

## »Stimmt so nicht«

### Eine qualitative Inhaltsanalyse polarisierender Kommentare zu TikTok-Videos über die Energiewende

---

Eva-Maria Grommes, Claudia Frick, Jana Josepha Barina

**Abstract:** *Eine qualitative Inhaltsanalyse der Kommentarspalten unter TikTok-Videos zur Energiewende auf dem Kanal @energiewende.erklaert deckt häufige Kommentarmuster vor allem gegen fachliche Expertise und Integrität auf. Festzustellen sind Mechanismen wie etwa Vorwürfe, Erklärung/Mansplaining und Kompetenzaberkennung. Genderbezogene Angriffe treten seltener auf, bleiben aber sichtbar. Die Studie bietet Einblicke in digitale Risiken und bildet eine Grundlage für Unterstützungsangebote.*

## 1 Einleitung

Angriffe in den Kommentarspalten sozialer Medien sind ein bekanntes Problem und machen auch nicht vor jenen Halt, die dort Wissenschaft kommunizieren. Die Forschungslage dazu verdichtet sich erst langsam, weist jedoch darauf hin, dass diese Angriffe – besonders vor dem Hintergrund des Gendered Backlash (Döring und Mohseni 2020) – für Forschende ein ernst zu nehmendes Problem darstellen (Seeger et al. 2024). Insbesondere im Kontext von wissenschaftsbezogenem Populismus (Meyer 2023) zeigt sich, dass Forschende zunehmend als Teil einer vermeintlich elitären Gruppe delegitimiert werden. Es ist anzunehmen, dass die konkreten Angriffe dabei von vielen Faktoren abhängen. Bei audiovisuellen Formaten, in denen Personen sich selbst zeigen, können Aspekte wie das Erscheinungsbild oder die gezeigte Umgebung angegriffen werden, wobei weiblich gelesene Personen anders kommentiert werden als männlich gelesene (Döring und Mohseni 2020). Studien zeigen, dass weiblich gelesene Expert\*innen in gemischten Diskursen häufiger ihre Expertise rechtfertigen müssen oder infrage gestellt werden (Karpowitz und Mendelberg 2014; Brescoll 2011). Dies lässt sich durch Konzepte wie epistemische Ungerechtigkeit (Fricker 2007) oder Gendered Backlash (Döring und Mohseni 2020) erklären, die auf systematische Vorurteile gegenüber weiblicher Wissenschaftshinweisen. Es gibt darüber hinaus auch besondere Eigenschaften Forschender, die angegriffen werden können, wie ihr akademischer Grad oder die Institution, an der sie

forschen (Elsherif et al. 2022). Die Inhalte, die angegriffen werden, gestalten sich in der Wissenschaftskommunikation anders als in anderen Kommunikationsarten. Fachgebiete und konkrete Themen haben unterschiedliche Alltagsbezüge und ihre mediale Präsenz und Wahrnehmung unterscheiden sich ebenfalls. Themen rund um die Klimakrise werden oft besonders stark diskutiert (Cox und Depoe 2022; Peeples und Murphy 2022).

Um Unterstützungsangebote für Forschende bei ihrer Wissenschaftskommunikation entwickeln zu können, ist es notwendig, die Bandbreite dieser Angriffe besser einordnen und ein vertieftes Verständnis herstellen zu können. Dafür bedarf es differenzierter Einblicke in die Kommentarspalten (Grommes, Frick und Barina 2025). Das bedeutet auch, dass Angriffe und ihre konkreten Aktionen, wie etwa Beleidigung oder Vorwurf, in Verbindung mit den adressierten Ebenen (Inhalt oder Person) und dem dortigen Angriffsziel (wie Fachgebiet oder Gender) verknüpft werden müssen. In diesem Beitrag werden die Ergebnisse einer solchen Studie vorgestellt, die Kommentarspalten von TikTok-Videos zur Energiewende in den Fokus nimmt und herausarbeitet, welchen Arten von Angriffen Forschende alltäglich ausgesetzt sind und welche Aspekte genau angegriffen werden. Zum besseren Verständnis wird zunächst kurz auf Besonderheiten des Forschungsfelds Energiewende sowie danach auf solche der Plattform TikTok eingegangen.

## 2 Energiewende

Die Energiewende ist ein politischer und wirtschaftlicher Prozess mit dem Ziel, die Energieversorgung von fossilen Brennstoffen auf erneuerbare Energien umzustellen, um die Klimakrise zu bekämpfen und eine nachhaltige Energiezukunft zu ermöglichen. Auch wenn einige Studien mittlerweile von einer gesellschaftlichen Befürwortung für die Ziele der Energiewende berichten (Hübner et al. 2020), mangelt es nach wie vor an Engagement und gesamtgesellschaftlicher Bereitschaft, die wirtschaftlichen und sozialen Kosten für die Förderung der erneuerbaren Energien und den Ausbau der Stromnetze zu tragen.

Die zunehmende Polarisierung in der öffentlichen Debatte um die Energiewende spiegelt sich in den sozialen Medien wider (Momberger und Bieckmann 2022). Dort kommt es häufig zu persönlichen Angriffen auf Personen, die sich für die Energiewende einsetzen. Dieses Phänomen ist auch international zu beobachten (Mey 2019). Es gibt mehrere Ursachen, warum die Diskussion um die Energiewende so kontrovers geführt wird. Dazu zählt, dass der Umbau des Energiesystems ein tiefgreifender und komplexer Prozess ist, der mit vielen Veränderungen und Herausforderungen verbunden ist. Insbesondere die Einführung erneuerbarer Energiequellen und die damit verbundene Umstellung von fossilen Brennstoffen auf nachhaltige Alternativen erfordert erhebliche Investitionen und Infrastrukturmaßnahmen, die oft mit hohen Kosten und Unannehmlichkeiten für die betroffenen Gemeinden verbunden sind. Diese Veränderungen können Frustration, Angst und Wut auslösen. Ein weiterer Grund für die polarisierte Debatte ist die Verbreitung von Fehlinformationen und Vorurteilen. Insbesondere in den sozialen Medien wird die Debatte häufig von Personen und Gruppen mit bestimmten Interessen und Ideologien dominiert, die absichtlich Desinformation betreiben,

unbewusst Falschinformationen verbreiten (Turčilo und Obrenović 2020) oder politisch motivierte Argumente für ihre Ansichten verwenden (Brettschneider 2019).

### 3 TikTok

Soziale Medien bieten eine niedrighschwellige Möglichkeit für Forschende, Wissenschaftskommunikation zu platzieren und mit Menschen digital in Kontakt zu treten. Sie bieten ein Medium für den Informationsaustausch und ermöglichen die Einbindung verschiedener Personengruppen. Auf TikTok passiert die Einbindung primär durch Kommentare; die erreichten Personengruppen werden durch den Algorithmus bestimmt (Habibi und Salim 2021).

Aufgrund der gefühlten Nähe zwischen Konsumierenden und Produzierenden und der Diskursmöglichkeiten wird TikTok als gut geeignete Plattform für moderne Wissenschaftskommunikation angesehen (Zimmermann 2021).

Interpersonale Kommunikation zeigt sich in Fallstudien zur Energiewende als zentrale Kommunikationsmethode, um Bürger\*innen zu erreichen (Bräuer 2017). Die Plattform TikTok nutzt diese Ansprache, da sich die Creator\*innen oft selbst filmen und die Zuschauer\*innen so das Gefühl haben, sich in einem direkten bilateralen Gespräch zu befinden. Die Ansprache kann eine direkte Videoantwort auf einen Kommentar oder ein Video sein. Bei Letzterem unterscheidet man zwischen Stitches (Einfügen des eigenen Videos hinter das Video, auf das man reagiert) und Duetten (Einfügen des eigenen Videos, das gleichzeitig mit dem Video, auf das man reagiert, abgespielt wird) (TikTok 2025).

### 4 Methodik

Da eine der Autorinnen dieses Beitrags zugleich die Betreiberin des TikTok-Kanals @energiewende.erklaert ist, der untersucht wird, wurde eine Methodik entwickelt, die Selbstbeforschung bestmöglich vermeidet, aber gleichzeitig fachliche Expertise und Zugang zu den Kanaldaten einbindet (Grommes, Frick und Barina 2025). Dazu wurde unter anderem klar zwischen qualitativer und quantitativer Analyse getrennt und die Betreiberin hatte während des Codings lediglich eine punktuell beratende Funktion bei Fachfragen. Im Folgenden werden die weiteren hier relevanten Aspekte der Methodik kurz zusammengefasst.

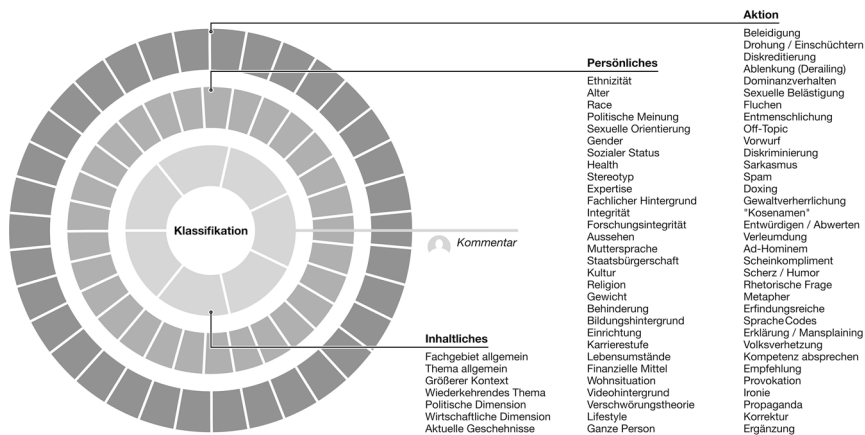
Basierend auf einem gemeinsam festgelegten Zeitplan, erstellte die Betreiberin von @energiewende.erklaert von November bis Mitte Dezember 2022 zwölf Videos. Die inhaltliche Verantwortung lag bei ihr, es handelte sich jedoch stets um Antworten auf Fragen aus ihren Kommentarspalten. Nach vier Tagen wurden von jedem TikTok-Video die Kommentare heruntergeladen, nachdem vorab die durch den TikTok-Algorithmus vorgefilterten<sup>1</sup> Kommentare von der Betreiberin freigeschaltet wurden. So entstand ein

1 TikTok bietet einen Filter für Kommentare, der die Veröffentlichung bestimmter Kommentararten zurückhält. Dieser Filter lässt sich nicht deaktivieren. Für diese Studie wurde er auf die Einstellung »Weniger Kontrolle« gesetzt, sodass so wenig Kommentare wie möglich herausgefiltert wurden.

Korpus, bei dem jedes Video mit seinen Metadaten und Kommentaren ein Diskursfragment darstellt (Gredel und Mell 2022). Insgesamt gab es 1.326 Kommentare, von denen im ersten Schritt 548 als polarisierend eingestuft wurden. Der grobe methodische Rahmen (Fedtke und Wiedmann 2020) wurde dabei mit einer Inhaltsanalyse kombiniert (Mayring 2015), um Angriffe sowie deren inhaltliche und persönliche Ziele herauszuarbeiten (Peeples und Murphy 2022). Dabei handelt es sich um Angriffe, die nicht nur auf die angesprochene Person direkt abzielen, sondern auch die gebotene Bühne nutzen, um Menschen gegeneinander aufzubringen oder auseinanderzubringen (Grommes, Frick und Barina 2025). Im Anschluss wurden die polarisierenden Kommentare in für die Analyse *relevant* (n = 420) und *nicht relevant* (n = 128) eingeteilt. Relevante Kommentare erfüllten mindestens eines der folgenden Kriterien:

- First-Level-Kommentar (keine Antwort auf einen anderen Kommentar)
- klarer inhaltlicher Bezug zum Video
- richtet sich gegen eine Personengruppe oder
- richtet sich gegen die im Video auftretende(n) Person(en)

Abb. 1: Klassifikation polarisierender Kommentare (Grommes, Frick und Barina 2025; CC BY 4.0 Anne Karrenbrock)



Im nächsten Schritt wurde ein vorab deduktiv abgeleitetes und mit einem Testkorpus induktiv weiterentwickeltes Kategorienschema auf die 420 relevanten polarisierenden Kommentare angewendet. Dabei verfeinerte sich das Kategorienschema iterativ weiter (Bender et al. 2022) zu seiner finalen Form (Abb. 1): Jeder polarisierende Kommentar ist dabei mindestens einer Aktion (äußerer Ring) zugeordnet. Je nach Aktion werden darüber hinaus die adressierten persönlichen (mittlerer Ring) und inhaltlichen (innerer Ring) Aspekte vergeben. Ein Kommentar kann dabei mehrere Aktionen beinhalten, die

Diese Kommentare können nach manueller Durchsicht entweder freigeschaltet oder gelöscht werden. Für diese Studie wurden alle herausgefilterten Kommentare vor dem Kommentardownload freigeschaltet.

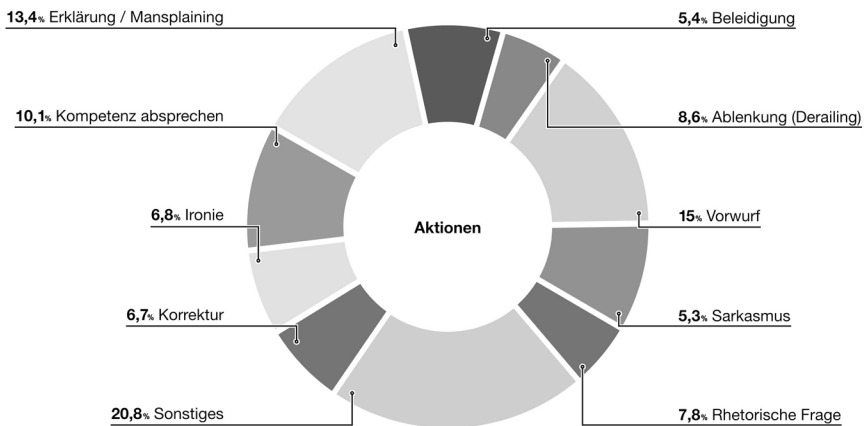
sich jeweils auf einen oder mehrere unterschiedliche persönliche und inhaltliche Aspekte beziehen.

## 5 Ergebnisdiskussion

In den 420 relevanten polarisierenden Kommentaren wurden insgesamt 893 Aktionen identifiziert, die 450-mal persönliche Aspekte von Personen oder Gruppen und 925-mal inhaltliche Aspekte der Videos adressierten. Im Durchschnitt führte jeder Kommentar also etwa zwei Aktionen aus, jede zweite Aktion adressierte einen persönlichen Aspekt einer Person oder Gruppe und jede Aktion einen inhaltlichen Aspekt. Im Folgenden wird auf die Nennung konkreter Beispiele verzichtet, um einerseits den Angriffen nicht erneut eine Bühne zu bieten und andererseits keine Rückwärtsidentifikation der Kommentierenden zu ermöglichen.

### Aktionen

Abb. 2: Prozentuale Verteilung der vorgefallenen Aktionen in allen polarisierenden und für die Studie relevanten Kommentaren (CC BY 4.0 Anne Karrenbrock)

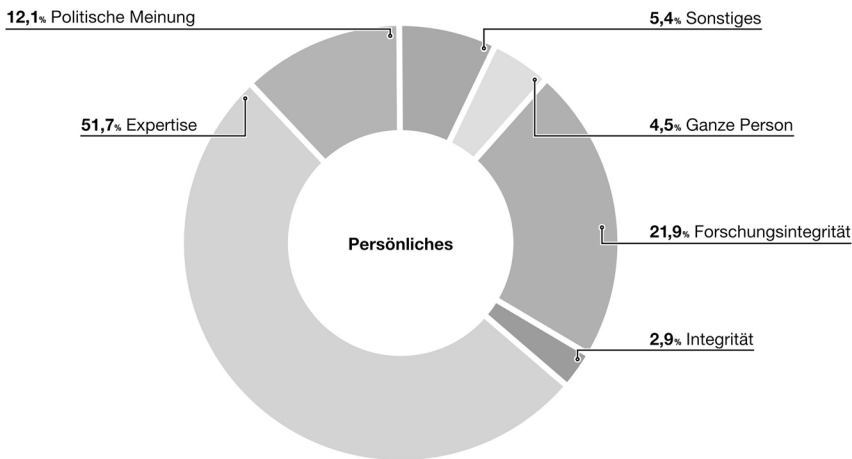


Von den 893 identifizierten Aktionen kommt der *Vorwurf* 134-mal (15,0 %) vor und damit am häufigsten, dicht gefolgt von 120-mal (13,4 %) *Erklärung/Mansplaining*. Der Schrägstrich in dieser Kategorie stellt keine Gleichsetzung der Begriffe dar, sondern eine kategoriale Zusammenfassung, da aus externer Sicht nicht eindeutig beurteilt werden kann, ob ein Kommentar als erläuternde Aussage oder als Mansplaining zu interpretieren ist (Grommes, Frick und Barina 2025). An dritter Stelle steht *Kompetenz absprechen* mit 90 Vorfällen (10,1 %). Abb. 2 zeigt die Verteilung der häufigsten Aktionen. Für die Grafik wurde ein Schwellenwert von mindestens 5 % aller vorgefallenen Aktionen angelegt, die weiteren Aktionen sind in der Kategorie *Sonstiges* abgebildet. Die seltensten

Aktionen sind *Diskriminierung*, *Kosename*, *Ad-Hominem*<sup>2</sup> und *Volksverhetzung*<sup>3</sup> mit je einem Vorfall sowie *Entmenslichung* und *Doxing*<sup>4</sup> mit je zwei Vorfällen. Im Untersuchungszeitraum treten *Drohung/Einschüchtern*, *sexuelle Belästigung*, *Spam*, *Gewaltverherrlichung*, *Codes* und *Metapher* gar nicht auf. Ein Sonderfall ist hierbei die Aktion *Codes* (Scheffler, Solopova und Popa-Wyatt 2021), da es möglich ist, dass potenzielle Codes nicht als solche erkannt wurden, da sie sich meist in geschlossenen Gruppen bilden und ihre Bedeutung nicht immer nach außen getragen wird.

## Persönliche Aspekte

Abb. 3: Prozentuale Verteilung der adressierten persönlichen Aspekte in allen polarisierenden und für die Studie relevanten Kommentaren (CC BY 4.0 Anne Karrenbrock)



Bei den 450 persönlichen Aspekten einer Person oder Gruppe, die in den polarisierenden und für die Studie relevanten Kommentaren adressiert bis angegriffen wurden, liegt die *Expertise* mit 231 Vorfällen (52 %) mit Abstand an der Spitze. Die *Forschungsintegrität* mit 98 (22 %) und die angenommene *politische Meinung* mit 54 (12 %) Vorfällen liegen deutlich dahinter. Abb. 3 zeigt die Verteilung der häufigsten persönlichen Aspekte. Für die Abbildung wurde ein Schwellenwert von mindestens 2 % aller adressierten persönlichen Aspekte angelegt. Weitere Aspekte sind gruppiert in der Kategorie *Sonstiges*. Am seltensten adressiert werden *Staatsbürgerschaft*, *Lebensumstände* und *Videohintergrund* mit je einem Vorfall sowie *Health* mit zwei und *Alter*, *Gender*, *Aussehen* und *Wohnsituation* mit

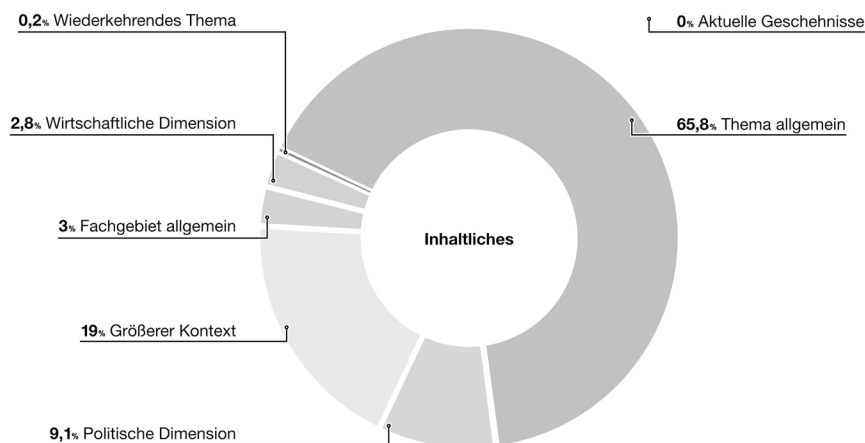
- 2 Ad-Hominem ist ein Scheinargument, das auf persönliche Umstände, Aktionen oder Eigenschaften zielt. Anstatt auf das vorgebrachte Argument einzugehen, wird die Person selbst angegriffen.
- 3 Volksverhetzung ist hier definiert als das Aufhetzen gegen eine Volksgruppe, böswillige Beschimpfungen, Verächtlichmachung, Leugnen historischer Verbrechen oder Anstachelung zum Rassismus.
- 4 Doxing beschreibt die Praxis, personenbezogene Daten zu veröffentlichen und die betroffene(n) Person(en) somit außerhalb des digitalen Raums angreifbar zu machen.

jeweils drei Vorfällen. Nie adressiert oder angegriffen werden *Ethnizität, Race, sexuelle Orientierung, sozialer Status, Stereotyp, Muttersprache, Kultur, Gewicht, Behinderung, Einrichtung, Karrierestufe* und *finanzielle Mittel*. Das kann in direkter Abhängigkeit zu den Ausprägungen dieser Kategorien oder deren Unsichtbarkeit bei der Kanalbetreiberin stehen.

## Inhaltliche Aspekte

Bei den 925 inhaltlichen Aspekten, die in den relevanten polarisierenden Kommentaren adressiert wurden, liegt das *Thema allgemein*, also das Thema des jeweiligen Videos, mit 609 Vorfällen (66 %) mit Abstand an der Spitze. Der *Größere Kontext* – bei der Energiewende ist das beispielsweise die Klimakrise – stellt mit 176 Vorfällen (19 %) den nächsten inhaltlichen Aspekt, gefolgt von der *politischen Dimension*, also beispielsweise Bezüge auf politische Parteien oder deren Programme, mit 84 Vorfällen (9 %). Abb. 4 zeigt die Verteilung der häufigsten inhaltlichen Aspekte. Mit nur zwei Vorfällen wird ein *wiederkehrendes Thema* am seltensten erwähnt. Dabei handelt es sich um heiß diskutierte Themen, die allerdings nicht im konkreten Video vorkommen, wie Grundlast oder Vogelschlag an Windrädern. Gar nicht adressiert werden *aktuelle Geschehnisse*. Die zwei Videos mit den meisten Kommentaren thematisieren Aspekte der Elektromobilität und wirtschaftliche Rahmenbedingungen der Energiewende. Obwohl diese Videos mit wirtschaftlichen Aspekten und genauen Zahlen mehr Interaktion aufweisen, wird die *wirtschaftliche Dimension* insgesamt nur in 26 Kommentaren (3 %) angesprochen.

Abb. 4: Prozentuale Verteilung der adressierten inhaltlichen Aspekte in allen polarisierenden und für die Studie relevanten Kommentaren (CC BY 4.0 Anne Karrenbrock)



## Kombination der Aktionen und persönlichen Aspekte

Die Klassifizierung in drei Ebenen erlaubt es, Zusammenhänge zwischen Aktionen, persönlichen und inhaltlichen Aspekten zu identifizieren. So zeigt sich, dass die häufigste

Aktion *Vorwurf* (134) vor allem die *Expertise* (64) und die *Forschungsintegrität* (47) adressiert. Der am häufigsten adressierte persönliche Aspekt *Expertise* (231) wird meist in Form von *Kompetenz absprechen* (72) oder als *Vorwurf* (64) angegriffen. Mit 76,6 % zielt der meiste *Sarkasmus* (47) auf die *Expertise* (36) ab. Bei der Aktion *Beleidigung* (48) fokussiert sich der größte Anteil ebenfalls auf die *Expertise* (18), gefolgt von der angenommenen *politischen Meinung* (8). Der einzige als *Diskriminierung* klassifizierte Kommentar zielt auf das *Gender* ab.

Bei der Betrachtung des Zusammenspiels mehrerer Aktionen in einem Kommentar oder des Themas und der angesprochenen Person/Gruppe fallen Besonderheiten auf: Jede Aktion in der Kategorie *Ad-Hominem* zielt gleichzeitig auch auf die *Integrität* ab. Die Handlungen *Provokation* und *rhetorische Frage* treten häufig gemeinsam auf, da die Unterscheidung sehr fein ist. Die Kombination von *Vorwurf* und *Erklärung/Mansplaining* wird häufig gefunden (39). Die Aktion *Beleidigung* richtet sich am häufigsten gegen die *Expertise* (18 von 48). Kommentare, die als *Sarkasmus* klassifiziert wurden, zielen ebenfalls häufig auf die *Expertise* ab (36 von 47). Nur 19 der 77 als *Ablenkung* klassifizierten Kommentare richten sich gegen eine Person oder Gruppe. Die Hälfte der als *Dominanz* (8 von 16) klassifizierten Kommentare zielt auch auf die *Expertise* ab. Sechs von acht als *Herabwürdigung/Abwertung* klassifizierten Kommentaren zielen auf die *Expertise*, davon zwei zusätzlich auf die *politische Einstellung* bzw. den *Bildungshintergrund*. Die überwiegende Mehrheit der als *Scheinkomplimente* klassifizierten Kommentare (4 von 6) zielen auf die *Expertise*, einer davon zusätzlich auf die *Integrität der Forschung*.

## 6 Fazit

Anhand des Fallbeispiels wurde untersucht, welchen inhaltlichen und persönlichen Angriffen eine auf TikTok mit der Öffentlichkeit über Fragen der Energiewende kommunizierende Forscherin in ihren Kommentarspalten ausgesetzt ist. Dabei zeigte sich, dass der Anteil polarisierender Kommentare im Untersuchungszeitraum mit 41 % nicht vernachlässigbar ist. Bei den dabei angegriffenen persönlichen Aspekten standen mit 51 % die *Expertise* und mit 22 % die *Forschungsintegrität* der Kanalbetreiberin und somit größtenteils forschungsrelevante Aspekte im Fokus. Erst danach wurde ihre vermeintliche politische Meinung mit 12 % thematisiert. Die persönlichen Aspekte, die auf Basis der allgemeinen Klassifikationen für Personen im digitalen Raum im Allgemeinen zu erwarten waren, spielten eine deutlich geringere Rolle. Bei den Aktionen dominierte mit 15 % der *Vorwurf*, meist gepaart mit Angriffen auf die *Expertise*. Auch die zwei nächsthäufigen Aktionen zielten klar auf die akademischen Fähigkeiten ab: Kommentierende erklärten der Forscherin ihr eigenes Fachgebiet oder sprachen ihr direkt und ohne Umwege die Kompetenz ab.

Direkte Bezüge zum Gender der Wissenschaftskommunikatorin gab es in den polarisierenden Kommentaren kaum. Allerdings können auch Kommentare, die ihr die *Expertise* oder *Forschungsintegrität* absprechen oder als *Erklärung/Mansplaining* klassifiziert wurden, indirekt mit Gender zusammenhängen. Hier zeigt sich die Limitation der vorgestellten Studie, da mit der genutzten Methode die tiefer liegenden möglichen Beweggründe der Kommentierenden weder direkt noch indirekt abgeleitet werden



können, z. B. über den Vergleich zwischen den Kommentarspalten von Videos gleichen Inhalts und gleichen Settings, aber mit Creator\*innen unterschiedlicher Gender. Diese werden jedoch in einem weiterführenden Forschungsprojekt der TH Köln<sup>5</sup> untersucht.

Auch wenn argumentiert werden kann, dass einzelne Kommentare nicht zwingend oder für sich genommen problematisch sind, kann ihre Menge, Persistenz und Vielfalt kommunizierende Forschende einschüchtern oder gar von weiterer Kommunikation abhalten. Andererseits kann aber auch bereits eine einzelne Nachricht einen Menschen emotional stark belasten oder zum Verlust des Sicherheitsgefühls führen (Nogrady 2021). Letztendlich führen solche Angriffe dazu, dass Kommunizierende ihr Verhalten anpassen – bis hin zur Vermeidung – und sich ggf. emotionale und/oder professionelle Unterstützung suchen (Seeger et al. 2024). In solchen Situationen sind sowohl bewusster Selbstschutz (Frick und Seltmann 2023) als auch das Kontaktieren von spezialisierten Anlaufstellen (wie SciComm-Support<sup>6</sup>) zwei Ansätze, um mögliche Auswirkungen abzumildern, und beinahe schon eine Notwendigkeit in einer Welt voller Kommentarspalten.

## Literatur

- Bräuer, Marco. 2017. *Energiewende und Bürgerproteste: eine Untersuchung der Kommunikation von Bürgerinitiativen im Themenfeld Netzausbau*. Dissertation (13. März). NEU – Nachhaltigkeits-, Energie- und Umweltkommunikation, Bd. 4. hg. von Jens Wolling, Heinz Bonfadelli, Mike Schäfer und Oliver Quiring. Ilmenau: Universitätsverlag Ilmenau. [https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt\\_derivate\\_00038051/ilm1-2016000757.pdf](https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00038051/ilm1-2016000757.pdf) (zugegriffen: 24. Juni 2025).
- Brescoll, Victoria L. 2011. Who Takes the Floor and Why: Gender, Power, and Volubility in Organizations. *Administrative Science Quarterly* 56, Nr. 4 (Dezember): 622–641. <https://doi.org/10.1177/0001839212439994>.
- Brettschneider, Frank. 2019. Bau- und Infrastrukturprojekte – mit dialogorientierter Kommunikation Konflikten vorbeugen: *Zeitschrift für Konfliktmanagement* 22, Nr. 6 (1. Dezember): 204–208. <https://doi.org/10.9785/zkm-2019-220603>.
- Cox, Robert und Stephen Depoe. 2022. Emergence and growth of the field of environmental communication. In: *The Routledge Handbook of Environment and Communication*, 2. Aufl. London: Routledge: 13–32. <https://doi.org/10.4324/9781003119234-3>.
- Döring, Nicola und M. Rohangis Mohseni. 2020. Gendered hate speech in YouTube and YouNow comments: Results of two content analyses. *Studies in Communication and Media* 9, Nr. 1: 62–88. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2020-1-62>.

5 Das Projekt MPower wird im Rahmen der DATIpilot-Innovationssprints vom BMFT im Zeitraum vom 01.07.2024 bis zum 31.12.2025 gefördert. Ziel des Projekts MPower ist es, die spezifischen Informationsbedürfnisse wesentlicher Stakeholder\*innengruppen der Energiewende (Kritiker\*innen sowie die stille Mehrheit) zu erfassen und diese mithilfe der Social Construction of Technology und innovativer Kommunikationsformate zu adressieren. Im Rahmen des Projekts wurde ein »Get-iT@TH Köln-Fellowship« für Geschlechteraspekte in Forschung und Transfer vergeben. Dabei werden Genderaspekte in der Energiewendekommunikation erforscht.

6 <https://scicomm-support.de> (abgerufen am 24.06.2025).

- Elsherif, Mahmoud Medhat, Sara Lil Middleton, Jenny Mai Phan, Flavio Azevedo, Bethan Joan Iley, Magdalena Grose-Hodge, Samantha Lily Tyler u. a. 2022. Bridging Neurodiversity and Open Scholarship: How Shared Values Can Guide Best Practices for Research Integrity, Social Justice, and Principled Education. Preprint. *MetaArXiv* (letztes Edit: 3. Februar 2025). <https://doi.org/10.31222/osf.io/k7a9p>.
- Fedtke, Cornelia und Wiedemann, Gregor. 2020. Hass- und Gegenrede in der Kommentierung massenmedialer Berichterstattung: Eine computergestützte kritische Diskursanalyse. In: *Soziale Medien*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 91–120. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-30702-8\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-658-30702-8_5).
- Frick, Claudia und Melanie Seltmann. 2023. Referenzrahmen für eigenständige digitale Wissenschaftskommunikation durch Forschende. *Zeitschrift für digitale Geisteswissenschaften (ZfdG), Working Papers*, 3 (15. Juni). [https://doi.org/10.17175/wp\\_2023b](https://doi.org/10.17175/wp_2023b).
- Fricker, Miranda. 2007. *Epistemic Injustice: Power and the Ethics of Knowing*. Oxford: Oxford University Press.
- Gredel, Eva und Ruth M. Mell. 2022. Digitale Diskursfragmente. In: *Diskurse – digital. Theorien, Methoden, Anwendungen*, hg. von Eva Gredel. Berlin: De Gruyter, 47–74. <https://doi.org/10.1515/9783110721447-004>.
- Grommes, Eva-Maria, Claudia Frick und Jana Barina. 2025. Wissenschaftskommunikation auf TikTok (selbst) beforschen. Design einer Kommentaranalyse zu Videos über die Energiewende. In: *TikTok – Memefication und Performance: Interdisziplinäre Zugänge*, hg. von Friederike Fischer, Simon Meier-Vieracker und Lisa Niendorf. Digitale Linguistik, Bd. 2. Berlin/Heidelberg: J.B. Metzler, 233–253. [https://doi.org/10.1007/978-3-662-70712-8\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-662-70712-8_7).
- Habibi, Sarah A. und Lidya Salim. 2021. Static vs. Dynamic methods of delivery for science communication: A critical analysis of user engagement with science on social media. *PLOS ONE* 16, Nr. 3 (März): e0248507. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0248507>.
- Hübner, Gundula, Johannes Pohl, Jan Warode, Boris Gotchev, Dörte Ohlhorst, Michael Krug, Steven Salecki und Wolfgang Peters. 2020. Akzeptanzfördernde Faktoren erneuerbarer Energien. *BfN-Skripten* 551[e]. Bonn: Bundesamt für Naturschutz. <https://doi.org/10.19217/skr551>.
- John M. Meyer. 2023. Power and Truth in Science-Related Populism: Rethinking the Role of Knowledge and Expertise in Climate Politics. *Political Studies* 72, Nr. 3 (20. März): 845–861, <https://doi.org/10.1177/00323217231160370>.
- Karpowitz, Christopher F. und Tali Mendelberg. 2014. *The Silent Sex: Gender, Deliberation, and Institutions*. Princeton (NJ): Princeton University Press.
- Mayring, Philipp. 2015. *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken*, 12., überarb. Aufl. Weinheim/Basel: Beltz.
- Mey, Franziska. 2019. Energiewende in Australien: Polarisierungstendenzen in der Diskurskultur? In: *Energiewende in Zeiten des Populismus*, hg. von Jörg Radtke, Weert Canzler, Miranda A. Schreurs und Stefan Wurster. Reihe Energietransformation. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 181–207. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-26103-0\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-658-26103-0_6).
- Momberger, Cathérine und Rabea Bieckmann. 2022. Soziales Spannungsfeld Rheinisches Revier – Einstellungen und öffentliche Diskussionen zur Energiewende. *Umkämpfte Zukunft Zum Verhältnis von Nachhaltigkeit, Demokratie und Konflikt*, hg. von Julia

- Zilles, Emily Drewing und Julia Janik. Soziale Bewegung und Protest, Band 7. Bielefeld: transcript, 217–233. <https://www.transcript-verlag.de/media/pdf/03/35/9c/0a978383946300okjb5gmoxs3L10.pdf> (zugegriffen: 24. Juni 2025).
- Nogrady, Bianca. 2021. ›I hope you die‹: how the COVID pandemic unleashed attacks on scientists. *Nature* 598, Nr. 7880 (14. Oktober): 250–253. <https://doi.org/10.1038/d41586-021-02741-x>.
- Peeples, Jennifer und Mollie Murphy. 2022. Discourse and rhetorical analysis approaches to environment, media, and communication. In: *The Routledge Handbook of Environment and Communication*, 2. Aufl. London: Routledge: 50–62. <https://doi.org/10.4324/9781003119234-5>.
- Scheffler, Tatjana, Veronika Solopova und Mihaela Popa-Wyatt. 2021. The Telegram Chronicles of Online Harm. *Journal of Open Humanities Data* 7 (Juli): 8. <https://doi.org/10.5334/johd.31>.
- Seeger, Christina, Lena Frischlich, Magdalena Obermaier, Ursula K. Schmid und Heidi Schulze. 2024. Hate Speech und Angriffe auf Wissenschaftler\*innen: Ein Forschungsüberblick. Transfer Unit Wissenschaftskommunikation. <https://transferunit.de/thema/hate-speech-und-angriffe-auf-wissenschaftlerinnen/> (zugegriffen: 4. Juni 2025).
- TikTok. 2025. Erstellen von Videos: Duett und Stitch. <https://support.tiktok.com/de/using-tiktok/creating-videos> (zugegriffen: 25. Juni 2025).
- Turčilo, Lejla und Mladen Obrenović. 2020. Misinformation, Disinformation, Malinformation – A Companion to Democracy. Heinrich-Böll-Stiftung. <https://www.boell.de/en/2020/08/25/misinformation-disinformation-malinformation> (zugegriffen: 4. Juni 2025).
- Zimmermann, Vanessa. 2021. Eignet sich TikTok als Medium für die heutige externe Wissenschaftskommunikation? Bachelorarbeit am Institut für Informationswissenschaft der Technischen Hochschule Köln. 1. Juli. <https://publiscologne.th-koeln.de/frontdoor/index/index/docId/1788> (zugegriffen: 24. Juni 2025).

