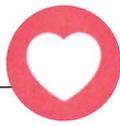




#brodnig

REDAKTION INGRID BRODNIG



„Love“



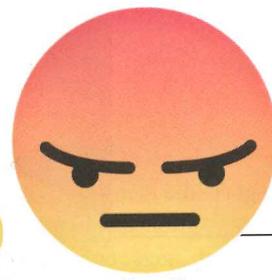
„Haha“



„Wow“



„Traurig“



„Wütend“

Wut wirkt

Neue Zahlen zeigen, wie Populisten den Empörungswettbewerb online gewinnen.

Ich vertrete die These, dass Rechtspopulisten auf Facebook bessere Karten haben – denn sie regen auf, stacheln Wut an und ernten dadurch mehr Klicks. Das habe ich einmal als „Empörungswettbewerb“ bezeichnet.

Womit ich nicht gerechnet hatte, war, dass ein junger Forscher diese These vom „Empörungswettbewerb“ quantitativ überprüft. Der Datenspezialist Josef Holnburger hat Millionen von Facebook-Daten gesammelt und die deutschen Parlamentsparteien verglichen. Er kam zum Ergebnis: Die AfD löst signifikant mehr Wut auf Facebook aus. Auch zeigt seine Analyse, dass die Rechtspopulisten im Schnitt deutlich negativere Worte in ihren Facebook-Posts verwenden – sie bringen also eine sehr unschöne Tonalität in die Debatte.

Zur Methodik: Auf Facebook kann man seit einiger Zeit sogenannte „Reaktionen“ verteilen: Also bei einem Beitrag auf „Love“, „Haha“, „Wow“, „Traurig“ und „Wütend“ klicken. Solche Daten bieten Informationen, welche Emotionen Politiker streuen. Mehr als die Hälfte der Reaktionen auf die AfD bestand aus Wut (nämlich 56,3 Prozent). Übrigens: Auch von FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache wissen wir dank einer Studie der Uni Wien, dass der Populist überdurchschnittlich viel Wut auf Facebook auslöst, konkret waren 57,3 Prozent der Reaktionen „Wütend“-Klicks.

Josef Holnburger schreibt: „Der von Ingrid Brodnig vermutete Empörungswettbewerb auf Facebook kann im Rahmen dieser Untersuchung bestätigt werden. Unter den Beiträgen der AfD findet sich in Form der Reaktionen eine signifikant höhere Empörung als auf den Seiten anderer Parteien.“ Siehe auch: holnburger.com/Auf_den_Spuren_des_Wutbuergers.pdf.

Diese Empörung hat Konsequenzen: Facebook belohnt solche Klicks. Je mehr „Reaktionen“ ein Beitrag erntet, desto mehr Nutzern wird das jeweilige Posting eingeblendet. Ich hätte nicht gedacht, dass jemand meine These des Empörungswettbewerbs mit konkreten Zahlen nachrechnet. Insgesamt ist das Ergebnis leider unbehaglich: Wir sehen, wie gut die Strategie von Populisten aufgehen kann, bei der sie Wut schüren und Dominanz ernten.

IN RAGE GEKLICKT
Auf der Facebook-Seite der AfD klicken besonders viele Menschen auf „Wütend“, ergab eine Auswertung. Bei anderen deutschen Parteien dominieren andere Emotionen.

JOSEF HOLNBURGER

Nicht fair

Zu Recht besteht derzeit Aufregung über das Unternehmen Cambridge Analytica: Es hat etwa den Wahlkampf von Donald Trump unterstützt und dessen Team Daten geliefert, welchen Facebook-Nutzern welche Werbung eingeblendet werden soll. Nun wurde dank Recherchen des „Guardian“, der „New York Times“ und des Senders Channel 4 bekannt, wie unseriös Cambridge Analytica an seine Daten gelangte: So hatte das Unternehmen eine unverdächtig wirkende App auf Facebook eingesetzt, einen harmlos wirkenden Persönlichkeitstest. Die App informierte die Nutzer allerdings nicht darüber, dass die Daten auch für politische Kampagnen eingesetzt werden. Auch soll die App Daten von Facebook-

Freunden der Nutzer abgegriffen haben – die nie ihre Zustimmung dazu gaben. Erst nach Recherchen von Medien sperrte Facebook den Zugang von Cambridge Analytica zur Plattform – und wird nun heftig kritisiert, dieses Problem zu lange ausgeblendet zu haben.

Nicht süchtig

In Artikeln wird häufig gefragt: Wie gefährlich sind Smartphones? Wenig überraschend sind auch viele Eltern besorgt. Allerdings ist Panik nicht angebracht: Die negativen Schlagzeilen seien oft nur eine „Projektion unserer Ängste“, meint der Psychologe Andrew Przybylski vom Oxford Internet Institute. Er hat eine groß angelegte Studie mit mehr als 120.000 britischen Jugendlichen durchgeführt, wie sich Zeit vor dem Bildschirm (Screen-Time) auf die mentale Gesundheit auswirkt. Das Ergebnis: Bei einer moderaten Screen-Time gibt es keine messbaren negativen Effekte – und selbst wenn Jugendliche viel Zeit vor Smartphones, Videospiele, dem Fernseher verbrachten, waren die negativen Effekte gering. Im Medium „Business Insider“ hinterfragt Przybylski die Aussagekraft mancher Studien, die nur ein kleines Sample von Jugendlichen beobachteten. Kleine Samples bergen die Gefahr, dass die Ergebnisse zwar beeindruckend aussehen, aber womöglich nicht repräsentativ sind.

37 000 000 000

Vergangenen Montag büßte Facebook 37 Milliarden Dollar an Marktwert ein. Als die Nachrichten über Cambridge Analytica bekannt wurden, sank der Wert der Aktie prompt.

Wie denken Sie darüber?
Schreiben Sie mir unter
ingrid.brodnig@profil.at
[facebook.com/brodnig](https://www.facebook.com/brodnig)
twitter.com/brodnig