

ÖFFENTLICHE MEINUNG UND SOZIALE NETZWERKE

Marlene Mertens

Universität Leipzig

1. Öffentliche Meinung
2. Die Theorie der Schweigespirale
3. Massenmedien und Medienwirkung
4. Internet und Soziale Netzwerke
5. Beispiele
 - Arabischer Frühling 2011 (Ägypten)
 - US-Wahl 2016: Social Bots und Microtargeting
 - Bundestagswahl 2017: Twitterstrategien der Afd
 - Cancel Culture 2020
6. Ausblick

ÖFFENTLICHE MEINUNG



Meinung

1. Persönliche Ansicht, Überzeugung, Einstellung o. Ä., die jemand in Bezug auf jemanden, etwas hat (und die sein Urteil bestimmt)
2. Im Bewusstsein der Allgemeinheit [vor]herrschende Auffassungen hinsichtlich bestimmter [politischer] Sachverhalte

öffentlich

1. Für jeden hörbar und sichtbar; nicht geheim
2. Für die Allgemeinheit zugänglich, benutzbar

Quelle:[3]

Ulrich Sarcinelli

„Öffentliche Meinung als politischer Begriff ergibt sich nicht automatisch aus der Addition individueller Meinungen, sondern aus der Wirkung von Meinungen als herrschende Meinung.“

Neidhardt

„...ein kollektives Produkt von Kommunikationen, das sich zwischen den Sprechern als 'herrschende' Meinung darstellt“

Noelle-Neumann

„Danach konstituiert sich die ö.M. aus politisch informierten, selbständig und rational urteilenden Bürgern und begreift sich als 'Korrelat von Herrschaft', das kritisch auf diese einwirkt“

Quelle:[17]

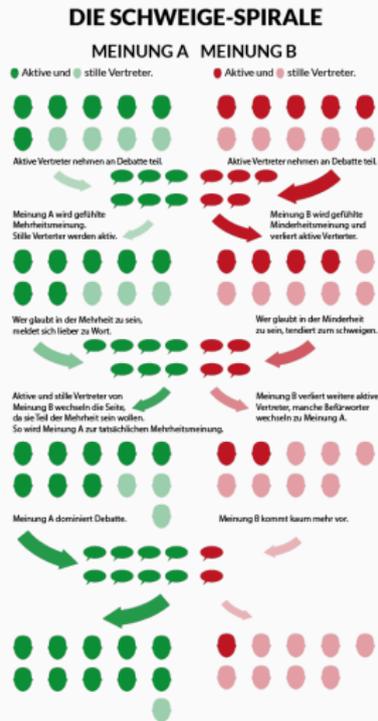
- In der Gesellschaft vorherrschendes Urteil zu Sachverhalten
- Öffentlichkeit ist Produkt der Aufklärung
- Als vermittelndes Element zwischen Staat und Gesellschaft
- Produkt aktiver Meinungspflege

Quelle:[17]

DIE THEORIE DER SCHWEIGESPIRALE

- Sozialpsychologischer Ansatz der Öffentlichen Meinung
- Voraussetzung: Vorhanden sein eines emotional aufgeladenen Themas
- Aussage: Minderheitsmeinung verstummt in der öffentlichen Debatte immer mehr
- Basiert auf Furcht der Individuen vor Isolation
- Liefert einen plausiblen Erklärungsrahmen für politische Einflüsse der Massenmedien
- Forschungsgegenstand: Wahlen in Deutschland und Themen wie Todesstrafe und Atomkraft

Quelle:[17], [14]



Quelle:[6]

- Annahme 1: Isolationsdrohung durch die Gesellschaft
- Annahme 2: Isolationsfurcht der Individuen
- Annahme 3: Meinungsklima wird durch Individuen beobachtet
- Annahme 4: Redebereitschaft wird durch Meinungsklima beeinflusst

Quelle: [14]

- Menschen können ein Meinungsklima wahrnehmen
- Mensch ändern mit leichter Verzögerung zum Meinungsklima ihre Meinung (unabhängig von Gesellschaftsschicht)
- Anhänger der Mehrheitsmeinung haben eine größere Redbereitschaft
- Redebereitschaft wird durch weitere Faktoren bestimmt: Alter, Geschlecht, Sozialer Status
- Die meisten Menschen schließen sich der Mehrheitsmeinung an, auch wenn diese offensichtlich falsch ist
- Es gibt Menschen, die keine Angst vor Isolation haben oder die Isolation in Kauf nehmen, um die Gesellschaft voranzubringen
- Massenmedien führen zu einem doppelten Meinungsklima

Quelle:[14]

MASSEN MEDIEN UND MEDIENWIRKUNG



- Informationsquelle
- Kommunikationsmittel das mittels Schrift, Ton und Bild öffentlich an ein anonymes, räumlich gestreutes Publikum weiter gegeben wird
- Zentrale Aufgabe in Demokratien:
 - Informationen beschaffen, bewerten und verbreiten
 - Kontrolle und Kritik an politischen Institutionen
 - Bürgern die Möglichkeit geben, mündig zu handeln und zu entscheiden
- Damals relevant: Fernsehen, Zeitung
- Heute relevant: Fernsehen, Internet, Zeitung, Radio

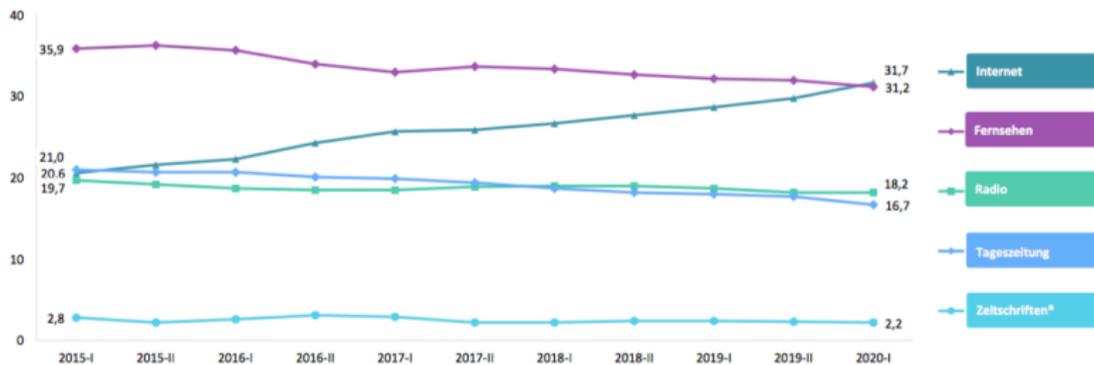
Quelle:[8]

- Vermitteln von Wissen
- Agenda Setting
- Framing
- Vermittlung von Meinungsklima
- Persuasion
- Handlungsimpulse

Quelle:[8]

Meinungsbildungsgewicht der Medien im Trend

Das Gewicht der Online-Medien steigt weiter, erstmals ist das Internet „gewichtiger“ als das Fernsehen. Aktueller Zugewinn geht vor allem zulasten von TV und Tageszeitungen. Radio und Zeitschriften vergleichsweise stabil.



Angaben in Prozent. *Zeitschriften, Wochenzeitungen oder Nachrichtenmagazine; Die Daten beziehen sich jeweils auf die letzten beiden Halbjahre (2020-I = 2. Halbjahr 2019 und 1. Halbjahr 2020)
Quelle: Mediengewichtsstudie 2020-I der Landesmedienanstalten, Kantar; Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=4.294

Medienvielfaltsmonitor 2020-I

28

die
medienanstalten

Quelle:[1]

Meinungsbildungsgewicht der Medien nach Altersgruppen – 2020-I

Klarer Zusammenhang zwischen Alter und Relevanz: Je älter, desto wichtiger sind das Fernsehen und die Tageszeitung. Je jünger, desto stärker dominiert das Internet als Informationsmedium.



Angaben in Prozent. *Zeitschriften, Wochenzeitungen oder Nachrichtenmagazine; Die Daten beziehen sich jeweils auf die letzten beiden Halbjahre (2020-I = 2. Halbjahr 2019 und 1. Halbjahr 2020)
Quelle: Mediengewichtsstudie 2020-I der Landesmedienanstalten, Kantar; Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=4.294

Medienvielfaltsmonitor 2020-I

29

INTERNET UND SOZIALE NETZWERKE

- Fülle an Informationen
- Schnelligkeit der Verbreitung
- Mediale Vielfalt
- Zuverlässigkeit und Wertigkeit
- Weniger staatliche Regulationen
- Pull-Medium
- Aktualität

Quelle:[18]

- Online-Dienste zum multimedialen Informationsaustausch und zur Kontaktpflege
- Unterschiede zum klassischen Web: Organisation um die Nutzer, nicht die Inhalte
- Bewegung im eigenen 'Meinungskokon' wird zusätzlich verstärkt
- Hilft Gleichgesinnte zu finden
- Auflösung von Journalisten als Gatekeeper
- Erfolgreichste Netzwerke: Facebook, YouTube, Instagram, Twitter

Nutzung von Angebotsklassen im Internet 2020 – mindestens einmal wöchentlich genutzt in %

	Gesamt	Frauen	Männer	14-29 J.	30-49 J.	50-69 J.	ab 70 J.
Messenger wie z. B. WhatsApp	80	81	78	98	90	75	47
Suchmaschinen wie Google	76	71	80	94	87	69	48
Lesen und Schreiben von E-Mails	65	64	67	68	75	64	48
Onlinecommunitys wie Facebook oder Instagram	36	37	35	80	42	19	5
Blogs, also Webtagebücher im Internet	5	4	5	8	8	2	1

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2020: n=3 003).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2020.



ONLINESTUDIE 2020

www.ard-zdf-onlinestudie.de

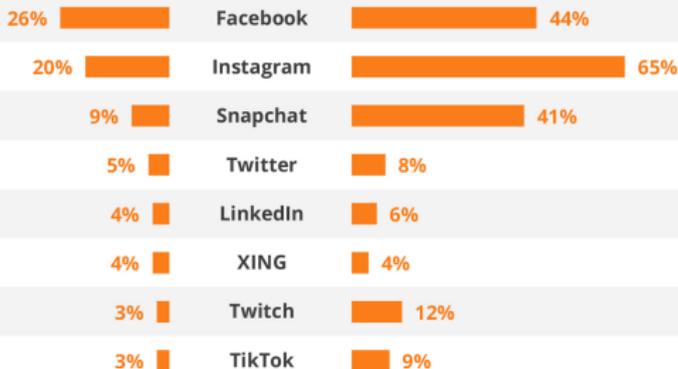


SOCIAL MEDIA NUTZUNG 2020

mindestens einmal wöchentlich

Erw. ab 14 J.

14 - 29 J.



Erstellt von GIM im Auftrag der ARD/ZDF-Forschungskommission

Quelle:[9]

1. Isolationsdrohung

- Besteht weiterhin, wird sogar verstärkt
- Bsp.: Shitstorm

2. Isolationsfurcht

- Könnte durch Anonymität ausgehebelt werden

3. Meinungsklima

- Meinungsklima wird falsch wahrgenommen
- Bewegung im eigenen 'Meinungskonkon'
- Annahme sich im Mehrheitslager zu befinden

4. Wie wird die Öffentliche Meinung beeinflusst?

- Ist die Redbereitschaft in Sozialen Netzwerken größer?
- Führt Diskussionen in Sozialen Netzwerken aneinander vorbei?

BEISPIELE



- Social Media als Werkzeug zur Selbstermächtigung, Liberalisierung und Demokratisierung
- Facebook zu Beginn wichtigste Medium zur Mobilisierung
- Berichterstattung zu Massenprotesten über Twitter und YouTube
- Zeitnahe Informationen und Bilder wurden genutzt um Massen zu mobilisieren
- Zusammenspiel von Social Media und TV: 'Revolutionssender' al-Jazeera strahlt Informationen von Twitter und Facebook aus

Quelle:[2]

- 'Datenschlacht'
- Social Bots auf Facebook und Twitter
 - Erzeugen künstlicher Relevanz
 - Verbreitung von Desinformationen
 - Lenken Diskussionen in gewünschte Richtung
- Microtargeting
 - Erstellen von Persönlichkeitsprofilen
 - Zuspitzen der Wahlwerbung auf möglichst kleine Zielgruppe
 - Gezielte Verbreitung von Negativinformationene über Clinton an Frauen und BIPOCs

Quelle:[4], [11]

- Gründung der Afd 2013
- Bundestagswahl 2013: Afd verpasst knapp den Einzug in den Bundestag (4.7%)
- Bundestagswahl 2017: Afd zieht vor FDP, Grünen und Linken in Bundestag (12.6%)
- Viele Afd Wähler informieren sich politisch hauptsächlich über das Internet (34%, Stand:2018)

- Schaffen einer eigene Öffentlichkeit -> Paralleldiskussion
- Stark personalisierte Strategie
- Mit privaten Accounts werden Schlagzeilen erzeugt und über Partei-Accounts verbreitet
- Großes Unterstützer-Netzwerk von inoffiziellen Accounts -> Erzeugen von künstlicher Relevanz
- 'Heranzüchten' von Accounts mit vielen Followern
- Ausschalten der Gegner durch Blockierfunktion

Quelle:[15], [16]

- 'Bekämpfung' von Diskriminierungsformen durch Bestrafung der Meinenden
- Einzelne werden an den medialen Prager für allgemeine gesellschaftliche Probleme gestellt
- Personen und Institutionen, die mit der beschuldigten Person zusammenarbeiten, werden zur Distanzierung von der Person gezwungen
- Diskussion wird im Keim erstickt
- Es gibt einen Unterschied zwischen legitimer Kritik und freiheitsrechtlicher Zensur

Quelle:[12]



(((David Shor))) @davidshor · 28. Mai

Post-MLK-assassination race riots reduced Democratic vote share in surrounding counties by 2%, which was enough to tip the 1968 election to Nixon. Non-violent protests *increase* Dem vote, mainly by encouraging warm elite discourse and media coverage.
[omarwasow.com/Protests_on_Vo....](https://omarwasow.com/Protests_on_Vo...)

Do Protests Matter? Evidence from the 1968 Black Insurgency

Omar Wasow*

February 2, 2017

Household Count	# of Black Voters	# of Democrats	% of Democrats
NI, CHI	114	0	0
DI, NI, CHI	127	17	13
NI, NI, CHI	140	17	12
DI, NI, NI, CHI	149	10	7
DI, NI, NI, CHI	160	10	6
DI, NI, NI, CHI	181	1,498	82
DI, NI, NI, CHI	194	194	100
DI, NI, NI, CHI	211	1,011	48

Table 1: Results of 10,000 counterfactual simulated elections with effect of violent protests on Democratic vote share estimated at $\alpha = 0.07$.

Figure 2 presents the expected allocation of electoral votes in the 1968 presidential election under the counterfactual scenario that Martin Luther King Jr. had not been assassinated on April 4th, 1968

Figure 1: Scatter plot of public opinion on the 'Most Important Problem,' 1950 to 1970. Each line represents the percentage of people answering that a particular issue is the most important problem in America for the sample and (top to bottom): Foreign policy, Economy, Social issues, and Peace in Vietnam. Lines represent a smoothed trend across polls (with Census). Data sources: News, Mueller, and Smith (1968); Low and Gissner (1968).

Figure 3: Two diagrams summarizing results of 48 Granger causality tests for relationships between elite discourse, protests and public opinion. Arrows point to which time series forecasts other data. Asterisks indicate statistical significance ($p < 0.05$; $**p < 0.01$; $***p < 0.001$). For more detail and full results, see Appendix Section 2. Data sources: (Shank and West 1993) and Carter (1984).

protest activity are predictive of changes in elite discourse ($p < 0.001$) and that elite discourse about civil rights can forecast changes in public opinion on civil rights ($p < 0.01$).

🗨️ 437
↻ 1.092
❤️ 2.116
📌

Quelle:[19]

AUSBLICK



- Moderationsregel in sozialen Netzwerken
- Kennzeichnen von irreführenden Beiträgen in Twitter
- Vorschlag: Verarbeitung von großen personenbezogenen Daten zu besteuern



D. W. K. Die Medienanstalten.

Medienvielfaltsmonitor 2020-I, 2020.

https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Themen/Forschung/Medienvielfaltsmonitor/Medienvielfaltsmonitor_2020-I.pdf



D. A. E. Difraoui.

Die Rolle der neuen Medien im Arabischen Frühling, 2011.

<https://www.bpb.de/internationales/afrika/arabischer-fruehling/52420/die-rolle-der-neuen-medien>



B. I. G. Duden.

Wörterbuch oder Synonyme, 2020.

<https://www.duden.de>.



D. Fischer.

Der Roboter als Wahlkampf helfer, 2016.

<https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/medien/social-bots-im-us-wahlkampf-der-roboter-als-wahlkampf-14756570.html>.



N. Frerichmann.

Wie das Internet unsere Meinung beeinflusst.

<https://www.mdr.de/medien360g/medienpolitik/digitale-meinungsbildung-100.html>, 2019.



M. P. Gerald Demmel.

Mit viel Lärm kann sich die Minderheit zur Mehrheit machen – Die 'Schweigespirale', 2018.

<https://kontrast.at/schweigespirale-noelle-neumann-erklaerung-medien/>



Gsohn.

Wie soziale Netzwerke die öffentliche Meinung in politischen Fragen beeinflussen, 2018.

<https://ichsagmal.com/2018/12/31/wie-soziale-netzwerke-die-oeffentliche-meinung-in-po>



U. Hasebrink.

Meinungsbildung und Kontrolle der Medien, 2016.

*[https://www.bpb.de/gesellschaft/
medien-und-sport/medienpolitik/172240/
meinungsbildung-und-kontrolle-der-medien](https://www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/medienpolitik/172240/meinungsbildung-und-kontrolle-der-medien)*.



G. im Auftrag der ARD/ ZDF-Forschungskommission.

Key Facts der ARD/ZDF-Onlinestudie, 2020.

*[https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/
ardzdf-onlinestudie/infografik/](https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/ardzdf-onlinestudie/infografik/)*.



A. F. Ingo Dachwitz, Simon Rebiger.

**Den Datenfischern die Netze kappen: Ideen gegen die
Marktmacht der Plattformen, 2018.**

*[https://netzpolitik.org/2018/
den-datenfischern-die-netze-kappen-ideen-gegen-die-m](https://netzpolitik.org/2018/den-datenfischern-die-netze-kappen-ideen-gegen-die-m)*



I. D. Jana Ballweber.

Wie Trump Millionen Schwarze Amerikaner:innen mit gezielter Werbung vom Wählen abhalten wollte, 2018.

<https://netzpolitik.org/2020/microtargeting-wie-trump-millionen-schwarze-amerikaner-abhalten-wollte/>



Y. Mounk.

Cancel-Culture: Kollektive Zensur.

Die Zeit, 13. August(34), 2020.



C. S. Natalie Beisch.

Internetnutzung mit großer Dynamik: Medien, Kommunikation, Social Media, 2020.

https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2020/0920_Beisch_Schaefer.pdf



E. Noelle-Neumann.

Öffentliche Meinung. Die Entdeckung der Schweigespirale.

Verlag Ullstein, Frankfurt/M; Berlin, 1991.



M. Reuter.

Treue Gefolgschaft – so twittert die AfD, 2018.

<https://netzpolitik.org/2017/treue-gefolgschaft-so-twittert-die-afd/>



M. Reuter.

Fälschen, züchten und verstärken: Fragwürdige Twitter-Tricks bei der AfD, 2019.

<https://netzpolitik.org/2019/faelschen-zuechten-und-verstaerken-fragwuerdige-twit>



U. Sarcinelli.

Öffentliche meinung.

In *Handwörterbuch des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland*, 7.Aufl. Andersen, Uwe/Wichard Woyke, Heidelberg: Springer VS, 2013.



P. Schulz, Anne/ Rössler.

Schweigspirale Online. Die Theorie der öffentlichen Meinung und das Internet.

Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden, 2013.



D. Shor.

Tweet vom 28.Mai 2020, 2020.

<https://twitter.com/davidshor/status/1265998625836019712>.