

Inhaltsübersicht

Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	XI
Einleitung	1
A. <i>Anlass der Untersuchung: Social Bots als Sinnbild kommunikativer Veränderungen</i>	1
B. <i>Zentrale Fragestellungen und Eingrenzung des Untersuchungsumfangs</i>	4
C. <i>Gang der Untersuchung</i>	5
Teil 1: Untersuchungsgegenstand: Social Bots – ein neues Instrument digitaler Manipulation	7
A. <i>Social Bots als pseudomenschliche Kommunikationsteilnehmer innerhalb sozialer Netzwerke</i>	7
B. <i>Social Bots und die digitale Manipulation politischer Prozesse</i>	32
Teil 2: Verfassungsrechtlicher Schutz durch das Grundrecht auf Meinungsäußerungsfreiheit	55
A. <i>Persönlicher Schutzbereich</i>	55
B. <i>Sachlicher Schutzbereich</i>	78
Teil 3: Beeinträchtigte Interessen: Social Bots und die demokratische Öffentlichkeit	151
A. <i>Öffentlichkeit und Manipulation im demokratischen System des Grundgesetzes</i>	151
B. <i>Auswirkungen auf den demokratischen Legitimationsmodus der Wahlen</i>	168
C. <i>Beeinträchtigung subjektiv-individueller Kommunikationsinteressen</i>	199

<i>D. Verzerrung des öffentlichen Meinungsbildungsprozesses</i>	207
<i>E. Besondere Restriktionen für staatliche Stellen und Parteien</i>	255
<i>F. Staatliche Schutzpflicht und legislativer Gestaltungsspielraum</i>	297
Teil 4: Regulierung von Social Bots	311
<i>A. Selbstregulierung der Plattformbetreiber</i>	311
<i>B. Regulierungskonzept de lege lata: Zur Kennzeichnungspflicht des Medienstaatsvertrags</i>	324
<i>C. Regulierungsperspektiven de lege ferenda</i>	357
<i>D. Zwischenergebnis, resilienzfördernde Maßnahmen und Restrisiko</i> ...	378
Zusammenfassende Thesen	381
Literaturverzeichnis	387
Sachverzeichnis	411

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	VII
Inhaltsübersicht	IX
Einleitung	1
A. <i>Anlass der Untersuchung: Social Bots als Sinnbild kommunikativer Veränderungen</i>	1
B. <i>Zentrale Fragestellungen und Eingrenzung des Untersuchungsumfangs</i>	4
C. <i>Gang der Untersuchung</i>	5
Teil 1: Untersuchungsgegenstand: Social Bots – ein neues Instrument digitaler Manipulation	7
A. <i>Social Bots als pseudomenschliche Kommunikationsteilnehmer innerhalb sozialer Netzwerke</i>	7
I. Begriffsklärung	7
1. Bot-Technologie und die Automatisierung digitaler Aufgaben	8
2. Arbeitsdefinition	10
3. Abgrenzung zu verwandten Internetphänomenen	11
a) Fake News und Desinformation	12
b) Trolle	13
c) Chatbots	14
d) Cyborgs	14
II. Technischer Hintergrund: Zur Erstellung und Vervielfältigung von Social Bots	16
III. Handlungsspektrum von Social Bots	19
1. Netzwerkspezifische Funktionen als absolute Grenze	19
2. Die Leistungsfähigkeit der Steuerungssoftware als relative Grenze	20
IV. Künstliche Authentizität durch Täuschung	24
V. Enttarnungsmöglichkeiten und ihre Grenzen	26
1. Mangelnde Medienkompetenz der Internetnutzer	26

2. Professionelle Enttarnung	27
VI. Einsatzmöglichkeiten und Missbrauchsgefahr	30
B. <i>Social Bots und die digitale Manipulation politischer Prozesse</i>	32
I. Einsatzbeispiele	33
1. Exemplarische Social Bot-Einsätze weltweit	33
2. Situation in Deutschland	35
II. Begriffsklärung: (Digitale) Manipulation als verdeckte Form der Beeinflussung	37
III. Manipulationsstrategien	39
1. Verzerrung des Kommunikationsprozesses durch das Erzeugen künstlicher Mehrheiten und die Simulation gesellschaftlichen Rückhalts	40
a) Strategien zur Erlangung quantitativer Meinungsmacht	40
b) Auswirkungen auf die Meinungsbildung: Zur „Schweigespirale“ und dem Prinzip sozialer Bewährtheit ...	42
2. Blockieren gegnerischer Meinungskanäle	44
3. Zukunftsszenario: Von einer quantitativen zu einer qualitativen Manipulation	45
IV. Zur tatsächlichen Relevanz: Der Effekt von Social Bots auf politische Entscheidungsprozesse	47
1. Methodische Schwierigkeiten und empirische Unschärfen	47
2. Kein unmittelbarer Einfluss auf das Ergebnis politischer Entscheidungen	48
3. Potenzielle Auswirkungen auf den Prozess der öffentlichen Meinungsbildung	49
4. Eine neue Qualität politischer Manipulation	51
5. Zwischenergebnis: Aktuelles Risiko und vorläufige Gefahrenprognose	52
 Teil 2: Verfassungsrechtlicher Schutz durch das Grundrecht auf Meinungsäußerungsfreiheit	 55
A. <i>Persönlicher Schutzbereich</i>	55
I. Grundrechtsberechtigung <i>de lege lata</i>	56
1. Natürliche Personen als „originäre“ Grundrechtsträger	56
2. Grundrechtsberechtigung juristischer Personen	60
a) Begriff der „juristischen Personen“ i.S.d. Art. 19 Abs. 3 GG	61
b) Restriktion auf „inländische“ juristische Personen	62
c) Wesensvorbehalt	63
II. Grundrechtsberechtigung <i>de lege ferenda</i> : Ausweitung auf technische Systeme	65
1. Mögliche Ausgestaltung einer Grundrechtserstreckungsnorm für „maschinelle Personen“	67

2. Vereinbarkeit einer Verfassungsänderung mit Art. 79 Abs. 3 GG	69
3. Rechtspolitische Bewertung	73
a) Verfassungsrechtliches Schutzvakuum	73
b) Argumente gegen eine Ausweitung der Grundrechtsberechtigung	76
c) Schrittweise Statuserweiterung	77
III. Zwischenergebnis	78
B. Sachlicher Schutzbereich	78
I. Grundrechtsdogmatische Vorüberlegung: Vorzüge einer weiten Schutzbereichsinterpretation	79
1. Grundrechtsdogmatischer Dreischritt: Schutzbereich, Eingriff, Rechtfertigung	81
2. Liberales Grundrechtsverständnis: Konfliktlösung primär auf Rechtfertigungsebene	82
3. Restriktionsansatz: Enger Gewährleistungsinhalt statt weiter Schutzbereich	82
4. Weiter Schutzbereich als Basis einer rationalen Grundrechtsargumentation	84
5. Abstrakte Voraussetzungen für die Annahme einer Schutzbereichsausnahme	87
6. Zwischenergebnis	90
II. Inhaltsfrage: Digitale Desinformation als „Meinung“ im Sinne von Art. 5 Abs. 1 S. 1 Var. 1 GG	90
1. Ausgangspunkt: Weites verfassungsrechtliches Begriffsverständnis	91
2. Schutzbereichsausnahme für (bewusst) unwahre Tatsachenbehauptungen	94
a) Dogmatische Rechtfertigung der Schutzbereichsausnahme	94
b) Fake News und Desinformation als bewusst unwahre Tatsachenbehauptungen	98
c) Einsatz von Social Bots als bewusst unwahre Tatsachenbehauptung	99
3. Schutz von Schmähkritik, Formalbeleidigungen und Hassrede	100
III. Modalitätsfrage: Social Bots als geschütztes Äußerungsmedium	103
1. Schutzbereichsrelevante Besonderheiten von Social Media-Kommunikation	104
a) Die Meinungsfreiheit als „technikoffenes Grundrecht“: Schutz digitaler Kommunikation	104
b) Einzelne Social Media-Funktionen und ihr kommunikativer Gehalt	105
2. Absolute Grenze der Modalitätsfreiheit: Verhaltenssteuerung durch Zwang	108

a)	Physische Gewalt als Ausgangspunkt	109
b)	Vorsichtige Erweiterung der Restriktion: psychischer Zwang durch Drohungen	111
c)	Verortung von Social Bots: Blockieren von Meinungskanälen als digitaler Zwang	113
3.	Automatisierung als legitime Form moderner Individualkommunikation	115
a)	Kein Schutz von intermaschinellm Datenaustausch	115
b)	Programmierung eines Algorithmus als antizipierte Meinungsäußerung	117
c)	Mindestanfordernis: Zurechnungszusammenhang zwischen Mensch und Maschine	119
aa)	Zivilrechtliche Zurechnungsgrundsätze zur automatisierten Willenserklärung	121
bb)	Zurechnung automatisierter Meinungsäußerungen durch Social Bots	124
cc)	Konkretisierung des Zurechnungssubjekts	127
4.	Fiktive Profilgestaltung als geschützte Anonymität	128
a)	Begriffsklärung: Pseudonymität und Anonymität	128
b)	Verfassungsrechtlicher Schutzzumfang	129
aa)	Wortlaut des Art. 5 Abs. 1 S. 1 Var. 1 GG	131
bb)	Systematischer Zusammenhang	131
cc)	Telos	132
(1)	Einwände gegen den Anonymitätsschutz	133
(2)	Der Schutz vor Selbstzensur als maßgebliches Argument für den Anonymitätsschutz	136
c)	Zwischenergebnis	138
5.	Rechtsdogmatisches Neuland: Schutzbereichsausnahme für „bewusst unwahre Meinungsäußerungsmodalitäten“	138
a)	Präzisierung des Täuschungselements: Verbindung von Automatisierung und Identitätstäuschung	139
b)	Begründungsansätze für eine neue Schutzbereichsausnahme	140
aa)	Unterschiede zu bisherigen Formen der Anonymisierung	141
(1)	Qualitative Unterschiede	141
(2)	Quantitative Unterschiede	144
bb)	Parallele zur Schutzbereichsausnahme für bewusst unwahre Tatsachenbehauptungen	145
c)	Zwischenergebnis: Plädoyer für eine Berücksichtigung des Täuschungselements auf Rechtfertigungsebene	148

Teil 3: Beeinträchtigte Interessen: Social Bots und die demokratische Öffentlichkeit	151
A. <i>Öffentlichkeit und Manipulation im demokratischen System des Grundgesetzes</i>	151
I. Öffentlichkeit: Begriff, Struktur(wandel) und Funktionen im demokratischen System	152
1. Begriff der Öffentlichkeit	152
2. Struktur von Öffentlichkeit: Ebenen, Foren, Akteure	154
3. Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit	156
4. Funktionen von Öffentlichkeit im demokratischen System	159
II. Demokratische Öffentlichkeit als verfassungsrechtliches Leitbild ...	162
III. Normative Leitplanken des Grundgesetzes	163
IV. Demokratische Öffentlichkeit zwischen Partizipation und Manipulation	166
B. <i>Auswirkungen auf den demokratischen Legitimationsmodus der Wahlen</i>	168
I. Wahlen als zentraler Modus demokratischer Legitimation	168
II. Freiheit der Wahl	169
1. Absoluter Schutz vor externer Beeinflussung beim Akt der Stimmabgabe	170
2. Wahlbeeinflussungen im Vorfeldstadium: Zwischen zulässigem Wahlkampf und unzulässiger Beeinträchtigung der Entscheidungsfreiheit	173
a) Mindesterfordernis: Funktionaler Kontext zu einer Wahl ...	173
b) Verstoß gegen Freiheit der Wahl nur bei hinreichender Intensität der Beeinflussungshandlung	176
aa) Inkompatibilität von Freiheit (der Wahl) und Zwang ...	177
bb) Graubereich zwischen Zwang und argumentativer Überzeugung	179
c) Manipulation und Täuschung im Kontext der Freiheit der Wahl	182
aa) Manipulation und Freiheit der Wahl in der Rechtsprechung	182
bb) Grundsatz: Restriktive Anwendung des Art. 38 Abs. 1 S. 1 GG bei Manipulationen des Willensbildungsprozesses	186
cc) Ausnahme: Marginalisierung des individuellen Entscheidungsspielraums	188
dd) Wählerautonomie und digitale Manipulation durch Social Bots	191
III. Gleichheit der Wahl	193
IV. Öffentlichkeit der Wahl	197

V. Zwischenergebnis	199
C. <i>Beeinträchtigung subjektiv-individueller Kommunikationsinteressen</i>	199
I. Meinungsfreiheit	199
II. Informationsfreiheit	202
1. Kein subjektives Recht auf wahrheitsgemäße Information	202
2. Negative Dimension der Informationsfreiheit: Schutz vor aufgedrängter Information und das Recht auf selbstbestimmte Rezeption	203
III. Zwischenergebnis	207
D. <i>Verzerrung des öffentlichen Meinungsbildungsprozesses</i>	207
I. Verfassungsrechtlicher Maßstab: Die objektive Dimension von Art. 5 Abs. 1 GG	209
1. Objektive Dimension und überindividueller Inhalt der Grundrechte	209
2. Objektiv-rechtliche Grundrechtsgehalte im System der Kommunikationsfreiheiten	212
a) Gemeinsames Ziel: Freiheit individueller und öffentlicher Meinungsbildung	212
b) Unterschiede in inhaltlicher und dogmatischer Ausrichtung	214
c) Präzisierung des normativen Anknüpfungspunkts	216
3. Der Kommunikationsprozess als objektiv-rechtliches Schutzgut der Meinungsfreiheit	216
a) Die demokratiekonstituierende Funktion der Meinungsfreiheit als Basis eines überindividuellen Freiheitschutzes	217
b) (Unzureichende) verfassungsdogmatische Konkretisierung des Schutzguts	219
4. Zwischenergebnis	221
II. Das Konzept kommunikativer Chancengleichheit als Konkretisierungsansatz	221
1. Übergeordneter Kontext: Demokratischer Wettbewerb und das Prinzip der Chancengleichheit	222
2. Verfassungsrechtliche Verankerung und Funktion	224
3. Normativer Gehalt: Kommunikative Chancengleichheit als privilegienkritischer Analysemaßstab	226
4. Bisherige Anwendungsfelder	228
a) Chancengleicher Zugang zum Kommunikationsprozess	228
b) Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht im Bereich der Massenmedien	230
5. Zwischenergebnis	233
III. Social Bots im Kontext kommunikativer Chancengleichheit	233

1. Der Einsatz von Social Bots als Machtfaktor im Meinungsbildungsprozess	234
2. Zur Legitimierung kommunikativer Machtungleichgewichte	236
a) Verfassungsrechtliches Ideal: Geistiger Meinungskampf und kommunikativ begründete Machtstellungen	237
b) Die Ausübung von Zwang als Inbegriff illegitimer Meinungsmacht	239
3. Verortung digitaler Manipulation durch Social Bots	241
a) Automatisierung als technisch vermittelte Macht	241
aa) Anwendungen der Kommunikationsautomatisierung als nicht-exklusive Hilfsmittel	243
bb) Zur kommunikativen Relevanz von Automatisierungsanwendungen	244
b) Das Täuschungselement und die Macht digitaler Claqueure	246
aa) Drei Täuschungsdimensionen	246
bb) Zur besonderen Qualität der erzeugten Meinungsmacht	247
cc) Normative Einordnung: Social Bots im Spannungsverhältnis mit den Zielwerten des Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG	250
(1) Kommunikative Selbstbestimmung	250
(2) Demokratische Öffentlichkeit und das Prinzip „one man, one voice“	252
4. Zwischenergebnis	254
<i>E. Besondere Restriktionen für staatliche Stellen und Parteien</i>	255
<i>I. Social Bots als Instrument staatlicher Kommunikationstätigkeit ...</i>	256
1. Der Staat als Faktor der öffentlichen Meinungsbildung	256
2. Zurechnungskriterien: Inanspruchnahme amtlicher Autorität oder staatlicher Ressourcen	258
3. Verfassungsrechtlicher Kontext staatlicher Kommunikationstätigkeit	261
4. Richtigkeit, Sachlichkeit und Neutralität als etablierte, aber unzureichende Maßstäbe	262
a) Richtigkeitsgebot	263
b) Sachlichkeitsgebot	263
c) Neutralitätsgebot	265
aa) Verfassungsrechtliche Verankerung	265
bb) Normativer Gehalt: Verbot zielgerichteter Wettbewerbsverzerrungen	265
cc) Digitaler Kontext und Konfliktpotenzial beim Einsatz von Social Bots	267

5. Keine Unsichtbarkeit des Staates: Social Bots als Verstoß gegen das Gebot der Kommunikatorklarheit	269
a) Verfassungsrechtliche Verankerung	269
b) Normativer Gehalt und Anwendung auf das Phänomen der Social Bots	271
aa) Mindestvorgabe: Erkennbarkeit des Staates und Ausschluss von Identitätstäuschungen	272
bb) Erweiterung: Transparenz bei Kommunikationsautomatisierung	273
6. Zwischenergebnis	276
II. Social Bots und die verfassungsrechtliche Sonderstellung politischer Parteien	277
1. Zwischen Staat und Gesellschaft: Zur Rolle der Parteien in der Kommunikationsordnung des Grundgesetzes	278
2. Status der Freiheit: Keine Übertragbarkeit der für den Staat geltenden Kommunikationsgebote	281
3. Status der Gleichheit: Implikationen für den Wettbewerb der Parteien	284
4. Status der Öffentlichkeit: Besondere Verantwortung für den Kommunikationsprozess und verfassungsrechtliche Transparenzerwartung	286
a) Status der Öffentlichkeit als verantwortungsbegründendes Element	287
b) Verfassungsrechtliche Verankerung und inhaltliche Konkretisierung	287
c) Social Bots im Spannungsfeld zwischen verfassungsrechtlicher Transparenzerwartung und kommunikativer Freiheit	290
aa) Zur freiheitslimitierenden Wirkung von Art. 21 Abs. 1 S. 1 GG	290
bb) Identifizierbarkeit der Partei als demokratisches Anliegen	292
cc) Täuschung über den Automatisierungsumstand und der Gedanke der Ressourcentransparenz	294
5. Zwischenergebnis	296
<i>F. Staatliche Schutzpflicht und legislativer Gestaltungsspielraum</i>	<i>297</i>
I. Social Bots im mehrpoligen Verfassungsrechtsverhältnis	298
1. Grenzen von Abwehrdimension und (mittelbarer) Drittwirkung der Grundrechte	298
2. Staatliche Schutzpflicht als dogmatischer Hebel zur Effektivierung grundrechtlicher Wertungen	299
II. Tatbestand der staatlichen Schutzpflicht	301

1. Social Bots als Instrument der Grundrechtsbeeinträchtigung	301
2. Gefahrenschwelle: Staatliche Schutzpflicht trotz empirischer Unschärfen	303
a) Polizeirechtlicher Gefahrenbegriff als Orientierungspunkt	303
b) Wahrscheinlichkeit des Schadenseintritts und empirische Unschärfen	304
c) Besondere Qualität der Grundrechtsbeeinträchtigung	305
III. Rechtsfolge: Weiter Gestaltungsspielraum des Gesetzgebers	306
 Teil 4: Regulierung von Social Bots	311
A. <i>Selbstregulierung der Plattformbetreiber</i>	311
I. Keine grundrechtlich determinierte Schutzpflicht der Plattformbetreiber	312
II. Wirtschaftliche Rationalitäten als Basis der Selbstregulierung	312
III. Mobilisierung durch Soft Law: EU-Verhaltenskodex zur Bekämpfung von Desinformation	313
IV. Normative Struktur der Selbstregulierung: Social Bot-Manipulation als Verstoß gegen die Plattform-Regeln	315
1. Facebook	316
2. Twitter	318
V. Vorteile und Grenzen der Selbstregulierungsmaßnahmen	319
1. Vorteile: Technische Kapazitäten und normative Reichweite	320
2. Grenzen: Effektivitäts- und Transparenzdefizite im Kontext des grundrechtlichen Freiheitsanspruchs	321
VI. Zwischenergebnis	323
B. <i>Regulierungskonzept de lege lata: Zur Kennzeichnungspflicht des Medienstaatsvertrags</i>	324
I. Kennzeichnungspflicht für Nutzer sozialer Netzwerke (§ 18 Abs. 3 MStV)	325
1. Adressaten: Inländische Nutzer sozialer Netzwerke	326
2. Tatbestandsmäßiges Verhalten: Kommunikationsautomatisierung mit Täuschungspotenzial	327
a) Automatisiert erstellte Inhalte oder Mitteilungen	327
b) Authentische Ausgestaltung des Nutzerkontos	330
3. Rechtsfolge: Kennzeichnungspflicht und Sanktionsmöglichkeiten	331
4. Bewertung: Risikoadäquates Instrument mit Durchsetzungsproblemen	332
a) Verhältnismäßigkeit der Kennzeichnungspflicht	332
aa) Legitimer Zweck	332
bb) Geeignetheit	333
cc) Erforderlichkeit	334

dd) Angemessenheit	335
(1) Geringe Schutzwürdigkeit bei Täuschung über Automatisierungsumstand	335
(2) Manipulationspotenzial als Abwägungsfaktor	337
(3) Abwägungsergebnis: Praktische Konkordanz durch Transparenz	339
b) Zu den Problemen bei der Rechtsdurchsetzung und der (nicht nur) symbolischen Wirkung der Kennzeichnungspflicht	339
II. Effektivierung der Kennzeichnungspflicht durch vorsichtige Einbindung der Plattformbetreiber (§ 93 Abs. 4 MStV)	341
1. Adressaten: Betreiber sozialer Netzwerke	342
2. Konkretisierung des Verantwortungstatbestands	342
a) Der weite Wortlaut als Ausgangspunkt	342
b) Haftungsprivilegierungen als systematisches Argument gegen aktive Überwachungspflicht	343
c) Telos: Effektiver Grundrechtsschutz und weiter Handlungsspielraum der Plattformbetreiber	345
3. Satzung i.S.v. § 96 MStV als Konkretisierungsinstrument	347
4. Mögliche Umsetzungsmaßnahmen	348
a) Minimalanforderung: Implementierung einer Kennzeichnungsfunktion	348
b) Eigene Kennzeichnungspflicht ab Kenntnis (Notice-and- disclosure)	349
c) Fakultative Maßnahmen	350
5. Bewertung: Sinnvoller Regulierungsansatz mit Konkretisierungsbedarf	351
a) Verhältnismäßigkeit der Plattformverantwortlichkeit	351
b) Kein falscher Anreiz zum „Overblocking“	353
c) Konkretisierungsauftrag der Landesmedienanstalten und Grenzen des Regulierungsansatzes	354
III. Zwischenergebnis	356
C. <i>Regulierungsperspektiven de lege ferenda</i>	357
I. Vermeidung von eingriffsintensiven Verboten	357
1. Verbot automatisierter Kommunikation in sozialen Netzwerken	358
2. Einschränkung anonymer Kommunikation durch Klarnamen- oder Identifizierungspflicht	359
a) Klarnamenpflicht	360
b) Identifizierungspflicht	361
II. Politische Parteien als potenzielle Regulierungsadressaten	365
III. Erweiterte Transparenzpflichten für die Betreiber sozialer Netzwerke	367

IV. Regulierungsbestrebungen auf EU-Ebene	369
1. Digital Services Act: Compliance-Mechanismus zum Schutz vor „systemischen Risiken“	370
a) Adressaten: Sehr große Online-Plattformen	371
b) Der Einsatz von Social Bots als systemisches Risiko	371
c) Die einzelnen Pflichten: Risikobewertung, Risikominderung, Prüfung, Transparenz	372
d) Bewertung und Vergleich mit dem Regulierungskonzept des Medienstaatsvertrags	374
2. Artificial Intelligence Act: Kennzeichnungspflicht für „intelligente“ Kommunikationssysteme	376
D. Zwischenergebnis, resilienzfördernde Maßnahmen und Restrisiko ...	378
Zusammenfassende Thesen	381
Literaturverzeichnis	387
Sachverzeichnis	411