

# ÖFFENTLICHE DISKURSE UND BETEILIGUNG

EINE LANDSCHAFTSVERMESSUNG

**WAS HEIßT DENN  
HIER ÖFFENTLICHKEIT?**

---

# ÖFFENTLICHKEIT(EN)

„Netz für die Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen (...), von der episodischen Kneipen-, Kaffeehaus oder Straßenöffentlichkeit, über die veranstaltete Präsenzöffentlichkeit von Theateraufführungen, (...) bis zur abstrakten, über Massenmedien hergestellten Öffentlichkeit von vereinzelt und global verstreuten Lesern, Zuhörern und Zuschauern“

Jürgen Habermas, 1992



• Als latente  
• Die passiv  
Frage in d  
• Davon ist  
übernehme  
und Wähle  
• Die zahlreichen  
1. Die häu gs

# ZAHLEN ZUR ÖFFENTLICHKEIT

---

**54%**

vermeiden  
immer mal wieder  
aktiv Nachrichten

# ZAHLEN ZUR ÖFFENTLICHKEIT

---

**54%**

vermeiden  
immer mal wieder  
aktiv Nachrichten

**10%**

nutzen Social  
Media als  
wichtigste  
Nachrichtenquelle

# ZAHLEN ZUR ÖFFENTLICHKEIT

---

**54%**

vermeiden  
immer mal wieder  
aktiv Nachrichten

**10%**

nutzen Social  
Media als  
wichtigste  
Nachrichtenquelle

**60%**

erfahren von  
Nachrichten regel-  
mäßig zuerst über  
Familie/Freunde

# ZAHLEN ZUR ÖFFENTLICHKEIT

---

**54%**

vermeiden  
immer mal wieder  
aktiv Nachrichten

**10%**

nutzen Social  
Media als  
wichtigste  
Nachrichtenquelle

**60%**

erfahren von  
Nachrichten regel-  
mäßig zuerst über  
Familie/Freunde

**43%**

nehmen gesell-  
schaftliche Zustände  
persönlich ganz  
anders wahr als von  
Medien dargestellt

# ZAHLEN ZUR ÖFFENTLICHKEIT

---

**54%**

vermeiden  
immer mal wieder  
aktiv Nachrichten

**10%**

nutzen Social  
Media als  
wichtigste  
Nachrichtenquelle

**60%**

erfahren von  
Nachrichten regel-  
mäßig zuerst über  
Familie/Freunde

**43%**

nehmen gesell-  
schaftliche Zustände  
persönlich ganz  
anders wahr als von  
Medien dargestellt

**40%**

glauben, dass die  
Regierung den  
Medien vorgibt,  
worüber sie  
berichten sollen

# ZAHLEN ZUR ÖFFENTLICHKEIT

**54%**

vermeiden  
immer mal wieder  
aktiv Nachrichten

**10%**

nutzen Social  
Media als  
wichtigste  
Nachrichtenquelle

**60%**

erfahren von  
Nachrichten regel-  
mäßig zuerst über  
Familie/Freunde

**43%**

nehmen gesell-  
schaftliche Zustände  
persönlich ganz  
anders wahr als von  
Medien dargestellt

**40%**

glauben, dass die  
Regierung den  
Medien vorgibt,  
worüber sie  
berichten sollen

**63%**

haben wenig  
oder gar kein  
Vertrauen in  
den Bundestag

# ÖFFENTLICHKEITEN



**Gegenöffentlichkeit**

**Indirekte Erreichbarkeit**

**Interesse**

**Kein/wenig Vertrauen**

**Sendeorientiert**

**Teilöffentlichkeit**

**Erreichbarkeit**

**Interesse**

**Grundvertrauen**

**Empfangsorientiert**

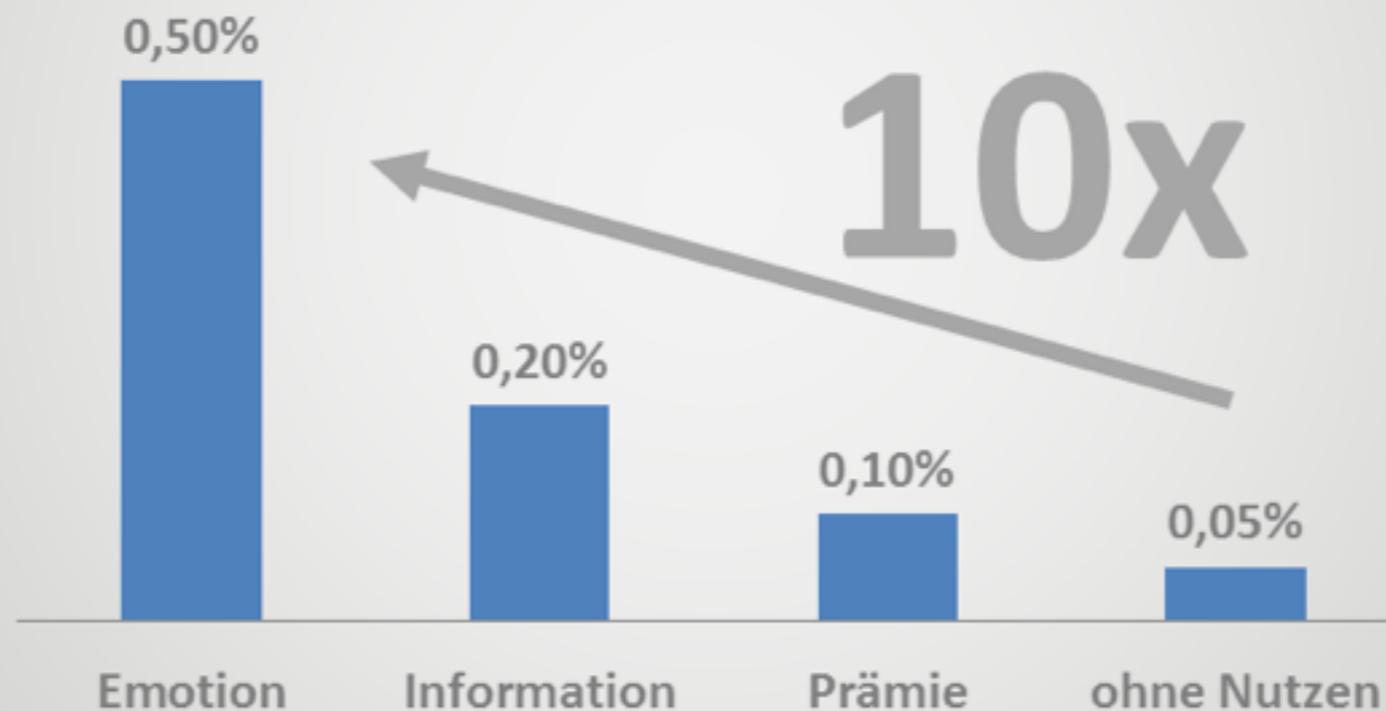


**You Tube**

# AUFMERKSAMKEITSÖKONOMIE

## Posts mit **Emotionen** haben die **meisten Interaktionen**

Likes, Kommentare, Shares pro Fan pro Post



# AUFMERKSAMKEITSÖKONOMIE



---

Kriterien der Massenmedien

---

Personalisierung

---

Komplexitätsreduktion

---

Appell zum Außergewöhnlichen

---

Emotionalisierung

---

Dramatisierung

---

Konfliktstruktur

---

Unmittelbarkeit

---

Quelle: Paula Diehl, 2017: Einfach, emotional, dramatisch

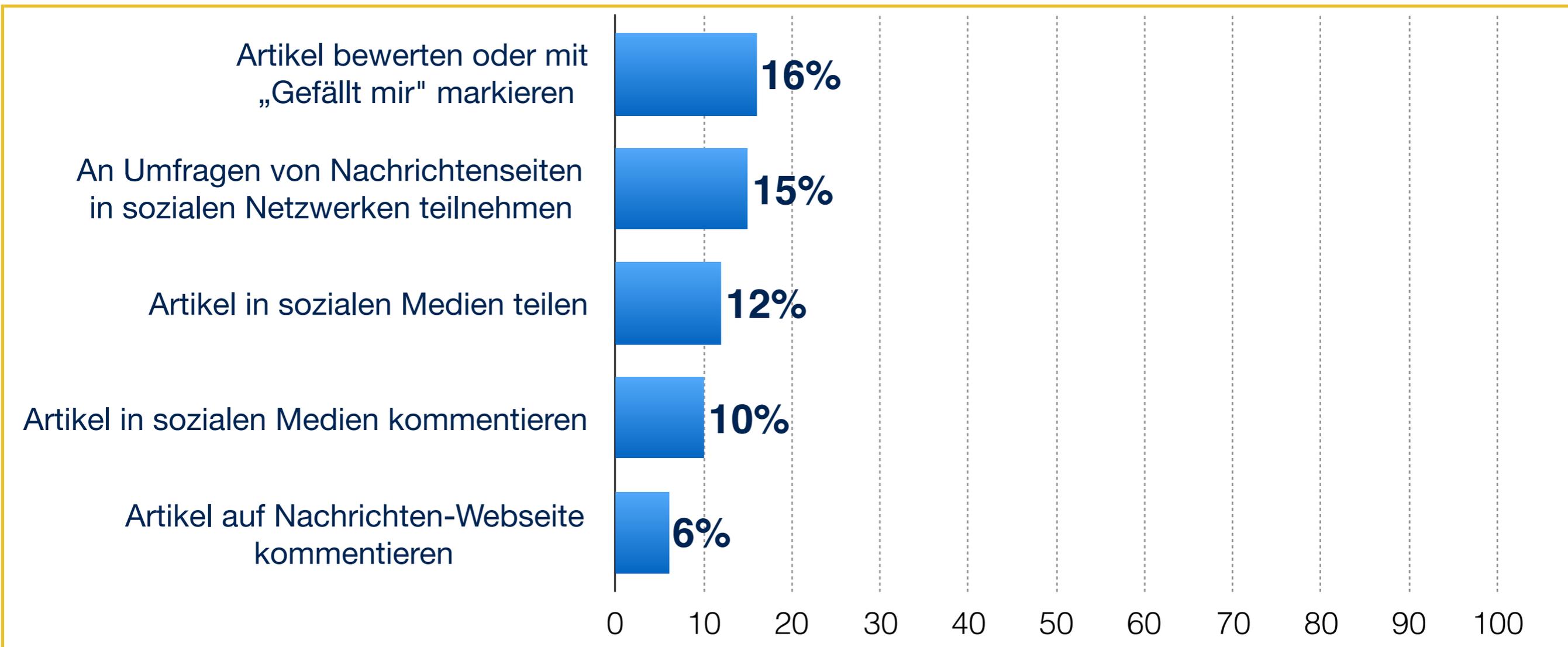
# AUFMERKSAMKEITSÖKONOMIE

Kriterien der Massenmedien	Elemente des Populismus
Personalisierung	Zentralität des charismatischen Leaders
Komplexitätsreduktion	Vereinfachung der Argumentation
Appell zum Außergewöhnlichen	Produktion von Skandal und Tabubrüche
Emotionalisierung	Emotionalisierung
Dramatisierung	Narrativ des betrogenen Volkes
Konfliktstruktur	Manichäisches Denken
Unmittelbarkeit	Ablehnung von Mediation

Quelle: Paula Diehl, 2017: Einfach, emotional, dramatisch

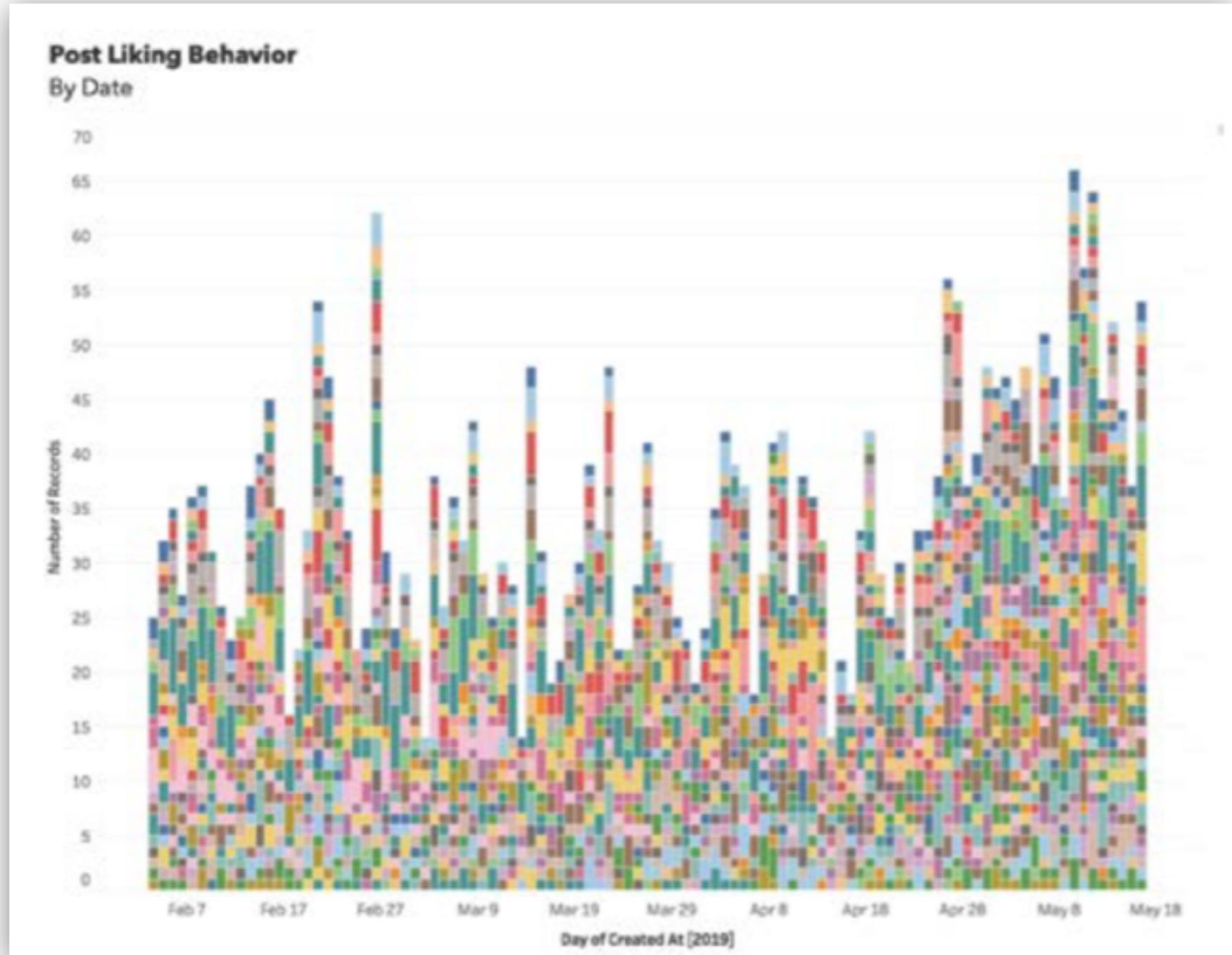
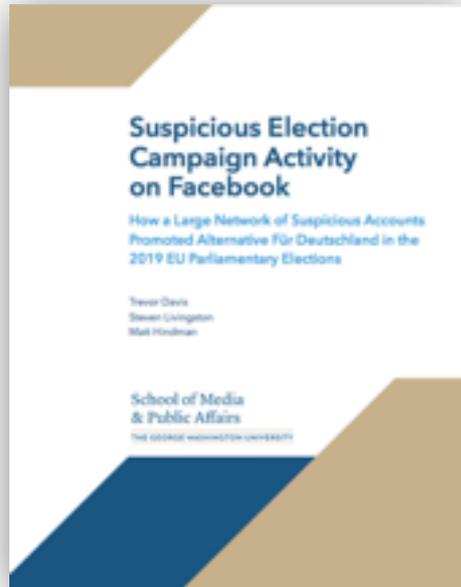
# LAUTE MINDERHEIT VS LEISE MEHRHEIT

## Aktive Beteiligung am Nachrichtendiskurs online

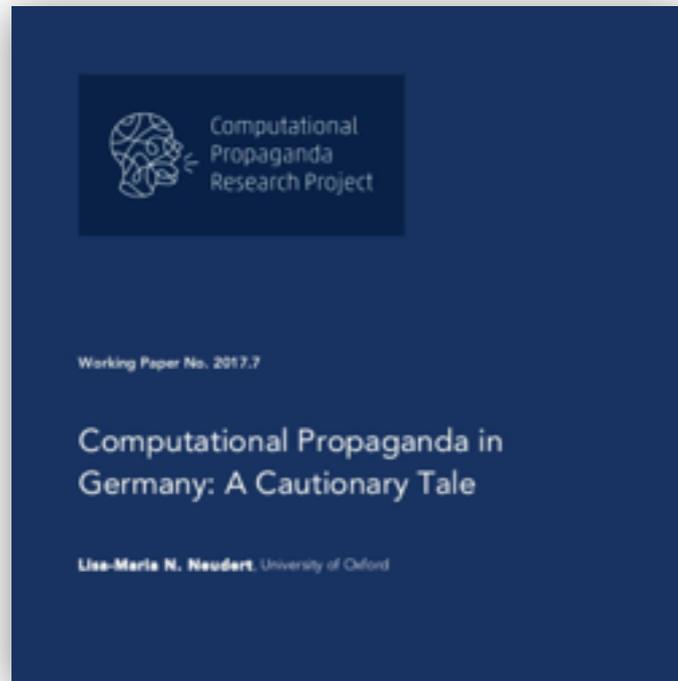


Quelle: Hans-Bredow-Institut, Reuters Institute Digital News Survey 2019

# SCHEINMEHRHEITEN

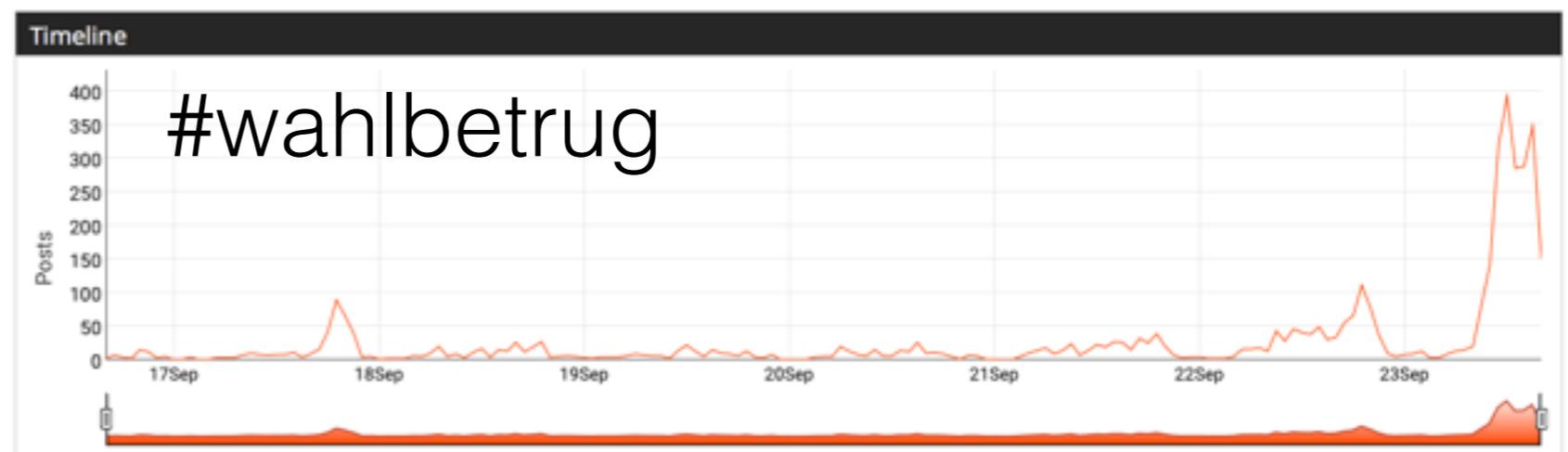


# SCHEINMEHRHEITEN



## Studie der Universität Oxford zu Social Bots im Bundestagswahlkampf 2017 auf Twitter

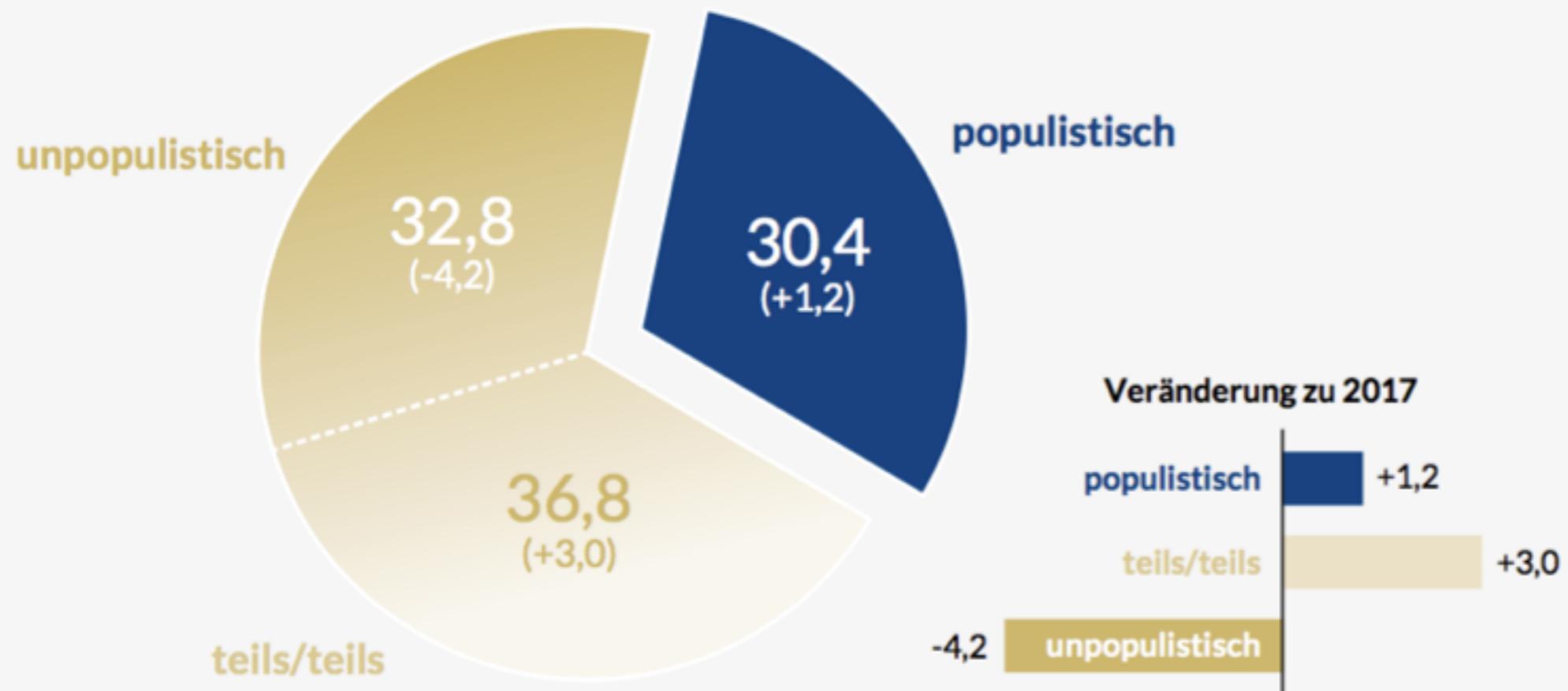
7,4% der Tweets mit dem Hashtag #btw17 kamen von automatisierten Accounts



# POPULISMUS

ABBILDUNG 2 **Wie populistisch sind die Deutschen?**

In Prozent aller Wahlberechtigten



Veränderungen zu 2017 in Klammern

Grundgesamtheit: Wahlberechtigte deutsche Staatsbürger im Jahr 2018 (Fallzahl: 3.427).

Quelle: infratest dimap im Auftrag der Bertelsmann Stiftung.

| BertelsmannStiftung

# POPULISMUS

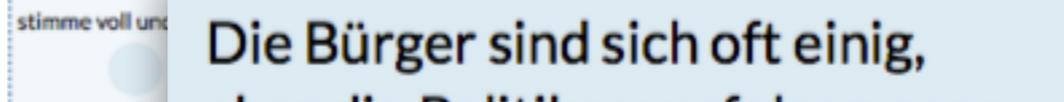
## Was ist Populismus?

Nachstehend einige Aussagen zu Politik und Gesellschaft. Bitte geben Sie für jede Aussage an, inwieweit Sie dieser zustimmen:

Die Bürger sind sich oft einig, aber die Politiker verfolgen ganz andere Ziele.

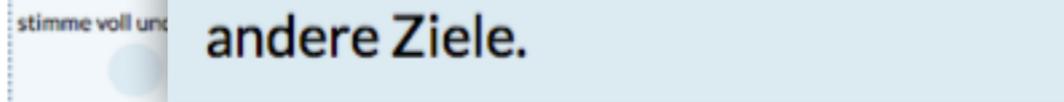


Mir wäre es lieber, von einem einfachen Bürger politisch vertreten zu werden als von einem Politiker.



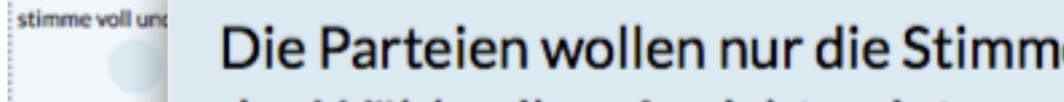
Die Bürger sind sich oft einig, aber die Politiker verfolgen ganz andere Ziele.

Die Parteien wollen nur die Stimmen der Wähler, ihre Ansichten interessieren sie nicht.

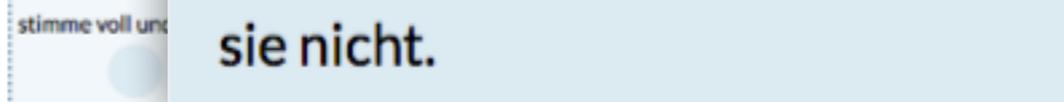


Die Parteien wollen nur die Stimmen der Wähler, ihre Ansichten interessieren sie nicht.

Die politischen Differenzen zwischen den Bürgern und Politikern sind größer als die Differenzen der Bürger untereinander.

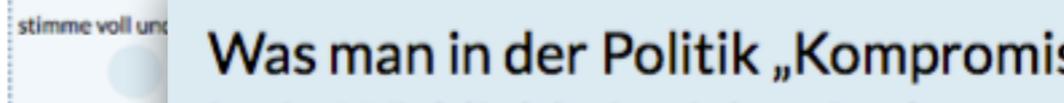


Wichtige Fragen sollten nicht von Parlamenten, sondern in Volksabstimmungen entschieden werden.

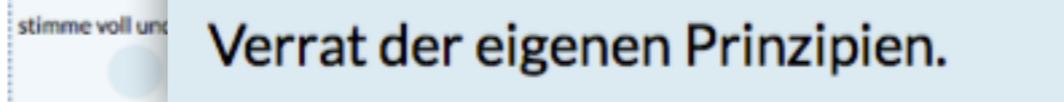


Was man in der Politik „Kompromiss“ nennt, ist in Wirklichkeit nichts Anderes als ein Verrat der eigenen Prinzipien.

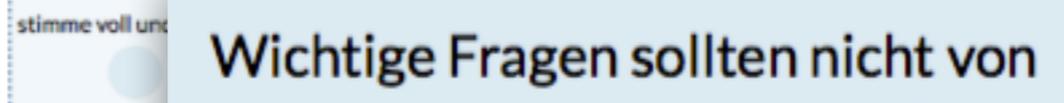
Die Politiker im Bundestag sollten immer dem Willen der Bürger folgen.



Die Bürger in Deutschland sind sich im Prinzip einig darüber, was politisch passieren muss.



Was man in der Politik „Kompromiss“ nennt, ist in Wirklichkeit nichts Anderes als ein Verrat der eigenen Prinzipien.

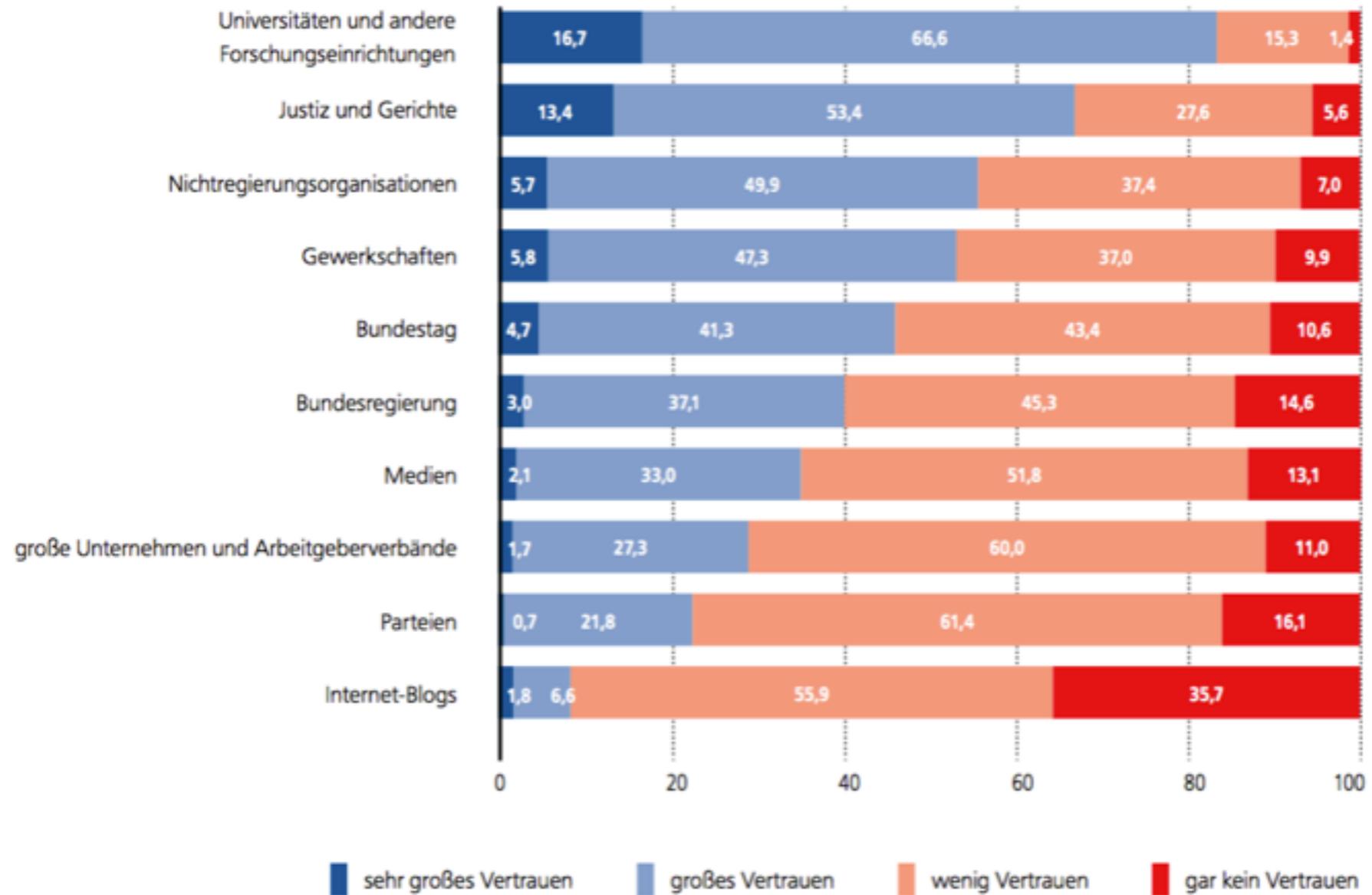


Wichtige Fragen sollten nicht von Parlamenten, sondern in Volksabstimmungen entschieden werden.

Anmerkung: Eigene Items sowie Items aus Hawkins et al. (2012) und Akkermans et al. (2014)

# VERTRAUEN

Abbildung 10  
Vertrauen in Institutionen und Organisationen (in %)

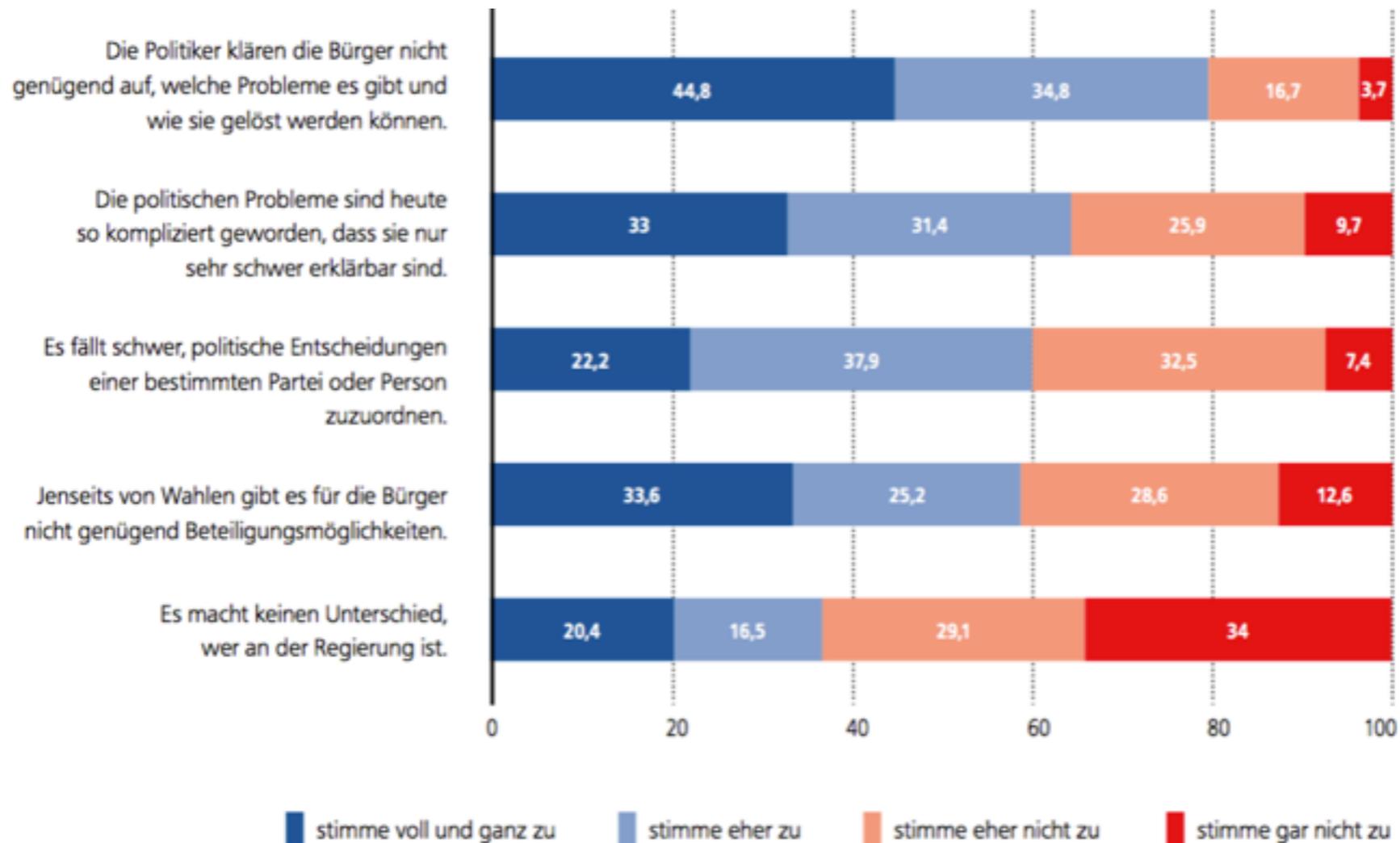


n = 2.375 – 2.485

Quelle: Umfrage FES/Universität Bonn 2019

# POLITISCHE SELBSTWIRKSAMKEIT

Abbildung 8  
Politische (Selbst-)Wirksamkeit (in %)



n = 2.449 – 2.490

Quelle: Umfrage FES/Universität Bonn 2019

# ZUSAMMENFASSUNG

---

- **Zu fast jeder Öffentlichkeit gibt es heute auch eine (digitale) Gegenöffentlichkeit**
- **Aufmerksamkeitsökonomische Mechanismen der Öffentlichkeit nehmen zu**
- **Populistische Einstellungen auf dem Vormarsch**
- **Vertrauensverlust etablierter Institutionen und Akteure**
- **Bedarf nach politischer Selbstwirksamkeit**

# VIELEN DANK



Johannes Hillje  
Politik- und Kommunikationsberater

Email: [jh@johanneshillje.de](mailto:jh@johanneshillje.de)

Web: [johanneshillje.de](http://johanneshillje.de)

Twitter: [@JHillje](https://twitter.com/JHillje)