

Gefangen im Netz der Gleichdenkenden?

Eine medienpsychologische Analyse von (politischer) Homogenität in sozialen Medien

Caught in the Net of the Like-Minded? A Media Psychological Analysis of (Political) Homogeneity in Social Media

German Neubaum, Manuel Cargnino, Daniel Röchert & Jeanette Maleszka

Themenschwerpunkt Medienpsychologie

Zusammenfassung

Immer wieder wird in der Öffentlichkeit die Frage aufgeworfen, inwiefern soziale Medientechnologien politische Meinungen, Diskurse und Wahlen beeinflussen können. Den Plattformen wird unterstellt, dass sie eine gewisse politische Homogenität, also eine ideologische und meinungsbasierte Gleichförmigkeit, herstellen, die uns in unseren Standpunkten extremer werden lässt. Dieser Beitrag beleuchtet die Rolle von sozialen Medien bei der Bildung von politischen Meinungen vor dem Hintergrund bisheriger psychologischer Medienforschung. Dabei wird politische Homogenität in sozialen Medien im Hinblick auf ihre Ursachen, Prävalenz und Wirkungen charakterisiert. Auf dieser Analyse aufbauend werden Fragen und Herausforderungen für zukünftige medienpsychologische Forschung herausgearbeitet.

Abstract

The public has repeatedly dealt with the question to what extent social media technologies can influence political opinions, discussions, and elections. Concerns are that these platforms create a certain level of political homogeneity, that is, ideological and opinion-based uniformity, which could turn our political viewpoints into more extreme ones. This article offers some insights into how social media affect political opinion formation considering previous psychological media research. Political homogeneity is characterized based on its causes, prevalence, and effects. Drawing on this analysis, questions and challenges for future media psychological research are outlined.

1. Einleitung

Seit dem Aufkommen sozialer Medien wie Facebook oder Twitter wird immer wieder diskutiert, inwiefern diese Technologien unserer Gesellschaft und unserem demokratischen System schaden können. Schlagworte wie Echokammern, Filterblasen, Social Bots oder Fake News zeichnen ein recht negatives Bild unserer heutigen Kommunikation und werfen eine Reihe von Fragen auf: Wie verbreiten sich Informationen über soziale Medien? Wie gestaltet sich ihr digitales Umfeld? Inwiefern sind Menschen in digitalen Räumen gefangen, in denen sie sich politisch polarisieren oder womöglich radikalisieren? In welchem Ausmaß sind soziale Medien für den politischen Extremismus verantwortlich? Zu diesen Fragen kann die Medienpsychologie aufschlussreiche Antworten liefern und menschliche Kommunikation angesichts aktueller technologischer Entwicklungen beleuchten. Dieser Beitrag skizziert zunächst, welche Rolle – seit Beginn der Medienforschung – der medialen Berichterstattung bei der politischen Meinungsbildung zugeschrieben wurde. Anschließend wird politische Homogenität als vieldiskutierte Gefahr unserer heutigen Kommunikation systematisch anhand ihrer Ursachen, ihrer Prävalenz und ihrer Wirkung analysiert. Abschließend werden Impulse für zukünftige medienpsychologische Forschung zu diesem Thema gegeben.

2. Die Rolle der Medien bei der (politischen) Meinungsbildung – Entwicklungslinien psychologischer Medienforschung

Als Weiteres sehen wir nun, wie die Medien die Vorstellung des Einzelnen beeinflussen, was man sagen und