

Schmid-Petri, Hannah

Öffentlichkeitsdynamiken im digitalen Zeitalter

Bartosch, Ulrich [Hrsg.]: *Die Idee der Universität – heute. Passauer Perspektiven. Bad Heilbrunn : Verlag Julius Klinkhardt 2024, S. 215-220*



Quellenangabe/ Reference:

Schmid-Petri, Hannah: Öffentlichkeitsdynamiken im digitalen Zeitalter - In: Bartosch, Ulrich [Hrsg.]: *Die Idee der Universität – heute. Passauer Perspektiven. Bad Heilbrunn : Verlag Julius Klinkhardt 2024, S. 215-220* - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-289835 - DOI: 10.25656/01:28983; 10.35468/6071-26

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-289835>

<https://doi.org/10.25656/01:28983>

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

Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft

Hannah Schmid-Petri

Öffentlichkeitsdynamiken im digitalen Zeitalter

Der gesellschaftliche Wertewandel hin zu postmateriellen und emanzipativen Werten hat zu einem Bedeutungs- und Werteverlust traditioneller wissenschaftlicher Institutionen geführt. Damit verbunden ist ein gestiegener Partizipationsanspruch, der alle Schritte des wissenschaftlichen Arbeitens, die Wissensgenese, -distribution und -prüfung einschließt (vgl. Neuberger et al. 2021). Diese Entwicklung wird flankiert und befeuert durch die Digitalisierung und die Möglichkeiten der Online-Kommunikation. Die niedrigen Zugangsbarrieren führen dazu, dass sich (zumindest potentiell) viel mehr unterschiedliche Akteure an öffentlichen Debatten beteiligen können – dadurch werden die Diskurse egalitärer, aber die Inhalte auch heterogener. Darüber hinaus wird Kommunikation dynamischer, transparenter und beobachtbarer. Die technischen Möglichkeiten der Online-Kommunikation bieten Akteuren des Weiteren die Möglichkeit sich untereinander zu vernetzen, auch über regionale Grenzen hinweg. Mit diesen Veränderungen einher geht eine in den letzten Jahren immer stärker artikulierte Forderung nach Wissenschaftskommunikation, die dazu geführt hat, dass wissenschaftliche Ergebnisse in breiteren Öffentlichkeiten diskutiert werden und Studienergebnisse nicht mehr nur in wissenschaftlichen Fachzeitschriften publiziert werden. Es lässt sich also festhalten, dass sich sowohl die Rahmenbedingungen für Wissenschaft und wissenschaftliche Forschung als auch die Dynamik öffentlicher Diskurse verändert haben.

1 Öffentliche Debatten und Ergebnisse der kommunikationswissenschaftlichen Forschung

Seit dem Aufkommen der digitalen Kommunikationsmöglichkeiten beschäftigt sich die Kommunikationswissenschaft in vielfältigen empirischen Studien mit Phänomenen der Online-Kommunikation. Die Ergebnisse dieser Studien unterscheiden sich zum Teil erheblich von dem, was in der öffentlichen Debatte diskutiert wird – der Kommunikationswissenschaft ist es bisher nicht gut gelungen, ihre Ergebnisse zu diesen Debatten in die Öffentlichkeit zu tragen.

Ein Phänomen, das in der öffentlichen Debatte immer wieder vorkommt bzw. das immer wieder als große Gefahr der öffentlichen Kommunikation bezeichnet wird, ist das Konzept der Filterblasen oder Echokammern – hier zeigt sich sehr deutlich die Diskrepanz zwischen öffentlicher Debatte und den Ergebnissen der kommunikationswissenschaftlichen Forschung.

2 Dynamiken von öffentlichen Diskursen

Im Folgenden möchte ich drei zentrale Befunde aus der kommunikationswissenschaftlichen Forschung vorstellen, die sich mit den geänderten Dynamiken von öffentlichen Diskursen im digitalen Zeitalter beschäftigen: Erstens, Filterblasen und Echokammern lassen sich in der überwiegenden Mehrheit der Studien empirisch nicht nachweisen. Zweitens, die Prävalenz und Bedeutung bzw. Wirkung von Desinformation wird in der öffentlichen Debatte überschätzt und drittens ist ein Großteil der online stattfindenden Kommunikation wohlwollend und unterstützend.

3 Filterblasen und Echokammern

Der Begriff der Filterblasen wurde ursprünglich vom US-Unternehmer und Aktivist Eli Pariser (2011) aufgebracht – das Phänomen der Echokammern stammt von Cas Sunstein (2001), einem Rechtswissenschaftler. Pariser bleibt eine klare theoretische Definition des Konzepts schuldig, sein Buch fußt auf einer Reihe von Anekdoten. Somit bleibt das Konzept vergleichsweise vage (vgl. Bruns 2019). Herauslesen lässt sich die seiner Meinung nach zentrale Rolle von Algorithmen, die durch Personalisierung und Individualisierung zu Filterblasen führen sollen und bedingen, dass jede:r nur noch auf die eigenen Einstellungen und Präferenzen zugeschnittene Informationen erhält. Das Phänomen der Echokammern hebt eher gruppenspezifische Prozesse hervor, die dazu führen, dass wir uns hauptsächlich mit Gleichgesinnten vernetzen.

Inzwischen gibt es eine Vielzahl an empirischen Studien, die aus verschiedenen Blickwinkeln und Perspektiven diese Phänomene beleuchten und untersuchen. In der Kommunikationswissenschaft standen dabei bisher zwei Bereiche im Vordergrund:

Zum einen wurde untersucht, wie homogen oder heterogen die Ergebnisse von Suchmaschinen sind, die verschiedene Nutzerinnen und Nutzer erhalten und inwieweit sich hier Personalisierungstendenzen feststellen lassen. Insgesamt zeigten sich hier nur geringe Effekte der Individualisierung zum Beispiel für Ergebnisse der GoogleSearch oder Nachrichten, die Nutzerinnen und Nutzern über GoogleNews angezeigt wurden (vgl. bspw. Nechushtai & Lewis 2018, Haim et al. 2018).

Der andere Bereich, mit dem sich die empirische Forschung zu den beiden Phänomenen beschäftigt hat, bezieht sich auf die Vernetzung bzw. die Inhalte, die uns auf sozialen Medien angezeigt werden wie beispielsweise Facebook oder Twitter. Die zugrundeliegende Befürchtung ist dabei in der Regel zum einen, dass öffentliche Debatten in homogene und untereinander nicht vernetzte Teilpublika zerfallen, soziale Medien also als „engines of homophily“ (Bruns 2019, 5) fungieren und zu einer Fragmentierung von Diskursen beitragen. Eine weitere Gefahr wird darin gesehen, dass sich Personen mit gleichen Interessen auf sozialen Medien zusammenschließen, sich nur noch diese Gruppen von Gleichgesinnten untereinander

austauschen und keine Interaktionen mit Andersdenkenden oder anderen Gruppierungen mehr stattfinden. Dies würde im Umkehrschluss aber auch bedeuten, dass wir uns gleichzeitig von Personen mit anderen Ansichten oder Meinungen (bewusst) fernhalten und mit diesen nicht mehr in Berührung kommen.

Dabei sind jedoch folgende Punkte zu bedenken: Gruppen, die sich online formieren, existieren nicht in einem isolierten Raum, sondern sind letztendlich nur ein Teil eines komplexen sozialen und medialen Ökosystems (vgl. Dubois & Blank 2018). Nutzerinnen und Nutzer folgen in der Regel verschiedenen Interessen auf sozialen Medien und sind in unterschiedliche Gruppen dort eingebunden bzw. in der Regel mit hunderten Personen online vernetzt. Diese Überlappung unterschiedlicher Kontexte trägt zu Vielfalt bei, da sich in jeder Gruppe andere Menschen mit potentiell anderen Einstellungen und Meinungen aufhalten und äußern (vgl. Marwick & Boyd 2011). Darüber hinaus ermöglichen es uns gerade soziale Medien, mit Informationen in Kontakt zu kommen, die von unseren Einstellungen abweichen, da wir dort auch mit Menschen in Berührung kommen, mit denen wir im realen Leben vielleicht nicht befreundet wären. Wenn sich also die meisten Nutzerinnen und Nutzer auf Facebook und Twitter in heterogenen Netzwerken oder auch in verschiedenen Gruppen bewegen, wie soll dann der Algorithmus herausfinden, welche dieser Verbindung nun die sind, die die gleichen Einstellungen haben und deren Inhalte privilegieren? Des Weiteren stammt ein großer Teil der Inhalte auf sozialen Medien von klassischen, journalistischen Nachrichtenmedien – kombiniert mit der Größe und Heterogenität der persönlichen Netzwerke führt das zu vielen Momenten der „incidental news exposure“, was im Ergebnis die Vielfalt der persönlichen Mediendiät erhöht (vgl. Fletcher & Nielsen 2018, Wojcieszak & Mutz 2009). Gerade Gruppen mit extremeren politischen Ansichten setzen sich häufig intensiv mit massenmedialen Inhalten auseinander (vgl. Gentzkow & Shapiro 2011). Deren Ansichten mögen von der gesellschaftlichen Mehrheit stark abweichen, aber sie bewegen sich nicht in einer Filterblase. Das heißt für die „normalen“ Nutzerinnen und Nutzer von sozialen Medien ist das wahrscheinliche Szenario eher, dass man zufällig oder aus Versehen mit vielen verschiedenen Inhalten in Kontakt kommt – wie soll daraus eine Echokammer entstehen? Natürlich ermöglichen es soziale Medien, dass auch Menschen mit extremen Ansichten sich leichter vernetzen und sich effektiver organisieren, als dies vor dem Online-Zeitalter möglich war. Aber von dieser erhöhten Sichtbarkeit sollte man nicht darauf schließen, dass sich ein Großteil der Menschen vom demokratischen Diskurs verabschiedet hätte.

Zusammenfassend lässt sich also festhalten: selbst wenn wir in bestimmten Bereichen homogene Gruppen finden, wären diese nur dann ein Anlass zu größerer Sorge, wenn diese abgeschlossen bzw. in sich geschlossen wären. Dies ist jedoch in der Regel nicht der Fall, da sie immer teil eines heterogeneren Kommunikationsumfeldes sind und wir zudem auch im realen Leben Teil von unterschiedlichen Gruppen sind (z. B. Familie, Freundeskreis, Kollegenkreis, Sportverein, Musikgruppe etc.), in denen wir mit verschiedenen Ansichten und Meinungen konfrontiert werden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten: „While the empirical evidence does not support the existence of echo chambers and filter bubbles as actual, observable phenomena in public communication, therefore, the persistent use of these concepts in mainstream media and political debates around the world has created its own discursive reality that continues to impact materially on societal institutions, media and communication platforms, and ordinary users themselves“ (Bruns, 2019, 8).

4 Desinformation

Der zweite Befund, der sich aus kommunikationswissenschaftlichen Studien, die sich mit der Dynamik und Charakteristika von digitalen Öffentlichkeiten beschäftigen, ableiten lässt ist, dass die Prävalenz und Bedeutung von Desinformation in der öffentlichen Debatte überschätzt wird. Als Desinformation werden Nachrichten verstanden, die absichtlich und nachweislich falsch sind und die Rezipientinnen und Rezipienten irreführen sollen (vgl. Allcott & Gentzkow 2017). Es handelt sich dabei also nicht um Nachrichten mit unbeabsichtigten Fehlern, sondern um falsche Informationen, die aufgrund einer Täuschungsabsicht vorsätzlich verbreitet werden. Auch das Phänomen der Desinformation online wird nach allem, was wir empirisch wissen, im öffentlichen Diskurs häufig überschätzt. Für empfängliche Gruppen sind sie gewiss ein Problemverstärker, aber im Großen und Ganzen kommt nur ein kleiner Teil mit Desinformation überhaupt in Kontakt und erweist sich die Bevölkerung nicht als manipulierbar durch falsche Nachrichten (vgl. Allcott & Gentzkow 2017, Quandt et al. 2019). Dies gilt vor allem für Deutschland, wo sich ein Großteil der politischen Verantwortungsträger nicht an der Verbreitung der Lügen beteiligt. Auch hier kommt wieder zum Tragen, dass Desinformationen in der Regel nicht isoliert stehen, sondern wir vielfältigen Informationen ausgesetzt sind und in ein soziales Netz eingebunden sind, die dazu beitragen, falsche Informationen schnell zu korrigieren.

Drittens darf nicht vergessen werden, dass ein Großteil der online stattfindenden Kommunikation wohlwollenden und unterstützenden Charakters ist. Die als vielfach als feindselig empfundene Kommunikation in digitalen Öffentlichkeiten („Herabsetzung“) macht nur einen Bruchteil jener Botschaften aus, die Menschen über soziale Medien austauschen. Solchen Botschaften stehen sehr große Volumina von positiver, unterstützender Kommunikation gegenüber. Diese tragen maßgeblich zum sozialen Kapital unserer Gesellschaft bei; sie werden nur im Vergleich zu feindseligen, sogenannten inzivilen Botschaften weniger in der Öffentlichkeit beachtet. Aus verständlichen Gründen: Beschimpfungen und andere Herabsetzungen gehen Betroffenen deutlich stärker nahe als Glückwünsche und Bestätigungsbotschaften. Und Nachrichtenmedien berichten über Inzivilität deutlich stärker als über Positivität in den sozialen Medien, ebenfalls aus verständlichen Gründen wie beispielsweise der Beobachtungsfunktion des Journalismus. Für die meisten Menschen, auch für viele, die in der Öffentlichkeit stehen, transportieren

soziale Medien mindestens so viel, wenn nicht deutlich mehr Botschaften des Miteinander, des Wohlwollens und der Unterstützung als sie Feindseligkeiten und Herabsetzungen bereithalten.

Nichtsdestotrotz sind wir natürlich in Wissenschaft und Gesellschaft gefordert, wachsam die Bedrohungen durch Feinde der Demokratie und ihre Verwendung digitaler Kommunikation zu beobachten und aktiv für die freiheitliche Demokratie zu arbeiten. Doch dürfen wir diese Aufgabe anhand des von der empirischen Kommunikationswissenschaft bereitgestellten Wissens in der berechtigten Hoffnung tun, dass längst nicht alles verloren ist und die sozialen Medien mindestens so viel Gutes für Demokratie und Zusammenhalt ermöglichen, wie sie den Feinden der Demokratie eine Arena bieten.

5 Wissenschaftskommunikation

Durch die gewachsene Bedeutung der Schnittstellen zwischen Universitäten und anderen gesellschaftlichen Teilbereichen (z. B. breite Bevölkerung, Politik, Wirtschaft) stehen auch Universitäten vermehrt im Licht der (digitalen) Öffentlichkeit. Wissenschaftskommunikation meint die aktive Gestaltung dieser Schnittstelle. Wenn Universitäten oder einzelne Wissenschaftler sich aber zunehmend am kommunikativen Austausch mit anderen beteiligen, werden sie natürlich auch vermehrt Teil von öffentlichen Auseinandersetzungen und es besteht die Gefahr, dass Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen in ideologisch gefärbte Debatten hineingezogen oder auch für politische Zwecke instrumentalisiert werden. Daraus lässt sich ableiten, dass sich Akteure der Wissenschaft auf solche öffentlichen Debatten vorbereiten und zudem einen Strategieplan erarbeiten sollten, wie im kommunikativen Krisenfall reagiert werden kann. Darüber hinaus kann auch qualitativ hochwertige Wissenschaftskommunikation den Wissenschaftsjournalismus nicht ersetzen. Denn schon wegen der strategischen Eigeninteressen von Universitäten kann Wissenschaftskommunikation niemals die ausgewogene und auch kritisch einordnende Darstellung leisten, wie es der Wissenschaftsjournalismus vermag. Seine Aufgabe und Funktion bestand und besteht darin, die inhärente Komplexität von aktueller Forschung für andere Gesellschaftsbereiche aufzubereiten und dabei ausgewogen wiederzugeben. Der klassische Journalismus steht jedoch vor erheblichen Refinanzierungsproblemen, was diese Aufgabenerfüllung in Gefahr bringt. Folglich muss und sollte dieser wieder gestärkt werden, um seine essentielle Rolle an der Schnittstelle zwischen der Universität und anderen gesellschaftlichen Bereichen zu bewahren.

6 Fazit

Abschließend lässt sich festhalten, dass Online-Kommunikation und die sozialen Medien weder das Problem noch die Ursache für gesellschaftliche Veränderungs-

prozesse sind. Die neuen digitalen Kommunikationsmöglichkeiten führen jedoch dazu, dass bestimmte Kommunikationsprozesse und -inhalte transparenter werden, die davor im (halb-)privaten Raum stattgefunden haben. Universitäten und Forschungsorganisationen sollten sich auf der einen Seite in der Pflicht sehen, ihre Schnittstellen zu Öffentlichkeit und Gesellschaft aktiv zu gestalten. Auf der anderen Seite sind auch in der Wissenschaft viele Skandalanlässe denkbar und Universitäten sollten auf (kommunikative) Krisen vorbereitet sein, um im Ernstfall schnell und vor allem umsichtig reagieren zu können.

Literatur

- Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017): Social media and fake news in the 2016 election. In: *Journal of Economic Perspectives* 31 (2), 211–236.
- Bruns, A. (2019): Filter bubble. In: *Internet Policy Review* 8 (4). doi: 10.14763/2019.4.1426.
- Dubois, E. & Blank, G. (2018): The Echo Chamber Is Overstated: The Moderating Effect of Political Interest and Diverse Media. Information. In: *Communication & Society* 21 (5), 729–745. doi:1369118X.2018.1428656.
- Fletcher, R. & Nielsen, R. K. (2018): Are People Incidentally Exposed to News on Social Media? A Comparative Analysis. In: *New Media & Society* 20(7), 2450–2468. doi:10.1177/1461444817724170.
- Gentzkow, M., & Shapiro, J. M. (2011): Ideological segregation online and offline. In: *The Quarterly Journal of Economics* 126 (4), 1799–1839.
- Haim, M. & Graefe, A. & Brosius, H. B. (2018): Burst of the filter bubble? Effects of personalization on the diversity of Google News. In: *Digital Journalism* 6 (3), 330–343.
- Marwick, A. E. & Boyd, D. (2011): I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. In: *New Media & Society* 13 (1), 114–133. doi:10.1177/1461444810365313.
- Nechushtai, E. & Lewis, S. C. (2019): What kind of news gatekeepers do we want machines to be? Filter bubbles, fragmentation, and the normative dimensions of algorithmic recommendations. In: *Computers in Human Behavior* 90, 298–307.
- Neuberger, C. & Weingart, P. & Fähnrich, B. & Fecher, B. & Schäfer, M. S. & Schmid-Petri, H. & Wagner, G. (2021): Der digitale Wandel der Wissenschaftskommunikation. In: *Wissenschaftspolitik im Dialog, eine Schriftenreihe der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften*. Online unter: https://www.bbaw.de/files-bbaw/user_upload/publikationen/Broschuere-WiD_16_PDFa-1b.pdf. (Abrufdatum: 02.12.2021).
- Pariser, E. (2011): *The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think*. London: Penguin.
- Quandt, T. & Frischlich, L. & Boberg, S. & Schatto-Eckrodt, T. (2019): Fake news. In: *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, 1–6.
- Sunstein, C. R. (2001): *Echo Chambers: Bush v. Gore, Impeachment, and Beyond*. Princeton: Princeton University Press.
- Wojcieszak, M. E. & Mutz, D. C. (2009): Online groups and political discourse: Do online discussion spaces facilitate exposure to political disagreement? In: *Journal of Communication* 59 (1), 40–56.

Autorinnenangaben

Hannah Schmid-Petri, Professorin für Wissenschaftskommunikation an der Universität Passau, email: hannah.schmid-petri@uni-passau.de