Twitter-Euphorie unbegründet – und mehr Mythos als Realität

Matthias König und Wolfgang König / Otto Brenner Stiftung

+++ Chancen der politischen Kommunikation über Twitter werden überschätzt, Hoffnungen auf gleichberechtigten Diskurs sind unbegründet +++ Journalisten und etablierte Kommunikationsprofis dominieren auch die Twitter-Kommunikation +++ Demokratisierungsversprechen eher Mythos als Realität +++

Die Kommunikation politischer Themen über Twitter wird in ihren Möglichkeiten überschätzt. Das Versprechen, über das soziale Netzwerk in das Zeitalter der digitalen Demokratie und der herrschaftsfreien Kommunikation einzutreten, erweist sich bisher als unrealistisch. Etablierte Gatekeeper [3] dominieren nach wie vor die politische Kommunikation. Ihre Präsenz und Kompetenz setzen der gleichberechtigten Kommunikation Grenzen. Auch „mehr Partizipation“ und „Beteiligung aller“ bleiben (vorerst noch) Illusion. Zu diesen Ergebnissen kommt „#MythosTwitter“, eine neue medienkritische Studie der Otto Brenner Stiftung (OBS).

Mathias König und Wolfgang König, die Autoren der innovativen Untersuchung, haben über einen mehrtägigen Zeitraum drei unterschiedliche politische Hashtags analysiert. Das Ergebnis ihrer Fallstudien ist ernüchternd: „Letztlich zeigt sich, dass ein Hashtag in Twitter dann erfolgreich ist, wenn traditionelle Medien involviert oder relevante Kommunikatoren beteiligt sind“, bilanziert das junge Team, das sich mit Kommunikationsstudien an der Uni Landau profiliert und einen Namen gemacht hat.

► Twitter-Trends sind nicht transparent

Twitter, so die Autoren, kann durch die Kennzeichnung eines Hashtags als Trend dessen Popularität maßgeblich mitbestimmen - ist dabei aber nicht transparent, so lautet ein Ergebnis der Studie. Untersucht wurden die Hashtags #klöckner, #landaulandunter sowie #flüchtlinge. Die ersten beiden Hashtags wurden von Twitter am jeweiligen Untersuchungstag als Trending-Topic ausgewiesen, obwohl die Zahl der Tweets am Untersuchungstag sehr begrenzt blieb (656 Tweets von 119 Nutzern bei #landaulandunter). #Flüchtlinge hatte am Untersuchungstag deutlich mehr Tweets (2303) von 1254 Nutzern, wurde aber nicht als Trend markiert.

„Twitter macht nicht transparent, auf welchen Kriterien die Trends beruhen. Trotzdem werden Trends journalistisch als Nachrichtenwert wahrgenommen. Das ist problematisch, weil Twitter die Aufmerksamkeit auf Hashtags lenkt, bei denen man anzweifeln könnte, ob mehrere hundert Tweets wirklich ein ‚Trend‘ sind“, so das Forscherteam. Die Studie bekräftigt somit an realen Fällen Einsichten, wie sie auch Miriam Meckels [4] Experiment mit dem #linkemeerheit kürzlich gewann. Ohne großen Aufwand gelang es ihr mit zwanzig Mitstreitern, diesen Nonsens-Hashtag zum Twitter-Trend zu machen.

► Technische Chancengleichheit nicht gegeben

Kritisch sehen die Forscher auch, dass Twitter in diesem Kontext selbst Akteur ist. Die Reichweite von Tweets kann in der Twitter-Suchfunktion technisch beschnitten werden. Nach welchen Kriterien dies geschieht ist aber völlig unklar. Zudem sind auch Bots aktiv, die automatisiert twittern und damit die Aufmerksamkeit auf bestimmte Nutzer lenken. In der Untersuchung fand sich bei #klöckner sowie bei #flüchtlinge u.a. ein Bot, der bestimmte Tweets der CDU retweetet. Diese Form der Aufmerksamkeitsgenerierung steht den wenigstens Twitter-Nutzern zur Verfügung. „Ein Dilemma bei der journalistischen Twitter-Berichterstattung besteht darin, dass die technische Machtoption von Twitter oder auch von Bots nur am Rande thematisiert wird. Der Mythos, dass alle gleichberechtigt via Twitter kommunizieren könnten, bleibt dadurch bestehen“, urteilen die Forscher.

► Journalisten und Twitter übernehmen die Kommunikationskontrolle

In allen untersuchten Fällen zeigt sich zudem, dass professionelle Journalisten bzw. etablierte Medien auch in der Twitter-Kommunikation die zentralen Akteure sind. Eine Untersuchung der zum jeweiligen Hashtag viralsten Nutzer macht deutlich, dass hier die „klassischen“ Medienmacher sehr präsent sind. Viral geht ein Hashtag erst, wenn er durch die traditionellen Gatekeeper aufgegriffen wird - und dies wird oftmals von den beteiligten Akteuren auch bewusst genutzt. Auch die Analyse der Retweet-Netzwerke der 100 aktivsten Nutzer deutet Vermachtungstendenzen an: Eine starke Fragmentierung der Tweet- und Retweet-Vergabe weist auf klar verteilte Rollen als Sprecher und Zuhörer hin - das Gegenteil von einem herrschaftsfreien Diskurs.

► Anspruch versus Wirklichkeit

„Angesichts der steigenden Bedeutung von Twitter in der Öffentlichkeit und der geringen Kenntnisse über dessen Funktionsweise ist eine kritische Überprüfung von Anspruch und Wirklichkeit dringend geboten“, meint Jupp Legrand, Geschäftsführer der OBS. Weitere Forschung sei erforderlich und gewünscht, um die unerwarteten Ergebnisse und die vorläufigen Schlüsse der Studie überprüfen zu können.

Matthias König u. Wolfgang König / Otto Brenner Stiftung - Frankfurt am Main, den 6.10.2016.

Quelle: Webseite der Otto Brenner Stiftung [5]

"OBS-Studie: Twitter-Euphorie unbegründet – und mehr Mythos als Realität"

Das OBS- Arbeitspapier Nr. 24 lesen auf www.otto-brenner-stiftung.de

---

Twitter-Euphorie unbegründet – und mehr Mythos als Realität

► Vorwort:

Der Kurznachrichtendienst Twitter erfreut sich in Deutschland immer größerer Beliebtheit; er tritt zunehmend auch als Informationsüberbringer oder Nachrichtensetzer in Erscheinung. So lässt die ARD beispielsweise während der Fußball-EM 2016 hämische Tweets zum eigenen Sendeformat „Beckmanns Sportschule“ verlesen. Staatliche Ordnungsbehörden wie die Polizei twittern Informationen aus ihrem Alltag – vom Einsatz während eines Fußballspiels oder einer Demonstration. Manche politische Kampagne der jüngeren Zeit begann mit einem Hashtag – man denke nur an #aufschrei. Kurzum: Twitter scheint eine neue Form der Öffentlichkeit darzustellen oder zumindest einen neuen Zugang zur bestehenden Öffentlichkeit anzubieten. Bürger*innen setzen per Twitter Themen, die die (traditionellen) Massenmedien aufgreifen. Eine neue Form von Öffentlichkeit – so eine weit verbreitete Ansicht – entsteht, weil Web-2.0-Angebote alternative Publikationsstrukturen ermöglichen, herkömmliche Rollen aufweichen (hier Produzierende, dort Konsumierende) und weil mit vergleichsweise kleinem Aufwand große Aufmerksamkeit erzielt werden kann.

Diese Entwicklungen lassen viele jubeln, sind doch die Strukturen und Prozesse in der „Prä-Twitter“-Öffentlichkeit oftmals vermachtet. Es gibt zum einen mehr oder weniger festgelegte Sprecher*innen (Parteien, Medien, Journalist*innen etc.) und zum anderen das Publikum der passiv Konsumierenden. Die These, dass durch soziale Netzwerke und digitale Medien ein „Zwang zum Dialog“ entstehe, „Einbahnkommunikation“ beendet werde und die polarisierte Rollenverteilung aufbreche, wird schon seit Längerem diskutiert. Hinzu kommt nun jedoch die Vorstellung, dass auch die Themensetzung selbst „demokratisiert“ werden kann.

Twitter wird dabei eine besonders wichtige Rolle zugesprochen. Massenmedien verlieren ihre Gatekeeper-Rolle, da – so die optimistische Perspektive – nun jeder ohne große Investition und ohne aufwendige Vermittlung durch etablierte Publizitätsstrukturen eigene Nachrichten und Themen setzen kann – voraussetzungslos und gleichberechtigt. Werden diese Nachrichten von genügend Menschen aufgegriffen und verbreitet, kann erheblicher Einfluss auf den Meinungsbildungsprozess der Öffentlichkeit genommen werden. Zuweilen wird sogar erwartet (und von nicht wenigen auch erhofft), dass die demokratische Öffentlichkeit mobilisiert und die repräsentative Demokratie mittels Twitter „vitalisiert“ werden könnten. Der herkömmlich Ablauf, dem zufolge Themen vorrangig von den etablierten Gatekeepern transportiert werden müssen, um relevant zu werden und auf Aufmerksamkeit bei anderen zu stoßen, könnte durchbrochen werden. Twitter könnte eine Agora herrschaftsfreier Öffentlichkeit werden, das heißt ein virtueller Versammlungsplatz mit hoher Beteiligung und gleichberechtigter Kommunikation.

Mit der vorliegenden Studie wagen wir eine aktuelle Bestandsaufnahme, die die Hoffnungen, die immer wieder mit Twitter verknüpft werden, mit konkreten Erkenntnissen einer empirischen Arbeit konfrontiert. Unsere Autoren nutzen dabei einen innovativen methodischen Zugang, um die Publizitätsstrukturen dreier verschiedener Hashtags zu untersuchen. Diese Hashtags wurden aufgrund bestimmter Merkmale ausgewählt, die auf je unterschiedliche Weise den Anspruch der Herrschaftsfreiheit zu erfüllen versprachen. Trotz des explorativen Charakters der Kurzstudie und des eher kurzen „Beobachtungszeitraums“ der Hashtag-Entwicklung, sind die Ergebnisse bemerkenswert.

In keinem der drei Fälle findet sich ein dem Idealtypus angenäherter herrschaftsfreier Diskurs. Der Erfolg von Hashtags (und damit auch von bestimmten Themensetzungen) scheint auch im Twitter-Universum nur in enger Kopplung mit den klassischen Gatekeepern möglich zu sein. Twitter stellt sich lediglich als eine technische Publikationsalternative dar, die letztlich von den Akteuren der „üblichen“ Publikationsstrukturen dominiert wird.

Muss also Abschied genommen werden vom Mythos der digitalen Demokratie und vom Zeitalter einer herrschaftsfreien Kommunikation via Twitter? Ursachenforschung war weder das Kernanliegen noch die Hauptfrage der Kurzstudie. Trotzdem schälten sich im Zuge der Forschung einige Gründe heraus, die helfen können zu erklären, warum z.B. die hohen demokratietheoretischen Erwartungen durch Twitter gegenwärtig **nicht** erfüllt werden. Dies scheint einerseits am Verhalten der Twitter-Nutzer selbst zu liegen, die die „bekannten“ Player im Medienfeld als Knotenpunkte für Nachrichten ansehen, deren Tweets entsprechend breit gestreut werden. Andererseits gibt es auch in der Welt von Twitter „Vermachtungsaspekte“, wenngleich sie eher technischer Natur sind. So setzt Twitter beispielsweise eigene, **intransparente Filter** ein, um Tweets in der Twitter-Suche zu platzieren – was einen erheblichen Einfluss auf deren Popularität hat. Weiterhin setzen Kommunikationsprofis auf **Bots**, um erhöhte Aufmerksamkeit vorzuspiegeln – eine Möglichkeit, die den meisten unorganisierten Nutzer*innen **nicht** zur Verfügung stehen wird. (Technische) Chancengleichheit sieht anders aus, von herrschaftsfreiem Diskurs kann keine Rede sein

OBS und Autoren laden mit den Ergebnissen dieses Arbeitspapiers zu einer weitergehenden Diskussion ein. Wir sind aufgrund der vorliegenden Untersuchung der festen Überzeugung, dass das Versprechen von Twitter, eine neue, digitale

Form der demokratischen Offentlichkeit zu sein, weiter problematisiert und kritisch hinterfragt werden muss. Unsere Untersuchung bestätigt, dass dieser Anspruch zumindest gegenwärtig nicht erfüllt wird. Ob das Potenzial dazu jedoch vorhanden ist und wie es genutzt werden könnte, bleibt eine Fragestellung für zukünftige Forschung. Andernfalls droht Twitter mit falschen Verheißungen geschmückt zu werden, die **mehr Wunschdenken als Realität** abbilden.

Jupp Legrand, Geschäftsführer der Otto Brenner Stiftung - Frankfurt/Main, im September 2016.

https://www.otto-brenner-stiftung.de/ [5] .

Link zum kompletten Arbeitspapier 24 >> https://www.otto-brenner-shop.de/uploads/tx_mplightshop/AP24_Twitter_web.pdf

---

Quell-URL: https://kritisches-netzwerk.de/forum/obs-studie-twitter-euphorie-unbegruendet-und-mehr-mythos-als-realitaet

Links
[1] https://kritisches-netzwerk.de/user/login?destination=comment/reply/6544%23comment-form
[2] https://kritisches-netzwerk.de/forum/obs-studie-twitter-euphorie-unbegruendet-und-mehr-mythos-als-realitaet
[3] https://de.wikipedia.org/wiki/Gatekeeper_(Nachrichtenforschung)
[4] https://de.wikipedia.org/wiki/Miriam_Meckel
[5] https://www.otto-brenner-stiftung.de/
[6] https://kritisches-netzwerk.de/tags/mythostwitter
[7] https://kritisches-netzwerk.de/tags/agora
[8] https://kritisches-netzwerk.de/tags/aufmerksamkeit
[9] https://kritisches-netzwerk.de/tags/aufmerksamkeitsgenerierung
[10] https://kritisches-netzwerk.de/tags/bots
[11] https://kritisches-netzwerk.de/tags/chancengleichheit
[12] https://kritisches-netzwerk.de/tags/demokratisierung
[13] https://kritisches-netzwerk.de/tags/digitalen-demokratie
[14] https://kritisches-netzwerk.de/tags/digitale-medien
[15] https://kritisches-netzwerk.de/tags/einbahnkommunikation
[16] https://kritisches-netzwerk.de/tags/gatekeeper
[17] https://kritisches-netzwerk.de/tags/gatekeeping
[18] https://kritisches-netzwerk.de/tags/hashtag
[19] https://kritisches-netzwerk.de/tags/hashtags
[20] https://kritisches-netzwerk.de/tags/herrschaftsfreie-kommunikation
[21] https://kritisches-netzwerk.de/tags/herrschaftsfreiheit
[22] https://kritisches-netzwerk.de/tags/informationsfilter
[23] https://kritisches-netzwerk.de/tags/informationsfilterung
[24] https://kritisches-netzwerk.de/tags/informationskontrolle
[25] https://kritisches-netzwerk.de/tags/jupp-legrand
[26] https://kritisches-netzwerk.de/tags/kommunikation
[27] https://kritisches-netzwerk.de/tags/kommunikationskontrolle
[28] https://kritisches-netzwerk.de/tags/kurznachrichtendienst
[29] https://kritisches-netzwerk.de/tags/leitmedien
[30] https://kritisches-netzwerk.de/tags/machtoption
[31] https://kritisches-netzwerk.de/tags/manipulation
[32] https://kritisches-netzwerk.de/tags/massenkommunikation
[33] https://kritisches-netzwerk.de/tags/massenmedien
[34] https://kritisches-netzwerk.de/tags/matthias-konig
[35] https://kritisches-netzwerk.de/tags/medienkritik
[36] https://kritisches-netzwerk.de/tags/meinungsmacher
[37] https://kritisches-netzwerk.de/tags/meinungsbildung
[38] https://kritisches-netzwerk.de/tags/meinungsbildungsprozess
[39] https://kritisches-netzwerk.de/tags/meinungsmanipulation
[40] https://kritisches-netzwerk.de/tags/meinungsroboter
[41] https://kritisches-netzwerk.de/tags/miriam-meckel
[42] https://kritisches-netzwerk.de/tags/mythos
[43] https://kritisches-netzwerk.de/tags/nachrichtenauswahl
[44] https://kritisches-netzwerk.de/tags/nachrichtenfilter
[45] https://kritisches-netzwerk.de/tags/obs
[46] https://kritisches-netzwerk.de/tags/obs-studie
[47] https://kritisches-netzwerk.de/tags/opinion-leaders
[48] https://kritisches-netzwerk.de/tags/otto-brenner-stiftung
[49] https://kritisches-netzwerk.de/tags/partizipation
[50] https://kritisches-netzwerk.de/tags/realitat
[51] https://kritisches-netzwerk.de/tags/reprasentative-demokratie
[52] https://kritisches-netzwerk.de/tags/retweet
[53] https://kritisches-netzwerk.de/tags/reetweek-netzwerke

[54] https://kritisches-netzwerk.de/tags/social-bots
[55] https://kritisches-netzwerk.de/tags/teilhabe
[56] https://kritisches-netzwerk.de/tags/transparenz
[57] https://kritisches-netzwerk.de/tags/trending-topic
[58] https://kritisches-netzwerk.de/tags/tweets
[59] https://kritisches-netzwerk.de/tags/twitter
[60] https://kritisches-netzwerk.de/tags/twitter-euphorie
[61] https://kritisches-netzwerk.de/tags/twitter-kommunikation
[62] https://kritisches-netzwerk.de/tags/twitter-suchfunktion
[63] https://kritisches-netzwerk.de/tags/twitter-trend
[64] https://kritisches-netzwerk.de/tags/vermachtungsaspekte
[65] https://kritisches-netzwerk.de/tags/vermachtungstendenz
[66] https://kritisches-netzwerk.de/tags/wolfgang-konig
[67] https://kritisches-netzwerk.de/tags/zensur