

RUBIN

WISSENSCHAFTSMAGAZIN

WAS DIE WELT ZUSAMMENHÄLT

Brücken: Zwischen
Stahl und Beton

Rechtsextremismus: Zwischen
Wahrnehmung und Wirklichkeit

Korallen: Zwischen
Mond und Meer



Medienwissenschaft

VOM GOLDNUGGET ZUM GIFT

Die Einführung der Kommentarfunktion hat dem Internet eine völlig neue Dimension verliehen. Die Verheißung lautete: Teilhabe für alle. Die Realität ist eine andere.

Es gibt sie sicher immer noch: die Goldnuggets im großen Fluss von Kommentaren, der das Internet durchströmt. Einzelne wertvolle Beiträge, die den Originaltext, unter dem sie erschienen sind, bereichern. Aber die Nuggets schwimmen längst nicht mehr in einem ruhigen Fluss, der niemandem etwas zuleide tut. Oft gehen sie heute unter in einem Strudel aus Beleidigungen, Häme und Bedrohungen.


„Lange war der Onlinekommentar eine euphorisch gefeierte Funktion, die Teilhabe ermöglichen sollte“, sagt Medienwissenschaftler Prof. Dr. Johannes Paßmann von der Ruhr-Universität Bochum. Ihn interessiert, wie sich die Funktion im Lauf der Jahre verändert hat. Paßmann forscht im Sonderforschungsbereich „Transformation des Populären“, der an der Universität Siegen angesiedelt ist. Gemeinsam mit seinen Mitarbeiterinnen Martina Schories und Lisa Gerzen entwickelt er neue Methoden, um die Geschichte des Onlinekommentars aufzuarbeiten.

Dabei hilft den Forschenden das Internet Archive, das vielen durch die Wayback Machine bekannt ist. Die Anwendung ermöglicht es, Internetseiten aus der Vergangenheit aufzurufen. Seit 1996 zeichnet das Archiv Millionen von Webseiten zu verschiedenen Zeitpunkten immer wieder auf und speichert die Daten für die Nachwelt. Paßmanns Team interessiert sich vor allem für Webseiten von Onlinemedien

und Blogs mit Kommentarfunktion. Allerdings schauen sich die Forschenden nicht die Inhalte der Kommentare an. Sie wollen viel mehr herausfinden, wie sich die Technik selbst und der Umgang damit verändert haben.

Zu Beginn der Arbeit steht das Team dabei vor einem riesigen Wust an Daten, den es vom Internet Archive erhält. Die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler orientieren sich an der Grounded-Theory-Methodologie. Sie wählen zunächst einen bestimmten Datensatz aus, beispielsweise die Webseiten einiger großer deutscher Medien, und durchsuchen diese nach Besonderheiten. Aus den Erkenntnissen ergeben sich neue Hypothesen, für die sie wiederum einen neuen Datensatz anfragen. Dieser kann weitere Fragen aufwerfen und ein weiteres Datensampling erforderlich machen. So geht der Prozess Schritt für Schritt voran. „Unser Ziel ist es, die Medien selbst zum Sprechen zu bringen“, beschreibt Johannes Paßmann. „Durch den iterativen Prozess können wir am Ende viel schlauere Fragen stellen als zu Beginn.“

Um die Datensätze zunächst automatisiert auswerten zu können, hat Martina Schories eine Software namens Technograph programmiert. Sie sucht in den HTML-Codes der Webseiten nach den Kommentarfunktionen, genauer gesagt nach Updates in den Kommentarfunktionen, die auf Veränderungen hinweisen. Diese Stellen schauen sich die Forschenden



In der Masse des unschädlichen Unrats die Goldnuggets finden: Diese Metapher stand für die Suche nach den wertvollen Kommentaren im Internet zwischen den nutzlosen Äußerungen.

dann genauer an. „Bei einer großen deutschen Tageszeitung fiel uns etwa auf, dass sie irgendwann anfang, die Kommentarfunktion nachts abzustellen“, gibt Paßmann ein Beispiel. Solche Erkenntnisse fließen in den nächsten Schritt des Arbeitsprozesses ein.

Johannes Paßmann und Lisa Gerzen führen strukturierte Interviews, beispielsweise mit ehemaligen Mitarbeitenden aus Zeitungsredaktionen, die für die Kommentare auf den Seiten des Mediums verantwortlich waren.

„In solchen Gesprächen neigen die Menschen standardmäßig dazu, einem erzählen zu wollen, dass alles toll war, wofür sie verantwortlich waren“, schildert Johannes Paßmann. „Dank unserer Recherchen im Internet Archive können wir die Gespräche ganz anders führen, weil wir Fragen stellen können, auf die wir sonst nie gekommen wären.“ Beispielsweise zu den Gründen, warum die Kommentarfunktion nachts lahmgelegt wurde. „Die Zeitungen tragen eine Verantwortung für das, was in ihren Kommentarspalten passiert“, sagt Johannes Paßmann. Wenn dort jemand den Holocaust leugnet, muss das Medium juristische Konsequenzen fürchten. Für die Plattformen galt das allerdings lange nicht. Heute werden die Betreiber der Kommentarplattformen mehr in die Verantwortung genommen, Fehlinformationen und Hassrede zu unterbinden. ▶

” LANGE WAR DER ONLINE-KOMMENTAR EINE EUPHORISCH GEFEIERTEN FUNKTION, DIE TEILHABE ERMÖGLICHEN SOLLTE. “

Johannes Paßmann

„ UNSER ZIEL IST ES, DIE MEDIEN SELBST ZUM SPRECHEN ZU BRINGEN. “

Johannes Paßmann

Auch deshalb wurden die Kommentarfunktionen mehr und mehr zur Chefsache, wie Johannes Paßmann auch aus den Interviews zu berichten weiß: „Ein Abteilungsleiter des Kommentarmanagements einer großen deutschen Tageszeitung erzählte uns, dass seine Abteilung in den 2000er-Jahren noch im Keller untergebracht war, bei der Technik.“ Mit der Zeit seien sie dann immer weiter aufgestiegen und heute oft im Newsroom zu finden. „Ein ehemaliger Chefredakteur erzählte uns, dass er ab etwa 2014, wenn er morgens ins Büro kam, als erstes geschaut hat, welche Kommentare eingegangen waren“, ergänzt Paßmann. „Das zeigt, wie hoch das Thema schließlich aufgehängt war.“ Irgendwann entschloss sich das Medium, die Funktion nachts ganz abzuschalten, um sicherzugehen, dass man zeitnah auf problematische Kommentare reagieren konnte.

Die Auswertung der Daten und die Interviews laufen noch, aber eins deutet sich schon an: 2014 war ein besonderes Jahr – ein Jahr, in dem die Metapher der Goldnuggets ihr Ende fand. „Eine interviewte Person sprach im Zusammenhang mit diesem Jahr vom ‚Urknall des Postfaktischen‘“, zitiert Johannes Paßmann. Noch sei es zu früh für definitive Aussagen, aber: „2014 war das Jahr der Krim-Annexion, und wir sehen Anzeichen, dass Aktivitäten aus Russland zu dieser Zeit stärker wurden.“ Ob diese Ereignisse ursächlich für Veränderungen im Umgang mit Kommentaren waren, ist noch nicht klar. Es müssen laut Paßmann auch andere Faktoren in Betracht gezogen werden: Die Sozialen Netzwerke Facebook, Twitter und Instagram wuchsen zu dieser Zeit rasant, die mobilen Endgeräte wurden billiger. Das rief viele neue Nutzerinnen und Nutzer auf den Plan.

Was auch immer die Ursache für den Wandel war, klar ist für die Forschenden, dass sich 2014 etwas verändert hat. Das sehen sie auch in einer Analyse der Selbstdarstellung des Unternehmens „Disqus“. Es ist einer der weltweit größten Anbieter für Kommentarfunktionen, die Kunden in ihre Webseiten einbinden können. Paßmanns Team untersuchte,



Johannes Paßmann ist Juniorprofessor für Geschichte und Theorie sozialer Medien und Plattformen an der Ruhr-Universität Bochum.

wie Disqus seine Produkte zwischen 2007 und 2021 bewarb. Anfangs dominierten Euphorie und Optimismus, wenn auch die Gefahr durch Trolle bereits erwähnt wurde. Disqus sprach davon, dass man die wertvollen Kommentare wie Gold aus der Masse des unschädlichen Unrats fischen müsste. Zugleich warb die Firma anfangs damit, dass ihre Technik den Kunden helfe, Diskussionen anzukurbeln. Später verschob sich der Zweck. Disqus warb nun damit, dass sein Tool die Moderation von Diskussionen erleichtern sollte.

Mit dem Verschwinden der Goldnuggets kamen zudem neue Metaphern auf. 2014 etwa das Konzept der „healthy communities“, die immun gegen polemische Debatten gewisser Userinnen und User sind. 2016 etablierte sich der Begriff der „toxischen Kommunikation“, und auch Kriegsmetaphern wie „dass Hassrede bekämpft werden muss“ kamen hinzu. „Wir bezeichnen das als ‚metaphors of urgency‘“, sagt Johannes Paßmann. „Die Wortwahl suggeriert, dass man nicht mehr weitermachen kann wie bisher.“

Für solche Änderungen interessiert sich das Forschungsprojekt. Denn ein Wandel im Sprechen über Technik ist nicht weniger wichtig als der Wandel der Technik selbst. Beides zeigt, wie sich das Internet in den vergangenen Jahrzehnten geändert hat. „In vielen Fällen hat es nicht erfüllt, was man sich von ihm versprochen hat. Die Konflikte sind teils unerträglich geworden“, so Paßmann. Dabei dürfe aber nicht vergessen werden, dass so mancher Konflikt gerade das sei, was weiterhin den großen Wert des Internets ausmache.

Als positives Beispiel nennt der Forscher manche wissenschaftlichen Diskurse. Onlinekommentarfunktionen hätten hier produktive Konflikte erzeugt: „Auseinandersetzungen, in denen Leute versuchen, sich gegenseitig zu überzeugen, sind oft weiterhin wie Goldnuggets zwischen all dem Unrat.“ Aber die müsse man erst mal finden. Ob die Kommentarfunktionen dabei allerdings immer zuträglich sind, sei eine offene Frage, die es weiterhin zu beobachten gelte.

Text: jwe, Fotos: rs



Ein Kommentar ist schnell geschrieben – eine Beleidigung auch.

REDAKTIONSSCHLUSS

WELCHES DER BEIDEN GESICHTER IST ECHT?



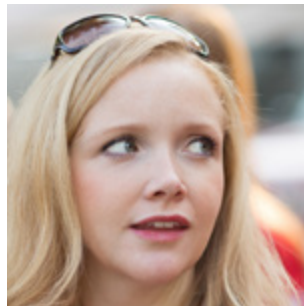
1 a



1 b



2 a



2 b

Nach Rubin ist vor Rubin – und dieses Mal kommt das nächste Heft schneller als erwartet. Denn bereits Anfang Juli 2023 erscheint eine Sonderausgabe zum Thema IT-Sicherheit, in der es unter anderem um die Sicherheit von Kryptowährungen, den Schutz im Zeitalter der Quantencomputer und die Rolle des Menschen für die IT-Sicherheit geht. Außerdem stehen computergenerierte Bilder im Fokus, die immer schwerer von echten Aufnahmen zu unterscheiden sind. Lust auf einen kleinen Test? Dann probieren Sie aus, ob Sie bei den hier abgedruckten Bildpaaren herausfinden können, welche jeweils die echte Person ist und welche nur die Fiktion eines Algorithmus. Die Lösung findet sich unter dem Impressum. Mehr Quiz-Pärchen wird es in der Sonderausgabe zur IT-Sicherheit geben.

Bilder: whichfaceisreal.com

IMPRESSUM

HERAUSGEBER: Rektorat der Ruhr-Universität Bochum in Verbindung mit dem Dezernat Hochschulkommunikation der Ruhr-Universität Bochum (Hubert Hundt, v.i.S.d.P.)

WISSENSCHAFTLICHER BEIRAT: Prof. Dr. Christian Albert (Geowissenschaft), Prof. Dr. Thomas Bauer (Fakultät für Wirtschaftswissenschaft), Prof. Dr. Gabriele Bellenberg (Philosophie und Erziehungswissenschaften), Prof. Dr. Maren Lorenz (Geschichtswissenschaften), Prof. Dr. Astrid Deuber-Mankowsky (Philologie), Prof. Dr. Markus Kaltenborn (Jura), Prof. Dr. Achim von Keudell (Physik und Astronomie), Prof. Dr. Günther Meschke (Prorektor für Forschung und Transfer), Prof. Dr. Martin Muhler (Chemie), Prof. Dr. Franz Narberhaus (Biologie), Prof. Dr. Markus Reichert (Sportwissenschaft), Prof. Dr. Gregor Schöner (Informatik), Prof. Dr. Sabine Seehagen (Psychologie), Prof. Dr. Roland Span (Maschinenbau), Prof. Dr. Martin Tegenthoff (Medizin), Prof. Dr. Marc Wichern (Bau- und Umweltingenieurwissenschaft), Prof. Dr. Peter Wick (Evangelische Theologie)

REDAKTIONSANSCHRIFT: Dezernat Hochschulkommunikation, Redaktion Rubin, Ruhr-Universität Bochum, 44780 Bochum, Tel.: 0234/32-25228, rubin@rub.de, news.rub.de/rubin

REDAKTION: Dr. Julia Weiler (jwe, Redaktionsleitung); Meike Drießen (md); Lisa Bischoff (lb); Raffaella Römer (rr)

FOTOGRAFIE: Damian Gorczany (dg), Schiefersburger Weg 105, 50739 Köln, Tel.: 0176/29706008, damiangorczany@yahoo.de, www.damiangorczany.de; Roberto Schirdewahn (rs), Offerkämpfe 5, 48163 Münster, Tel.: 0172/4206216, post@people-fotograf.de, www.wasaufdieaugen.de

COVER: Damian Gorczany

BILDNACHWEISE INHALTSVERZEICHNIS: Teaserfotos für die Seiten 32, 36, 44: Roberto Schirdewahn; Teaserfoto für Seite 62: Damian Gorczany

GRAFIK, ILLUSTRATION, LAYOUT UND SATZ: Agentur für Markenkommunikation, Ruhr-Universität Bochum, www.einrichtungen.rub.de/de/agentur-fuer-markenkommunikation

DRUCK: LD Medienhaus GmbH & Co. KG, Feldbachacker 16, 44149 Dortmund, Tel.: 0231/90592000, info@ld-medienhaus.de, www.ld-medienhaus.de

ANZEIGEN: Dr. Julia Weiler, Dezernat Hochschulkommunikation, Redaktion Rubin, Ruhr-Universität Bochum, 44780 Bochum, Tel.: 0234/32-25228, rubin@rub.de

AUFLAGE: 3.700

BEZUG: Rubin erscheint zweimal jährlich und ist erhältlich im Dezernat Hochschulkommunikation der Ruhr-Universität Bochum. Das Heft kann kostenlos abonniert werden unter news.rub.de/rubin/abo. Das Abonnement kann per E-Mail an rubin@rub.de gekündigt werden.

ISSN: 0942-6639

Nachdruck bei Quellenangabe und Zusenden von Belegexemplaren

Die Sonderausgabe „IT-Sicherheit“ von Rubin erscheint am 3. Juli 2023. Die nächste reguläre Ausgabe erscheint am 1. Dezember 2023.