

Der Händler aus Litauen bietet laut Eigenangaben in seinem Online-Shop neben registrierten E-Mail-Accounts und Mobiltelefonnummern auch registrierte Accounts für Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Soundcloud, Tumblr, Twitter und YouTube an. 1.573 Twitter-Accounts aus den USA samt Fotos waren etwa am 14.07.2018 zu erwerben. Mit ein wenig Geschick ist damit der Grundstein für eine Fake-Kampagne in den sozialen Medien schnell gelegt.

Auch nach Funktionsweisen von Bots und Download-Links für Bots zur viralen Verbreitung der Nachrichten muss man nicht lange suchen.

## Die Funktionsweise von Instagram Like Bots

Die einzelnen Instagram Bots, um mehr Follower zu bekommen, funktionieren ähnlich und lassen sich von den Einstellungen daher auch dementsprechend konfigurieren.

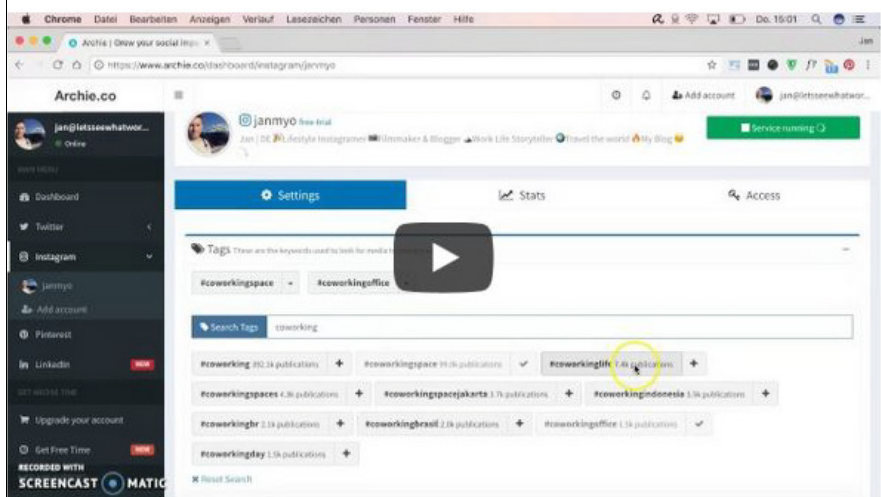


Abb. 6–15 Anleitung für einen Instagram-Like-Bot

Quelle: [ECO] <https://letsseewhatworks.com/automatisiert-reichweite-instagram-bots>, Juli 2018

Mit Zugang zum API (Application Programming Interface) des jeweiligen sozialen Mediums ist es damit möglich, schnell eine perfekte Simulation zu

konstruieren. Bislang lag der Fokus nur auf möglichen indirekten Auswirkungen solcher Simulakren auf die öffentliche Meinung, wie oben beschrieben. Was aber, wenn Wirtschaftstreibende solche Kampagnen starten – nicht etwa, um sich selbst zu bewerben, sondern um MitbewerberInnen zu schaden? – Einen diesbezüglichen irritierenden Versuch hat eine Forschungsgruppe an der University of Chicago 2017 unternommen: Mit Hilfe rekurrenter neuronaler Netzwerke wurde eine Software darauf trainiert, automatisch generierte Restaurant-Fake-Reviews zu verfassen. Das Experiment ergab, dass diese computergenerierten Reviews von den von Menschen verfassten Bewertungen nicht zu unterscheiden waren.<sup>34</sup>

### Generated with *temperature 1.0*

DO NOT WASTE YOUR TIME AND MONEY! The absolute worst service I have ever experienced. This place is a joke. The waitress was rude and said she would put the manager to come out but never happened. I wish I could give zero star.

**Abb. 6–16** Automatisch generierte Restaurant-Fake Review

Quelle: [SCI] Yuanshun Yao, Bimal Viswanath, Jenna Cryan u.a. (2017): Automated Crowdturfing Attacks and Defenses in Online Review Systems. <https://people.cs.uchicago.edu/~ravenben/publications/pdf/crowdturf-ccs17.pdf>, S. 13

Bolun Wang, Forscher und Doktorand an der University of Chicago, gab mir nähere Auskünfte zu diesem Experiment: Das rekurrente neuronale Netzwerk wurde mit einem Review-Datensatz von 4,1 Millionen Rezensionen von einer Million Rezensenten trainiert. Wang beschreibt den Unterschied zwischen templatebasierter Textgenerierung und rekurrenten neuronalen Netzen (RNN) so:

*»Most traditional approaches try to build statistical models around words and phrases. They try to understand the frequency of phrases, the correlation of phrases, their co-occurrence, etc. RNN works in a very different way. It is able to process the raw stream of characters directly without pre-processing text into phrases or words. When using RNN to generate text, RNN also outputs a stream of characters. Therefore, in some way, RNN is ‚writing‘ instead of putting together existing phrases.«<sup>35</sup>*

34) [SCI] Yuanshun Yao, Bimal Viswanath, Jenna Cryan u.a. (2017): Automated Crowdturfing Attacks and Defenses in Online Review Systems, <https://people.cs.uchicago.edu/~ravenben/publications/pdf/crowdturf-ccs17.pdf>

35) E-Mail-Interview mit Bolun Wang, University of Chicago, 22.06.2018

Der wichtigste Satz aus dem Interview aber lautet: »We are not aware of any real attack using our technique.« (Stand Juni 2018) – Noch nicht? Es wäre doch ein *Dirty Online Reputation Campaigning* denkbar, bei dem der/die MitbewerberIn mit automatisch generierten negativen Kundenbewertungen vom Markt gedrängt werden soll. Vielleicht wird die Technik sogar schon angewandt, und wir wissen es noch nicht bzw. können es nicht entdecken, eben weil sich die automatisch generierten Texte wie die von Menschen geschriebenen lesen?

Ich fasse zusammen: *Social Bots* sind in zumindest zwei Einsatzszenarios eine Bedrohung für die Gesellschaft: *Politisch* betrachtet können sie in sozialen Medien die öffentliche Meinung beeinflussen, und dieses (von Bots dann mitkonstruierte) Meinungsbild kann in Social-Media-Analysen eingehen und so zum Gegenstand von politischen Entscheidungen auf falscher Datenbasis werden. *Wirtschaftlich* betrachtet kann die Produktion automatisierter Kundenbewertungen und deren Distribution durch Bots (etwa auf Yelp, Google u. a.) nicht nur dazu benutzt werden, falsche Kaufanreize zu vermitteln, sondern auch dazu, um MitbewerberInnen mit einer Negativkampagne zu überziehen.

Es stellt sich spätestens hier die Frage nach einer gesetzlich verankerten *Kennzeichnungspflicht* von Social Bots.<sup>36</sup> Überdies kann man auch über deren gänzlich *Verbot* nachdenken.<sup>37</sup> Freilich gäbe es auch hier wieder das Problem der »False Positives«<sup>38</sup>. Mir erscheint es eher wichtig, zuerst (und möglichst rasch) eine solide empirische Datengrundlage zu schaffen, denn diese scheint im Moment noch zu fehlen. *Erstens* fehlen in der Debatte bislang klare Zahlen zu – rein zu politischen Zwecken eingesetzten – Social Bots in Deutschland, Österreich oder der Schweiz. *Zweitens* fehlt die kommunikationswissenschaftliche Grundlage zur möglichen Wirkung von Social Bots, obwohl die Theorieansätze dafür da sind (Agenda Setting, Multi-Step Flow of Communication). Ohne solide Studien wird der Gesetzgeber nicht entscheiden können – außer, es geht ihm auf eher spekulativer Basis bloß um

---

36) Siehe [MED] <https://www.mz-web.de/sachsen-anhalt/internet-minister-wollen-kennzeichnungspflicht-fuer-social-bots--27802008> und [MED] <https://www.heise.de/newsticker/meldung/Justizminister-Darknet-ausleuchten-Social-Bots-kennzeichnen-Whistleblower-schuetzen-3886949.html>

37) Siehe [MED] <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/social-bots-laender-wollen-gegenmeinungsroboter-im-internet-vorgehen-a-1130937.html>

38) »False Positives« ist ein Begriff aus der Sozialforschung und Statistik und bezeichnet die falsche Zuordnung von Objekten oder Sachverhalten zu einer Klasse, hier etwa zu Bot oder Nicht-Bot.