

Digitale Demokratie:
Chancen und Herausforderungen von sozialen Netzwerken

Bachelorarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades „Bachelor of Science (B.Sc.)“
im Studiengang Wirtschaftswissenschaft der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät
der Leibniz Universität Hannover

vorgelegt von

Name: Drees Vorname: Jan
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]

Prüfer: Prof. Dr. M. H. Breitner

Hannover, den 10.02.2017

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis	II
Abkürzungsverzeichnis	III
1 Einleitung	1
2 Theoretische Grundlagen.....	2
2.1 Soziale Netzwerke in Deutschland	2
2.2 Nutzungsmotive und Verhalten in sozialen Netzwerken	5
2.3 Politiker und Parteien in den sozialen Medien.....	7
3 Methodik und Vorgehen	11
4 Prozess der Meinungsbildung	16
4.1 Begriff der Meinung	16
4.2 Soziale Netzwerke als Nachrichten- und Informationsquelle	17
4.3 Soziale Medien und politische Kommunikation	22
4.4 Meinungsführer in sozialen Netzwerken.....	25
4.5 Technische Struktur der sozialen Netzwerke	29
5 Diskussion und Ergebnisse	33
6 Limitationen und Ausblick	35
7 Fazit	37
Literaturverzeichnis	IV
Ehrenwörtliche Erklärung.....	X

1 Einleitung

Die sozialen Netzwerke wie Facebook und Twitter sind seit einigen Jahren fest in den Alltag vieler Menschen integriert und haben die Kommunikationslandschaft grundlegend verändert. Sie erlauben es, Kontakte und Beziehungen zu pflegen und ermöglichen gleichzeitig den einfachen Zugang zu Informationen anderer Nutzer und Nutzerinnen¹. Längst haben auch Unternehmen, Journalisten und Politiker die Potentiale der sozialen Medien erkannt und nutzen diese für professionelle Zwecke. Hierbei ist zu beobachten, dass bestehende Kommunikationsstrukturen verändert oder neu erfunden werden.² Zum ersten Mal wurde die Rolle der sozialen Netzwerke und deren politische Bedeutung im Kontext des Arabischen Frühlings im Jahr 2011 deutlich, als Informationen und Meinungen über Facebook und Twitter mit der Weltöffentlichkeit geteilt werden konnten.³ In den darauffolgenden Jahren nahm die Bedeutung der sozialen Netzwerke im Bezug auf die öffentliche Meinungsbildung kontinuierlich zu. Doch spätestens seitdem die *Oxford Dictionaries* im Jahr 2016, motiviert durch den Aufstieg der sozialen Medien als Informationsquelle, das Wort „postfaktisch“ zum internationalen Wort des Jahres gewählt haben und der US-Präsident Twitter als bevorzugtes Kommunikationsmittel sieht, wurde die Relevanz der sozialen Netzwerke hervorgehoben.⁴

Daher soll in dieser Arbeit zum einen die Frage, wie der Prozess der politischen Meinungsbildung in den sozialen Netzwerken verläuft und zum anderen, die sich daraus ergebenden Chancen und Herausforderungen betrachtet werden. Dafür wurde die Arbeit in sieben Kapitel unterteilt. Im Anschluss an die Einleitung werden zunächst grundlegende Informationen vermittelt, um einen ersten Überblick über Thematik zu erhalten. In Kapitel 3 wird anschließend die Methodik, die zur Erstellung der Arbeit verwendet wurde, erläutert. Darauf aufbauend behandelt Kapitel 4 konkrete Faktoren, die im nachfolgenden Kapitel diskutiert werden. In diesem Zusammenhang werden sowohl die Ergebnisse aufgezeigt, als auch abschließend die Limitationen der Arbeit genannt und ein kurzer Ausblick aufgezeigt. Zuletzt wird im Hinblick auf die in der Einleitung gestellte Forschungsfrage ein finales Fazit gezogen.

¹ Gemeint sind stets beide Geschlechter. Aus Gründen der Lesbarkeit wird auf die Nennung beider Formen im weiteren Verlauf der Arbeit verzichtet.

² Vgl. Schmidt & Taddicken (2017), S. 5.

³ Vgl. Wolf (2013), S. 163.

⁴ Vgl. Tagesschau (2016); Heise (2017).

Wahlkampf, bei dem offenbar die Social Media Profile von Wählern analysiert wurden, um diese persönlich und emotional anzusprechen, zeigt die enorme Bedeutung der sozialen Medien für die Meinungsbildung auf politischer Ebene. In diesem Kontext wird erwartet, dass die Personalisierung von Ansprache und Information in Zukunft noch weiter zunehmen wird. Mit welchen Absichten und Folgen dies jedoch verbunden sein könnte, ist aktuell noch nicht klar abzusehen.⁸⁸

7 Fazit

Nachdem in den vorangegangenen Kapiteln unterschiedliche Aspekte der Meinungsbildung aus verschiedenen Perspektiven betrachtet wurden, soll nun ein abschließendes Fazit gezogen werden. Ziel dieser Bachelorarbeit war es die Frage zu beantworten, wie der Prozess der Meinungsbildung in sozialen Netzwerken verläuft. In diesem Zusammenhang sollten zudem potentielle Chancen und Herausforderungen aufgezeigt werden. Diesbezüglich wurden dem Leser zunächst die theoretische Grundlagen der Thematik dargelegt sowie die methodische Vorgehensweise dieser Arbeit erläutert. Der Hauptteil beinhaltet die separate Betrachtung von relevanten Faktoren der politischen Meinungsbildung und eine Diskussion der erarbeiteten Ergebnisse. In diesem Kontext wurden zudem Limitationen aufgezeigt und ein kurzer Ausblick gegeben.

Die zusammenfassende Betrachtung dieser Bachelorarbeit zeigt, dass die Meinungsbildung in den sozialen Netzwerken nicht nach einem bestimmten Muster verläuft, sondern vielmehr einem vielschichtigen und komplexen Prozess entspricht. Wird die Meinungsbildung jedoch als ein Vorgang, der von vielen Akteuren und Faktoren beeinflusst wird, interpretiert, lassen sich potentielle Chancen und Risiken herausstellen. Außerdem ist festzuhalten, dass die Dynamik und die schnelle Entwicklung der sozialen Medien den Prozess der Meinungsbildung stetig verändern. Aktuell nimmt besonders Facebook eine wichtige Rolle für die Bildung von politischen Meinungen ein. Allerdings ist zu erwarten, dass die Bedeutung der sozialen Netzwerke insgesamt im privaten und politischen Bereich weiter zunehmen wird. Daher ist auch anzunehmen, dass zukünftig immer mehr Menschen die sozialen Netzwerke nutzen werden, um sich

⁸⁸ Vgl. FAZ (2016).

eine Meinung zu bilden. Damit in Zukunft die Chancen überwiegen sind die Bürger und Politiker, aber auch die Netzwerke selber gefordert.