

WISSENSCHAFTLICHE ABHANDLUNG

Soziologische Einflussfaktoren auf

Entscheidungsprozesse in digitalen Umfeldern

*Macht, Ungleichheit, Plattformlogik und die Zukunft digitaler
Souveränität*

Verfasserin

Anja Sellman-Reiner

MA Soziologie · iGaming-Expertin · Content-Strategin

Universität Wien — Institut für Soziologie

Fachgebiete

**Digitale Soziologie · Verhaltensforschung · Plattformökonomie ·
Wissenssoziologie**

Wien, 2024

Abstract

Die vorliegende Arbeit analysiert die soziologischen Einflussfaktoren, die Entscheidungsprozesse in digitalen Umfeldern formen, verzerren und strukturieren. Im Zentrum steht die These, dass digitale Entscheidungsarchitekturen keine neutralen Werkzeuge sind, sondern soziale und politische Ordnungen reproduzieren: Sie spiegeln und verstärken gesellschaftliche Machtverhältnisse, Ungleichheiten und Herrschaftsstrukturen.

Ausgehend von klassischen soziologischen Theorien — Bourdieu, Foucault, Habermas, Castells — wird eine kritische Analyse zeitgenössischer Phänomene entwickelt: algorithmische Entscheidungssysteme, Plattformlogiken, digitale Filter-Blasen, datenbasierte Überwachung und die politische Ökonomie der Aufmerksamkeit. Fallstudien zu Meta, Google, TikTok, WeChat und staatlichen digitalen Infrastrukturen illustrieren die theoretischen Argumente.

Die Arbeit schließt mit einer normativ-kritischen Perspektive: Der Ruf nach digitaler Souveränität, demokratischer Algorithmen-Regulierung und einem inklusiven Internet wird als gesellschaftlich notwendige politische Forderung begründet — nicht als technischer Wunsch, sondern als emanzipatorisches Projekt.

Inhaltsverzeichnis

Abstract	2
Inhaltsverzeichnis	3
1. Einleitung: Das digitale Feld als sozialer Raum.....	5
1.1 Fragestellung und Erkenntnisinteresse	5
1.2 Methodischer Ansatz und Aufbau.....	6
2. Theoretische Grundlagen I: Soziologische Klassiker und das digitale Subjekt. 7	
2.1 Bourdieus Kapitaltheorie im digitalen Zeitalter.....	7
2.2 Foucaults Machtanalyse und das digitale Panopticon.....	8
2.3 Habermas: Öffentlichkeit, Kommunikatives Handeln und digitale Gegenöffentlichkeit.....	9
2.4 Manuel Castells und die Netzwerkgesellschaft.....	10
3. Theoretische Grundlagen II: Kritische Digitalsoziologie	11
3.1 Surveillance Capitalism (Zuboff).....	11
3.2 Plattformgesellschaft (van Dijck)	11
3.3 Digitale Ungleichheit: Second-Level und Third-Level Digital Divide	12
4. Digitale Entscheidungsarchitekturen: Wie Struktur Entscheidung erzeugt.....	14
4.1 Der Begriff der Entscheidungsarchitektur.....	14
4.2 Defaults, Framing und die soziale Dimension.....	14
4.3 Algorithmen als soziale Ordnung.....	15
5. Filter-Blasen, Echokammern und gesellschaftliche Polarisierung	17
5.1 Das Konzept der Filter-Blase.....	17
5.2 Soziologische Erklärung: Polarisierung als Klassenphänomen	17
5.3 Wissenssoziologische Perspektive: Konstruktion digitaler Realitäten	18
6. Digitale Identitätskonstruktion und Körperpolitik.....	19
6.1 Das performative Selbst in digitalen Räumen	19
6.2 Körperpolitik und digitale Schönheitsnormen.....	19
6.3 Queere und marginalisierte Identitäten im digitalen Raum.....	20
7. Digitale Arbeit, Klassenstrukturen und die Gig-Ökonomie	21
7.1 Algorithmisches Management	21
7.2 Digital Labor: Das unsichtbare Proletariat der Plattformen	22
8. Fallstudie I: Meta — Plattformlogik und gesellschaftliche Destabilisierung	24
8.1 Unternehmensprofil und gesellschaftliche Reichweite	24
8.2 Das Engagement-Maximierungs-Dilemma	24
8.3 Myanmars Genozid und die algorithmische Mitverantwortung.....	25
9. Fallstudie II: TikTok, WeChat und die Frage der digitalen Souveränität.....	27

9.1 TikToks Algorithmus: Demokratisierung oder Optimierungsmaschine?	27
9.2 WeChat als Fallstudie digitaler Staatssoziologie	27
9.3 Das Social Credit System als digitale Verhaltenssteuerung.....	28
10. Demokratie, Desinformation und politische Teilhabe	30
10.1 Digitale Öffentlichkeit als demokratische Ressource und Gefahr	30
10.2 Microtargeting und politische Manipulation	30
10.3 Digitale Teilhabe als neue politische Ressource	31
11. Normative Schlussbetrachtung: Für eine emanzipatorische Digitalgesellschaft	32
11.1 Diagnose: Strukturelle Pathologien digitaler Entscheidungsräume	32
11.2 Plattformregulierung als demokratische Notwendigkeit.....	32
11.3 Digitale Souveränität und das emanzipatorische Projekt	33
11.4 Fazit: Soziologie als kritische Praxis	34
Literaturverzeichnis	36

1. Einleitung: Das digitale Feld als sozialer Raum

Täglich treffen Milliarden von Menschen Entscheidungen in digitalen Umfeldern: Sie wählen Nachrichten, kaufen Produkte, vergeben Likes, suchen Partner, stimmen ab — oder entscheiden sich, nichts zu tun. Diese scheinbar individuellen Akte vollziehen sich jedoch nicht im luftleeren Raum. Sie sind eingebettet in technische Architekturen, ökonomische Interessen, kulturelle Codes und soziale Strukturen, die den Möglichkeitsraum des Handelns definieren, bevor eine bewusste Entscheidung getroffen wird.

Die Soziologie hat seit ihren Anfängen betont, dass menschliches Handeln sozial strukturiert ist — durch Institutionen, Klassen, Normen, Habitus und Machtverhältnisse. Was sich verändert hat, ist das Medium dieser Strukturierung. Das digitale Umfeld ist nicht die Ablösung sozialer Ordnung, sondern ihre Rekonfiguration in neuen Formen. Plattformen sind keine technischen Werkzeuge — sie sind soziale Institutionen mit eigenen Herrschaftslogiken, Ausschluss-Mechanismen und Interessenstrukturen.

Diese Arbeit argumentiert: Um Entscheidungsprozesse in digitalen Umfeldern zu verstehen, genügen psychologische oder informationstheoretische Erklärungen nicht. Es braucht eine soziologische Perspektive, die Fragen der Macht, der Ungleichheit, der kulturellen Hegemonie und der strukturellen Einschränkung ernst nimmt.

1.1 Fragestellung und Erkenntnisinteresse

Die Leitfragen dieser Arbeit lauten:

- Welche soziologischen Faktoren — Klasse, Milieu, Kapital, Macht — formen Entscheidungsprozesse in digitalen Umfeldern?
- Wie reproduzieren digitale Plattformen gesellschaftliche Ungleichheitsstrukturen, und wie erzeugen sie neue?
- Welche Formen von Kontrolle und Surveillance prägen das Entscheidungsverhalten digitaler Subjekte?

- Welche normativen Antworten — politisch, rechtlich, zivilgesellschaftlich — ermöglichen eine emanzipatorische Digitalgesellschaft?

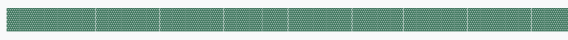




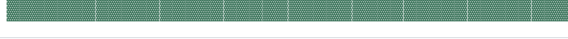
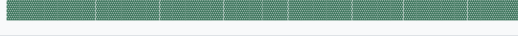

Das Erkenntnisinteresse ist dabei explizit kritisch im Sinne der Kritischen Theorie: Es geht nicht nur um Beschreibung und Erklärung, sondern um die Frage, wessen Interessen bestehende digitale Strukturen dienen — und wer die Kosten trägt.

1.2 Methodischer Ansatz und Aufbau

Die Arbeit folgt einem qualitativen, theoriegeleiteten Ansatz: Sie verbindet klassische soziologische Theorie mit zeitgenössischer Plattformkritik, empirischen Forschungsbefunden und illustrativen Fallstudien. Quantitative Daten werden zur Illustration theoretischer Argumente herangezogen, nicht als eigenständige Grundlage. Der Aufbau gliedert sich in vier Blöcke: theoretische Fundamente (Kap. 2–3), Strukturanalyse digitaler Entscheidungsarchitekturen (Kap. 4–6), Fallstudien (Kap. 7–9) und eine normativ-kritische Schlussbetrachtung (Kap. 10–11).

Abbildung 1: Anteil der Bevölkerung, der täglich Entscheidungen in digitalen Umfeldern trifft

Europa, nach Bevölkerungsgruppe, 2023

18–29 Jahre		97%
30–44 Jahre		93%
45–59 Jahre		84%
60–69 Jahre		71%
70+ Jahre		49%
Obere Einkommensschicht		96%
Mittlere Einkommensschicht		88%
Untere Einkommensschicht		71%

Quelle: Eurostat Digital Economy and Society Index (DESI) 2023; eigene Darstellung

2. Theoretische Grundlagen I: Soziologische Klassiker und das digitale Subjekt

2.1 Bourdieus Kapitaltheorie im digitalen Zeitalter

Pierre Bourdieus Konzept des sozialen Feldes und seiner Kapitalarten — ökonomisches, kulturelles, soziales und symbolisches Kapital — bietet einen der fruchtbarsten Rahmen für die Analyse digitaler Ungleichheiten. Bourdieu verstand gesellschaftliche Räume als Felder mit spezifischen Spielregeln, in denen Akteure um Positionen und Ressourcen konkurrieren.

Im digitalen Feld ist das Kapitalkonzept in mehrfacher Hinsicht erweiterbar: David Hesmondalgh (2013) und anderen folgend lässt sich 'digitales Kapital' als eigene Dimension beschreiben — bestehend aus technischen Kompetenzen, Netzwerken, digitaler Sichtbarkeit und Datenmacht. Diese Ressource ist ungleich verteilt und reproduziert klassische soziale Hierarchien in neuer Form.

Der Habitus ist eine inkorporierte Geschichte, die zur Natur geworden ist und damit als solche vergessen wurde.

— Pierre Bourdieu, *Sozialer Sinn*, 1987

Die digitale Erweiterung dieses Konzepts ist der 'digitale Habitus': die tief sitzende, oft unbewusste Orientierung im digitalen Raum, die durch Sozialisation, Bildung und soziale Herkunft geprägt wird. Wer mit Algorithmen groß geworden ist, navigiert digitale Entscheidungsräume anders — und vorteilhafter — als jemand, der digitale Medienkompetenz erst im Erwachsenenalter erlernen musste.

Kapitalform	Klassische Dimension (Bourdieu)	Digitale Entsprechung
Ökonomisches Kapital	Geld, Eigentum, finanzielle Ressourcen	Zahlungsbereitschaft für Premium-Dienste, Hardwarezugang, schnelle Internetverbindung

Kulturelles Kapital	Bildung, Wissen, kulturelle Praxis	Medienkompetenz, Algorithmus-Verständnis, Content-Produktion, Codewissen
Soziales Kapital	Netzwerke, Beziehungen, Zugehörigkeit	Follower, Connections, Community-Zugang, Empfehlungsalgorithmen-Vorteile
Symbolisches Kapital	Prestige, Ansehen, Autorität	Verifizierungsstatus, Influencer-Reichweite, Domain Authority, digitale Reputation
Digitales Kapital (neu)	—	Datensouveränität, algorithmische Kompetenz, digitale Infrastrukturkontrolle

Tabelle 1: Bourdieus Kapitalformen und ihre digitalen Entsprechungen

2.2 Foucaults Machtanalyse und das digitale Panopticon

Michel Foucaults Konzept der Disziplinarmacht und des Panopticons hat in der Ära digitaler Überwachung eine unerwartete Aktualität gewonnen. Das Panopticon — Jeremy Benthams kreisförmiges Gefängnis, in dem ein Wächter alle Gefangenen beobachten kann, ohne selbst gesehen zu werden — beschreibt die Internalisierung von Kontrolle durch die bloße Möglichkeit der Beobachtung.

In digitalen Umfeldern ist die Struktur komplexer, aber das Grundprinzip bleibt erkennbar. Plattformen beobachten das Verhalten ihrer Nutzerinnen kontinuierlich: Klicks, Verweildauer, Scrollbewegungen, Standortdaten, soziale Verbindungen. Diese Daten werden nicht nur analysiert — sie werden zur Grundlage von Entscheidungen über das, was Nutzer sehen, kaufen können, lesen dürfen.

Macht ist überall; nicht weil sie alles einschließt, sondern weil sie von überall kommt.

— Michel Foucault, *Der Wille zum Wissen*, 1976

Byung-Chul Han (2013) hat Foucaults Analyse für das 21. Jahrhundert weiterentwickelt: Das 'Transparenzgesellschaft' erzeugt keine Disziplinarmacht durch Zwang, sondern durch freiwillige Selbstoffenbarung. Nutzer teilen freiwillig

Daten, die zur Grundlage ihrer eigenen Steuerung werden — eine 'Herrschaft ohne Herrschende', wie Han es nennt. Die Entscheidung, sich einer Plattform anzumelden, fühlt sich frei an — ist es aber nicht uneingeschränkt.

Abbildung 2: Foucaults Macht-Wissen-Matrix im digitalen Kontext

WISSEN OHNE MACHT: Nutzer kennt die Algorithmen — ohne Einfluss auf sie (z.B. weiß, dass Netflix manipuliert, schaut trotzdem)	MACHT MIT WISSEN: Plattform kennt Nutzerdaten und trifft Entscheidungen (z.B. personalisierte Preise, Kredit scoring, Jobempfehlung)
WEDER MACHT NOCH WISSEN: Digitale Exklusion, kein Zugang (z.B. ältere Menschen ohne Smartphone)	MACHT OHNE WISSEN: Algorithmus entscheidet, ohne Wissen des Nutzers (z.B. unsichtbare Shadowbans, Kreditabschluss verweigert)

Abbildung 2: Macht-Wissen-Asymmetrien in digitalen Plattformumgebungen

2.3 Habermas: Öffentlichkeit, Kommunikatives Handeln und digitale Gegenöffentlichkeit

Jürgen Habermas' Theorie des kommunikativen Handelns und sein Konzept der bürgerlichen Öffentlichkeit bieten einen normativen Maßstab für die Beurteilung digitaler Kommunikationsräume. Habermas beschreibt die ideale bürgerliche Öffentlichkeit als Sphäre, in der Argumente, nicht Macht oder Geld, über die Gültigkeit von Aussagen entscheiden.

Das Internet hatte zunächst das Versprechen einer erweiterten Öffentlichkeit: günstige Produktionsmittel für Kommunikation, horizontale Vernetzung, globale Reichweite für marginalisierte Stimmen. Dieses Versprechen ist teilweise eingelöst worden — Arabischer Frühling, #MeToo, Fridays for Future wären ohne digitale Infrastrukturen undenkbar. Aber es ist auch systematisch unterlaufen worden.

Die Kolonialisierung digitaler Öffentlichkeit durch kommerzielle Logiken — Klickoptimierung, Outrage-Engagement, Werbefinanzierung — entspricht in Habermas' Terminologie der 'Kolonialisierung der Lebenswelt' durch

Systemimperative. Das Ergebnis ist eine verzerrte Kommunikationssituation, in der strategisches Handeln (Aufmerksamkeit gewinnen, Klicks erzeugen) das kommunikative Handeln (Verständigung, Argumentation) verdrängt.

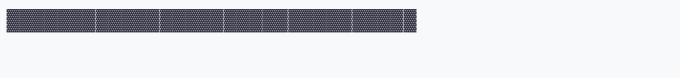

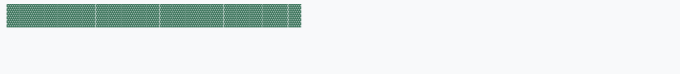



2.4 Manuel Castells und die Netzwerkgesellschaft

Manuel Castells' Analyse der Netzwerkgesellschaft (1996–2000) hat die strukturellen Grundlagen digitaler Macht frühzeitig beschrieben. Castells argumentiert, dass in der Informationsgesellschaft Macht primär durch die Kontrolle über Kommunikationsnetzwerke ausgeübt wird. Wer die Infrastruktur kontrolliert, kontrolliert die Spielregeln.

Diese Einsicht hat sich in der Plattformökonomie bestätigt und verschärft. Fünf Unternehmen — Apple, Alphabet (Google), Meta, Amazon, Microsoft — kontrollieren einen überproportionalen Anteil der digitalen Infrastruktur, über die Milliarden von Menschen ihre gesellschaftliche, wirtschaftliche und politische Teilhabe organisieren. Dies ist keine neutrale Tatsache, sondern eine Machtkonzentration von historischer Dimension.

Abbildung 3: Marktkapitalisierung der 'Big Five' im Vergleich (2024)

In Billionen USD

Apple		3 Bio. \$
Microsoft		3.1 Bio. \$
Alphabet (Google)		2.1 Bio. \$
Amazon		1.9 Bio. \$
Meta		1.3 Bio. \$
Gesamtes BIP Deutschland		4.1 Bio. \$

Quelle: Bloomberg Terminal, Q1 2024; BIP: Weltbank 2023

3. Theoretische Grundlagen II: Kritische Digitalsoziologie

3.1 Surveillance Capitalism (Zuboff)

Shoshana Zuboffs Konzept des 'Surveillance Capitalism' (2019) ist die einflussreichste zeitgenössische Analyse des datenbasierten Plattformkapitalismus. Zuboff argumentiert, dass die großen Internetkonzerne ein neues Wirtschaftsmodell entwickelt haben: Menschliches Erleben wird als Rohmaterial für die Vorhersage und Beeinflussung zukünftigen Verhaltens genutzt — und dieses Vorhersage-Produkt wird an Werbetreibende verkauft.

Der Surveillance Capitalism beansprucht einseitig menschliches Erleben als Rohmaterial für die Umwandlung in Verhaltensdaten. [...] Das ist ein Angriff auf das menschliche Erleben als Grundlage der Selbstbestimmung.

— Shoshana Zuboff, *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*, 2018

Was Zuboff besonders herausarbeitet, ist der qualitative Unterschied zu früheren Formen der Überwachung: Es geht nicht mehr nur um das Beobachten, sondern um das Modifizieren von Verhalten. Die Plattformen sind nicht nur passiv-beobachtend, sondern aktiv-formend. Die 'Behavior Modification Products' — Algorithmen, die das Verhalten in erwünschte Richtungen lenken — sind das eigentliche Produkt des Surveillance Capitalism.

3.2 Plattformgesellschaft (van Dijck)

José van Dijck (2013, 2018) hat den Begriff der 'Plattformgesellschaft' geprägt und beschreibt damit eine Gesellschaft, in der digitale Plattformen zu zentralen Infrastrukturen gesellschaftlichen Lebens geworden sind — vergleichbar mit Straßen, Elektrizitätsnetzen oder dem Bankensystem.

Van Dijcks zentrale These: Plattformen sind keine neutralen Marktplätze, sondern programmierte Umgebungen mit eingebetteten Werten. Sie kodieren bestimmte Vorstellungen von Normalität, Konsum, Soziabilität und Öffentlichkeit — und diese

Kodierungen haben reale soziale Folgen. Die 'Platform Society' ist eine Gesellschaft, in der der Code zur sozialen Norm geworden ist.

Plattformtyp	Gesellschaftliche Funktion & soziologische Einordnung
Social Media (Meta, TikTok)	Reproduktion sozialer Netzwerke; Meinungsbildung; Identitätskonstruktion; kommerzielle Exploitation sozialer Bindungen
Suchmaschinen (Google)	Epistemische Gatekeeper; Definition von 'relevantem Wissen'; Formung kollektiver Wissensordnungen
E-Commerce (Amazon)	Organisierung von Konsum; Arbeitsorganisation (Gig Economy); Marktmacht; Konsumentensouveränität
Gig-Plattformen (Uber, Lieferando)	Prekarisierung von Arbeit; Entgrenzung; algorithmisches Management; Entsolidarisierung
Dating-Plattformen (Tinder, Bumble)	Quantifizierung von Intimität; Gamification sozialer Beziehungen; Reproduktion von Schönheitsnormen
Nachrichtenplattformen (Twitter/X, Reddit)	Fragmentierung öffentlicher Diskurse; Echokammern; politische Polarisierung; Desinformation

Tabelle 2: Plattfortmtypen und ihre gesellschaftlichen Funktionen nach van Dijk

3.3 Digitale Ungleichheit: Second-Level und Third-Level Digital Divide

Die Forschung zur digitalen Ungleichheit hat sich von der Frage des 'First-Level Digital Divide' — Zugang vs. kein Zugang — hin zu komplexeren Fragen entwickelt. Der 'Second-Level Digital Divide' (van Dijk, 2005) beschreibt Ungleichheiten in der Qualität der Nutzung: Wer nutzt das Internet für Bildung, politische Partizipation und wirtschaftliche Chancen — und wer nur für Unterhaltung und passive Konsumtion?

Der 'Third-Level Digital Divide' (Ragnedda & Muschert, 2013) analysiert die ungleiche Verteilung der Ergebnisse digitaler Nutzung: Wer profitiert tatsächlich von der Digitalisierung in Form von sozialem Aufstieg, politischer Teilhabe, ökonomischer Mobilität? Die Antwort, die empirische Studien zunehmend liefern, ist beunruhigend: Digitale Technologien verstärken tendenziell bestehende Ungleichheiten, statt sie zu mildern.

Abbildung 4: Third-Level Digital Divide — Nutzen aus digitaler Teilhabe nach Bildungsgrad (EU-27, 2023)

Anteil der Personen, die angeben, durch Digitalisierung beruflich oder sozial profitiert zu haben

Hochschulabschluss		78%
Abitur/Matura		61%
Mittlerer Abschluss		43%
Kein Schulabschluss		22%
Migrationsbiografie		38%
Behinderung/Einschränkung		29%

Quelle: Eurostat ICT Household Survey 2023 / eigene Darstellung

4. Digitale Entscheidungsarchitekturen: Wie Struktur Entscheidung erzeugt

4.1 Der Begriff der Entscheidungsarchitektur

Der Begriff der 'Entscheidungsarchitektur' (Choice Architecture) stammt aus der Verhaltensökonomik (Thaler & Sunstein, 2008) und beschreibt den Rahmen, innerhalb dessen Entscheidungen getroffen werden. In digitalen Umfeldern ist diese Architektur explizit designt: Sie ist keine natürlich gewachsene Umgebung, sondern das Ergebnis von Ingenieursentscheidungen, Produktstrategien und Gewinninteressen.

Aus soziologischer Sicht ist entscheidend, dass diese Architekturen nicht neutral sind. Sie kodieren Wertvorstellungen, Annahmen über menschliches Verhalten und — explizit oder implizit — ökonomische Interessen. Die Frage ist deshalb nicht nur, wie Entscheidungsarchitekturen wirken, sondern: Wer hat sie designed? Für wen? Und wessen Entscheidungsfreiheit wird durch sie eingeschränkt?

4.2 Defaults, Framing und die soziale Dimension

Default-Einstellungen sind eine der wirkungsvollsten Formen der Entscheidungsarchitektur. Die voreingestellte Option wird überproportional häufig gewählt — nicht aufgrund rationaler Präferenz, sondern aufgrund von Trägheit, Unsicherheit oder impliziter Interpretation als 'empfohlene' Option. Im digitalen Kontext sind Defaults politisch: Wer entscheidet, welche Datenschutzeinstellungen voreingestellt sind? Wer entscheidet, welcher Newsfeed-Algorithmus standardmäßig aktiv ist?

Framing-Effekte beschreiben die Abhängigkeit von Entscheidungen von der Darstellungsform. Im digitalen Kontext ist Framing allgegenwärtig: 'Noch 3 Minuten bis zum Serienabschluss' ist ein Framing-Nudge ebenso wie '98 % Ihrer Freunde haben diesen Beitrag nicht gesehen'. Entscheidend ist: Framing ist nie zufällig — es ist das Ergebnis von A/B-Tests, die diejenige Darstellung optimieren, die die Plattform-Ziele (Engagement, Monetarisierung) maximiert.

Architektur-Mechanismus	Soziologische Implikation
Default-Einstellungen	Träges Verhalten bevorzugt die Plattform — wer die Defaults versteht, kann sie umgehen (Bildungsungleichheit)
Scroll-Infinite-Design	Zeitliche Selbstkontrolle wird untergraben; stärkere Effekte bei Personen mit höherem Stressniveau (soziale Schicht)
Personalisierter Algorithmus	Reproduziert und verstärkt bestehende Präferenzen; erzeugt Echokammern entlang sozialer Spaltungen
Gamification-Mechanismen	Wirken stärker bei Personen mit weniger realer sozialer Anerkennung — reproduziert soziale Kompensationsbedürfnisse
Soziale Vergleiche ('Alle deine Freunde...')	Normierungsdruck; stärker bei Gruppen mit hoher Konformitätsnorm
Push-Benachrichtigungen	Disruptivere Effekte auf Konzentration und Arbeitsfähigkeit bei Personen in prekären Beschäftigungsverhältnissen
Preisalgorithmen (dynamisch)	Wohlhabenderen Nutzern werden oft bessere Konditionen angeboten — digitale Preisdiskriminierung

Tabelle 3: Entscheidungsarchitektur-Mechanismen und ihre sozialen Asymmetrien

4.3 Algorithmen als soziale Ordnung

Algorithmen sind nicht nur technische Werkzeuge — sie sind, wie Kate Crawford (2021) und anderen folgend, materialisierte soziale Ordnungen. Sie kodieren historische Daten, die historische Diskriminierungen enthalten; sie optimieren auf Metriken, die bestimmte Werte privilegieren; und sie wirken in sozialen Kontexten, in denen ihre Ergebnisse ungleiche Folgen haben.

Das Problem des 'Algorithmic Bias' ist inzwischen gut dokumentiert: Gesichtserkennung funktioniert schlechter für dunkle Hautfarben (Buolamwini & Gebru, 2018); Creditscoring-Algorithmen benachteiligen systematisch Bewohner bestimmter Postleitzahlen (d.h. sozial benachteiligte Gebiete); Jobanzeigen-Algorithmen spielen MINT-Stellenanzeigen seltener an Frauen aus. Diese Biases sind keine zufälligen Fehler — sie sind strukturell und reproduzieren gesellschaftliche Machtverhältnisse.

Schlüsselbefund: ProPublica-Studie zum COMPAS-Algorithmus (2016)

Der in US-amerikanischen Gerichten zur Rückfallvorhersage eingesetzte COMPAS-Algorithmus klassifizierte schwarze Angeklagte doppelt so häufig als 'Hochrisiko' wie weiße Angeklagte — auch wenn keine Rückfälle folgten. Gleichzeitig wurden weiße Angeklagte, die tatsächlich rückfällig wurden, häufiger als 'Niedrigrisiko' eingestuft. Der Algorithmus reproduzierte strukturellen Rassismus im Strafjustizsystem.

5. Filter-Blasen, Echokammern und gesellschaftliche Polarisierung

5.1 Das Konzept der Filter-Blase

Eli Pariser (2011) prägte den Begriff der 'Filter-Bubble': Die personalisierten Algorithmen von Suchmaschinen und sozialen Netzwerken erzeugen eine informationelle Blase, in der Nutzer zunehmend nur noch Inhalte sehen, die ihre bestehenden Überzeugungen bestätigen. Das algorithmische Kuratieren von Information erzeugt eine 'personalisierte Realität', die von den Realitäten anderer immer weiter abweicht.

Die empirische Forschung zur Filter-Bubble ist vielschichtig: Einige Studien (Guess et al., 2023) zeigen, dass Algorithmen tatsächlich politische Exposure begrenzen; andere (Möller et al., 2020) betonen, dass Echokammern vor allem durch menschliche Auswahlentscheidungen entstehen — der Algorithmus verstärkt, was Nutzer selbst bevorzugen. Aus soziologischer Sicht ist diese Unterscheidung jedoch weniger wichtig als die Frage: Welche gesellschaftlichen Bedingungen machen Menschen anfällig für Echokammern?

5.2 Soziologische Erklärung: Polarisierung als Klassenphänomen

Gesellschaftliche Polarisierung in digitalen Räumen ist kein rein psychologisches Phänomen — sie hat strukturelle Wurzeln. Menschen flüchten in digitale Echokammern, weil ihre realen sozialen Räume bereits gespalten sind: Bildungssegregation, Wohnraumsegregation, Einkommensspaltung, kulturelle Klüfte. Die Plattformen verstärken diese Tendenzen, erzeugen sie aber nicht allein.

Arlie Hochschild (2016) hat in ihrer Ethnographie der amerikanischen Rechten ('Strangers in Their Own Land') gezeigt, wie ökonomisch marginalisierte Gruppen in Narrativen über kulturelle Bedrohung eine Erklärung für ihren sozialen Statusverlust finden — und wie digitale Plattformen diese Narrative verstärken und

monetarisieren. Polarisierung ist profitable: Empörung erzeugt Engagement, Engagement erzeugt Werbeumsatz.

Outrage is the most effective emotion for increasing shares on Facebook. The algorithm didn't create the anger — but it gave it rocket fuel.

— Roger McNamee, ehem. Facebook-Investor, Zucked, 2019

Abbildung 5: Zusammenhang zwischen Plattformnutzung und politischer Polarisierung (USA, 2016–2022)

Anteil der Befragten, die politische Gegenseite als 'echte Bedrohung' einschätzen

Facebook-Intensivnutzer (>3h/Tag)		71%
Twitter/X-Nutzer		68%
TikTok (politisch aktiv)		62%
Moderater Medienkonsum		44%
Primär Printmedien		38%
Kein Social-Media-Konsum		29%

Quelle: Pew Research Center Political Polarization Study 2022

5.3 Wissenssoziologische Perspektive: Konstruktion digitaler Realitäten

Peter Berger und Thomas Luckmanns Wissenssoziologie (1966) beschreibt Wirklichkeit als soziales Konstrukt: Was als real gilt, wird durch gesellschaftliche Interaktion und Institution bestimmt. In digitalen Umfeldern hat sich die institutionelle Grundlage der Wirklichkeitskonstruktion verschoben: Nicht mehr Kirche, Staat oder klassische Medien, sondern Plattform-Algorithmen sind zu dominanten Gatekeepern kollektiver Wirklichkeitsdefinitionen geworden.

Dies hat weitreichende Konsequenzen: Wenn zwei Menschen mit unterschiedlichen Algorithmus-Profilen über 'die Realität' sprechen, sprechen sie buchstäblich über unterschiedlich konstruierte Wirklichkeiten. Politische Verständigung wird erschwert, wenn gemeinsame epistemische Grundlagen fehlen — ein Problem, das nicht durch Fakten-Checks allein gelöst werden kann.

6. Digitale Identitätskonstruktion und Körperpolitik

6.1 Das performative Selbst in digitalen Räumen

Erving Goffmans Konzept der 'Impression Management' und der 'Dramaturgie des Alltags' (1959) beschreibt, wie Menschen in sozialen Situationen ein Selbst inszenieren, das ihren Zielen und dem erwarteten Publikum entspricht. Soziale Medien haben diese Inszenierung radikalisiert: Sie bieten eine Bühne mit globaler Reichweite, persistenter Sichtbarkeit und quantifizierbarem Feedback (Likes, Shares, Follower).

Das Ergebnis ist eine neue Form der Identitätsarbeit, die Chris Shilling (2012) als 'körperbezogenes Selbstprojekt' beschrieben hat: Das Selbst wird als permanent zu bearbeitendes, zu optimierendes und zu vermarktendes Objekt konzipiert. Instagram-Filter, Facetuning, perfekt kuratierte Feeds — all das ist Ausdruck einer Kultur der Selbstoptimierung, die tiefgreifende psychologische und soziale Folgen hat.

6.2 Körperpolitik und digitale Schönheitsnormen

Digitale Plattformen reproduzieren und verstärken körperbezogene Normen mit erheblicher gesellschaftlicher Wirkung. Algorithmen auf Instagram und TikTok bevorzugen nachweislich Inhalte, die bestimmten Schönheitsstandards entsprechen — und diese Standards sind nicht neutral: Sie sind rassistisch, ableistisch und sexistisch kodiert.

Eine 2021 veröffentlichte interne Facebook-Studie, die durch die 'Facebook Files' (Wall Street Journal) öffentlich wurde, zeigte: 32 % der Mädchen im Teenageralter, die sich auf Instagram unwohl mit ihrem Körper fühlten, gaben an, dieses Gefühl durch Instagram verschlechtert zu haben. Nicht verbessert — verschlechtert. Die Plattform wusste davon und unternahm nichts Wesentliches.

Fallbeispiel: Body Image auf Instagram — Was Meta wusste

Interne Meta-Forschung aus 2019 zeigte: Instagram 'macht es schlimmer für einen von drei Teenagern', die sich bereits schlecht mit ihrem Körperbild fühlten. Für Mädchen war der Effekt besonders stark: 13,5 % der befragten Teenagerinnen in Großbritannien hatten Suizidgedanken, die sie selbst mit Instagram in Verbindung brachten. Meta entschied sich, diese Forschung nicht öffentlich zu machen. Erst die Whistleblowerin Frances Haugen brachte die Dokumente 2021 an die Öffentlichkeit.

6.3 Queere und marginalisierte Identitäten im digitalen Raum

Für queere, rassifizierte und anderweitig marginalisierte Gruppen bieten digitale Räume eine ambivalente Erfahrung. Einerseits ermöglichen Plattformen Community-Bildung, Sichtbarkeit und politisches Organizing jenseits homonormativer oder weißer Mainstream-Kultur. Das Konzept des 'counterpublic' (Fraser, 1990) — Gegenöffentlichkeiten, in denen marginalisierte Gruppen eigene Normen und Narrativen entwickeln — findet im Internet wichtige Entfaltungsräume.

Andererseits sind Plattformen Räume, in denen Diskriminierung, Hate Speech und Belästigung stattfinden — und in denen Moderationsalgorithmen erwiesenermaßen diskriminatorisch wirken: LGBTQ+-Inhalte werden häufiger als 'explizit' klassifiziert, Posts in Minderheitensprachen schlechter moderiert, und dunkelhäutige Körper häufiger in die 'sensitive content'-Kategorie eingestuft.

7. Digitale Arbeit, Klassenstrukturen und die Gig-Ökonomie

7.1 Algorithmisches Management

Die Gig-Ökonomie — Plattformen wie Uber, Bolt, Deliveroo, Lieferando, Helping — hat neue Formen der Arbeitsorganisation geschaffen, die alte Klassenstrukturen in neuer Form reproduzieren. Das Charakteristische dieser Plattformen ist das 'algorithmische Management': Arbeit wird durch Algorithmen koordiniert, überwacht, bewertet und bestraft — ohne menschliche Vorgesetzte, die Rechenschaft ablegen müssten.

Alex Rosenblat (2018) und anderen folgend lässt sich zeigen, dass algorithmisches Management keine Demokratisierung von Arbeit darstellt, sondern eine neue Form der Kontrolle: Fahrer wissen nicht, wie der Algorithmus sie bewertet; sie können gegen Entscheidungen nicht rekurrieren; und die ständige Drohung des Account-Bans (de facto Kündigung ohne Verfahren) erzeugt eine Atmosphäre permanenter Unsicherheit.

The algorithm watches, the algorithm decides. No boss needed — the tyranny has been automated.

— Alex Rosenblat, Uberland, 2018

Arbeitsform	Plattform-Beispiele	Soziologische Einordnung
Fahrdienstleister	Uber, Bolt, FreeNow	Prekarisierung; formale Selbständigkeit ohne Unternehmerfreiheit; algorithmische Steuerung
Lieferung	Deliveroo, Lieferando, Gorillas	Körperliche Arbeit mit digitaler Überwachung; hohe Unfall-/Verletzungsrate; keine soziale Absicherung
Kreativarbeit	Fiverr, Upwork, 99designs	Globale Lohnkonkurrenz; Preisdrückung; Knock-down-

		Tournaments; kulturelle Entwertung von Qualifikation
Micro-Tasks	Amazon Mechanical Turk, Clickworker	Extremste Form digitaler Prekarisierung; Stundenlöhne unter Mindestlohn; globale Ausbeutung
Domestic Work	Helping, Care.com	Feminisierte, rassifizierte Arbeit; Informalität; kaum Rechte; algorithmische Bewertungsmacht

Tabelle 4: Gig-Economy-Sektoren und soziologische Klassifizierung



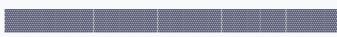

7.2 Digital Labor: Das unsichtbare Proletariat der Plattformen

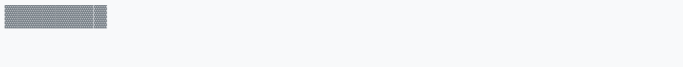

Tiziana Terranova (2000) und Christian Fuchs (2014) haben das Konzept des 'Digital Labor' entwickelt: die unbezahlte, produktive Arbeit, die Nutzer für Plattformen leisten — Posts schreiben, Inhalte teilen, Daten produzieren, andere Nutzer bewerten. Diese Arbeit erzeugt den Mehrwert, den Plattformen monetarisieren, ohne dass die Produzierenden dafür entlohnt werden.

Das schafft eine neue Form der Ausbeutung, die sich von der klassischen kapitalistischen Arbeitsverhältnis-Logik unterscheidet: Die Nutzer zahlen nicht nur mit Geld (direkt oder indirekt), sondern mit ihrer Aufmerksamkeit, ihrer Zeit, ihren Beziehungen und ihren Daten. Diese 'Prosumer'-Logik (Toffler, 1980) hat sich in der Plattformökonomie zur Grundlage eines Billionen-Dollar-Geschäftsmodells entwickelt.

Abbildung 6: Geschätzter monetärer Wert von User-Generated Content (Deutschland, 2023)

In Milliarden Euro, nach Plattform

YouTube (D)		3.2 Mrd. €
Instagram (D)		2.8 Mrd. €
Facebook (D)		1.9 Mrd. €
TikTok (D)		2.1 Mrd. €

Twitter/X (D)		0.6 Mrd. €
Reddit (D)		0.4 Mrd. €

Quelle: Schätzung nach Comscore-Daten und Werbeinvestitionen 2023 / IAB Europe

8. Fallstudie I: Meta — Plattformlogik und gesellschaftliche Destabilisierung

8.1 Unternehmensprofil und gesellschaftliche Reichweite

Meta Platforms Inc. (Facebook, Instagram, WhatsApp, Threads) ist die mächtigste Social-Media-Infrastruktur der Welt. Mit ca. 3,2 Milliarden täglich aktiven Nutzern (Q3 2023) ist Meta kein Unternehmen im klassischen Sinne — es ist eine globale soziale Infrastruktur mit dem Geschäftsmodell der Verhaltensbeeinflussung.

Für die Soziologie ist Meta aus mehreren Gründen ein Schlüsselobjekt der Analyse: Erstens wegen seiner schieren Reichweite — in vielen Ländern des globalen Südens ist Facebook faktisch das Internet. Zweitens wegen der Dokumentation durch interne Dokumente (Facebook Files, Haugen-Leaks), die einen seltenen Einblick in die Entscheidungslogik einer Plattform bieten. Drittens wegen der nachgewiesenen gesellschaftlichen Schäden, die Meta bewusst in Kauf genommen hat.

8.2 Das Engagement-Maximierungs-Dilemma

Das Kernproblem von Metas Geschäftsmodell ist bekannt: Das Unternehmen verdient Geld durch Werbung, die mit Aufmerksamkeit bezahlt wird. Mehr Aufmerksamkeit = mehr Geld. Der Algorithmus wurde daraufhin optimiert, Engagement zu maximieren — und interne Forschung bei Meta zeigte bereits 2018, dass negative Emotionen (Wut, Angst, Empörung) mehr Engagement erzeugen als positive.

Die Konsequenz: Meta hat bewusst ein System betrieben, das gesellschaftliche Spaltung als Nebenprodukt seiner Geschäftsstrategie erzeugt. Mark Zuckerberg wurde intern über das Problem informiert — und entschied sich, nichts Wesentliches zu ändern. Der Grund war ökonomisch: Maßnahmen zur Reduktion von Hate-Content-Engagement hätten auch legitimes emotionales Engagement reduziert.

We've known for a long time that if you put a glass of wine in front of an alcoholic, bad things are going to happen. We put heroin in front of people. We are deeply, deeply sorry.

— Sean Parker, erster Facebook-Präsident, 2017

8.3 Myanmars Genozid und die algorithmische Mitverantwortung

Eines der gravierendsten dokumentierten Beispiele für die gesellschaftliche Schäden von Plattformlogik ist der Rohingya-Genozid in Myanmar (2016–2018). Eine UN-Untersuchungskommission stellte 2018 fest, dass Facebook eine 'entscheidende Rolle' bei der Verbreitung von Hassrede und Desinformation gespielt habe, die zur Gewalt gegen die Rohingya beitrug.

In Myanmar war Facebook für Millionen von Menschen das primäre Informationsmedium. Der Algorithmus verbreitete Falschinformationen und Hasskampagnen gegen die muslimische Minderheit in Rekordgeschwindigkeit — weil sie Engagement erzeugten. Facebook hatte keine angemessene Moderation für burmesische Sprache. Die Plattform wusste, dass ein Problem existierte — und agierte zu langsam.

Dokumentierter gesellschaftlicher Schaden — Khatira Mansouri (UN-Sonderberichterstatterin, 2018):

'Facebook wurde für die Verbreitung von Material genutzt, das zur Aufstachelung zu Gewalt und Feindschaft gegen die Rohingya beigetragen hat. Das Unternehmen hat nicht genug getan, um Missbrauch zu verhindern.' Die Gewaltwelle vertrieb über 700.000 Menschen; nach Schätzungen wurden mehr als 10.000 getötet.

Nachgewiesener Schaden	Quelle / Dokumentation
Systematische Verbreitung antimuslimischer Hassrede in Myanmar (2016–18)	UN Report A/HRC/39/64 (2018)
Verstärkung politischer Polarisierung und Desinformation (USA, EU)	Haugen-Leaks; WSJ Facebook Files 2021

Negative Körperbildefeffekte bei Teenagerinnen	Interne Meta-Forschung 2019/2021 (öffentlich durch Haugen)
Verbreitung von Impfskeptizismus und COVID-Desinformation	WHO / Lancet Digital Health 2021
Ethnische Diskriminierung durch Werbe-Algorithmen (Wohnungsmarkt USA)	HUD-Klage 2019; ProPublica 2016
Algorithmus-Amplifikation von extremen politischen Inhalten	Internal Facebook research 2018 (nie veröffentlicht)

Tabelle 5: Dokumentierte gesellschaftliche Schäden durch Metas Plattformlogik

9. Fallstudie II: TikTok, WeChat und die Frage der digitalen Souveränität

9.1 TikToks Algorithmus: Demokratisierung oder Optimierungsmaschine?

TikTok, die von ByteDance betriebene Kurzvideo-Plattform, hat in kurzer Zeit eine beispiellose kulturelle Dominanz erreicht: 1,5 Milliarden aktive Nutzer in über 150 Ländern (2023). Was TikTok soziologisch besonders interessant macht, ist die Radikalität seiner Algorithmus-Logik: Während Facebook und Instagram stark auf soziale Graphen setzen ('Was teilen deine Freunde?'), basiert TikTok primär auf reinem Verhaltens-Feedback ('Was bewirkt dieses Video in diesem Nutzer?').

Dies hat einerseits demokratisierende Effekte: Neue Creator ohne Follower können viral gehen; Inhalte marginalisierter Communities finden Reichweite ohne pre-existentes Netzwerk. Andererseits erzeugt dieser Ansatz eine noch radikalere Form der Verhaltensoptimierung: Der TikTok-Algorithmus ist darauf ausgelegt, die maximale Verweildauer zu erzeugen — und seine Effektivität dabei ist dokumentiert beunruhigend.

Interne Dokumente zeigen, dass ByteDance-Ingenieure Nutzerprofile mit 'Suchtpotenzial' explizit als Zielgruppe für bestimmte Inhaltstypen identifizierten. Für Teenager — die größte TikTok-Nutzergruppe — erzeugen Bestätigung, Belonging und parasoziale Beziehungen zu Creator die stärksten Engagement-Signale. Der Algorithmus optimiert darauf, diese Bedürfnisse zu befriedigen — und damit zu perpetuieren.

9.2 WeChat als Fallstudie digitaler Staatssoziologie

WeChat (Weixin), die allgegenwärtige Super-App des chinesischen Tencent-Konzerns, ist ein außergewöhnliches Objekt für die Soziologie des digitalen Staates. Mit über 1,3 Milliarden Nutzern ist WeChat in China nicht nur eine App — sie ist die digitale Infrastruktur gesellschaftlichen Lebens: Bezahlung, Kommunikation, Behördengänge, Gesundheitsdaten, soziale Netzwerke.

Die soziologische Besonderheit von WeChat liegt in der Verschmelzung von privatem Plattformkapitalismus und staatlicher Kontrolle. Das chinesische Modell der 'Plattformsouveränität' unterscheidet sich vom westlichen nicht durch das Fehlen von Überwachung — alle Plattformen überwachen — sondern dadurch, dass die Überwachungsdaten direkt an staatliche Sicherheitsapparate weitergegeben werden müssen.

China ist nicht das 'andere' Modell digitaler Gesellschaft — es ist eine Vorausprojektion dessen, wohin westliche Plattform-Überwachung unter bestimmten politischen Bedingungen führen kann.

— Evgeny Morozov, *The Net Delusion*, 2011

Dimension	WeChat (China)	Meta/TikTok (Westen)
Überwachungsebene	Staatlich-mandatiert; Echtzeit-Datenübermittlung an Behörden	Kommerziell; Datenweitergabe an Werbetreibende; staatlicher Zugriff auf Anfrage
Inhaltsmoderation	Staatliche Zensurmandate; Real-Name-Pflicht	Richtlinienbasiert; weitgehend autonom; politisch umstritten
Datensouveränität	Keine — Nutzer hat kein Recht auf Löschung/Auskunft	Formal (DSGVO) — faktisch eingeschränkt durch Komplexität
Gesellschaftliche Funktion	Unausweichliche Infrastruktur; Nicht-Nutzung bedeutet soziale Exklusion	Faktisch unausweichlich; Ausstieg theoretisch möglich, sozial kostspielig
Demokratische Kontrolle	Keine; Partei-Direktiven	Formal durch Regulierung; faktisch begrenzt durch Lobbymacht

Tabelle 6: Vergleich WeChat / westliche Plattformen aus soziologischer Perspektive

9.3 Das Social Credit System als digitale Verhaltenssteuerung

Chinas 'Social Credit System' (SCS) ist das expliziteste Beispiel für staatlich organisierte digitale Verhaltenssteuerung. Das System — das in verschiedenen Varianten auf kommunaler, unternehmerischer und nationaler Ebene existiert —

bewertet das Verhalten von Bürgerinnen und Unternehmen und knüpft daran Konsequenzen: Kreditvergabe, Reisefreiheit, Bildungszugang, staatliche Aufträge.

Aus soziologischer Sicht ist das SCS eine extremale Realisierung von Foucaults Disziplinargesellschaft: ein System, das Normkonformität nicht durch direkte Strafe, sondern durch die Verinnerlichung der Möglichkeit von Bewertung und Konsequenz erzeugt. Das gesellschaftliche Experiment wird von westlichen Plattformkritikern manchmal als dystopische Warnung zitiert — dabei sind die Unterschiede zu westlichen Credit-Scoring-Systemen, Versicherungsalgorithmen und Polizei-Predictive-Tools weniger dramatisch als oft dargestellt.

10. Demokratie, Desinformation und politische Teilhabe

10.1 Digitale Öffentlichkeit als demokratische Ressource und Gefahr

Das Internet hat die Bedingungen politischer Kommunikation fundamental verändert. Einerseits hat es die Produktionskosten politischer Kommunikation drastisch gesenkt und neue Formen politischer Organisation und Mobilisierung ermöglicht. Andererseits hat es neue Mechanismen der Desinformation, der Manipulation und der Konzentration kommunikativer Macht geschaffen.

Die Frage ist nicht, ob Plattformen politische Auswirkungen haben — das ist unbestritten. Die Frage ist, ob diese Auswirkungen demokratischen Grundprinzipien (freie Meinungsbildung, informierte Öffentlichkeit, gleiche politische Teilhabe) nützen oder schaden. Die Evidenz deutet auf ein systematisches Spannungsverhältnis hin.

10.2 Microtargeting und politische Manipulation

Political Microtargeting — die gezielte Ansprache von Wählerinnen mit maßgeschneiderten politischen Botschaften auf Basis von Datenprofilen — hat die politische Kommunikation in democracies tiefgreifend verändert. Der Cambridge-Analytica-Skandal (2018) hat gezeigt, wie Profildaten von 87 Millionen Facebook-Nutzern ohne Einwilligung für politisches Targeting genutzt wurden.

Microtargeting ermöglicht politischen Akteuren, verschiedenen Wählergruppen unterschiedliche, teils widersprüchliche Botschaften zu senden — ohne öffentliche Rechenschaft. Diese 'Dark Ads' sind nur dem Empfänger sichtbar, nicht der allgemeinen Öffentlichkeit. Das untergräbt eine Grundvoraussetzung demokratischer Kommunikation: den gemeinsamen diskursiven Raum.

Technik	Beschreibung	Demokratische Gefährdung	Beispiel
---------	--------------	--------------------------	----------

Microtargeting	Individuelle Botschaften nach Profil	Fragmentierung des Diskurses	Cambridge Analytica / Trump 2016
Dark Ads	Nicht-öffentliche Werbeanzeigen	Keine Transparenz, keine Kontrolle	Brexit-Kampagne 2016
Deepfakes	KI-generierte Fake-Videos	Authentizitätsverlust, Misstrauen	Zahlreiche Wahlkampf-Fakes 2020–24
Bot-Netzwerke	Automatisierte Accounts	Künstliche Meinungsbilder	IRA (Russland) / US-Wahl 2016
Algorithmus-Amplifikation	Verstärkung extremer Inhalte	Radikalisierung, Polarisierung	Facebook eigene Studie 2018
Astrourfing	Gefälschte Graswurzelbewegungen	Manipulation von Öffentlichkeit	Zahlreiche Lobbykampagnen

Tabelle 7: Techniken digitaler politischer Manipulation und demokratische Implikationen

10.3 Digitale Teilhabe als neue politische Ressource

Das Bild wäre unvollständig ohne die Gegenseite: Digitale Räume haben auch neue Formen politischer Teilhabe ermöglicht. #MeToo, Black Lives Matter, Fridays for Future, der Arabische Frühling — alle diese Bewegungen haben digitale Infrastruktur als Organisations- und Mobilisierungsraum genutzt. Für marginalisierte Gruppen, die in klassischen Medien keine Stimme hatten, hat das Internet (trotz aller Widersprüche) neue Öffentlichkeiten eröffnet.

Die soziologische Analyse darf weder techno-pessimistisch noch techno-optimistisch sein. Die emanzipatorischen Potenziale digitaler Kommunikation sind real — aber sie werden systematisch durch kommerzielle Logiken, staatliche Kontrolle und strukturelle Ungleichheiten eingeschränkt. Die Frage ist nicht, ob das Internet demokratisch sein kann, sondern: Unter welchen sozialen, rechtlichen und ökonomischen Bedingungen kann es das sein?

11. Normative Schlussbetrachtung: Für eine emanzipatorische Digitalgesellschaft

11.1 Diagnose: Strukturelle Pathologien digitaler Entscheidungsräume

Die vorliegende Analyse hat eine Reihe struktureller Pathologien digitaler Entscheidungsräume identifiziert. Diese sind keine zufälligen Fehler eines ansonsten funktionierenden Systems — sie sind Ausdruck der Grundlogik einer Plattformökonomie, die auf der Ausbeutung menschlicher Aufmerksamkeit, Daten und sozialer Beziehungen basiert.

Die zentralen strukturellen Probleme lassen sich in vier Dimensionen fassen: erstens, die Reproduktion und Verstärkung sozialer Ungleichheiten durch digitale Architekturen; zweitens, die systematische Unterminierung informierter, autonomer Entscheidungsfindung durch Manipulation und Nudging; drittens, die Konzentration gesellschaftlicher Macht in den Händen weniger, kaum demokratisch kontrollierter Plattformkonzerne; und viertens, die Instrumentalisierung digitaler Infrastruktur für politische Kontrolle und Überwachung.

11.2 Plattformregulierung als demokratische Notwendigkeit

Die Antwort auf diese Pathologien kann nicht individuell sein — sie erfordert kollektive, politische und rechtliche Antworten. Die Forderung nach Plattformregulierung ist keine staatsgläubige Technikfeindlichkeit, sondern die demokratische Antwort auf eine marktliche Machtkonzentration, die gesellschaftliche Grundrechte gefährdet.

Die Europäische Union hat mit dem Digital Services Act (2022), dem Digital Markets Act (2022) und dem AI Act (2024) einen regulatorischen Rahmen geschaffen, der weltweit wegweisend ist. Diese Regelwerke sind ein erster Schritt — aber sie adressieren symptomatisch, was strukturell ist. Solange das Geschäftsmodell der Plattformen auf der Ausbeutung von Aufmerksamkeit und

Daten basiert, werden Regulierungen immer hinter der Innovationsdynamik der Plattformen herhinken.

Wir können soziale Medien nicht einfach regulieren. Wir müssen ihren Geschäftsmodellen ein Ende bereiten.

— Cory Doctorow, *Chokepoint Capitalism*, 2022

Politische Forderung	Begründung und Wirkungserwartung
Verbot verhaltensbasierter Werbeprojile	Entfernt den ökonomischen Anreiz für Surveillance Capitalism; stärkt Datensouveränität
Algorithmen-Transparenz und Audit-Pflichten	Demokratische Kontrolle über gesellschaftlich wirksame Entscheidungssysteme
Interoperabilität und Portabilität	Reduktion von Lock-in; Ermöglichung dezentraler Alternativen (z.B. Mastodon)
Öffentliche digitale Infrastruktur	Gemeinwohlorientierte Alternative zu privatem Plattformkapitalismus
Digitale Medienkompetenz als Bildungsrecht	Strukturelle Reduktion des digitalen Habitusgefälles; emanzipatorische Bildung
Rechte für Gig-Ökonomie-Arbeitende	Arbeitsrechtliche Gleichstellung; Kollektivverhandlung; algorithmische Rechenschaft
Demokratische KI-Governance	Öffentliche Beteiligung an KI-Entwicklungspfaden; Verbot diskriminierender Systeme
Digitale Grundrechts-Charta	Verankerung digitaler Selbstbestimmung als Grundrecht auf EU- und UN-Ebene

Tabelle 8: Politische Forderungen für eine emanzipatorische Digitalgesellschaft

11.3 Digitale Souveränität und das emanzipatorische Projekt

Das Konzept der 'digitalen Souveränität' ist in den letzten Jahren zu einem zentralen Begriff der Netzpolitik geworden — und es ist ideologisch umkämpft. In einer nationalistisch-protektionistischen Lesart meint es die Kontrolle des Staates über digitale Infrastrukturen und Datenflüsse (wie in Chinas Modell). In einer emanzipatorisch-demokratischen Lesart meint es die Kontrolle der Bürgerinnen

über ihre digitalen Daten, Entscheidungsräume und kommunikativen Infrastrukturen.

Diese Arbeit vertritt die zweite Lesart und begreift sie als normatives Leitprinzip für eine progressive Digitalgesellschaft. Digitale Souveränität bedeutet: Das Recht auf informationelle Selbstbestimmung. Das Recht auf nicht-manipulative Entscheidungsarchitekturen. Das Recht auf algorithmische Transparenz. Das Recht auf digitale Teilhabe unabhängig von sozioökonomischem Status.

Diese Forderungen sind nicht utopisch — sie sind die logische Konsequenz der Grundrechtstradition demokratischer Gesellschaften, angewendet auf die digitale Sphäre. Die technischen Möglichkeiten für ein Internet, das den Nutzern dient statt sie auszubeuten, existieren. Was fehlt, ist der politische Wille, sie durchzusetzen — gegen die ökonomischen Interessen der Plattformkonzerne und ihrer Lobbyisten.

11.4 Fazit: Soziologie als kritische Praxis

Die Soziologie hat in dieser Analyse gezeigt, was sie am besten kann: hinter die Oberfläche schauen, Machtverhältnisse sichtbar machen, vermeintlich technische Phänomene als soziale enttarnen. Digitale Entscheidungsarchitekturen sind keine neutralen Werkzeuge — sie sind verdichtete Machtstrukturen, die gesellschaftliche Ordnungen reproduzieren und transformieren.

Die soziologische Analyse ist aber nicht Zweck in sich. Sie dient einer kritischen Öffentlichkeit, die in der Lage ist, die Bedingungen ihrer eigenen digitalen Existenz zu reflektieren, zu hinterfragen und zu verändern. Das ist — um mit Habermas zu schließen — der Kern eines demokratischen emanzipatorischen Projekts: nicht die Anpassung an gegebene Strukturen, sondern die Transformation jener Strukturen, die autonomes, gleichberechtigtes, würdiges Leben verhindern.

Eine Digitalgesellschaft, die diesen Anspruch ernst nimmt, wird sich nicht mit dem Marktversagen der Plattformen abfinden. Sie wird regulieren, gestalten, öffentliche

Alternativen schaffen — und die soziologische Forschung wird ihr dabei das kritische Handwerk liefern.

Kernthese dieser Arbeit

Digitale Entscheidungsräume sind soziale Räume. Wer sie gestaltet, gestaltet Gesellschaft. Die Forderung nach menschenwürdigen, demokratisch kontrollierten, nicht-diskriminierenden digitalen Umfeldern ist kein technischer Wunsch — sie ist ein politisches Grundrecht und ein emanzipatorisches Projekt.

Literaturverzeichnis

PRIMÄRLITERATUR / KLASSIKER

Berger, P. L. & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Doubleday, New York. [Dt.: *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit*. Fischer, 1969]

Bourdieu, P. (1979). *La Distinction: Critique sociale du jugement*. Minuit, Paris. [Dt.: *Die feinen Unterschiede*. Suhrkamp, 1982]

Bourdieu, P. (1987). *Sozialer Sinn: Kritik der theoretischen Vernunft*. Suhrkamp, Frankfurt a.M.

Castells, M. (1996–2000). *The Information Age: Economy, Society and Culture*. 3 Bde. Blackwell, Oxford.

Foucault, M. (1975). *Surveiller et punir*. Gallimard, Paris. [Dt.: *Überwachen und Strafen*. Suhrkamp, 1976]

Foucault, M. (1976). *La Volonté de savoir*. Gallimard, Paris. [Dt.: *Der Wille zum Wissen*. Suhrkamp, 1977]

Fraser, N. (1990). *Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy*. *Social Text*, 25/26, 56–80.

Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday, New York. [Dt.: *Wir alle spielen Theater*. Piper, 1969]

Habermas, J. (1981). *Theorie des kommunikativen Handelns*. 2 Bde. Suhrkamp, Frankfurt a.M.

Habermas, J. (1990). Strukturwandel der Öffentlichkeit. Suhrkamp, Frankfurt a.M. [Orig. 1962]

Veblen, T. (1899). The Theory of the Leisure Class. Macmillan, New York.

ZEITGENÖSSISCHE SOZIOLOGIE UND PLATTFORMKRITIK

Buolamwini, J. & Gebru, T. (2018). Gender Shades: Intersectional Accuracy Disparities in Commercial Gender Classification. Proceedings of Machine Learning Research, 81, 1–15.

Crawford, K. (2021). Atlas of AI: Power, Politics, and the Planetary Costs of Artificial Intelligence. Yale University Press.

Doctorow, C. & McCullough, R. (2022). Chokepoint Capitalism: How Big Tech and Big Content Captured Creative Labor Markets and How We'll Win Them Back. Beacon Press.

Fuchs, C. (2014). Digital Labour and Karl Marx. Routledge, New York/London.

Han, B.-C. (2013). Im Schwarm: Ansichten des Digitalen. Matthes & Seitz, Berlin.

Han, B.-C. (2012). Transparenzgesellschaft. Matthes & Seitz, Berlin.

Hesmondalgh, D. (2013). The Cultural Industries. 3. Aufl. Sage, London.

Hochschild, A. R. (2016). Strangers in Their Own Land: Anger and Mourning on the American Right. The New Press, New York.

Morozov, E. (2011). The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom. Public Affairs, New York.

Noble, S. U. (2018). Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism. NYU Press, New York.

Pariser, E. (2011). The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. Penguin Press, New York.

Ragnedda, M. & Muschert, G. W. (Hrsg.) (2013). The Digital Divide: The Internet and Social Inequality in International Perspective. Routledge, London.

Rosenblat, A. (2018). Uberland: How Algorithms Are Rewriting the Rules of Work. University of California Press.

Shilling, C. (2012). The Body and Social Theory. 3. Aufl. Sage, London.

Terranova, T. (2000). Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. Social Text, 18(2), 33–58.

van Dijck, J. (2013). The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. Oxford University Press.

van Dijck, J., Poell, T. & de Waal, M. (2018). The Platform Society: Public Values in a Connective World. Oxford University Press.

van Dijk, J. A. G. M. (2005). The Deepening Divide: Inequality in the Information Society. Sage, London.

Zuboff, S. (2019). The Age of Surveillance Capitalism. PublicAffairs, New York. [Dt.: Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus. Campus, 2018]

EMPIRISCHE STUDIEN UND BERICHTE

Eurostat (2023). Digital Economy and Society Index (DESI) 2023. Europäische Kommission, Brüssel.

Eurostat (2023). ICT Household Survey 2023. Europäische Kommission, Brüssel.

Guess, A. M. et al. (2023). How do social media feed algorithms affect attitudes and behavior in an election campaign? *Science*, 381(6656), 398–404.

Möller, J. et al. (2020). Do not blame it on the algorithm: an empirical assessment of multiple recommender systems and their impact on content diversity. *Information, Communication & Society*, 23(7), 952–970.

Pew Research Center (2022). Political Polarization in the American Public. Washington D.C.

ProPublica (2016). Machine Bias: There's Software Used Across the Country to Predict Future Criminals. And it's Biased Against Blacks. Angwin, J. et al., 23. Mai 2016.

United Nations Human Rights Council (2018). Report of the Independent International Fact-Finding Mission on Myanmar. A/HRC/39/64. Genf.

Wall Street Journal (2021). The Facebook Files. Serienartikel, Sep.–Okt. 2021. Dow Jones & Company.

Zuckerberg, M. (2018). Written testimony before the US Senate Committee on the Judiciary and Committee on Commerce, Science, and Transportation. 10. April 2018.