

# MEINUNGSBILDUNG UND MEDIEN

## AUFGABEN

- 1** Scannt den **QR-Code** und hört euch den **Podcast** mit dem Kommunikations- und Medienpsychologen Prof. Dr. Tobias Rothmund von **Minute 3:15 bis 11:10** sowie **23:56 bis 26:48** an.  

- 2** Fasst zusammen:
  - a) Woraus setzen sich Meinungen zusammen? Umreißen Sie die **Konzepte Einstellungen, Überzeugungen, Werte**.
  - b) Welche **Rolle spielen Medien** bei der Meinungsbildung?
  - c) Auf Grundlage **welcher Strategien** treffen Menschen **Wahlentscheidungen** und warum?
  - d) Welche **Strategien nutzen Parteien**, um Wähler:innen für ihre Position zu überzeugen?
  - e) Welche **Tipps** gibt Prof. Dr. Tobias Rothmund, um sich eine möglichst unabhängige Meinung zu bilden?

## STELLEN SOZIALE MEDIEN EINE GEFÄHR FÜR DEMOKRATISCHE WAHLEN DAR?

## AUFGABEN

- 3** Arbeitet in **Dreiergruppen**. Jede Person bearbeitet einen der drei **QR-Codes**.
  - a) Scannt den **QR-Code** und lest den **Text**.
  - b) Fasst zusammen, welche **Möglichkeiten** und **Chancen** soziale Medien für politische Kommunikation und Wahlkampfstrategien bieten.
  - c) Fasst zusammen, welche **Risiken** und **Herausforderungen** soziale Medien im Kontext von Wahlkampf und demokratischer Meinungsbildung mit sich bringen.
  - d) Erklärt euch gegenseitig eure jeweiligen **Ergebnisse aus 3b)** und **3c)** und ergänzt eure **Stichpunkte**.
  - e) Diskutiert: **Stellen Soziale Medien eine Gefahr für demokratische Wahlen dar?**



## AUFGABEN

### 1-2



- a) Meinungen setzen sich aus **Einstellungen, Überzeugungen und Werten** zusammen (Min 3:15):
- **Überzeugungen** sind Dinge, die man für wahr oder falsch hält
  - **Einstellungen** sind Bewertungen, zum Beispiel positive oder negative
  - **Werte** sind allgemeine Prinzipien, nach denen man das gesellschaftliche Zusammenleben gestalten kann, z.B. Freiheit. Menschen priorisieren Werte unterschiedlich: die einen finden z.B. Freiheit wichtiger, die anderen Gerechtigkeit
  - Meinungsbildungsprozess ist **dynamisch**: es können sich immer wieder Überzeugungen Einstellungen oder Werte ändern und damit auch Meinungen
- b) Heute sind sehr **viele sehr unterschiedliche Medien** zugänglich (Min 5:24):
- abhängig davon, welche Medien eine Person nutzt, um sich zu informieren, können sich Überzeugungen, Einstellungen und Wertvorstellungen ändern
  - jede Person ist selbst dafür **verantwortlich auszuwählen**, mit welchen Medien sie sich informiert
  - da es viele unterschiedliche Informationsquellen gibt, die von unterschiedlichen Personen genutzt werden, gibt es weniger **gesellschaftlich anerkannte allgemeine Wahrheitsvorstellungen**
- c) Abhängig davon, wie viel Interesse Personen an Politik haben, treffen sie sehr unterschiedlich ihre Wahlentscheidung (Min 7:45):
- einige Personen **informieren sich umfassend und tiefgründig** über alle Optionen, bevor sie eine Wahlentscheidung treffen
  - Es gibt aber auch viele Personen, die weniger Interesse oder Zeit haben, sich tiefgründig zu informieren. Diese treffen ihre Wahlentscheidung nicht aufgrund von Sachthemen, sondern z.B.
    - **Werte-basiert**: findet eine Person z.B. Umweltschutz wichtig, wählt sie eher die Grünen
    - nach Sympathie für **Spitzekandidierende**
    - danach, was das **persönliche Umfeld** wählt
- d) Ganze **Wahlkampfteams** arbeiten daran, Wähler:innen von der Wahl ihrer Partei bzw. Spitzenkandidat:innen zu überzeugen (Min 23:56):
- mithilfe von **Sachargumenten** wird versucht, rational zu überzeugen
  - indem **Emotionen** geweckt werden, kann auch Einfluss genommen werden
    - z.B. mithilfe von Bedrohungsszenarien, die Angst erzeugen
- e) Es ist sinnvoll, sich möglichst **vielfältig** zu informieren (Min 25:56):
- man sollte sich nicht nur die Ideen einer Partei ansehen, sondern die Ideen **von vielen**
  - in **Austausch kommen mit Personen**, die andere Meinungen haben als die eigene

## AUFGABEN

**3** Eine Übersicht der in den Beiträgen genannten Chancen (Aufgabe 3b) und Risiken (3c) finden Sie in der Tabelle.

Beitrag	Chancen	Risiken
Soziale Medien beeinflussen vor allem das Wahlverhalten junger Menschen enorm (Rüdiger Maas, DIE ZEIT, 20.02.2025)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Social Media ist ein wichtiger Zugang zu jungen Wählergruppen</li> <li>Sympathie &amp; Nahbarkeit von Politiker:innen kann politische Partizipation fördern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wahlentscheidungen basieren eher auf Sympathie als auf politischen Inhalten – rationale Abwägung tritt in den Hintergrund.</li> <li>Wechselhaftes Wahlverhalten macht junge Menschen anfälliger für kurzfristige Trends und emotionalisierte Inhalte.</li> <li>Falschinformationen werden zwar erkannt, aber trotzdem toleriert → kritische Distanz sinkt.</li> <li>Reichweite wichtiger als Substanz → Popularität ersetzt politische Positionen.</li> <li>Aufmerksamkeit kann verzerrt werden durch einzelne bekannte Personen oder virale Momente (z. B. Musk-Weidel-Gespräch).</li> </ul>
Durch Social Media sind Politiker viel sichtbarer für die Wählenden (Florian Muhle, SWR AKTUELL, 17.02.2025)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Politiker:innen können damit Zielgruppen erreichen, die sonst wenig politisches Interesse haben.</li> <li>Politiker:innen können sich persönlicher präsentieren → kann Wähler:innen überzeugen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Negative Dynamiken entstehen schneller und stärker als in klassischen Medien.</li> <li>Fehlritte können über Social Media viral gehen und Wahlergebnisse beeinflussen (Beispiel: Laschet-Lachvideo).</li> </ul>

# MEINUNGSBILDUNG UND MEDIEN

Beitrag	Chancen	Risiken
Soziale Medien prägen den Wahlkampf, aber nicht den Wahlausgang (Anna Sophie Kümpel, Bayerische Staatszeitung, 12.02.2025)	<ul style="list-style-type: none"><li>Nutzer:innen konsumieren auch Inhalte, mit denen sie politisch nicht übereinstimmen → Möglichkeit zur Begegnung mit neuen Perspektiven</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Algorithmen bevorzugen emotionale und radikale Positionen → Verzerrungen der Wahrnehmung politischer Debatten möglich</li><li>Gefahr einer Vereinfachung komplexer politischer Themen (durch Algorithmen begünstigt)</li></ul>