

Einfluss digitaler sozialer Medien auf die öffentliche Meinung

Seit Jahren berichten verschiedene Studien ein abnehmendes Vertrauen in etablierte Medien. Gleichzeitig steigen die Nutzerzahlen von Plattformen wie Facebook, Twitter und Co. rapide an. Dabei stehen die digitalen sozialen Medien in der Kritik, durch Effekte wie Echokammern und Filterblasen kontroverse Diskussionen einzuengen oder gar ganz zu behindern.

Besonders betroffen könnten dabei solche Nutzer sein, die neben digitalen sozialen Medien wenige bis gar keine klassischen Medien nutzen, um sich über aktuelle Themen zu informieren. Während der Konsum klassischer Medien wie beispielsweise Tageszeitungen gerade bei jungen Nutzern deutlich geringer als in vorherigen Dekaden ausfällt, werden digitale soziale Medien umso intensiver genutzt. Vor dem Hintergrund der Bundestagswahl betrifft dies insbesondere das Segment der Erstwähler. Dennoch fehlt es an wissenschaftlich fundierten Untersuchungen, wie sich digitale soziale Medien auf die öffentliche und individuelle Meinungsbildung und damit schlussendlich auch auf das Wahlverhalten auswirken.

Die Forschung ist sich uneins. Ziel dieser Arbeit ist es deshalb, auf Grundlage einer systematischen Analyse der bestehenden Literatur und einer Auswertung vorliegender Tiefeninterviews, vorhandene Erkenntnisse hinsichtlich der Bedeutung digitaler sozialer Medien im Kontext politischer Wahlen zu diskutieren und zentrale Fragestellungen für die zukünftige Forschung zu identifizieren. Dabei sollen sowohl klassische Ansätze, wie auch die Fuzzy Set Methodik zur strukturierten Auswertung des Materials genutzt werden.

Einstiegsliteratur:

- Hölig, S.; Hasebrink, U. (2017): Reuters Institute Digital News Survey 2017 – Ergebnisse für Deutschland. Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts, 42).
- Moeller, J., de Vreese, C., Esser, F., & Kunz, R. (2014). Pathway to political participation: The influence of online and offline news media on internal efficacy and turnout of first-time voters. *American Behavioral Scientist*, 58(5), 689-700.
- Ragin, C. (2008): *Redesigning social inquiry: Fuzzy-sets and beyond*. University of Chicago Press, Chicago.