

Abstract:

Social Media und die öffentliche Meinung: „Welchen Einfluss haben Facebook-Likes und Facebook-Kommentare auf die Wahrnehmung der öffentlichen Meinung?“

Thomas Blumenhoven

Anastasiya Broytman

Jasmin Voigthaus

Betreuerin: Prof. Dr. Christiane Eilders

Im Fokus dieser Arbeit steht die Wahrnehmung der öffentlichen Meinung zu kontroversen Themen in Abhängigkeit von ihrer Darstellung und Bewertung auf Facebook. Dieses Projekt greift somit die Relevanz auf, dass der Einfluss von „klassischen“ Medien auf die öffentliche Meinung schon weitestgehend erforscht ist, aber der Stellenwert von durch nutzergenerierte Inhalte entstandene Social Media-Beiträgen in diesem Zusammenhang noch weitestgehend unklar ist.

Unter Betrachtung der theoretischen Hintergründe zur öffentlichen Meinung, der Schweigespirale, den Einflüssen von Social Media sowie den Wirkungen von Likes und Kommentaren als PublikumsKennzahlen sind unter Berücksichtigung des Forschungsstandes zwei Hypothesen aufgestellt worden. In diesen wird formuliert, dass die Wahrnehmung der öffentlichen Meinung zu den Themen „Zugehörigkeit des Islam zu Deutschland“ sowie „PKW-Maut“ davon abhängig ist, wie viele Likes beziehungsweise Kommentare bei provokanten Beiträgen zu diesen Themen vergeben worden sind. Einer größeren Anzahl Likes wird unterstellt, dass die in einem Facebook-Beitrag geschilderte Meinung als öffentliche Meinung wahrgenommen wird, während viele Kommentare laut Hypothese dazu führen, dass diese Meinung als kontrovers aufgefasst wird.

Um diese Aspekte zu klären, ist ein Online-Experiment unter 154 Facebook-Nutzern durchgeführt worden, denen entsprechende Beiträge und jeweils vier unterschiedliche Bewertungen (über Likes und Kommentare) dieser Beiträge vorgelegt wurden. Mithilfe eines Gruppenvergleiches ist es möglich gewesen, statistische Anhaltspunkte dafür zu finden, wie allein die Anzahl von Likes und Kommentaren die Wahrnehmung der öffentlichen Meinung sowie des öffentlichen Diskurses der beiden Themen beeinflusst. Zudem konnten weitere

Erkenntnisse darüber gewonnen werden, wie Likes und Kommentare bei Facebook genutzt und in welchen Kontexten sie verwendet werden.