

Lehrstuhl: Kommunikations- und Medienwissenschaft III (Eilders)

Themenkontext: Medien und Öffentlichkeit

Medien als Quelle der Umweltbeobachtung (Eilders)

Medien dienen als eine von vielen Möglichkeiten, Informationen über die öffentliche Meinung einzuholen. Wir wissen bislang nur wenig darüber, wie die Wahrnehmung dessen zustande kommt, was ich für die Meinung der meisten anderen halte. Nur wenn ich denke, dass die Medien das in den Vordergrund schieben, was die Mehrheit meint, kann ich Medien sinnvollerweise als Quelle der Umweltbeobachtung heranziehen. Wenn ich meine, dass jedes Medienunternehmen eigene Realitätsdarstellungen hat und eine je andere Position in den Vordergrund schiebt, muss ich recht viele beobachten, um die öffentliche Meinung zu erschließen. Hier sind also implizite Annahmen über die Funktionsweisen von Medien relevant. Aufgabe ist es also, die Rolle der Medien als Quelle der Umweltbeobachtung für die Wahrnehmung öffentlicher Meinung zu bestimmen – und zwar unter Beachtung solcher Annahmen über Medien und in Konkurrenz zu interpersonaler Kommunikation – face to face oder auch medienvermittelt. Mögliche Fragestellungen sind: Welche (z. B. Massenmedien vs. nicht-journalistische) und wie viele Medien werden zur Einschätzung der öffentlichen Meinung benötigt? Welche individuellen Faktoren moderieren die Anzahl der Medien? Werden die Perspektiven der Medien von den Rezipienten eher als öffentliche Meinung übersetzt, wenn sie übereinstimmen (Rolle der Konsonanzprämisse in der Schweigespirale)? Werden eher Medien zur Umweltbeobachtung herangezogen, denen ein größeres Publikum zugeschrieben wird? Bei welchen Themen werden eher Medien, bei welchen eher das soziale Umfeld zur Abbildung der öffentlichen Meinung herangezogen? Studierende, die sich für dieses Thema interessieren, melden sich bitte bei eilders@hhu.de.

Wahrnehmung der Repräsentativität von Meinungen in Nutzerkommentaren (Eilders)

Seit Nutzer in ihrer Kommentierung, als Öffentlichkeits-Sprecher in der Online-Welt auftreten können, erhält das interessierte Publikum eine Vielzahl neuer Informationen über die Meinungen anderer. Während bei einigen Themen die Nutzer kaum vom Meinungsbild in den Massenmedien abweichen, zeigt sich bei anderen Themen ein deutlicher Vielfaltsgewinn durch die Meinungen in Nutzer-Kommentaren. Vor diesem Hintergrund ist die Bedeutungszuweisung für diese Meinungen durch andere Nutzer interessant. Wer sich online ein Bild über die öffentliche Meinung zu machen versucht, steht vor der Aufgabe, die Meinungsäußerungen in Kommentaren in Bezug auf ihre Repräsentativität für die Gesamtbevölkerung oder bestimmte Bevölkerungsgruppen einzuordnen. Die leitende Frage dieses Themenschwerpunkts soll folglich sein, wie Menschen die Meinungsäußerungen in

Nutzerkommentaren wahrnehmen und bewerten. Im Sinne der Theorie der Schweigespirale kann die Bewertung darüber Aufschluss geben, inwieweit sich Nutzerkommentare zur Ableitung der öffentlichen Meinung eignen. Kursieren in den Onlineforen aus Nutzersicht also eher Partikularmeinungen, die nicht ernst genommen werden müssen oder jedenfalls keine Isolationsfurcht auslösen, oder eher von breiteren Bevölkerungsgruppen getragene Meinungen? Wie gehen Nutzer mit einem möglichen Widerspruch zwischen massenmedialen Meinungen und Nutzermeinungen um? Auch zu anderen Wirkungstheorien, in denen die Wahrnehmung Anderer im Mittelpunkt steht, ließen sich Bezüge herstellen. So etwa zur Theory of Presumed Media Influence oder dem Ansatz zu Publikumsvorstellungen. Studierende, die sich für dieses Thema interessieren, melden sich bitte bei eilders@hhu.de.

Determinanten von „liking“ (Eilders)

Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, das Gefallen einer Seite im social web ohne viel Aufwand durch das Anklicken eines Symbols zu artikulieren. Diese Meinungsäußerungen können sich auf massenmediale Beiträge, kommerzielle Angebote, Seiten von politischen Akteuren oder aber gesellschaftlich engagierten Kollektivakteuren, von individuellen Nutzern generierte Inhalte wie Blogs oder Videos, oder auch auf Kommentare zu diesen Inhalten beziehen. Trotz umfassender Forschungsaktivität im Bereich von social media wissen wir nicht, unter welchen Bedingungen Nutzer etwas liken oder sich die Seite nur ansehen. Hier ist zwischen inhaltlichen Einflussfaktoren (likern Nutzer auch ambivalente oder negative Inhalte, wann werden eindeutig politisch-weltanschauliche Inhalte geliked, welche Rolle spielt Humor oder Emotion?), sozialen Einflussfaktoren (welche Rolle spielt die Herkunft des Angebots - also etwa, ob es von Freunden oder aus dem allgemein zugänglichen social web kommt, für die Bereitschaft, hier sichtbare Spuren zu hinterlassen?) und individuellen Einflussfaktoren (etwa Themeninteresse, Persönlichkeitseigenschaften oder Alter) zu unterscheiden. Das Liken lässt sich dabei als eine niederschwellige Form öffentlicher Artikulation mit der Theorie der Schweigespirale verknüpfen. Studierende, die sich für dieses Thema interessieren, melden sich bitte bei eilders@hhu.de.

Deliberation vs. Social Influence: überzeugt das Argument oder die Mehrheit? (Esau, Eilders)

Voreingenommene Berichterstattung und einseitige Parteimeinungen in den Medien können die freie Meinungsbildung beim Publikum behindern. Fehlleistungen sollten allerdings nicht die zentrale demokratische Funktion der Medien in den Hintergrund drängen: In dem Maße, in dem die Medien gesellschaftlich relevante Themen aufgreifen und ausreichend

Informationen über Positionen und Argumente liefern, ermöglichen sie eine reflektierte öffentliche Meinung aus der wiederum begründete und damit qualitativ bessere und legitimere Entscheidungen resultieren. Das Internet allgemein und soziale Netzwerkseiten (SNS) im Besonderen haben die Bedingungen für öffentliche Meinungsbildung verändert. Nicht nur die Medien auf ihren Online-Nachrichtenseiten und SNS wie Facebook, sondern auch politische Akteure haben Diskussions- und Beteiligungsplattformen eingerichtet, um den Forderungen nach mehr politischer Partizipation nachzukommen. Durch die niedrighwelligen Möglichkeiten zur Teilnahme am öffentlichen Diskurs haben sich die Anzahl und die Vielfalt der in Frage kommenden Meinungen erhöht. Dabei nährt die gestiegene Beteiligung zivilgesellschaftlicher Akteure die Hoffnung auf hochwertige öffentliche Deliberation. Gleichzeitig machen die neuen Formen der massenhaften interpersonalen Kommunikation, wie Nutzerkommentare, Likes und Shares, die Meinung anderer beobachtbar. Sie können als Proxies für die öffentliche Meinung verwendet werden und dadurch die Meinungsbildung sowohl des passiven Publikums als auch der aktiv Diskutierenden beeinflussen. Einige Plattformen bieten Abstimmungsmöglichkeiten an, die es noch einfacher machen, das Meinungsklima zu beobachten. Die Beobachtbarkeit der Meinung anderer kann aus Wirkungsperspektive in Konkurrenz zur deliberativen Qualität stehen. Aus normativer Sicht sollte die Qualität der Argumente, die eine Position unterstützen, eine entscheidende Rolle für die Meinungsbildung spielen, während andere Faktoren wie Macht, Prestige oder Popularität irrelevant sein sollten. Folgt man jedoch (Online-)Social-Influence-Ansätzen, so müsste die Meinungsbildung unabhängig von inhaltlichen Aussagen und Argumenten in erster Linie der Mehrheitsmeinung folgen. Eine Arbeit in diesem Bereich sollte dazu beitragen, dieses Spannungsverhältnis empirisch zu erforschen. Methodisch bietet sich eine Kombination aus Inhaltsanalyse und Befragung an, aber auch andere methodische Herangehensweisen sind denkbar. Studierende, die sich für dieses Thema interessieren, melden sich bei katharina.esau@hhu.de oder bei eilders@hhu.de.

Online-Deliberation – vergleichende Diskursanalysen (Esau)

Das Internet ist ein Raum mit nahezu unendlichen Kommunikationsmöglichkeiten. Dabei spielt auch politische Online-Kommunikation eine immer wichtigere Rolle, wenn sich Menschen in Foren, Blogs, Sozialen Netzwerken, auf Nachrichtenwebseiten oder Beteiligungsplattformen im Internet über politische Inhalte austauschen. Die Möglichkeiten politischer Online-Kommunikation bergen das Potenzial, deliberative Diskurse im Netz zu führen. Dabei bezeichnet Deliberation klassischerweise einen anspruchsvollen Kommunikationsmodus, der u. a. von wechselseitiger Bezugnahme, Respekt und

Argumentation geprägt ist. Die noch relativ junge Online-Deliberationsforschung hat in den letzten Jahren eine beachtliche Zahl an Forschungsarbeiten hervorgebracht. Die empirischen Befunde sind oftmals widersprüchlich. Während in manchen Kommunikationsräumen ein hohes Maß deliberativer Qualität von Kommunikation nachgewiesen werden konnte, herrschen in anderen Online-Räumen monologische Diskursstile und/oder unzivilisierte Pöbelei vor. Eine Arbeit in diesem Forschungsbereich kann an den wissenschaftlichen Diskurs anknüpfen indem sie unterschiedlich strukturierte Online-Kommunikationsräume inhaltsanalytisch hinsichtlich ihrer deliberativen Qualität untersucht. Mögliche Fragestellungen sind: Welche Faktoren (z. B. Moderation, Anonymität, Nutzermerkmale, Gruppengröße, Eigenschaften des Themas etc.) beeinflussen die deliberative Qualität von Online-Diskursen? Inwieweit unterscheiden sich die Qualität der Kommunikation von Online-Raum X und Online-Raum Y? Ziel ist es empirisch fundierte Aussagen darüber zu generieren, welche Faktoren die Qualität von Online-Diskussionen beeinflussen. Dabei können die Studierenden auf bereits bestehende inhaltsanalytische Instrumente und theoretische Vorarbeiten zurückgreifen oder diese weiterentwickeln. Studierende, die sich für dieses Thema interessieren, melden sich bitte bei katharina.esau@hhu.de.

Emotionale Kommunikation – fördert oder behindert sie Deliberation? (Esau)

Klassischerweise wird Deliberation als Kommunikationsprozess verstanden, bei dem gleichberechtigte Positionen in respektvoller Weise aufeinandertreffen und dabei bemüht sind durch die Kraft des besseren Arguments zum Konsens zu gelangen. Deliberation wird hierbei in erster Linie als rationaler Diskurs verstanden. Neuere theoretische Auseinandersetzungen fordern eine Erweiterung des Deliberationskonzepts. Dabei sollen weitere, v. a. emotionale, Formen der Kommunikation in das normative Konzept eingeschlossen werden: z. B. Emotionsäußerungen, Narrationen, Humor oder Rhetorik. Begleitet wird die Forderung nach einem erweiterten oder inklusiven Deliberationskonzept von dem aktuellen „affective turn“ bei der Erforschung politischer Prozesse und politischer Kommunikation. Empirisch wissen wir bisher wenig darüber, wie unterschiedliche diskrete Emotionen (z. B. Angst, Hoffnung, Wut, Freude) und Dimensionen von Emotionen (negative vs. positive oder starke vs. schwache) zu klassischen Merkmalen der Deliberation (Reziprozität, Rationalität, Respekt, Reflexivität, Empathie) in Online-Debatten beitragen können oder diese gefährden. Der theoretische Diskurs kann hier von empirischer Forschung profitieren, die sich z. B. mit folgenden oder ähnlichen Fragen beschäftigt: Wie beeinflussen Emotionsäußerungen in der Ausgangsbotschaft (z. B. einem Initial-Kommentar) klassische

deliberative Merkmale in der Antwortbotschaft (z. B. einem Antwort-Kommentar)? Wie kann in theoretischer Hinsicht zwischen konstruktiver und destruktiver emotionaler Kommunikation unterschieden werden? Lassen sich Annahmen zu konstruktiver/destruktiver emotionaler Kommunikation empirisch belegen? Antworten auf diese und ähnliche Fragen ist nicht zuletzt auch für die normative Einordnung emotionaler Kommunikation in der politischen Kommunikationsforschung von Relevanz. Studierende, die sich für dieses Thema interessieren, melden Sie sich bitte bei katharina.esau@hhu.de.

Kommunale Bürgerbeteiligung in der Lokalpresse (Esau)

Im Bereich der Kommunalpolitik werden zunehmend Bürgerbeteiligungsprojekte durchgeführt, in denen Bürgerinnen und Bürger dazu aufgerufen sind, ihre Meinung und Expertise zu lokalen Belangen, wie Haushaltsplanung oder Stadtplanungsprojekten, einzubringen. Bis zum heutigen Tag haben beispielsweise über 240 Kommunen Beteiligungsverfahren zum Haushalt (sog. Bürgerhaushalte) durchgeführt ([Bürgerhaushalt.org](http://Buergerhaushalt.org)). Neben den Verwaltungen und dienstleistenden Unternehmen, ist ein weiterer wichtiger Akteur auf dem Spielfeld lokaler Bürgerbeteiligung die Lokalpresse. Sie besitzt eine Art Monopol über die veröffentlichte Meinung über Bürgerbeteiligungsverfahren. Da in vielen Kommunen lediglich eine oder zwei Lokalzeitung(en) gelesen werden, kommt der Lokalpresse eine zentrale Rolle zu: Einerseits über das Partizipationsangebot zu informieren und zum anderen den Erfolg solcher Verfahren zu bewerten. Da eine Vielzahl von Beteiligungsverfahren auf der lokalen Ebene verortet sind, setzt die Lokalpresse maßgeblich den Rahmen für die öffentliche Wahrnehmung von Bürgerbeteiligung. Entsprechend ist von Interesse, wie Bürgerbeteiligung publizistisch dargestellt wird. Dazu liegen bisher nur wenige empirische Studien vor. Welchen Platz nimmt die Berichterstattung über Bürgerbeteiligung ein? Wie wird Bürgerbeteiligung in den Medien dargestellt? Welche Frames und Argumente sind vorzufinden und tauchen diese etwa auch in den Verfahren auf und werden von den Medien in die breitere Öffentlichkeit getragen? Diese und andere Fragen können inhaltsanalytisch bearbeitet werden. Aber auch andere empirische Zugänge – etwa die Befragung von Lokaljournalisten – sind denkbar. Studierende, die sich für dieses Thema interessieren, melden Sie sich bitte bei katharina.esau@hhu.de.

Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunk (Eilders)

Im Zuge der Debatte über den Renovierungsbedarf beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Allgemeinen und den Medienstaatsvertrag im Besonderen sind einige Beteiligungsverfahren (online und offline) durchgeführt worden, deren Ergebnisse nun veröffentlicht werden. Hier

wäre es interessant, die begleitende Berichterstattung dazu sowie die Berichterstattung zur Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu untersuchen: Welche Stakeholder melden sich zu Wort in social media, wo verlaufen die Konfliktlinien, welche Stimmen werden in den konventionellen Massenmedien veröffentlicht? Aus Sicht der Partizipationsforschung ist ferner interessant, mit welchen Positionen das Publikum sich beteiligt: Wie verläuft die vom Publikum geführte Debatte in den Kommentarbereichen auf Nachrichtenwebsites? Wie unterscheiden sich Debatten in Kommentarbereichen oder auf social media-Plattformen von den Debatten, die auf dafür bereitgestellten Beteiligungsplattformen laufen? Aus Sicht der Deliberationsforschung stellen sich dabei auch noch Fragen nach dem Ergebnis des Diskurses: Kommt es zur Polarisierung oder Lagerbildung oder aber zeichnen sich Konsens und Annäherung ab? Hier sind in erster Linie Inhaltsanalysen denkbar, aber auch via Umfragen in ausgewählten Gruppen (z.B. verschiedene Generationen, Nicht-Fernseher, politische Ränder) könnte man den Verlauf von Konfliktlinien nachvollziehen. Studierende, die sich für dieses Thema interessieren, melden sich bei eilders@hhu.de.