

# Passen Digitalisierung und Demokratie zusammen?

Fabrizio Gilardi

Digital Democracy Lab  
Universität Zürich

Konferenz “Demokratie und Wirtschaft neu denken”  
Eurac Research, Bozen/Bolzano  
29. Oktober 2020

(Aktualisiert am 29. Oktober 2020)

US tech companies call on France to abandon digital tax plans

Executives and lobbyists criticise measure but urge against retaliation



Save

## The Cambridge Analytic affair reveals Facebook's "Transparency Paradox"

Sinan Aral, a professor at MIT, fears the fallout from could limit researchers' access to social media data

Privacy concerns could derail unprecedented plan to use Facebook data to study elections

By **Jeffrey Mervis** | Sep. 24, 2019, 4:50 PM

## Jeff Bezos says Amazon is writing its own facial recognition laws to pitch to lawmakers

The tech giant's hope is that federal lawmakers will adopt much of its draft legislation.

By **Jason Del Rey** | @DelRey | Updated 9/24/19

EU plans sweeping regulation of facial recognition

Brussels explores rules to give citizens explicit rights over their data

## I Sold Political Ads for Google. Banning Them Won't Work.

Tech companies can help fix what's wrong with digital political advertising. Instead, Twitter is declaring the problem insoluble.

NOVEMBER 6, 2019

**Jeffrey Webb**

Worked in digital advertising at Google from 2011 to 2016

# Die Digitalisierung verändert...

1. ...den Austausch zwischen Behörden und Bevölkerung
2. ...die politische Partizipation
3. ...die politische Meinungsbildung und Kommunikation

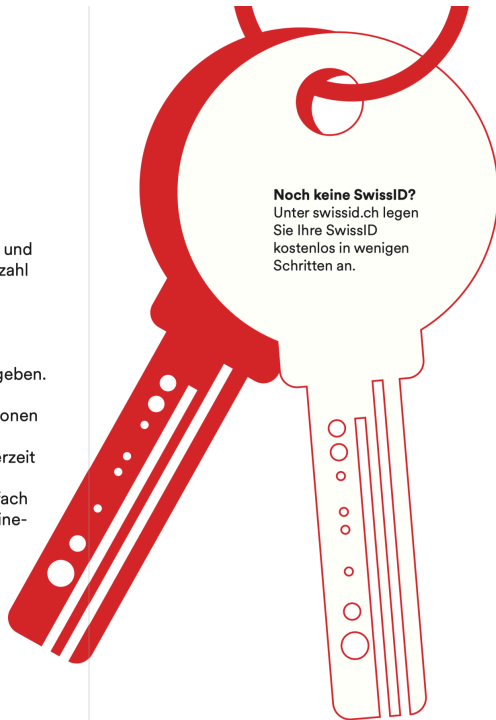
# Was ist die SwissID?

**SwissID ist Ihr persönlicher digitaler Schlüssel zu Ihren Online-Diensten.**

Mit einem einzigen Login haben Sie einen sicheren und einfachen Zugang zu einer schnell wachsenden Anzahl von Online-Anwendungen und behalten immer die Kontrolle über Ihre Daten.

- Sie haben die volle Transparenz und entscheiden selber, welchem Online-Dienst Sie Ihre Daten freigeben.
- In Ihrem Online-Kundenportal verwalten Sie mit wenigen Klicks Ihre Daten und fügen neue Funktionen hinzu – wo und wann immer Sie wollen.
- Dank Zwei-Faktor-Authentifizierung sind Sie jederzeit auf der sicheren Seite.
- Mit der SwissID App prüfen Sie Ihre Identität einfach und sicher über Ihr Mobiltelefon, um sich bei Online-geschäften eindeutig auszuweisen.

SwissID ist für Nutzerinnen und Nutzer kostenlos und findet immer grössere Verbreitung – bereits heute setzen über eine Million Anwender die SwissID ein.



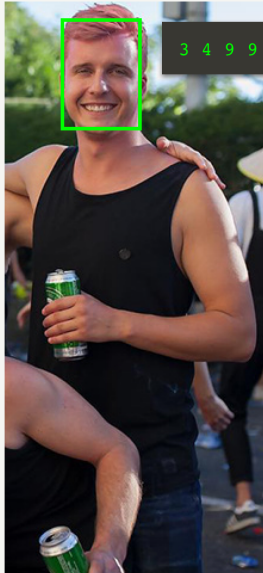
**Noch keine SwissID?**  
Unter [swissid.ch](https://www.swissid.ch) legen Sie Ihre SwissID kostenlos in wenigen Schritten an.

Einfach. Sicher. Praktisch.



# So funktioniert Gesichtserkennung

Bild auf Instagram



3 4 9 9 9 9 4 5 7

ähnlichste  
Zahlenreihe

1 1 2 3 5 4 3 3 4

Karin Weigelt  
FDP



3 4 9 9 9 9 4 4 4

Jeffrey Ferpozzi  
JSVP



8 8 8 8 8 6 6 7 6

Gianna Strobel  
JUSO





free open-source participatory democracy  
for cities and organizations

[online demo](#)

A background image showing a group of people in a community meeting or workshop, overlaid with a red tint. The image is partially obscured by text boxes.

**decidim is a digital platform  
for citizen participation**

Free and safe technology.

With all democratic guarantees.

Reprogramming democracy is now possible with Decidim.

Volksinitiative «für eine sichere und vertrauenswürdige Demokratie»

## E-Voting-Moratorium

Die direkte Demokratie gehört zu den höchsten Gütern der Schweiz. Das Vertrauen in sie darf nicht länger durch unsichere und intransparente E-Voting-Systeme aufs Spiel gesetzt werden.

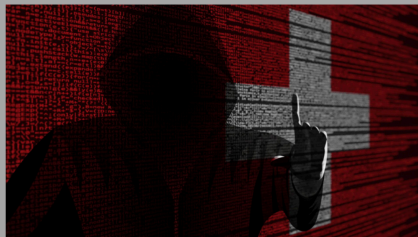
Geht eine Volksabstimmung sehr knapp aus, was durchaus keine Seltenheit ist, können die brieflich oder an der Urne abgegebenen Stimmzettel jederzeit nachgezählt werden. Bei elektronisch abgegebenen Stimmen (E-Voting) dagegen versinkt die abgegebene Stimme in einem digitalen Speichermeer von Bytes und Bits.

In Zeiten des «Cyber Wars» ist es brandgefährlich, an der elektronischen Stimmabgabe festzuhalten. Beispiele aus dem Ausland, aber auch in der Schweiz, haben gezeigt, dass E-Voting-Systeme manipulierbar sind, meist auch weil die theoretische Sicherheit an der Praxis scheitert.

Die Testphase in den Kantonen hat gezeigt: E-Voting bringt keinen erkennbaren Nutzen. Weder bewirkte es eine erhöhte Stimmbeteiligung noch ist E-Voting für Junge attraktiver zu handhaben.

Mehr erfahren

4331 Online Unterschriften



## Unterstütze diese Kampagne jetzt mit deiner Unterschrift.

Anrede

Frau

Vorname

Nachname

E-Mail

Weiter



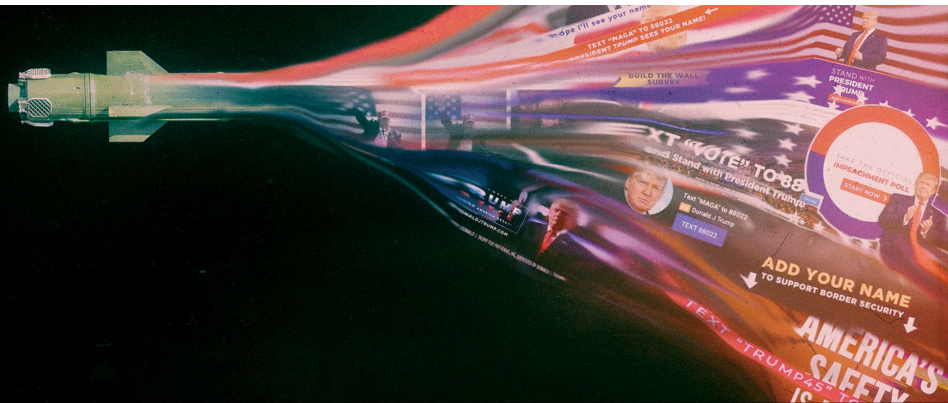
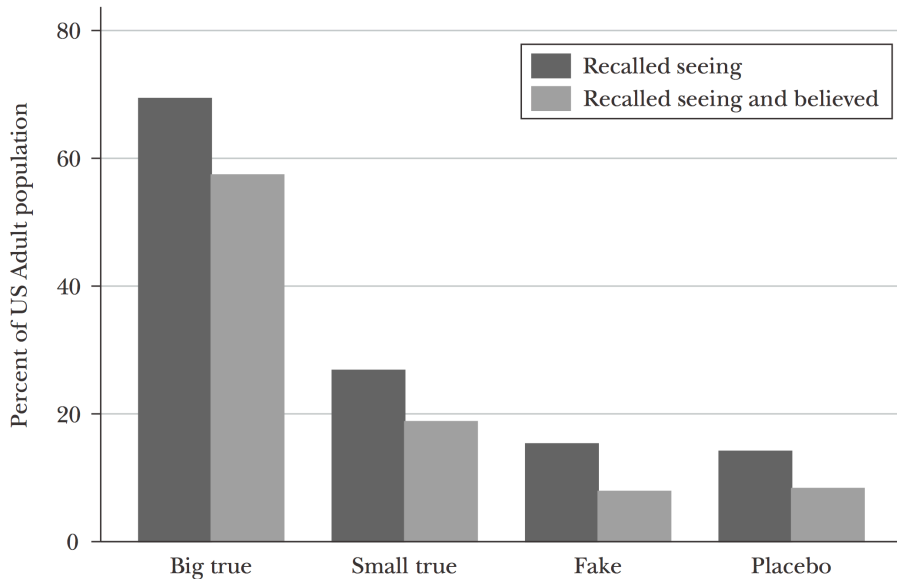


Illustration: Mishko; Hanna Alandi / Getty

# The Billion-Dollar Disinformation Campaign to Reelect the President

How new technologies and techniques pioneered by dictators will shape the 2020  
election

## 2016: im Durchschnitt 1.14 Fake News gelesen



(Allcott and Gentzkow, 2017)

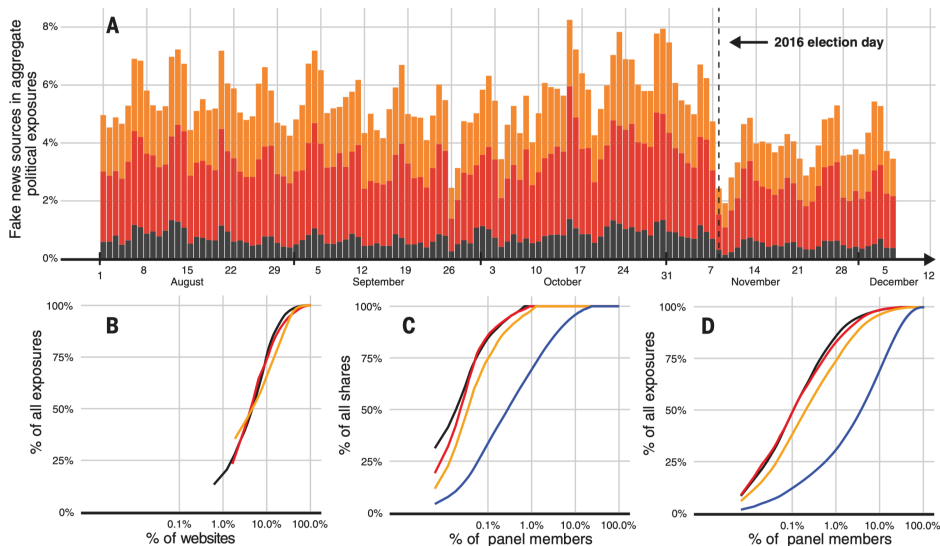
# 2016: 0.1% der Nutzer teilten 80% der Fake News

**Fig. 1. Prevalence over time and concentration of fake news sources.**

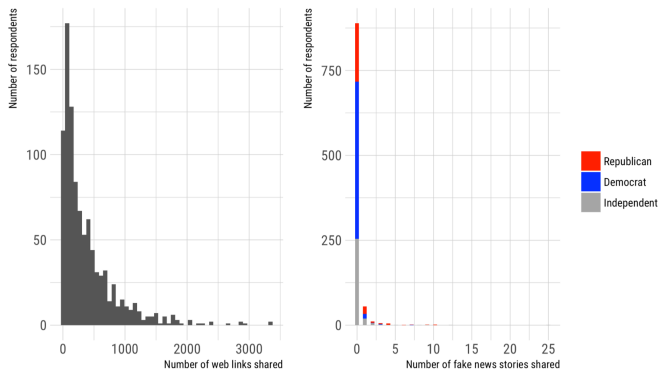
**(A)** Daily percentage of exposures to black, red, and orange fake news sources, relative to all exposures to political URLs. Exposures were summed across all panel members.

**(B to D)** Empirical cumulative distribution functions showing distribution of exposures among web-sites (B), distribution of shares by panel members (C), and distribution of exposures among panel members (D).

The x axis represents percentage of websites or panel members responsible for a given percentage (y axis) of all exposures or shares. Black, red, and orange lines represent fake news sources; blue line denotes all other sources. This distribution was not comparable for (B) because of the much larger number of sources in its tail and the fundamentally different selection process involved.



# 2016: 91.5% der Nutzer haben keine Fake News geteilt



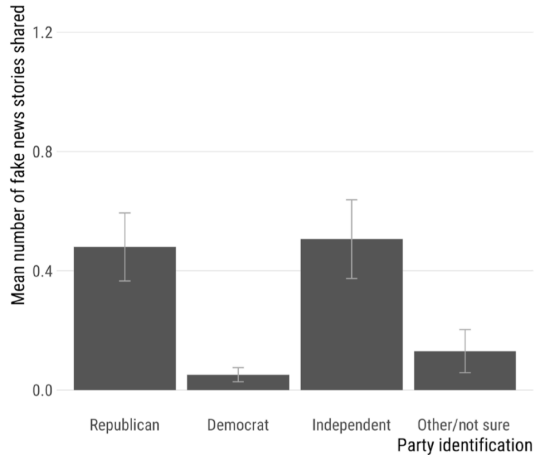
**Fig. 1. Distribution of total and fake news shares.** (Left) Histogram of the total number of links to articles on the web shared by respondents in the sample who identified as Democrats, Republicans, or independents. (Right) Stacked histogram of the number of fake news articles shared by respondents who identified as Democrats, Republicans, or independents using the measure derived from (7).

**Table 1. Distribution of fake news shares.**

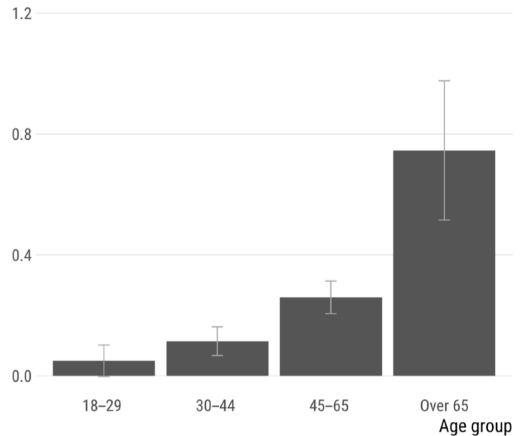
| 0            | 1         | 2         | 3         | 4         | 5-10      | 11-50     |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1090 (91.5%) | 63 (5.3%) | 12 (1.0%) | 8 (<1.0%) | 5 (<1.0%) | 9 (<1.0%) | 4 (<1.0%) |

(Guess et al., 2019)

# 2016: Senioren teilten 7-fach mehr Fake News als 18-29-Jährige



**A**



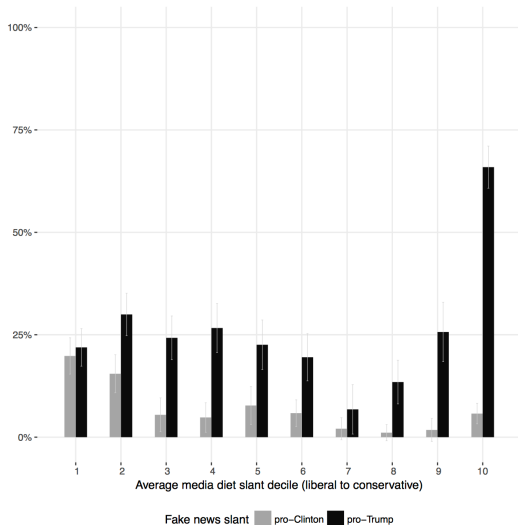
**B**

(Guess et al., 2019)

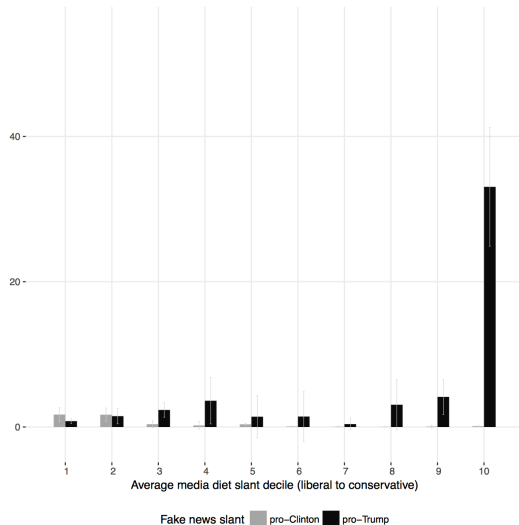


# 2016: 60% der Fake News von Konservativen gelesen

(a) Fake news visit (binary)

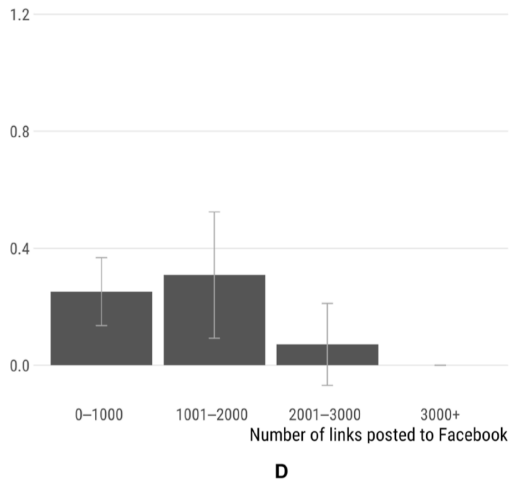
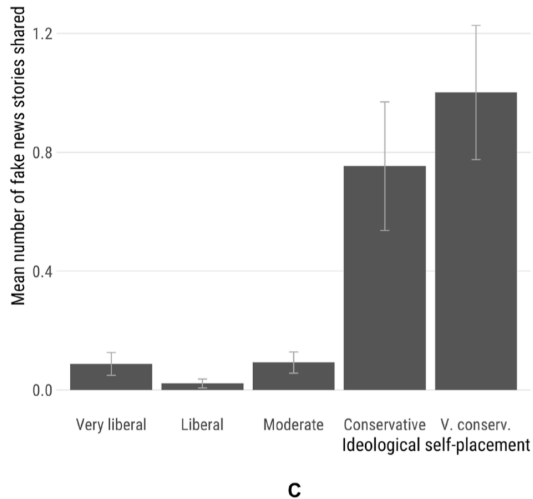


(b) Total fake news (mean articles)



(Guess et al., 2018)

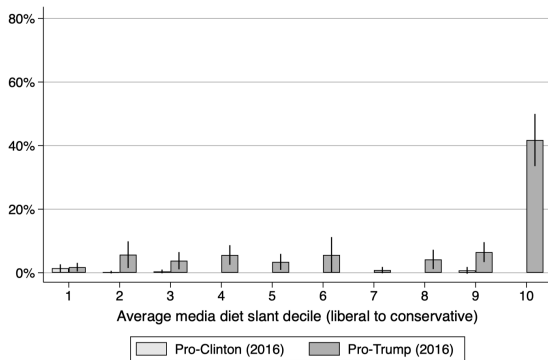
## 2016: Meisten Fake News von Konservativen geteilt



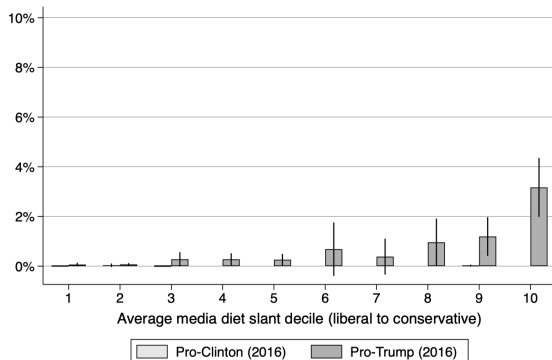
(Guess et al., 2019)

# 2018: Fake News immer noch von Konservativen gelesen

(a) Fake news visit (binary)



(b) Fake news visits as proportion of news diet



(Guess et al., 2019)

# USA: Prävalenz von Fake-News 2016-2018 senkend

Figure 1: Fake news visit rate over time (binary exposure)

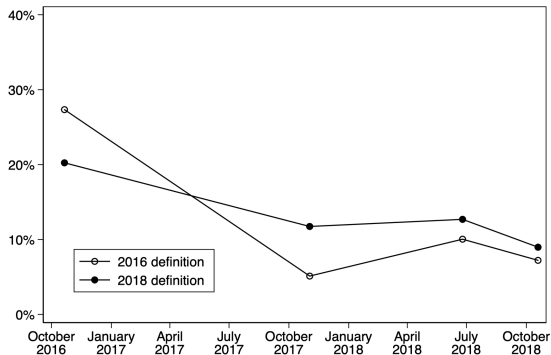
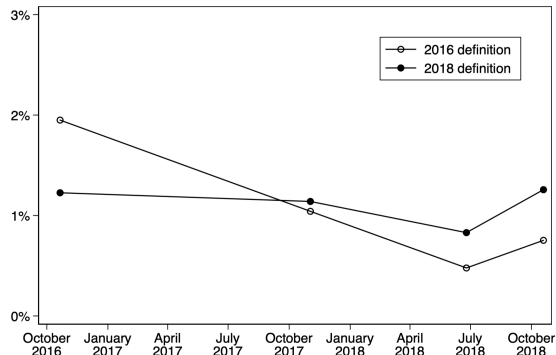


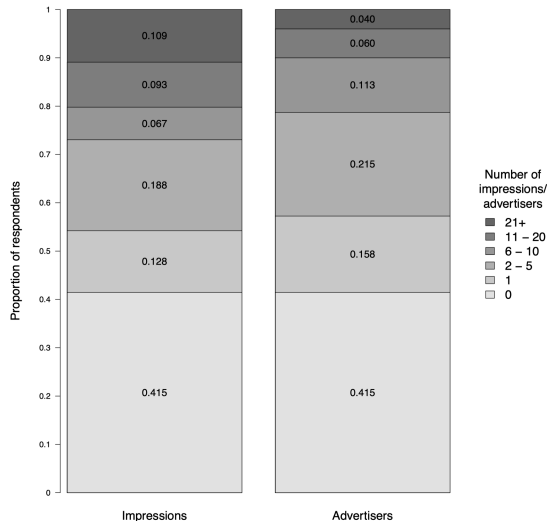
Figure 2: Fake news visits as proportion of news diet over time



(Guess et al., 2019)

# 2018: 41.5% haben keine politische Werbung auf FB gesehen

Figure 5: Political Facebook ad impressions/advertisers per respondent



(Guess et al., 2019)



**Tupfentier** hat fast vollen Geschmackssinn 🍷😄 @tupf... · 21 Std.



TRAGT **MASKE!**



(\\_/) ||  
(•\_•) ||  
/ \

(nach @\_\_zuHause\_\_ )



9



52



**Claudine** @WatchAbroad · 22 Std.



Es geht nicht in erster Linie um Hygiene, **Maske** und Abstand. Das ist das neue „normal“ und sollte selbstverständlich sein! Jetzt geht es darum die Mobilität zurückfahren und Kontakte zu vermeiden, wenn immer möglich. Macht euch mal ehrlich @BAG\_OFSP\_UFSP !



1



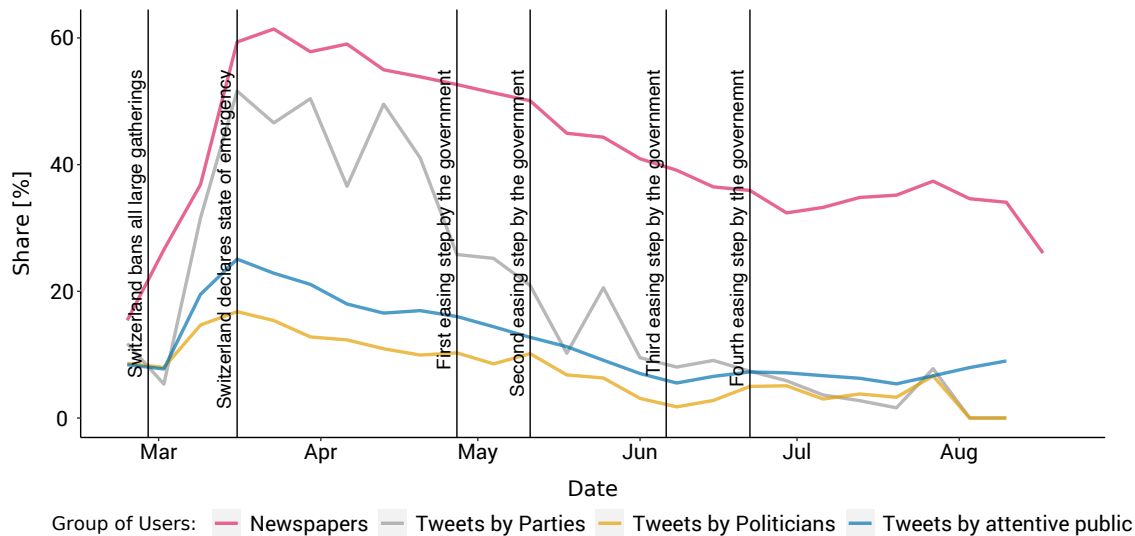
1



11

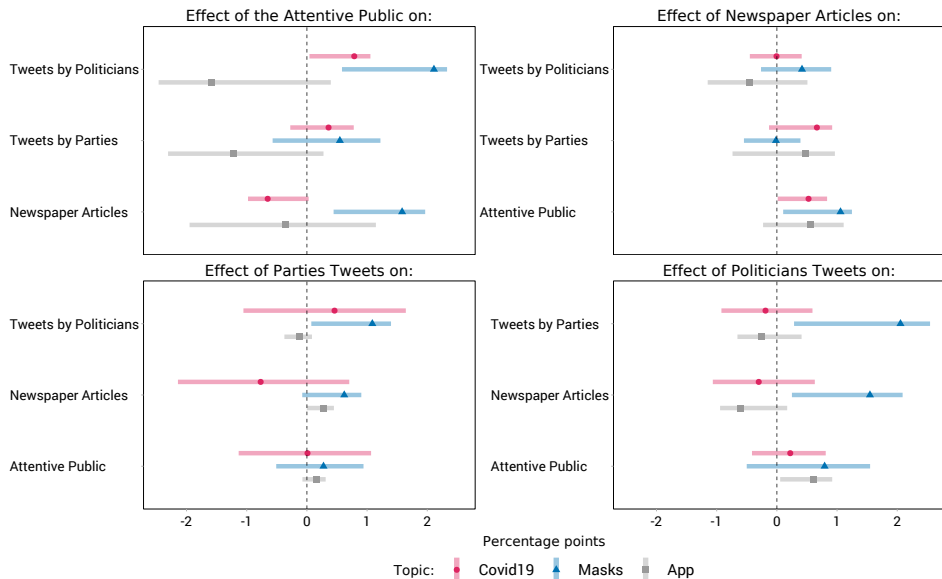


# Twitter und die öffentliche Debatte zu COVID-19 in der Schweiz



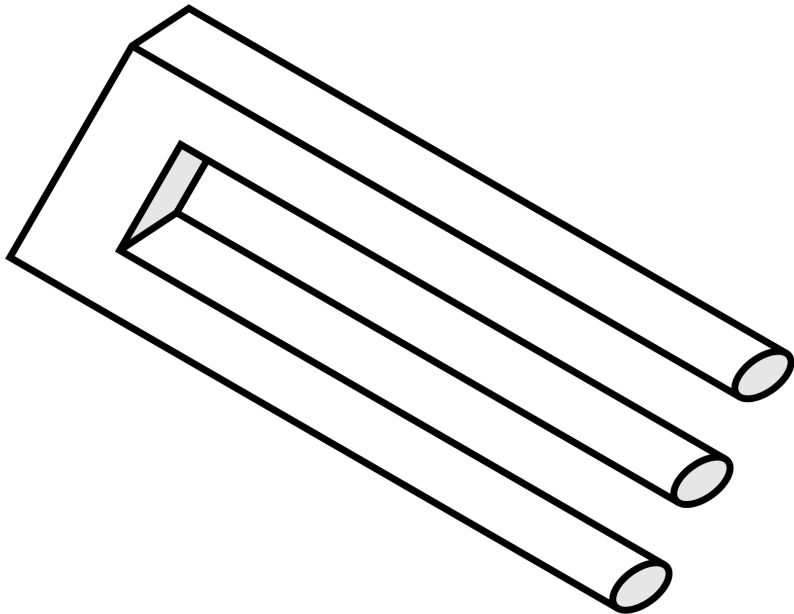
(Gilardi et al., 2020)

# Twitter und die öffentliche Debatte zu COVID-19 in der Schweiz



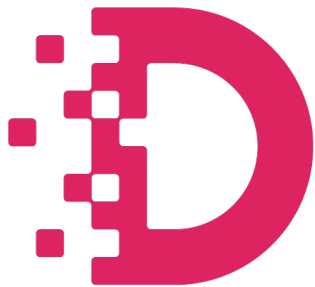


# Digitale Demokratie: kein Widerspruch, nicht selbstverständlich



Zuverlässige Forschung ist aufwendig und zerfällt schnell





**·DigDemLab.io**

# Bibliographie

- Allcott, H. and M. Gentzkow (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives* 31(2), 211–36.
- Gilardi, F., T. Gessler, M. Kubli, and S. Müller (2020). Social media and policy responses to the covid-19 pandemic in switzerland. Digital Democracy Lab, University of Zurich.
- Grinberg, N., K. Joseph, L. Friedland, B. Swire-Thompson, and D. Lazer (2019). Fake news on twitter during the 2016 us presidential election. *Science* 363(6425), 374–378.
- Guess, A., J. Nagler, and J. Tucker (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on facebook. *Science Advances* 5(1), eaau4586.
- Guess, A., B. Nyhan, and J. Reifler (2018). Selective exposure to misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 us presidential campaign.
- Guess, A. M., B. Lyons, J. M. Montgomery, B. Nyhan, and J. Reifler (2019). Fake news, facebook ads, and misperceptions: Assessing information quality in the 2018 u.s. midterm election campaign.