institutionen (Erg. d. Verf.)] ermöglichen, Informationen aller Art zugänglich zu machen und davon ausgehend soziale Beziehungen zu knüpfen und zu pflegen.“²⁵

Weiter spezifiziert handelt es sich bei einer Social-Media-Plattform wie Facebook um ein Geschäftsmodell, das eine technologische „digital-soziale Infrastruktur“²⁶ im Internet bereitstellt, die den Nutzern als Social-Media-Netzwerk dient und das Einstellen, Veröffentlichen, Kommentieren, Bewerten, Verschlagworten, Weiterleiten, Abonnieren und Vernetzen von Inhalten ermöglicht.²⁷ Die Nutzer selbst können mit Informationen in Wort, Bild und Film den Inhalt von Facebook (Content) generieren, der neben vereinfachter Beziehungspflege den Mehrwert für die Nutzer darstellt. Facebook strukturiert allen Content in einer chronologischen Zeitleiste (Timeline) und sortiert über einen profilberücksichtigenden Algorithmus einen individualisierten Neuigkeiten-Bereich (Newsfeed) für jeden Nutzer.

Die Plattform dient zudem als Eingangstor zu einer Vielzahl weiterer Internetauftritte und Applikationen, denen über das Facebook-Profil alle Daten des jeweiligen Knotenpunktes zugänglich werden. Diese Daten beinhalten neben umfassender Soziodemographie auch kommunikative Zusammenhänge, Verlaufsprotolle der Nutzung, semantische Verdichtungen der Contentinhalte und u. U. Bewegungsdaten der Nutzer.²⁸

Die Bedeutung von Social-Media-Netzwerken unterstreicht ein Studie aus dem Jahr 2018:²⁹ 87% der Deutschen sind bei mindestens einer Plattform

²⁴ Weyer, 2011, S. 49.

²⁵ Taddicken/Schmidt, 2017, S. 8.

²⁶ Dieser Begriff stammt von Lobo, 2018.

²⁷ Vgl. zu den Funktionen Schmidt/Taddicken, 2017, S. 24-28.

²⁸ Vgl. Barger, 2016.

²⁹ Vgl. Rohleder, 2018, mit neuesten Zahlen von Bitkom.

angemeldet, bei den unter 30 Jährigen sogar 98%. Im Durchschnitt ist jeder Nutzer auf drei Plattformen präsent. Unter den in den letzten drei Monaten aktiv genutzten Plattformen führt Facebook mit 66% immer noch mit Abstand vor YouTube (51%) und Instagram (28%). Die Reihenfolge gilt ähnlich in jeder Altersgruppe.³⁰ Somit erscheint es nur konsequent, die Grundstrukturen und gesellschaftlichen Wechselwirkungen anhand des Beispiels von Facebook weiter zu untersuchen.

Die Grundstruktur des Geschehens auf der Plattform orientiert sich am Netzwerkbegriff. Ein Netzwerk besteht aus einem Konglomerat von Knoten als Akteuren im Netzwerk und den Kanten als deren kommunikative Verbindungslinien. Sie verbinden die Knoten des Netzwerkes untereinander, laufen aber auch in andere Vernetzungsstrukturen im Internet, was Abbildung 1 als Schema zeigt.

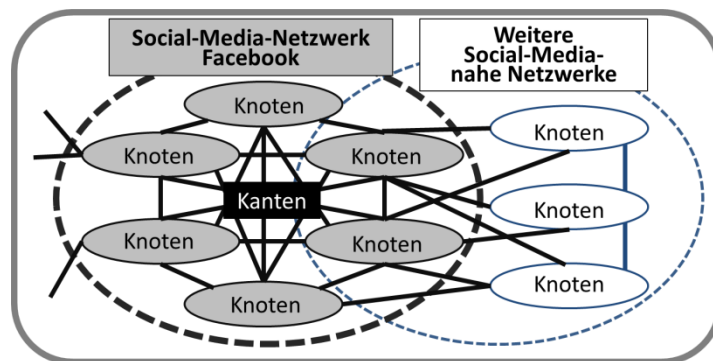


Abb. 1: Schema der Netzwerkstruktur von Facebook (Eigene Darstellung)

Die Bedeutung eines Akteurs-Knoten formt sich über drei Begriffe:

(1) Reichweite als direkter Vernetzungsgrad des Knotens über eigene Kanten gepaart mit dem indirekten Vernetzungsgrad über weitere Folgeknoten. Es geht um die quantitative Durchdringung des Netzwerkes.

³⁰ Dies gilt in dieser Studie, die Aktivitäten der letzten drei Monate untersucht. Allerdings gibt es Studien über täglich aktive jüngere Nutzer, in denen z.B. WhatsApp weit vor Facebook rangiert, vgl. ARD/ZDF-Online-Studie, 2017.

(2) Relevanz als Aktionsgrad (durch Aktualität und Frequenz), Autorität (durch Objektivität und Akribie), Authentizität (durch Vertrauen und Zuverlässigkeit) und Affinität (durch soziale Nähe und Sympathie) des Knotens. Hier steht qualitative Netzwerkdurchdringung im Vordergrund.

(3) Resonanz als reaktive Schwingungsauslösung des Knoten im Netzwerk durch quantitative Reaktionsanzahl der berührten Knotenpunkte (z. B. Likes, Loves, Follower) als auch die Qualität der Reaktionen (z. B. argumentative Tiefe von Kommentaren, Rezensionen).³¹ Insgesamt steht hier die sich weiter aufschaukelnde Schwingung des Gesamtnetzwerkes im Vordergrund der Betrachtung.

Abbildung 2 zeigt das Wechselspiel der Bestimmungsgrößen eines Netzwerkknotens, der in der Praxis ein Akteursprofil verkörpert.

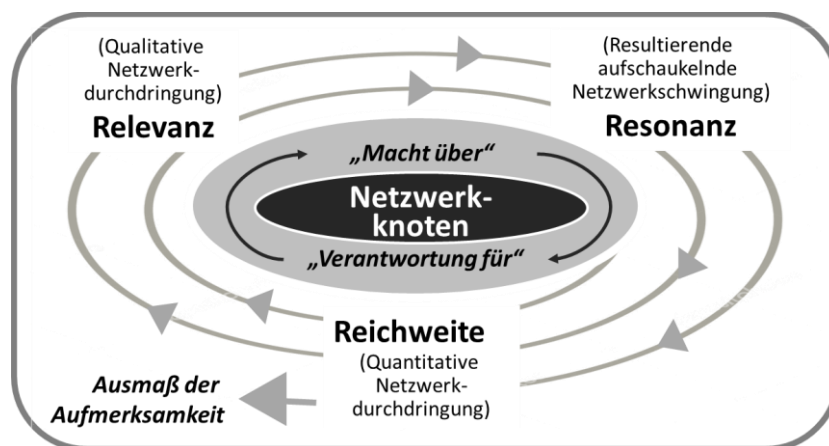


Abb. 2: Idealtypische Bestimmungsgrößen für ein Akteursprofil als Netzwerkknoten (Eigene Darstellung)

Die Schlüsselgröße im Social-Media-Netzwerk ist die Aufmerksamkeit, die ein Knoten im Netz erfährt. Aufmerksamkeit ist im Zuge zunehmender Informations- und Reizüberflutung zu einer knappen Ressource der

³¹ Vgl. hierzu grundlegend Rosa, 2016, S. 148 f., der Resonanz als grundlegende Körperschwingung zwischen menschlichem Selbst und der Welt charakterisiert.

Gesellschaft und damit zu einer Art „Ersatzwährung“ im Sinne von Bewertungsmaßstab geworden.³² Sie resultiert hier in idealtypischer Betrachtung aus der Zahl der Follower (i. S. v. Reichweite) und der interessierten Abonnenten, die jeden Post auch lesen (i. S. v. Relevanz), um auf dieser Basis eigene Reaktionen und Kommentare, aber auch durch Weiterleitung hin zu anderen Social-Media-Plattformen eine Interaktion im Netzwerk (i. S. v. Resonanz) aufzubauen.

Mit zunehmender Aufmerksamkeit, die ein Akteursprofil als Knotenpunkt im Netzwerk generieren kann, steigen auch seine Macht und Verantwortung. Das Facebook-Netzwerk repräsentiert in seinem Gefüge aus Macht und Verantwortung weltweit über zwei Milliarden Knotenpunkte als Mitgliedsprofile mit unterschiedlichen Einflüssen auf das Gesamtnetzwerk. Um die Darstellung von Macht- und Verantwortungsfragen möglichst präzise verankern zu können, hilft die Entwicklung eines überschaubaren Analyserasters, das Akteure zu relevanten Akteursgruppen im nachfolgenden Kapitel verdichtet.

4 Problembehaftete Akteursgruppen auf der Plattform Facebook

Erste Akteursgruppe sind die *Facebook-Macher (I)* selbst. Die technologische Plattform Facebook bietet als digital-soziale Infrastruktur jede Menge Nutzen an Kommunikations- und Präsentationskomfort, der die Nutzer unterstützt, so dass diese wiederum bereitwillig Facebook durch ihre Teilnahme unterstützen. Diese Teilnahme ist wie das Anlegen eines Profils grundsätzlich freiwilliger Natur. Die Macht von Facebook basiert also auf der verinnerlichten Zustimmung zum Netzwerk seitens der Nutzer. Je mehr die Plattform jedoch über normale Netzwerkeffekte³³ eine Quasi-Monopolstellung in der sozialen Kommunikation erlangt, erhöht der Gruppendruck eines möglichen Kommunikationsausschlusses den subjektiven Zwangscharakter der Teilnahme. Auch die Datenschutz-Voreinstellungen der Profilanlage stellen als Hintergrundprozess eine

³² Vgl. zur Aufmerksamkeitsökonomie bereits Franck, 1998 sowie Neckel, 2008.

³³ Vgl. zu den fünf grundlegenden Netzwerkeffekten bereits Kull, 2016, S. 264-266. Hier handelt es sich um die „Nutzensteigerung durch Nutzersteigerung“, die letztlich dazu führt, dass sich alle Nutzer weitestgehend in einem Netzwerk sammeln.

Machtbasis für Facebook dar. Sie sichern dem Unternehmen in der Ausgangslage maximale Datenzugriffe.

Hiervon profitiert eine zweite anbieterorientierte Akteursgruppe, die **Partnerunternehmen (2)** von Facebook. Diese Unternehmen stellen einerseits über Apps und Websitezutritte durch den Facebook-Account ihre Leistung zur Verfügung, partizipieren aber andererseits in Folge auch an allen Nutzerdaten von Facebook. In den AGB stimmen die Nutzer durch ihre Bestätigung der Weitergabe von Daten an Dritte zu. So kann Facebook legalisiert Datensätze an App-Anbieter weiterreichen und als Werbepplätze für Drittfirmen zugänglich machen. Hierdurch bildet sich ein riesiger Datenpool in einem undurchsichtigen Dickicht aus verschiedensten Quellen, der als Machtquelle fungiert, aber u. U. auf weit weniger bewusste Zustimmung durch die Nutzer stößt, sondern eher zwangsweise im Zuge der Vorteilsnutzung in Kauf genommen wird.

Das als „Big Data“ bezeichnete Phänomen beinhaltet, dass überdimensionale Datenvolumen (Volume) unterschiedlichster Beschaffenheit (Variety) in immer höherer Geschwindigkeit (Velocity) verarbeitet werden können.³⁴ Hierdurch entstehen Gefahrenquellen, wenn die Daten zu nicht intendierten Zwecken missbraucht werden können, wie z. B. zur Beeinflussung demokratischer Wahlen (was im Facebook-Skandal bisher nur eine Vermutung ist) oder zu einem Bürgerrating in zentralistischen Gesellschaftssystemen (wie in China angestrebt).

Auch innerhalb des Facebook-Konzerns existieren weitere Verbundunternehmen. Hier häufen sich nicht nur die Daten der 2,1 Mrd. weltweiten Facebook-Nutzer, sondern auch die von weiteren marktrelevanten Plattformen. Hierzu zählen der Facebook Messenger mit 1,3 Mrd. Nutzern weltweit, das Social-Media-Netzwerk Instagram mit weiteren 0,7 Mrd. Nutzern und der Messenger-Dienst WhatsApp mit 1,5 Mrd. Nutzern.³⁵ So werden entweder Mehrfachnutzer besser profilierbar oder neue Nutzer hinzufügar. Beides potenziert die große Datensammlung (Big Data) auf der Metaebene. Hierzu hat das Bundeskartellamt Ende 2017 die Ansicht geäußert, „ (...) dass Facebook

³⁴ Vgl. Fels et al., 2015, S. 263 f.. Allg. zu „Big Data“ siehe König et al., 2018.

³⁵ Vgl. zu den Zahlen mit Stand vom 12.4.2018 unter <https://allfacebook.de/toll/state-of-facebook>.

missbräuchlich handelt, indem das Unternehmen die Nutzung des sozialen Netzwerks davon abhängig macht, unbegrenzt jegliche Art von Nutzerdaten aus Drittquellen sammeln und mit dem Facebook-Konto zusammenführen zu dürfen. Zu diesen Drittseiten gehören zum einen konzerneigene Dienste wie WhatsApp oder Instagram. Hierzu gehören aber auch Webseiten und Apps anderer Betreiber, auf die Facebook über Schnittstellen zugreifen kann.³⁶

Damit gelangen die Nutzer als sichere Datenlieferanten und mögliche Contenterzeuger in den Betrachtungsfokus. Hier sind als Akteursgruppe zunächst **Private Nutzer (3)** zu nennen. Lange Zeit hat sich Facebook nicht als redaktioneller Filter des von privaten Nutzern geschaffenen Contents verstanden, was dazu geführt hat, dass sich Hassbotschaften und Falschnachrichten über die Plattform leicht verbreiten lassen. Sobald aber die beschriebene Verantwortungsdiffusion und soziale Faulheit im Netz zur Duldung entsprechender Nachrichten im Netz führen, müssen andere Institutionen oder Facebook selbst das Vakuum an Verantwortung füllen.

Probleme verursacht auch ein individualisierter Newsfeed, der weniger Qualität und Authentizität von Informationen prüft, sondern eher eine algorithmisch gestützte Relevanzvermutung für das Profil ausformt.³⁷ Die genauen Parameter des Algorithmus sind geheim und von Facebook jederzeit änderbar, was eine ausgeprägte Handlungsmacht beinhaltet. Damit einher geht ein forcierter einengender Nachrichtenfilter, der unter dem Begriff der Echokammer bzw. Filterblase diskutiert wird und über seinen Beitrag zur einengenden öffentlichen Meinung schnell gesellschaftliche Konsequenzen mit sich bringt.³⁸

Im Internet lassen sich Identitäten nach Belieben aufbauen und ausbauen. Empirische Forschungen zur Wahrnehmung von Facebook-Profilen zeigen sie als polierte Oberflächen mit Hang zum Wohlgefälligen, Beneidenswerten oder Glamourösen.³⁹ Aufwand und Erfolg richten sich

³⁶ Bundeskartellamt, 2017, S. 1.

³⁷ Vgl. hierzu grundlegend Drösser, 2016, S. 104 ff..

³⁸ Hierzu hat der Spiegel-Kolumnist Fleischhauer, 2016 einen interessanten Selbstversuch im AFD-nahen Gefilde gestartet, der ihn binnen kurzer Zeit in eine Echokammer aus nationalsozialistischem Gedankengut brachte.

³⁹ Vgl. Gardner/Davis, 2013, S. 60 ff..

nach dem digitalen Gewandtheitsgrad der privaten Nutzer, welcher die Fähigkeit beinhaltet, Wissen zu transformieren und Informationen zu generieren, um sich in der digitalen Umwelt angemessen auszudrücken.⁴⁰

Im Kampf um die Aufmerksamkeit der Anderen versuchen viele Nutzer, ihre Identität und ihre Timeline möglichst attraktiv und einzigartig zu gestalten. Der damit einhergehende Wettbewerb um Singularität und die Arbeit am gesellschaftlichen Status nehmen viel Zeit in Anspruch und bedingen eine permanente Performanz, da das Facebook-Profil als akkumuliertes Singularitätskapital wahrgenommen wird.⁴¹

So verkehren sich Erlebnisse zu einer merkwürdigen Kette: Während früher über Erlebtes mit etwas Abstand berichtet wurde, weil es besonders beeindruckend für den Erzähler war, wird heute etwas als Erlebnis angestrebt, damit es etwas Neues zu berichten gibt. Dabei wird das Erlebnis oft nicht einmal fertig durcherlebt, sondern es wird in Echtzeit bereits berichtet und sogar schon von Dritten wahrgenommen und kommentiert. Damit verlieren sich abgeschlossene Episoden in einem permanenten Fluss von Gegenwartsberichten, was die Gegenwart als eigentliches Erlebnis und auch die echte Gegenwärtigkeit des Einzelnen verhindert. „Die Permanenz des Erlebens (als Imperativ der Erlebnisgesellschaft) wird (unter dem Imperativ der Selbstdarstellung) zur Permanenz der Berichterstattung. Man lebt im (Mit-) Teilen.“⁴²

Jeder Nutzer ist auch Teil des Publikums, das die Singularität der Anderen über „Likes und Links“ mitbestimmt und auch Einblicke in ein weites soziales Geschehen im Netzwerk wahrnehmen will. Hier existiert ein Phänomen, das mit dem Begriff „Fear Of Missing Out“ bezeichnet wird: Aus Angst, etwas Wesentliches zu verpassen, kann sich das Nutzerpublikum auf Facebook, wenn es nicht selbst aktiv postet, in einem permanenten „(...) Standby-Modus abwartender Aufgeregtheit“ fühlen.⁴³ Durch die Vielzahl an Nachrichtenpotenzial über die Social-Media-Plattform wird neben einer permanenten Erwartungshektik immer wieder

⁴⁰ Vgl. zum Konzept der Digitalen Gewandtheit Wang u. a., 2013.

⁴¹ Vgl. Reckwitz, 2017, S. 247, zum Singularitätskapital siehe S. 169 ff..

⁴² Simanowski, 2016, S. 46.

⁴³ Vgl. Pörksen, 2014.

die narrative Lebenslinie unterbrochen, um zu schauen, ob nicht anderswo etwas Interessantes stattgefunden haben könnte.

Das Ringen um Aufmerksamkeit setzt einen der perfidesten Machtmechanismen in Netzwerken in Kraft. Die sich verflüssigende Strukturmacht zieht ihren Wirkungskreis dezentral über das gesamte Netzwerk. Das Publikum übernimmt die Belohnung von Wohlverhalten über den Einsatz der Funktionen Reaktionen, Teilen und Freundschaftsanfragen. Über die intensive Vernetzung durch die digital-soziale Infrastruktur von Facebook lassen sich schnell emotionale Gefühlswellen als Sturmflut in die Gesellschaft hineintragen.⁴⁴

Um die mühsam gepflegte Identität in ihrer erzielten positiven permanenten Performanz nicht zu gefährden, setzt das virtuelle Selbst beim Nutzer eine reale proaktive Verhaltenszensur frei. Da der Bericht wichtiger ist als das Erleben, wird vor dem Erleben die Berichtbarkeit in Erwartung eines belohnenden Publikumsechos geprüft. So werden nur noch Erlebnisse angestrebt, die als publikumstauglich erachtet werden. Hier findet eine innere Selbstzensur statt, deren Güte von einer äußeren Publikumszensur überwacht wird. Beide Mechanismen funktionieren dezentral, die eigentlichen Machtinhaber sind nicht mehr gegenwärtig und doch bei jeder Verhaltensausrichtung dabei. Und beide Mechanismen funktionieren mit der positiven Belohnung durch Aufmerksamkeit. Die dezentrale Machtausübung wird weniger als Zwang empfunden, sondern mit Jubel über das Gelingen der positiven Performanz gefeiert. Eine erstaunliche Erkenntnis: Machtausübung lässt sich gamifizieren.⁴⁵

Über Social-Media-Netzwerke wie Facebook wird dieser Mechanismus strukturaler Belohnungsmacht gesellschaftlich gelernt und sozialisiert, was in Gesellschaften mit demokratischem Überbau eher geringfügige Auswirkungen auf die Machtverteilung in der Gesellschaft haben dürfte im Vergleich zu autoritären Systemen. Dieser Effekt des Gamification wird auch im bereits beschriebenen Bürgerranking der chinesischen Führung genutzt.⁴⁶ In den Testprojekten werden die Ortsbesten offiziell auf großen Plakaten belobigt, und auch die Menschen selbst zeigen stolz ihre

⁴⁴ Vgl. hierzu Lobo, 2018.

⁴⁵ Vgl. zu Gamification im positiven Marketing-Einsatz Kull, 2016.

⁴⁶ Vgl. hierzu Klentz, 2017.

Ratingwerte.⁴⁷ Dies gilt natürlich nur, wenn sie sich gegenüber der Hausmacht so wohlverhalten haben, dass genügend positive Bewertung zustande kommen konnte. Die Bestrafung passiert ebenfalls eher unsichtbar durch den Ausschluss über ein nicht vorzeigbares Ergebnis.

Die privaten Nutzer gestalten ihre Profile, und Facebook sammelt all diese Daten, um sie gezielt für die Akteursgruppe **Kommerzielle Nutzer (4)** zu Werbe und PR-Zwecken einzusetzen. Für diese Akteursgruppe hält Facebook eine Vielzahl von Werkzeugen bereit, um innerhalb des Netzwerkes einfach und preiswert gezielte Werbebotschaften zu streuen und eine reale Erfolgskontrolle abzurufen (Micro Targeting). Hieraus resultiert eine grundlegende Kritik um die Gestaltungsmacht von öffentlichem Raum: „Facebook hat es geschafft, den öffentlichen Raum hin zu einem Anzeigenmarkt zu kommerzialisieren. Früher hatten wir Clubs und Gesellschaften, den Marktplatz oder die Kneipe, um miteinander abzuhängen und uns auszutauschen. Dieser Raum gehört jetzt Facebook, und Facebook bombardiert uns mit Werbung.“⁴⁸

Dass öffentliche Meinung auch in Sozialen Medien gebildet wird, ist mittlerweile eine allgemein anerkannte Tatsache. Dieses Meinungsforum haben **Meinungsformende Nutzer (5)** als nächste Akteursgruppe für sich erkannt. Sie treten aus der Vielzahl der privaten Nutzer dadurch hervor, dass sie weniger ein privat-soziales Netzwerk ausformen, sondern vielmehr den öffentlichen Diskurs im Netz beeinflussen wollen, da sie das Machtpotenzial von Facebook für sich erkannt haben: Mit wenigen Personen lassen sich durch gezielte Streuung von Halbwahrheiten und falschen Fakten (Fake/ False News⁴⁹) enorme Reichweiten, Relevanzen und Resonanzen erzeugen: False News verbreiten sich laut einer Studie des MIT sechsmal schneller als „echte“ Nachrichten.⁵⁰ „Die Macht der sozialen Netzwerke (...) ist weniger (...) Gegenmacht mit einem eigenen

⁴⁷ Vgl. hierzu den Bericht von Landwehr, 2018.

⁴⁸ Niall Ferguson (US-Historiker) im Interview mit Jungclaussen, 2017.

⁴⁹ Fake News ist auch ein politischer Kampfbegriff für alles nicht zum eigenen Weltbild Passende, daher wird hier besser von False News gesprochen.

⁵⁰ Vgl. Diener, 2018, die Ergebnisse einer Studie des MIT zu Twitter resümiert.

Zentrum als vielmehr die Macht der „Kritik“. Sie kann der etablierten Macht Schläge versetzen und innere Widersprüche verstärken.“⁵¹

Durch die Überformung von gesellschaftlichen Kommunikationsstrukturen über Social-Media-Netzwerke wie Facebook sind auch **Öffentlich-rechtliche Nutzer (6)** als eigenständige Akteursgruppe gezwungen, auf der Plattform präsent zu sein. Im Gegensatz zu privatwirtschaftlichen Unternehmen repräsentieren diese Institutionen weniger das kommerzielle als das gesellschaftlich-politische Moment einer Gesellschaft. Medien, Politiker, Parteien und die Polizei rufen ihr öffentliches Bürgerpublikum zur Interaktion über Facebook auf. Selbst staatliche Organe wie die Bundesregierung und der Bundespräsident pflegen eigene Facebook-Profile. Hier entsteht u. U. ein Dilemma, da hier gleichzeitig auch die gesellschaftlichen Instanzen zur Machtbegrenzung von Facebook vermutet werden können.

Den öffentlich-rechtlichen Plattformmitgliedern diametral gegenüber stehen die eher unlauteren Nutzer der Plattform. Die Gruppe der **Simulierenden Nutzer (7)** täuscht menschliches Verhalten hinter den Knotenpunkten vor, sei es durch gekaufte und daher unlautere Likes oder gar ganze Profile („Fake-Profile“) oder durch automatisch likende oder schriftlich antwortende Robotertools („Social Bots“). Diese Akteursgruppe verstößt zwar gegen Plattform-Regeln, hat aber bei Enttarnung keine rechtlichen Folgen zu befürchten. Dies ist bei der Akteursgruppe der **Illegalen Nutzer (8)** anders, die als „Hacker“ auf die ungeschützten Profildaten zugreifen oder als sogenannte „Trolle“ Falschmeldungen verbreiten. Hierunter fallen auch die staatlichen Geheimdienste, wenn sie sich über die eigentliche Privatsphäre in Ausnahmefällen hinwegsetzen.⁵²

Das Machtgefüge von Facebook ist eingebettet in die Zusammenhänge zu weiteren Social-Media-nahen Anwendungen und in die umfassenden gesellschaftlich-kulturellen Strukturen und Prozesse. Denn andere

⁵¹ Katzmaier/Mahrer, 2016, S. 104.

⁵² So etwa durch die in Wikipedia eingestellten Veröffentlichungen von Edward Snowden zu der Suchmaschine PRISM des US-Geheimdienstes NSA, die Daten aus großen privatwirtschaftlichen Datenbanken von z.B. Apple, Google, Amazon, Facebook zusammenfügt und darin profilbildend suchen kann.

Plattformen wie Snapchat, Instagram, Xing, YouTube oder WhatsApp (als Messenger) aber auch Twitter (als Microblog) weisen Vernetzungen zu Facebook auf und haben damit auch Berührungspunkte zu den diskutierten Problemlagen. Und da Facebook und seine Macher politische Macht entwickelt haben, ist es nur naheliegend, dass die beschriebenen Probleme im Facebookgefüge auch von Nutzern, Aktionären, Politikern, Talkshows und anderen Anspruchsgruppen diskutiert werden. Demokratisch legitimierten Gesellschaften droht die systembedingte Langsamkeit aller möglichen Reaktionen, denn demokratische Meinungsbildung benötigt Zeit. Dies steht in Kontrast zu den Internetunternehmen, die in überdimensionaler Schnelligkeit nach dem Motto „fail fast“ agieren. So entsteht schnell eine Antwortsuche jenseits der nötigen gesellschaftlichen Gelassenheit.

Die nachfolgende Abbildung 3 zeigt alle vorgestellten acht Akteursgruppen und Einbettungen im Überblick dar.

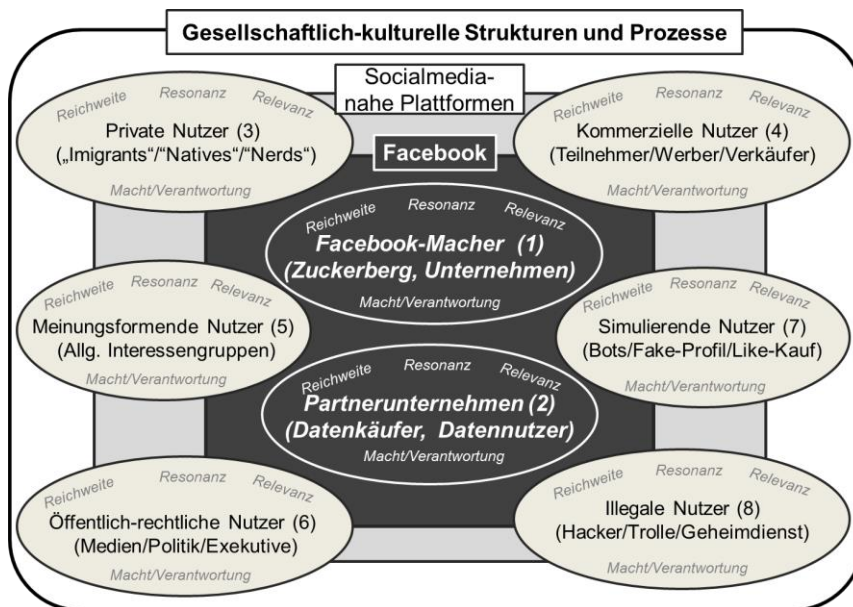


Abb. 3: Idealtypische Akteursgruppen im Social-Media-Netzwerk Facebook (Eigene Darstellung)

Das vorgestellte Schema ermöglicht es, bei Suche nach Problemlösungen die beteiligten Akteursgruppen auf ihre Macht und Verantwortung hin zu kennzeichnen und sie samt einbettender Strukturen zur Lösungsentwicklung heranzuziehen. Dies war Kernanliegen des Artikels.

5 Fazit und Ausblick

Die zu Beginn gestellte Zielrichtung, Anknüpfungspunkte für die Macht- und Verantwortungszuweisung im Gefüge von Facebook zu schaffen, ist erfüllt. Jede der acht Akteursgruppen weist als Netzwerkknoten das Wechselspiel von „Macht über“ und „Verantwortung für“ auf und lebt in seiner Aufmerksamkeitswertung im Netzwerk über die drei Größen Reichweite, Relevanz und Resonanz. Anhand der Struktur der Akteursgruppen können nun in Abbildung 4 die gesellschaftlich relevanten Phänomene rund um Facebook jeweils hypothetisch verortet werden.

Akteursgruppen	Diskutierte Problembereiche
Facebook-Macher (1)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Big Data und gesellschaftliche Monopolstellung ▶ Facebook Algorithmus und Echokammer-Effekt ▶ Kommerzialisierung des öffentlichen Raumes ▶ Infrastruktur für „emotionale Sturmfluten“ ▶ Unterstützung der Singularitätsgesellschaft ▶ Zwang zur permanenten Performanz ▶ Verstärkung von Aufmerksamkeit als Währung
Partnerunternehmen (2)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Interne Datenverschmelzung ▶ Externe Datenzu- und -abgänge
Private Nutzer (3)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gegenwartsverlust und „Fear of missing out“ ▶ Hassbotschaften im Content
Kommerzielle Nutzer (4)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Verkaufsprofile im Vordergrund ▶ Werbeflut im Hintergrund
Meinungsformende Nutzer(5)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Kritikverstärkung zur Gesellschaftsspaltung ▶ Fake/False News-Verbreitung
Öffentlich-rechtliche Nutzer (6)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Übereifrige Mitspieler ▶ Langsame Demokratie-Reglementeure
Simulierende Nutzer (7)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Einsatz von Social Bots ▶ Fake Profile und Like-Verkauf
Illegale Nutzer (8)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stördatenfluten (durch Trolle) ▶ Datendiebstahl (durch Hacker)

Abb. 4: Diskutierte Problembereiche mit hypothetischer Verortung an die Akteursgruppen (Eigene Darstellung)

Dass die Probleme angegangen werden müssen, hat auch der CEO Mark Zuckerberg von Facebook erkannt, wenn er im März 2018 auf seinem Facebook-Profil bekennt: “I started Facebook, and at the end of the day I’m responsible for what happens on our platform.” Allerdings wäre es unverantwortlich, ihm und Facebook allein die Lösung aller diskutierten Probleme zu überlassen.

Vorschläge wie die Einführung von Nutzungsgebühren statt Datenspenden für Facebook gefährden allerdings dessen gängige Positionierung und bedürfen entweder intensiver gesellschaftlicher Diskussion oder eines entsprechenden Wettbewerbsdrucks. Auch eine Quasi-Verstaatlichung analog zu anderen Infrastrukturen (wie Straßen-/Telefonnetze) verschiebt

viele Probleme nur auf andere Akteursgruppen und scheitert am fehlenden Knowhow potenzieller Macher und der Bequemlichkeit der Nutzer. Zur externen Überprüfung von geltenden Haftungsregeln und zur Schaffung wirksamer neuer Gesetze (wie z. B. der EU-Datenschutz-Grundverordnung) ist sicherlich mehr Transparenz seitens Facebook und entsprechende Übernahme von Kontroll-Verantwortung durch staatliche Institutionen vonnöten.

Alles das sind nur Versatzstücke im Gefüge gesellschaftlicher Gesamtanstrengung. Diese fordert auch Tim Berners Lee, der Erfinder des World Wide Web, wenn er Mark Zuckerberg im März 2018 auf Twitter virtuell zuruft: „You can fix it. It won't be easy but if companies work with governments, activists, academics and web users we can make sure platforms serve humanity.“ Wenn die demokratische Meinungsbildung nicht zuletzt, aber eben auch durch Unternehmen wie Facebook in Gefahr geraten kann, wird Regulierung unter Mithilfe aller demokratieinteressierten Kräfte, also auch Facebook selbst, notwendig. Denn was totalitäre Gesellschaften unter Zuhilfenahme der beschriebenen Mechanismen alles anstellen können, scheint China gerade in der Praxis auszuprobieren. Für Facebook sind Nutzerdaten die Basis für ein Geschäftsmodell, in China dagegen bedeuten sie die Ermächtigung zur Gleichschaltung einer ganzen Gesellschaft.

Quellenverzeichnis

- ARD-ZDF Onlinestudie (2017):** WhatsApp/Onlinecommunities, <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/whatsapponlinecommunities/>, Stand 2017, Zugriff: 17.04.2018.
- Barger, J. (2016):** Datenkrake Facebook, in: C't 2016, H. 24, S. 73-75.
- Bauman, Z. (2003):** Flüchtige Moderne, Frankfurt/M.
- Beck, U. (1988):** Gegengifte: Die organisierte Unverantwortlichkeit, Frankfurt/M.
- Bierhoff, H.-W./Rohmann, E. (2017):** Diffusion von Verantwortung, in: Heidbrink, L./Langbehn, C./Loh, J. (Hrsg.): Handbuch Verantwortung, Wiesbaden 2017, S. 911-932.
- Bratu, C. (2017):** Korporative und kooperative Verantwortung, in: Heidbrink, L./Langbehn, C./Loh, J. (Hrsg.): Handbuch Verantwortung, Wiesbaden 2017, S. 477-500.
- Buddeberg, E. (2017):** Verantwortung, Macht und Anerkennung, in: Heidbrink, L./Langbehn, C./Loh, J. (Hrsg.): Handbuch Verantwortung, Wiesbaden 2017, S. 417-428.
- Bundeskartellamt (2017):** Pressemitteilung vom 19.12.2017. http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2017/19_12_2017_Facebook.html, Stand 19.12.2017, Zugriff: 05.04.2018.
- Diener, A. (2018):** Fake News: Falsche Nachrichten sind einfach sexy, <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/fake-news-vebreiten-sich-auf-twitter-schneller-als-fakten-15484467.html>, Stand 18.03.2018, Zugriff: 13.05.2018.
- Drösser, C. (2016):** Total berechenbar? Wenn Algorithmen für uns entscheiden, München.
- Fels, G./Lanquillon, C./Mallow, H./Schinkel, F./Schulmeyer, C. (2015):** Technik, in: Dorschel, J. (Hrsg.), Praxishandbuch Big Data, Wirtschaft – Technik – Recht, Wiesbaden, S. 255-331.

- Fleischhauer, J. (2017):** In der Echokammer, <http://www.spiegel.de/spiegel/afd-selbstversuch-auf-facebook-in-der-echokammera-1122311.html>, Stand 23.11.2016, Zugriff: 05.04.2018.
- Foucault, M. (1977):** Überwachen und Strafen, die Geburt des Gefängnisses, Frankfurt/M.
- Foucault, M. (1983):** Sexualität und Wahrheit. Erster Band: Der Wille zum Wissen, Berlin.
- Franck, G. (1998):** Ökonomie der Aufmerksamkeit, ein Entwurf, München, Wien.
- Gardner, H./Davis, K. (2013):** The app generation, how today's youth navigate identity, intimacy and imagination in a digital world, New Haven.
- Han, B.-C. (2005):** Was ist Macht?, Leipzig.
- Heidbrink, L. (2017):** Definitionen und Voraussetzungen der Verantwortung, S. 5., in Heidbrink, L./Langbehn, C./Loh, J. (Hrsg.): Handbuch Verantwortung, Wiesbaden, S. 3-33.
- Isaacs, T. (2017):** Kollektive Verantwortung, in: Heidbrink, L./Langbehn, C./Loh, J. (Hrsg.): Handbuch Verantwortung, Wiesbaden 2017, S. 453-476.
- Jonas, H. (1984):** Das Prinzip Verantwortung: Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation, Frankfurt/M.
- Jungclaussen, J. F. (2017):** Soziale Netzwerke: Facebook zerstört die Demokratie. Interview in Die Zeit Nr. 53/2017, <http://www.zeit.de/2017/53/soziale-netzwerke-facebook-macht-niall-ferguson-historiker>, Stand 26.12.2017, Zugriff: 05.04.2018.
- Katzmair, H./Mahrer, H. (2011):** Die Formel der Macht, Salzburg.
- König, C./Schröder, J./Wiegand, E. (2018) (Hrsg.):** Big Data: Chancen, Risiken, Entwicklungstendenzen, Wiesbaden.
- Klenz, T. (2017):** 34C3: China - Die maschinenlesbare Bevölkerung, <https://www.heise.de/newsticker/meldung/34C3-China-Die->

maschinenlesbare-Bevoelkerung-3928422.html, Stand 28.12.2017,
Zugriff: 02.04.2018.

Kull, S. (2016): Gamification als Ansatz zur Erlebnisorientierung im Marketing: Wie Zielgruppen zu Spielgruppen werden können, in: Behrends, S./Hilligweg, G./Kirspel, M./Kirstges, T./Kull, S. (Hrsg.): Jahresband 2016, Schriftenreihe des Fachbereichs Wirtschaft der Jade Hochschule, Berlin, S. 251-280.

Landwehr, A. (2018): China schafft digitales Punktesystem für den „besseren“ Menschen, <https://www.heise.de/newsticker/meldung/China-schafft-digitales-Punktesystem-fuer-den-besseren-Menschen-3983746.html?view=print>, Stand 01.03.2018, Zugriff: 05.04.2018.

Lobo, S. (2018): Facebook, die erste vernetzte Gefühlsmaschine, <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/sascha-lobo-kolumne-was-facebook-wirklich-ist-a-1202360.html>, Stand 11.04.2018, Zugriff: 11.04.2018.

Neckel, S. (2008): Flucht nach Vorn: Die Erfolgskultur der Marktgesellschaft, Frankfurt/M., New York.

Pörksen, B. (2014): Das Tamagotchi-Gefühl, derstandard.at/2000004928450/DasTamagotchi-Gefuehl, Stand 30.08.2014, Zugriff: 05.04.2018.

Reckwitz, A. (2017): Die Gesellschaft der Singularitäten, Berlin.

Rohleder, B. (2018): Social-Media-Trends, Bitkom 2018, Berlin.

Rosa, H. (2016): Resonanz, eine Soziologie der Weltbeziehung, Frankfurt/M.

Rosenberg, M./Confessore, N./ Cadwaladr, C. (2018): How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions, <https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html>, Stand 17.03.2018, Zugriff: 07.04.2018.

Schmidt, H.-J./Taddicken, M. (2017): Soziale Medien: Funktionen, Praktiken, Formationen, in Schmidt, J.-H./Taddicken, M. (Hrsg.): Handbuch Soziale Medien, Wiesbaden, S. 24-37.

Simanowski, R. (2016): Facebook-Gesellschaft, Berlin.

Taddicken, M./Schmidt, J.-H. (2017): Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien, in Schmidt, J.-H./Taddicken, M. (Hrsg.): Handbuch Soziale Medien, Wiesbaden, S. 2-23.

Wang, Q./Myers, M. D./Sundaram, D., (2013): Digital Natives und Digital Immigrants, in Wirtschaftsinformatik, Vol. 55, No. 6., S. 409-420.

Weber, M. (1976): Wirtschaft und Gesellschaft, 1. Halbband, Tübingen.

Weyer, J. (2011): Zum Stand der Netzwerkforschung in den Sozialwissenschaften, in: Ders. (Hrsg.): Soziale Netzwerke, Konzepte und Methoden der wissenschaftlichen Netzwerkforschung, 2. Aufl., München, S. 39-68.

Wilhelms, G. (2017): Systemverantwortung, in: Heidbrink, L./Langbehn, C./Loh, J. (Hrsg.): Handbuch Verantwortung, Wiesbaden, S. 501-524.