

Auswirkungen von Anonymität und Pseudonymität auf die öffentliche Kommunikation

Ein Überblick über Befunde der Kommunikationswissenschaft

Prof. Dr. Anna Sophie Kümpel

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Ludwig-Maximilians-Universität München

Donnerstag, 14. November 2024



Agenda

1. Konzeptuelle Einordnung

(Wahrgenommene) Anonymität als Kontinuum

2. Der „Online Disinhibition Effect“

Gründe für Enthemmung im Netz

3. Befundlage: Effekte von Anonymität und Pseudonymität

- I. Auswirkungen auf das Kommunikationsverhalten von Sender*innen
- II. Auswirkungen auf die Wahrnehmung von Empfänger*innen/Beobachter*innen

4. Zusammenfassung und Fazit

1. KONZEPTUELLE EINORDNUNG (WAHRGENOMMENE) ANONYMITÄT ALS KONTINUUM

1. Konzeptuelle Einordnung

- **Anonymität** wird in verschiedenen Teilbereichen der Kommunikationswissenschaft unterschiedlich verstanden/dimensioniert → Vielzahl an Definitionen und Konzepten (für einen Überblick siehe Schulze et al., 2024; Scott & Rains, 2020)
- **Drei grundlegende Perspektiven** (Scott & Rains, 2020, S. 387 ff.)
 1. Anonymity as a perceptual variable, design feature, and/or affordance
 2. Anonymity as a (legal) right
 3. Networked anonymity

1. Konzeptuelle Einordnung

- **Anonymität** wird in verschiedenen Teilbereichen der Kommunikationswissenschaft unterschiedlich verstanden/dimensioniert → Vielzahl an Definitionen und Konzepten (für einen Überblick siehe Schulze et al., 2024; Scott & Rains, 2020)
- Drei grundlegende Perspektiven (Scott & Rains, 2020, S. 387 ff.)
 1. **Anonymity as a perceptual variable, design feature, and/or affordance**
 2. Anonymity as a (legal) right
 3. Networked anonymity

1. Konzeptuelle Einordnung

- **Zentral für die weiteren Betrachtungen:** (1) Anonymität als *Kontinuum*

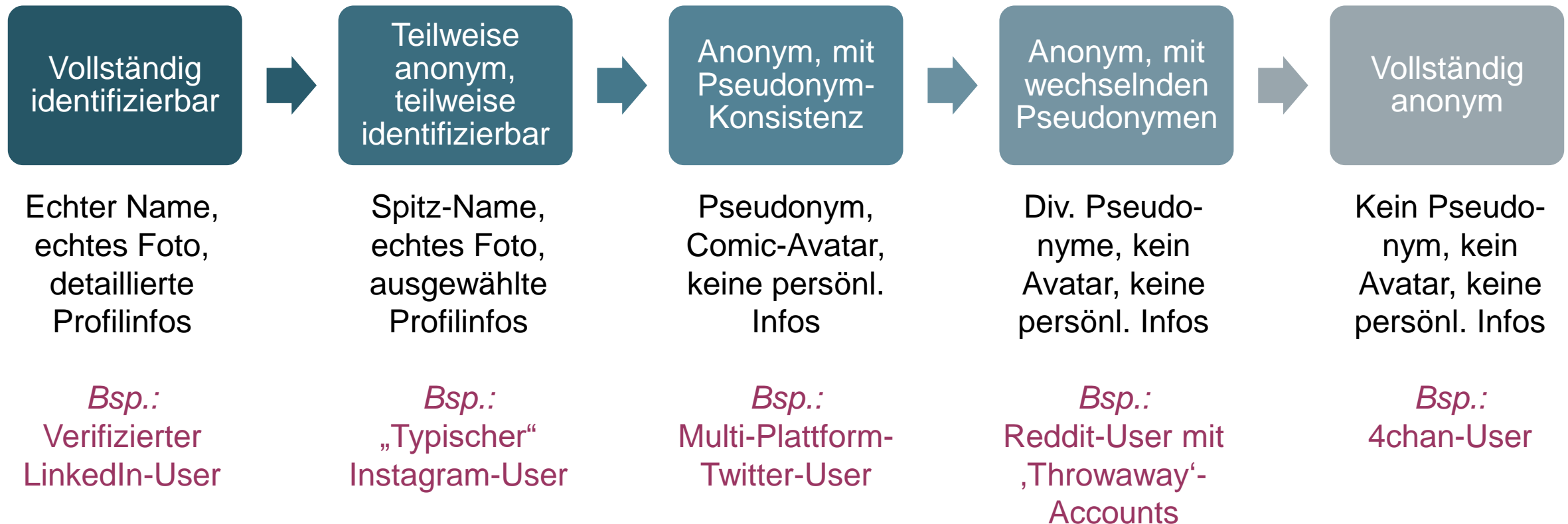
I suggest the following definition of anonymity for communication research: the degree to which a communicator perceives the message source is unknown and unspecified. Again, the emphasis is on the message source, not the message itself, but this definition adds two key elements.

First, anonymity must be viewed on a continuum from fully anonymous to fully identified. Thus, a source is not simply anonymous or identified, but may also be partially so. Second, anonymity is usefully viewed as a perception of the communicators involved. Although certain processes and technologies may claim to be anonymous (or not), usage behavior likely depends far more on the extent to which communicators perceive anonymity. Thus, a continuum-based view of anonymity fits well with a perceptual focus.

Anonymous (1998, S. 387)

1. Konzeptuelle Einordnung

- **Zentral für die weiteren Betrachtungen:** (1) Anonymität als *Kontinuum*
 → Beispiel: **Social-Media-Plattformen**



1. Konzeptuelle Einordnung

- **Zentral für die weiteren Betrachtungen:** (2) *Wahrnehmung* des Senders („perceived anonymity“) entscheidend

I suggest the following definition of anonymity for communication research: the degree to which a communicator perceives the message source is unknown and unspecified. Again, the emphasis is on the message source, not the message itself, but this definition adds two key elements. First, anonymity must be viewed on a continuum from fully anonymous to fully identified. Thus, a source is not simply anonymous or identified, but may also be partially so. Second, anonymity is usefully viewed as a perception of the communicators involved. Although certain processes and technologies may claim to be anonymous (or not), usage behavior likely depends far more on the extent to which communicators perceive anonymity. Thus, a continuum-based view of anonymity fits well with a perceptual focus.

Anonymous (1998, S. 387)

2. DER „ONLINE DISINHIBITION EFFECT“ GRÜNDE FÜR ENTHEMMUNG IM NETZ

2. Der „Online Disinhibition Effect“

- Menschen zeigen online Verhaltensweisen „that they wouldn't ordinarily say and do in the face-to-face world“ (Suler, 2004, S. 321)
- Sechs begünstigende Faktoren:
 - (1) Dissoziative Anonymität
 - (2) Unsichtbarkeit
 - (3) Asynchronität
 - (4) Solipsistische Introjektion
 - (5) Dissoziative Imagination
 - (6) Minimierung von Status/Autorität

2. Der „Online Disinhibition Effect“

- Menschen zeigen online Verhaltensweisen „that they wouldn’t ordinarily say and do in the face-to-face world“ (Suler, 2004, S. 321)
- Sechs begünstigende Faktoren:

(1) **Dissoziative Anonymität**

(2) Unsichtbarkeit

(3) Asynchronität

(4) Solipsistische Introjektion

(5) Dissoziative Imagination

(6) Minimierung von Status/Autorität

- Verwendung einer alternativen, (vermeintlich) **unbekannten Identität**
- Ermöglicht Trennung (*Dissoziation*) von realem Selbstbild und Loslösung von Moralvorstellungen

2. Der „Online Disinhibition Effect“

- Menschen zeigen online Verhaltensweisen „that they wouldn't ordinarily say and do in the face-to-face world“ (Suler, 2004, S. 321)
- Sechs begünstigende Faktoren:
 - (1) Dissoziative Anonymität
 - (2) **Unsichtbarkeit**
 - (3) Asynchronität
 - (4) Solipsistische Introjektion
 - (5) Dissoziative Imagination
 - (6) Minimierung von Status/Autorität

- **Gegenüber ist unsichtbar** → Fehlen von nonverbaler Kommunikation; keine sichtbaren (emotionalen) Reaktionen

2. Der „Online Disinhibition Effect“

- Menschen zeigen online Verhaltensweisen „that they wouldn't ordinarily say and do in the face-to-face world“ (Suler, 2004, S. 321)
- Sechs begünstigende Faktoren:
 - (1) Dissoziative Anonymität
 - (2) Unsichtbarkeit
 - (3) **Asynchronität**
 - (4) Solipsistische Introjektion
 - (5) Dissoziative Imagination
 - (6) Minimierung von Status/Autorität

- Häufig keine Interaktion in Echtzeit → auch **Wirkungen** sind somit **nicht unmittelbar „spürbar“**

2. Der „Online Disinhibition Effect“

- Menschen zeigen online Verhaltensweisen „that they wouldn't ordinarily say and do in the face-to-face world“ (Suler, 2004, S. 321)
- Sechs begünstigende Faktoren:
 - (1) Dissoziative Anonymität
 - (2) Unsichtbarkeit
 - (3) Asynchronität
 - (4) **Solipsistische Introjektion**
 - (5) Dissoziative Imagination
 - (6) Minimierung von Status/Autorität

- Online-Umgebung zwingt dazu, mentales Bild des Gegenübers zu erschaffen → Interaktionspartner*innen werden zu **„imaginären Charakteren“**

2. Der „Online Disinhibition Effect“

- Menschen zeigen online Verhaltensweisen „that they wouldn’t ordinarily say and do in the face-to-face world“ (Suler, 2004, S. 321)
- Sechs begünstigende Faktoren:
 - (1) Dissoziative Anonymität
 - (2) Unsichtbarkeit
 - (3) Asynchronität
 - (4) Solipsistische Introjektion
 - (5) **Dissoziative Imagination**
 - (6) Minimierung von Status/Autorität

- Erzeugung von **Online-Personas**, die sich vom realen Ich unterscheiden und gefühlt in einem anderen ‚Universum‘ existieren

2. Der „Online Disinhibition Effect“

- Menschen zeigen online Verhaltensweisen „that they wouldn’t ordinarily say and do in the face-to-face world“ (Suler, 2004, S. 321)
- Sechs begünstigende Faktoren:
 - (1) Dissoziative Anonymität
 - (2) Unsichtbarkeit
 - (3) Asynchronität
 - (4) Solipsistische Introjektion
 - (5) Dissoziative Imagination
 - (6) **Minimierung von Status/Autorität**

- **Hierarchien** und soziale Strukturen erscheinen **weniger präsent** und/oder irrelevant

2. Der „Online Disinhibition Effect“

- „Online Disinhibition Effect“ → **zwei Formen** von Enthemmung (Suler, 2004)

	Benign Disinhibition („Wohlwollende Enthemmung“)	Toxic Disinhibition („Toxische Enthemmung“)
<i>Verhalten</i>	Offenheit, Selbstoffenbarung, Empathie	Aggression, Feindseligkeit, „Trolling“
<i>Motivation</i>	Suche von Vertrauen und Unterstützung	Provokation, Frustration, ‚Abreagieren‘
<i>Tonalität</i>	Unterstützend, verständnisvoll	Abwertend, respektlos
<i>Effekte auf Dritte</i>	Erleichterung, emotionale Unterstützung	Verletzung, Konflikt, Eskalation
<i>Beispiel</i>	Online-Selbsthilfegruppen	Chats in Online-Games

3. BEFUNDLAGE

EFFEKTE VON ANONYMITÄT UND PSEUDONYMITÄT

3. Befundlage: Auswirkungen auf **Kommunikationsverhalten**

- Im Einklang mit den von Suler (2004) formulierten, ‚idealtypischen‘ Outcomes (*benign* vs. *toxic disinhibition*) zeigt die Befundlage zu den Auswirkungen von Anonymität auf das Kommunikationsverhalten **komplexe** – und bisweilen widersprüchliche – **Dynamiken**

3. Befundlage: Auswirkungen auf **Kommunikationsverhalten**

- Im Einklang mit den von Suler (2004) formulierten, ‚idealtypischen‘ Outcomes (*benign* vs. *toxic disinhibition*) zeigt die Befundlage zu den Auswirkungen von Anonymität auf das Kommunikationsverhalten **komplexe** – und bisweilen widersprüchliche – **Dynamiken**
- **Positive Auswirkungen:**
 - Anonymität kann die *Vielfalt an geäußerten Meinungen* erhöhen (Berg, 2016)
 - Anonymität in Kombination mit sozialer Identifizierbarkeit (hier: Zugehörigkeit zu einer Partei) führt zu *mehr Rationalität* und *weniger Inzivilität* (Jaidka et al., 2021)
 - Anonymität erhöht die Bereitschaft, die *eigene Meinung* zu sensiblen Themen (hier: Abtreibung) zu äußern (Wu & Atkin, 2018)

3. Befundlage: Auswirkungen auf **Kommunikationsverhalten**

- Im Einklang mit den von Suler (2004) formulierten, ‚idealtypischen‘ Outcomes (*benign* vs. *toxic disinhibition*) zeigt die Befundlage zu den Auswirkungen von Anonymität auf das Kommunikationsverhalten **komplexe** – und bisweilen widersprüchliche – **Dynamiken**
- **Negative Auswirkungen:**
 - Anonymität kann zu *mehr Inzivilität* führen (Berg, 2016)
 - Identifizierbarkeit (also fehlende Anonymität) kann zu *weniger* Inzivilität führen (Knustad & Johansson, 2021)
 - Anonymität assoziiert mit *mehr Intoleranz* im Diskurs (Rossini, 2022)
 - Anonymität assoziiert mit *Äußerung von extremistischen Ansichten* und Veröffentlichung entsprechender Inhalte (Sutch & Carter, 2019)

3. Befundlage: Auswirkungen auf **Wahrnehmungen**

- Geht es darum, wie Anonymität von Beobachter*innen **wahrgenommen** wird, spricht die (überschaubare) Befundlage für negative Auswirkungen:
 - Anonyme Quellen werden als *weniger vertrauenswürdig* und *weniger kompetent* wahrgenommen; die Absichten und das Fachwissen anonymer Quellen wird stärker hinterfragt, weshalb ihnen *weniger Einfluss* zukommt (Rains, 2007)
 - Anonyme Kommentare, die zeitgleich inzivil sind, werden als *besonders negativ* und *weniger glaubwürdig* wahrgenommen; zudem wird diesen Kommentaren *seltener zugestimmt* (Wang, 2020)

3. Befundlage: Auswirkungen auf **Wahrnehmungen**

- ‚Wahrnehmungen 2. Ordnung‘: Mehr Befunde gibt es zu den Effekten von **Inzivilität**, die – wie gezeigt – eine Folge gesteigerter Anonymität sein kann
 - Einflüsse auf medien- bzw. journalismusbezogene Perzeptionen
 - Einflüsse auf Emotionen und (aggressive) Verhaltensintentionen
 - Einflüsse auf Kommunikationsverhalten

3. Befundlage: Auswirkungen auf **Wahrnehmungen**

- ‚Wahrnehmungen 2. Ordnung‘: Mehr Befunde gibt es zu den Effekten von **Inzivilität**, die – wie gezeigt – eine Folge gesteigerter Anonymität sein kann
 - **Einflüsse auf medien- bzw. journalismusbezogene Perzeptionen** (z.B. Anderson et al., 2014, 2018; Houston et al., 2011; Prochazka et al., 2018; Suhay et al., 2018; Waddell, 2018)
 - Inzivile Kommentare können beeinflussen, wie Nutzer*innen die allgemeine Qualität, Objektivität oder Glaubwürdigkeit von Nachrichtenbeiträgen wahrnehmen
 - Zudem zeigen sich Einflüsse auf die Wahrnehmung von Verzerrungen in der Berichterstattung oder die Beurteilung der Relevanz von Themen/Meinungen
 - *Langfristige Wirkungen: Vertrauensverlust und Anstieg von Medienverdrossenheit*

3. Befundlage: Auswirkungen auf **Wahrnehmungen**

- ‚Wahrnehmungen 2. Ordnung‘: Mehr Befunde gibt es zu den Effekten von **Inzivilität**, die – wie gezeigt – eine Folge gesteigerter Anonymität sein kann
 - **Einflüsse auf Emotionen und (aggressive) Verhaltensintentionen** (z.B. Chen & Lu, 2017; Gervais, 2015; Rösner et al., 2016; Wang & Silva, 2018)
 - Ausstrahlungseffekte: Inzivile Kommentare können zu Ärger, negativen Emotionen oder eigenem aggressiven (Kommunikations-)Verhalten beitragen
 - Insbesondere bei Konfrontation mit inziviler Kommunikation, die sich gegen das eigene (politische) Lager richtet

3. Befundlage: Auswirkungen auf **Wahrnehmungen**

- ‚Wahrnehmungen 2. Ordnung‘: Mehr Befunde gibt es zu den Effekten von **Inzivilität**, die – wie gezeigt – eine Folge gesteigerter Anonymität sein kann
 - **Einflüsse auf Kommunikationsverhalten** (z.B. Chen & Lu, 2017; Han & Brazeal, 2015; Hsueh et al., 2015; Sukumaran et al., 2011)
 - Inzivilität in Kommentaren macht es wahrscheinlicher, dass die Nutzer*innen in eigenen kommunikativen Beiträgen ebenfalls auf Inzivilität zurückgreifen (Aber: auch umgekehrter Effekt wurde festgestellt!)
 - ‚*Beobachtungslernen*‘: Je nach bestehender Diskussionsatmosphäre kann demnach mit negativen oder positiven Effekten gerechnet werden

4. ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT

4. Zusammenfassung und Fazit

- Kommunikationswissenschaftliche Betrachtung von **Anonymität**
 - Anonymität/Pseudonymität als Kontinuum
 - Handlungsrelevanz von *wahrgenommener* (statt tatsächlicher) Anonymität
- (Anonyme) Online-Umgebungen fördern durch spezifische Charakteristika **Enthemmung**, die sowohl positiv („wohlwollende Enthemmung“) als auch negativ („toxische Enthemmung“) sein kann
 - **Positiv:** mehr Vielfalt an Positionen; mehr Mut zur Meinungsäußerung
 - **Negativ:** mehr Intoleranz/Inzivilität, mehr extremistische Äußerungen
- Negative Folgen von Anonymität (v.a. Inzivilität) prägen Diskurs als Ganzes und können auch Wahrnehmungen, Emotionen und Kommunikationsverhalten von Beobachter*innen beeinflussen

VIELEN DANK FÜR DIE AUFMERKSAMKEIT!

Prof. Dr. Anna Sophie Kümpel

E-Mail: anna.kuempel@ifkw.lmu.de

Homepage: <http://anna-kuempel.de>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/anna-sophie-kuempel/>

Literaturverzeichnis (I/II)

- Anderson, A. A., Brossard, D., Scheufele, D. A., Xenos, M. A., & Ladwig, P. (2014). The “Nasty Effect:” Online Incivility and Risk Perceptions of Emerging Technologies. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 373–387. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12009>
- Anderson, A. A., Yeo, S. K., Brossard, D., Scheufele, D. A., & Xenos, M. A. (2018). Toxic Talk: How Online Incivility Can Undermine Perceptions of Media. *International Journal of Public Opinion Research*, 30(1), 156–168. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edw022>
- Anonymous. (1998). To Reveal or Not to Reveal: A Theoretical Model of Anonymous Communication. *Communication Theory*, 8(4), 381–407. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1998.tb00226.x>
- Berg, J. (2016). The Impact of Anonymity and Issue Controversiality on the Quality of Online Discussion. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(1), 37–51. <https://doi.org/10.1080/19331681.2015.1131654>
- Chen, G. M., & Lu, S. (2017). Online Political Discourse: Exploring Differences in Effects of Civil and Uncivil Disagreement in News Website Comments. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 61(1), 108–125. <https://doi.org/10.1080/08838151.2016.1273922>
- Gervais, B. T. (2015). Incivility Online: Affective and Behavioral Reactions to Uncivil Political Posts in a Web-Based Experiment. *Journal of Information Technology & Politics*, 12(2), 167–185. <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.997416>
- Han, S.-H., & Brazeal, L. M. (2015). Playing Nice: Modeling Civility in Online Political Discussions. *Communication Research Reports*, 32(1), 20–28. <https://doi.org/10.1080/08824096.2014.989971>
- Houston, J. B., Hansen, G. J., & Nisbett, G. S. (2011). Influence of User Comments on Perceptions of Media Bias and Third-Person Effect in Online News. *Electronic News*, 5(2), 79–92. <https://doi.org/10.1177/1931243111407618>
- Hsueh, M., Yogeewaran, K., & Malinen, S. (2015). “Leave Your Comment Below”: Can Biased Online Comments Influence Our Own Prejudicial Attitudes and Behaviors? *Human Communication Research*. <https://doi.org/10.1111/hcre.12059>
- Jaidka, K., Zhou, A., Lelkes, Y., Egelhofer, J., & Lecheler, S. (2021). Beyond Anonymity: Network Affordances, Under Deindividuation, Improve Social Media Discussion Quality. *Journal of Computer-Mediated Communication*, zmab019. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmab019>
- Knustad, M., & Johansson, C. (2021). Anonymity and Inhibition in Newspaper Comments. *Information*, 12(3), 106. <https://doi.org/10.3390/info12030106>
- Prochazka, F., Weber, P., & Schweiger, W. (2018). Effects of Civility and Reasoning in User Comments on Perceived Journalistic Quality. *Journalism Studies*, 19(1), 62–78. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1161497>

Literaturverzeichnis (II/II)

- Rains, S. A. (2007). The Impact of Anonymity on Perceptions of Source Credibility and Influence in Computer-Mediated Group Communication: A Test of Two Competing Hypotheses. *Communication Research*, 34(1), 100–125. <https://doi.org/10.1177/0093650206296084>
- Rösner, L., Winter, S., & Krämer, N. C. (2016). Dangerous Minds? Effects of Uncivil Online Comments on Aggressive Cognitions, Emotions, and Behavior. *Computers in Human Behavior*, 58, 461–470. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.022>
- Rossini, P. (2022). Beyond Incivility: Understanding Patterns of Uncivil and Intolerant Discourse in Online Political Talk. *Communication Research*, 49(3), 399–425. <https://doi.org/10.1177/0093650220921314>
- Schulze, H., Greipl, S., Hohner, J., & Rieger, D. (2024). Social Media and Radicalization: An Affordance Approach for Cross-Platform Comparison. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 72(2), 187–212. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2024-2-187>
- Scott, C. R., & Rains, S. A. (2020). (Dis)connections in Anonymous Communication Theory: Exploring Conceptualizations of Anonymity in Communication Research. *Annals of the International Communication Association*, 44(4), 385–400. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1843367>
- Suhay, E., Bello-Pardo, E., & Maurer, B. (2018). The Polarizing Effects of Online Partisan Criticism: Evidence From Two Experiments. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 95–115. <https://doi.org/10.1177/1940161217740697>
- Sukumaran, A., Vezich, S., McHugh, M., & Nass, C. (2011). Normative Influences on Thoughtful Online Participation. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 3401–3410. <https://doi.org/10.1145/1978942.1979450>
- Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *Cyberpsychology & Behavior*, 7(3), 321–326. <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>
- Sutch, H., & Carter, P. (2020). Anonymity, Membership-Length and Postage Frequency as Predictors of Extremist Language and Behaviour Among Twitter Users. *International Journal of Cyber Criminology*, 13(2), 439–459. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3707789>
- Waddell, T. F. (2018). What Does the Crowd Think? How Online Comments and Popularity Metrics Affect News Credibility and Issue Importance. *New Media & Society*, 20(8), 3068–3083. <https://doi.org/10.1177/1461444817742905>
- Wang, M. Y., & Silva, D. E. (2018). A Slap or a Jab: An Experiment on Viewing Uncivil Political Discussions on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 81, 73–83. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.041>
- Wang, S. (2020). The Influence of Anonymity and Incivility on Perceptions of User Comments on News Websites. *Mass Communication and Society*, 23(6), 912–936. <https://doi.org/10.1080/15205436.2020.1784950>
- Wu, T.-Y., & Atkin, D. J. (2018). To Comment or Not to Comment: Examining the Influences of Anonymity and Social Support