

Töpfl, Florian

Wie wissenschaftsskeptische Gegenöffentlichkeiten neue Medien nutzen

Bartosch, Ulrich [Hrsg.]: Die Idee der Universität – heute. Passauer Perspektiven. Bad Heilbrunn : Verlag Julius Klinkhardt 2024, S. 242-246



Quellenangabe/ Reference:

Töpfl, Florian: Wie wissenschaftsskeptische Gegenöffentlichkeiten neue Medien nutzen - In: Bartosch, Ulrich [Hrsg.]: Die Idee der Universität – heute. Passauer Perspektiven. Bad Heilbrunn : Verlag Julius Klinkhardt 2024, S. 242-246 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-289865 - DOI: 10.25656/01:28986; 10.35468/6071-29

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-289865>

<https://doi.org/10.25656/01:28986>

in Kooperation mit / in cooperation with:



<http://www.klinkhardt.de>

Nutzungsbedingungen

Dieses Dokument steht unter folgender Creative Commons-Lizenz: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de> - Sie dürfen das Werk bzw. den Inhalt unter folgenden Bedingungen vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen: Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen. Dieses Werk bzw. dieser Inhalt darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden und es darf nicht bearbeitet, abgewandelt oder in anderer Weise verändert werden.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

This document is published under following Creative Commons-Licence: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.en> - You may copy, distribute and transmit, adapt or exhibit the work in the public as long as you attribute the work in the manner specified by the author or licensor. You are not allowed to make commercial use of the work or its contents. You are not allowed to alter, transform, or change this work in any other way.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.



Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Florian Töpfl

Wie wissenschaftsskeptische Gegenöffentlichkeiten neue Medien nutzen

Mit diesem Zwischenruf möchte ich eine von vielen möglichen Antworten auf die Frage geben, wie neue Medien wissenschaftsskeptische Einstellungen in der Bevölkerung verstärken können. Ganz allgemein lässt sich festhalten, dass diese Problemstellung in ihrem Kern das Wechselspiel von technischem Fortschritt und sozialem Wandel betrifft. Die Frage, wie das Aufkommen neuer Mediengattungen wie Radio, Fernsehen oder Internet menschliches Zusammenleben verändert, wird in meiner Disziplin, der Kommunikationswissenschaft, seit Jahrzehnten in all ihren Facetten beforcht. Eine Vielzahl von Kolleg:innen haben nuancierte Antworten formuliert auf Forschungsfragen wie: Haben Facebook oder Twitter die Revolutionen des Arabischen Frühlings befördert oder vielleicht sogar mitverursacht? Machen soziale Netzwerke unsere Welt demokratischer? Wird unsere Gesellschaft durch neue Medien partizipativer, vielleicht sogar: gleicher?

1 Leveraging-Affordances Approach

Zu Fragen wie diesen ist mehr geschrieben worden als ich in diesem Kurzvortrag auch nur annähernd resümieren kann. Ich möchte Ihnen daher lediglich ein einziges, relativ einfaches – und dennoch weithin in Anschlag gebrachtes – Denkmodell vorstellen, das auch Sie nutzen können, um Fragen nach den Wechselwirkungen von Technik und sozialer Welt zu durchdenken. Dabei handelt es sich um den so genannten *Leveraging-Affordances Approach* (siehe etwa Earl & Kimport 2011). Dieser Ansatz geht davon aus, dass neue Technologien (also auch: neue Medien) stets neue Handlungsoptionen eröffnen, sogenannte *Affordances*. Neue technologische Artefakte führen also nicht für sich genommen zu sozialem Wandel, sondern sie machen schlichtweg gewisse Handlungen für uns leichter und andere schwieriger auszuführen. Erst wenn menschliche Akteure diese Handlungsoptionen tatsächlich nutzen (Englisch: *to leverage*), verändert sich unsere soziale Welt.

2 Kommentarbereiche als Kommunikationsraum

Erlauben Sie mir bitte, diesen Ansatz an einem lokalen Beispiel mit Themenbezug zu illustrieren. Sie sehen in Abbildung 1 einen Facebook-Post der *Passauer Neuen Presse* vom 12. März 2021. In dem verlinkten Artikel wird über eine illegale Geburtstagsparty berichtet, bei der es im Ort Wegscheid bei Passau zu sechzig Corona-Ansteckungen kam. Die Überschrift deutet die Wut der Bürger:innen darüber an, dass aufgrund der neu hinzugekommenen Infektionsfälle die Schulen im Landkreis für absehbare Zeit nicht geöffnet werden können. Was Sie im Bereich unter der Nachricht sehen, lässt sich als eine der neuen Handlungsoptionen begreifen, die ich eben angesprochen habe: ein Kommentarfeld. Über dieses neuartige medientechnische Artefakt haben Leser:innen die Möglichkeit, eine Nachricht zu verfassen, die in Sekundenschnelle direkt unter dem journalistischen Text erscheint. Andere Nutzer:innen haben die Möglichkeiten, auf den Kommentar zu antworten oder diesen über *Likes* sichtbar zu machen. Die sichtbarsten Kommentare werden von Tausenden Leser:innen der *Passauer Neuen Presse* wahrgenommen. Damit stellen Kommentarbereiche auf Profilen von Massenmedien einen ungemein reichweitenstarken Kommunikationsraum dar, der vor zwanzig Jahren in dieser Form nicht existierte. Vor zwanzig Jahren lasen Nutzer:innen ihre Zeitung im Druck. Wollten sie ihre Meinung äußern, eröffnete sich ihnen lediglich die Möglichkeit, per Post an die Redaktion Leserbriefe zu schicken – von denen jedoch nur sehr wenige tatsächlich veröffentlicht wurden.

Überlegen wir nun, welche Akteure diese neue Handlungsoptionen wohl bevorzugt nutzen. Werfen Sie einen Blick auf den ersten Kommentar, der in der Standardsortierung als relevantester angezeigt wird, weil er die meisten *Likes* erhielt. Hier schreibt Marcel H.: „Lieber mal Maßnahmen hinterfragen, als sich über ein paar Leute aufzuregen, die auf ein Bier zusammengesessen sind.“ Blättern wir nun weiter durch die Kommentare (die in Abbildung 1 nicht dargestellt sind), sticht auf den ersten Blick ins Auge, dass die überwiegende Mehrheit der Kommentatoren die Botschaft des Artikels kritisch beurteilen. Die große Mehrheit von ihnen ist mit der Corona-Politik der Regierung nicht einverstanden. Viele Kommentatoren fühlen sich von der Gesellschaft ausgegrenzt und stellen mit Nachdruck die Glaubwürdigkeit der zentralen Institutionen unserer Demokratie – und vornehmlich der Presse und der Wissenschaft – infrage.

3 Dominante Konsensstruktur

Wie sind diese Beobachtungen zu deuten? Wie sich im Anschluss an ähnlich gelagerte wissenschaftliche Studien (vgl. Toepfl & Piwoni 2015; 2018) argumentieren lässt, haben wir es hier mit einer Situation zu tun, die wir in der Kommunikationswissenschaft als eine „dominante Konsensstruktur“ der Öffentlichkeit

bezeichnen: Grundsätzlich hätten wohl alle führenden Medien in ganz Deutschland über diesen Vorfall zu dieser Zeit ähnlich berichtet. Kein reichenweitenstarkes regionales oder überregionales Medium hätte die Position von Marcel H. aufgegriffen und die Illegalität und moralische Fragwürdigkeit dieser groß angelegten Geburtstagsparty während des Corona-Lockdowns angezweifelt. Und nicht nur die führenden Massenmedien, auch die Mehrheit der Bevölkerung – wie Umfragen zeigten – beurteilten Vorkommnisse wie diese Party negativ. Der Artikel spiegelt also die dominante Konsensstruktur der deutschen Medien und der deutschen Gesellschaft zu dieser Zeit wieder. Und dennoch ist es so, dass Meinungen wie die von Marcel H. in dem Facebook-Kommentarbereich dominieren.

4 Gegenöffentlichkeiten in Kommentarbereichen

Warum ist dies der Fall? Die Antwort der Kommunikationswissenschaft ist, dass es sich bei Marcel H. und seinen Mitstreitern um eine Gegenöffentlichkeit handelt. Das Konzept der Gegenöffentlichkeit wurde in den 1990er Jahren zuerst in Anwendung auf feministische und ethnische Gegenöffentlichkeiten in den Vereinigten Staaten entwickelt. Bei Gegenöffentlichkeiten handelt es sich um Gruppen von Aktivisten, die sich durch ein Gefühl der gesellschaftlichen Ausgrenzung verbunden fühlen. Ihr Handeln zielt deshalb darauf, die Konsensstrukturen der öffentlichen Meinung aufzubrechen und nach ihren Vorstellungen neu zu gestalten. Dies beabsichtigen auch die Gegner der Corona-Politik. Und wie tun sie dies? Sie kommentieren in den Kommentarbereichen der Massenmedien. Dieser Kommunikationsraum ist außerordentlich sichtbar für die Mitglieder der dominanten Öffentlichkeit. Zudem können kritische Kommentare sogar über Likes nach oben gewählt werden – und werden hierdurch noch einflussreicher. Die Aktivisten der Gegenöffentlichkeit können so dazu beitragen, den gesellschaftlichen Konsens zu untergraben und letztlich aufzubrechen.

Im Gegensatz hierzu hat die Mehrheit der Bürger, die den Maßnahmen zustimmen und diese Party als illegal betrachten, relativ wenig Anreize zu kommentieren. Dies führt unweigerlich dazu, dass Gegenöffentlichkeiten stets Kommentarbereiche dominieren – auch in ähnlich gelagerten diskursiven Situationen, wie beispielsweise der Vergiftung des russischen Oppositionellen Alexei Navalny, die von der deutschen Politik einstimmig verurteilt wurde. Ich selbst habe diese Dynamik vor etwa fünf Jahren zum ersten Mal mit Blick auf die Kommentarbereiche von Nachrichtenmedien in einer Studie mit einer Kollegin über pro-AfD-Gegenöffentlichkeiten nachgewiesen, die vor der Bundestagswahl die Kommentarbereiche der führenden deutschen Nachrichtenmedien dominierten (vgl. Toepfl & Piwoni 2015; 2018). Mittlerweile ist diese Dynamik in der Kommunikationswissenschaft für viele ähnlich gelagerte Fälle sehr gut belegt.

Nun mögen Sie einwenden: Warum beschäftigen wir uns mit einigen Facebook-Kommentaren? Diese werden ja wohl kaum gelesen. Oder doch? Wissenschaftliche Studien zeigen, dass Kommentare unter journalistischen Artikeln sehr wohl gelesen werden. Und dass sie auf Leser:innen wirken. So weisen etwa zahlreiche Studien nach, dass Nutzerkommentare beeinflussen, wie Leser:innen politische Sachverhalte beurteilen (vgl. Lee u.a. 2021); wie sie die öffentliche Meinung wahrnehmen (vgl. Zerback & Töpfl 2021) und wie sehr sie Medien vertrauen und wie sie die ideologische Tendenz von Medien beurteilen (vgl. Kim & Hwang 2021).

PNP.DE

Wut nach "Corona-Party" bei Wegscheid: "Alle büßen jetzt dafür"
Aus einer privaten Feier in einem Dorf bei Wegscheid im Landkreis Passau sind circa 60 Coron...

375 366 Kommentare 92 Mal geteilt

Gefällt mir Kommentieren Teilen

Relevanteste zuerst

Kommentieren ...

Marcel H. ...
Lieber mal die Maßnahmen hinterfragen anstatt sich über ein paar Leute aufzuregen die auf ein paar Bier zusammen gesessen sind!

Gefällt mir · Antworten · 1 Wo.
„Relevanteste zuerst“ wurde ausgewählt. Einige Antworten wurden daher möglicherweise verschoben.

Abb. 1: Facebook-Post der Passauer Neuen Presse vom 12. März 2021.

5 Fazit

Zusammenfassend lässt sich also festhalten, dass Kommentarbereiche eine neue Handlungsoption für Gegenöffentlichkeiten darstellen. Diese Handlungsoption wird auch von wissenschaftsskeptischen Gegenöffentlichkeiten intensiv genutzt, was wiederum zur Verstärkung von wissenschaftsskeptischen Einstellungen in der Bevölkerung beitragen kann. Und weil dem so ist, möchte ich diesen Zwischenruf mit einem Appell an Sie beschließen. Wenn Sie in Zukunft wissenschaftsskeptische Nutzerkommentare lesen, bemühen Sie sich bitte, diese Kommentare zumindest nicht als repräsentativ für die öffentliche Meinung wahrzunehmen. Das sind sie nämlich sicherlich nicht.

Literatur

- Earl, J. & Kimport, K. (2011): *Digitally Enabled Social Change: Activism in the Internet Age*. Cambridge: MIT Press.
- Kim, Y. & Hwang, H. (2019): When partisans see media coverage as hostile: The effect of uncivil online comments on hostile media effect. In: *Media Psychology* 22 (6), 845–866. <https://doi.org/10.1080/15213269.2018.1554492>
- Lee, E.-J., Jang, Y. J. & Chung, M. (2021): When and How User Comments Affect News Readers' Personal Opinion: Perceived Public Opinion and Perceived News Position as Mediators. In: *Digital Journalism* 9 (1), 42–63. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1837638>
- Naab, T. K. & Heinbach, D. & Ziegele, M. & Grasberger, M.-T. (2020): Comments and Credibility: How Critical User Comments Decrease Perceived News Article Credibility. In: *Journalism Studies* 21 (6), 783–801. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1724181>
- Töpfl, F. & Piwoni, E. (2015): Public spheres in interaction: Comment sections of news websites as counterpublic spaces. In: *Journal of Communication* 65 (3), 465–488.
- Töpfl, F. & Piwoni, E. (2018): Targeting dominant publics: How counterpublic commenters align their efforts with mainstream news. In: *New Media & Society* 20 (5), 2011–2027.
- Zerback, T. & Töpfl, F. (2021): Forged Examples as Disinformation: The Biasing Effects of Political Astroturfing Comments on Public Opinion Perceptions and How to Prevent Them. In: *Political Psychology* n/a (n/a). <https://doi.org/10.1111/pops.12767>.

Autorenangaben

Florian Töpfl, Professor für Politische Kommunikation an der Universität Passau
email: florian.toepfl@uni-passau.de