

► Auswirkungen von Echokammern auf den Prozess der Meinungsbildung

ARD-Forschungsdienst*

Der Begriff Echokammer steht für das Phänomen, dass Mediennutzer hauptsächlich Informationen rezipieren, die ihre eigenen Ansichten unterstützen. Mit Argumenten, die ihre Meinung in Frage stellen, setzen sie sich dagegen kaum auseinander. Dadurch entstehen mehr oder weniger geschlossene Netzwerke, in denen sich stark polarisierende Meinungen entwickeln können. Die Folge ist eine Fragmentierung und Extremisierung der politischen Debatte. Dies geschieht vor allem im Rahmen der digitalen Kommunikation, insbesondere in sozialen Medien.

Psychologische Prozesse, wie eine starke einstellungskongruente Selektion von Informationen und Informationsquellen, die Bildung von Gruppenidentität und/oder die Furcht vor Isolation scheinen wichtige Treiber für die Bildung von Echokammern zu sein. Dvir-Gvirsman, Garrett und Tsfatı (2018) wiesen nach, dass die selektive Nutzung einstellungskongruenter Medienangebote dazu führt, dass Rezipienten glauben, die Mehrheit der Bevölkerung sei der gleichen Meinung wie sie selbst. In der Folge erhöhe sich die Bereitschaft, sich politisch zu äußern. In einem Onlineexperiment fanden Neubaum und Krämer (2017) deutliche Hinweise dafür, dass Nutzer die Kommentare anderer Personen aus Furcht vor sozialer Isolation aufmerksamer wahrnehmen und daraus Schlussfolgerungen über das Meinungsklima ableiten. Da viele Mediennutzer erwarten, im Netz stärkeren Sanktionen (z. B. persönlichen Angriffen) ausgesetzt zu sein als offline, wenn sie eine Minderheitenmeinung vertreten, sind sie erst dann bereit, sich zu einem Thema zu äußern und in öffentlichen Diskussionen ihre Meinung zu teilen, wenn die Mehrheitsmeinung als kongruent zur eigenen Meinung eingeschätzt wird (siehe die Studie von Neubaum und Krämer, 2018). Es entstehen folglich „Räume“, in denen sich Nutzer mit denselben (gesellschafts-)politischen Ansichten und Meinungen konzentrieren. Dies führt nach Einschätzung von Boutyline und Willer (2017) zu einer Polarisierung der öffentlichen Meinung. Insbesondere an den politischen Rändern bilden sich Echokammern oder Filterblasen, in denen die konstruktive Auseinandersetzung mit anderen Meinungen und tolerantere Haltungen weniger werden. Eine

Analyse von Bessi (2016) zeigt, dass Nutzer, die sich in solchen Echokammern bewegen, spezifische Persönlichkeitsmerkmale aufweisen: Sie sind unter anderem weniger sozial kompetent und gewissenhaft als der Durchschnitt. Die Bildung von Echokammern wird jedoch nicht nur dadurch unterstützt, dass Nutzer nur mit Gleichgesinnten kommunizieren; ihre Meinung wird auch verstärkt, wenn sie sich mit starken gegenteiligen Meinungen konfrontieren. Karlsen und andere (2017), sprechen daher von argumentativen „Grabenkriegen“, die insbesondere bei bereits stark polarisierten Meinungen zu verhärteten Fronten führen.

Parteiennahe Medien bzw. Medien, die eine bestimmte politische Richtung vertreten – sogenannte Partisan Media – haben einen Einfluss auf die politische Meinungsbildung und Partizipation. Die Autoren nehmen an, dass dabei die Wahrnehmung der öffentlichen Meinung durch die Nutzer eine wichtige Rolle spielt: Werden meinungskongruente Medien rezipiert, erhalten die Nutzer Informationen (z. B. in Form eindrücklicher Beispiele), die ihre Weltsicht unterstützen. Dies wiederum führt zu falschen Annahmen über die Mehrheitsmeinung in der Öffentlichkeit, die in der Folge die politische Partizipation beeinflusst. In zwei Studien, die während der Parlamentswahlen in Israel 2013 (n=453 Personen; Durchschnittsalter: 44 Jahre) und in den USA (n=1 004 Personen; Durchschnittsalter: 50 Jahre) durchgeführt wurden, überprüfte man diese Annahmen. Es wurden die eigene politische Einstellung, die Nutzung einstellungskongruenter Medienangebote, das wahrgenommene Meinungsklima zu relevanten Themen sowie politische Partizipation (z. B. Teilnahme an politischen Diskussionen) erfasst. In beiden Studien zeigte sich: Je häufiger die Probanden einstellungskongruente Medienangebote nutzten, desto eher waren sie der Ansicht, die Mehrheit der Bevölkerung sei der gleichen Meinung wie sie selbst. War dies der Fall, gaben sie auch ein höheres Ausmaß an politischer Partizipation zu Protokoll. Wenn Personen Medienangebote rezipierten, die ihren eigenen Einstellungen widersprachen, hatte dies keinen Einfluss auf die wahrgenommene Mehrheitsmeinung.

Die Rezeption von parteiischer Berichterstattung kann zu stärkerer politischer Partizipation führen, und zwar dann, wenn die Medieninhalte die eigene Meinung unterstützen und sich die Rezipienten als Teil einer Mehrheit wahrnehmen. Durch eindrückliche Beispiele (Exemplifizierung) kann eine Berichterstattung zu diesem Prozess besonders beitragen, da Beispielfälle leicht verarbeitet und im Gedächtnis verankert werden können. Darüber hinaus wiesen Druckman, Levendusky und McLain (2018; siehe Literaturliste) in ihrem Experiment (n=575) nach, dass parteiische Medienangebote nicht notwendigerweise selbst konsumiert werden müssen, um diese Wirkung zu

*Dvir-Gvirsman,
Shira/R. Kelly
Garrett/Yariv Tsfatı*
**Why do partisan
audiences
participate?
Perceived public
opinion as the
mediating
mechanism**
In: Communication
Research 45,
1/2018, S. 112-136.
DOI: 10.1177/
0093650215593145

* Uli Gleich, Institut für Kommunikationspsychologie und Medienpädagogik (IKM) der Universität Koblenz-Landau.
Fax: 06341/28036712; E-Mail: gleich@uni-landau.de.

entfalten. Auch entsprechende Informationen, die über Face-to-Face-Kontakte weitergegeben werden (Two-Step-Flow-of-Communication), wirken sich auf die Meinungsbildung aus. Dabei wurde eine teilweise noch stärkere Polarisierung bei denjenigen festgestellt, die gar keine entsprechenden Medienkontakte hatten.

Neubaum, German/
Nicole C. Krämer

**Monitoring
the opinion
of the crowd.
Psychological
mechanisms
underlying public
opinion perceptions
on social media**

In: *Media Psychology*
20, 3/2017,
S. 502-531.
DOI: 10.1080/
15213269.2016.
1211539

Nach der Theorie der Schweigespirale hängt die Bereitschaft, sich öffentlich zu einem Thema zu äußern, unter anderem davon ab, wie die öffentliche (Mehrheits-)Meinung wahrgenommen wird. Vermuten Menschen große Gegensätze zwischen der eigenen und der Mehrheitsmeinung, werden sie eher schweigen. Sind sie jedoch der Ansicht, dass sie mit der öffentlichen Meinung konform gehen, ist die Bereitschaft, sich öffentlich zu äußern, hoch. Die Autoren untersuchten die von der Theorie der Schweigespirale postulierten Prozesse, insbesondere die Rolle der Isolationsfurcht im Kontext von Onlinekommunikation (hier: Facebook).

In einem Onlineexperiment wurden 657 Personen (Durchschnittsalter: 34 Jahre) mit fiktiven Facebook-Newsfeeds konfrontiert, in denen Pro- oder Kontra-Argumente für kontroverse Themen präsentiert wurden (hier: Adoptionsrecht für gleichgeschlechtliche Paare bzw. Sterbehilfe). Gleichzeitig manipulierte man die Anzahl der Likes (39 548 vs. 3) für die jeweiligen zentralen Argumente. Schließlich wurden Nutzerkommentare gezeigt, die entweder zustimmend, neutral oder ablehnend waren. Im Abstand von zwei Wochen wurden die Probanden zu ihrer Isolationsfurcht, ihrer eigenen Meinung zu den präsentierten Themen sowie zur wahrgenommenen Mehrheitsmeinung und der Absicht, sich selbst an der Diskussion zu beteiligen, befragt. Je größer die Isolationsfurcht der Probanden war, desto aufmerksamer wurden die Kommentare anderer Nutzer wahrgenommen und erinnert. Die Valenz dieser Kommentare nahmen die Rezipienten als einen Hinweis für das allgemeine Meinungsklima bzw. die Meinung anderer Facebook-Nutzer wahr. Wurde die Mehrheitsmeinung als kongruent zur eigenen Meinung eingeschätzt, erhöhte dies die Bereitschaft der Teilnehmer, sich selbst zu dem Thema zu äußern, also zum Beispiel in Diskussionen ihre Meinung zu posten.

Inzwischen sind soziale Medien wichtige Quellen, um sich ein Bild darüber zu machen, wie andere denken bzw. welche Meinung von einer Mehrheit vertreten wird. Interessanterweise spielte in der Studie die Anzahl der Likes jedoch keine Rolle für die Bewertung, welche Haltung der Mehrheitsmeinung entspricht. Vielmehr wurden wenige Nutzerkommentare herangezogen, um sich darüber ein Bild zu machen. Dabei fiel auf, dass die Tendenz der Kommentare und die Einschätzung der Tendenz der Mehrheitsmeinung eher gegenläufig

waren. Wurden in den Kommentaren zum Beispiel Pro-Argumente genannt, waren die Probanden eher der Ansicht, die Mehrheitsmeinung sei eher kontra und umgekehrt.

Die Bereitschaft, sich öffentlich zu äußern, ist größer, wenn man glaubt, dass die eigene Meinung der Mehrheitsmeinung entspricht. Wähnt man sich dagegen in einer Minderheit, sinkt diese Bereitschaft (siehe auch die Studie von Neubaum und Krämer, 2017). Welche Sanktionen erwarten Nutzer, wenn sie sich online äußern? Und wie unterscheiden sich diese von Sanktionen, die im Face-to-Face-Kontakt erwartet werden? In einem Experiment wurden 365 Versuchspersonen im Durchschnittsalter von 26 Jahren mit verschiedenen Szenarien konfrontiert, in denen gesellschaftlich relevante Themen diskutiert wurden (z. B. Abhörmaßnahmen zum Schutz vor Terrorismus). Dabei widersprach die Meinung der Mehrheit im Rahmen der Szenarien jeweils der Meinung der Probanden. Anschließend wurden die Teilnehmer gefragt, wie wahrscheinlich es sei, dass sie ihre (Minderheiten-)Meinung äußerten, und zwar a) im Face-to-Face-Kontakt während einer Busfahrt, b) im Face-to-Face-Kontakt bei einem Treffen mit Bekannten bzw. Freunden, c) bei Facebook und d) in einem relativ anonymen Onlineforum. Es zeigte sich, dass die Probanden ihre von der Mehrheit abweichende Meinung eher in einem Offline- als in einem Onlinekontext äußern würden. Am geringsten war die Bereitschaft, sich bei Facebook zu äußern. Zum einen, weil dort neben befreundeten und bekannten Personen auch unbekannte Personen agieren, und zum anderen, weil man von anderen Internetnutzern stärkere Sanktionen (z. B. negative Beurteilung, Zurückweisung, persönliche Angriffe) erwartete als von Personen im Face-to-Face-Kontext. Die Bereitschaft, sich zu äußern, war am stärksten in einer Face-to-Face-Situation mit Familie, Freunden und Bekannten ausgeprägt. Gleichzeitig nutzten die Befragten in diesem Umfeld auch am ehesten Strategien zur Vermeidung von Konflikten, wie zum Beispiel zweiseitige Argumentationen.

Offensichtlich traut man den Teilnehmern in online geführten Debatten eher zu, dass sie User, die eine Minderheitenmeinung vertreten, schneller und stärker sanktionieren, als dies in Offlinekontexten der Fall wäre. Möglicherweise erschwert dies öffentliche Diskurse: Werden Debatten personalisiert, wird die Bereitschaft, seine Meinung im Netz öffentlich zu äußern, geringer. Die Vertreter vermeintlicher Minderheitsmeinungen melden sich

Neubaum, German/
Nicole C. Krämer

**What do we fear?
Expected sanctions
for expressing
minority opinions
in offline and online
communication**

In: *Communication
Research* 45,
2/2018, S. 139-164.
DOI: 10.1177/
0093650215623837

seltener zu Wort (vgl. die Theorie der Schweigespirale) und dadurch wird die Bildung von Echokammern (siehe die Studie von Boutyline und Willer, 2017, s.u.) eher gefördert. In Offlineumgebungen werden dagegen eher soziale Kontexte und Beziehungen berücksichtigt, was möglicherweise eher zu moderateren Diskussionen führt.

*Boutyline, Andrei/
Robb Willer*
**The social structure
of political echo
chambers. Variation
in ideological
homophily in online
networks**
In: *Political
Psychology* 38,
3/2017, S. 551-569.
DOI: 10.1111/
pops.12337

Die Autoren untersuchten in der vorliegenden Studie die Eigenschaften von Onlinenetzwerken, in denen sich Personen mit ähnlichen politischen Meinungen versammeln. Sie testeten zum einen die Annahme, dass User sich umso eher vernetzen, je ähnlicher sie ihre ideologischen Standpunkte wahrnehmen und je extremer die politischen Ansichten sind (politische Homophilie). Zum anderen besteht die Vermutung, dass sich in sogenannten Echokammern eher Personen mit konservativen politischen Ansichten als Personen mit liberalen Ansichten versammeln. Dazu analysierte man die Netzwerke von insgesamt fast 240 000 Twitter-Nutzern in den USA, die entweder Kongressmitgliedern oder politisch aktiven Organisationen folgten. Zunächst wurden die politische Orientierung sowie die Radikalität der Ansichten auf der Basis validierter Verfahren eingeschätzt. Anschließend ermittelte man die Netzwerke dieser User, das heißt, man identifizierte, welchen anderen Nutzern sie folgten und wer ihre Follower waren. Dabei zeigte sich folgendes Bild: Jeweils die Hälfte der Twitter-Nutzer gehörte entweder dem liberalen oder dem konservativen Lager an. Für die gesamte Stichprobe konnte die Annahme der politischen Homophilie bestätigt werden. Das bedeutet: Twitter-Nutzer vernetzten sich eher mit anderen Usern, wenn diese dem gleichen politischen Lager angehörten. Diese Tendenz war stärker bei den Konservativen als bei den Liberalen ausgeprägt. Noch deutlicher zu beobachten war sie bei Personen, die – egal ob konservativ oder liberal – extreme politische Ideologien vertraten.

Gleich und gleich gesellt sich gern, so lautet das Fazit dieser Studie, die zeigt, dass offensichtlich eine Tendenz der Homogenisierung von politischen Ansichten und Meinungen in Gruppen von Nutzern sozialer Netzwerke existiert. Je extremer die politischen Ansichten sind, desto größer ist nach Ansicht der Autoren auch die Gefahr der Bildung von Echokammern. In ihnen sind Personen aktiv, die weniger Interesse an politischer Diskussion im Sinne einer konstruktiven Auseinandersetzung mit anderen Meinungen haben, sondern Bestätigung für die eigene Meinung suchen. Die Einschätzung, zu einer homogenen Mehrheit zu gehören, spielt

dabei zusätzlich eine unterstützende Rolle (siehe auch die Studien von Neubaum und Krämer, 2017 und 2018). Eine weitere Analyse von 150 Millionen Tweets, die Barberá und andere (2015; siehe Literaturliste) durchgeführt haben, bestätigt den Befund, dass konservativ eingestellte Personen seltener mit Personen, die eine andere Meinung vertreten, diskutieren als liberal eingestellte Personen.

Wenn Nutzer von sozialen Netzwerken dazu tendieren, einstellungskongruente Informationen zu rezipieren und im Wesentlichen nur mit denjenigen zu kommunizieren, die ihre Ansichten teilen, entstehen Echokammern, in denen es zu einer „Verengung“ der Weltsicht kommt. Der Autor untersuchte die Frage, ob solche Nutzer bestimmte Persönlichkeitsmerkmale aufweisen. Er analysierte dazu mehr als 30 Millionen Kommentare und Posts von insgesamt über 30 000 Nutzern, die auf 413 Facebook-Seiten über einen Zeitraum von fünf Jahren hinweg veröffentlicht wurden. Diese Facebook-Seiten enthielten entweder Informationen und Kommentare zu unterschiedlichen wissenschaftlichen Themen, oder sie präsentierten unbelegte und kontroverse Informationen im Sinne von „Verschwörungstheorien“. Über die Nutzer der Seiten generierte man Informationen, indem man deren Likes und zustimmende Kommentare erfasste und aus signifikanten linguistischen Merkmalen ihrer Posts (z. B. Ausrufezeichen, Personalpronomen, Verwendung von Symbolen, Wortlängen) Rückschlüsse auf ihre Persönlichkeit zog. Wie sich zeigte, waren sowohl die User der Echokammer „Wissenschaft“ als auch die Nutzer der Echokammer „Verschwörung“ eher introvertiert. In Bezug auf emotionale Stabilität fand man für die Unterstützer von Verschwörungssseiten höhere Werte als für die Unterstützer von Wissenschaftsseiten. In beiden Echokammern zeigten die Nutzer geringe Werte im Hinblick auf soziale Kompetenz („Verträglichkeit“) und Gewissenhaftigkeit. Überdurchschnittliche Werte wiesen beide Nutzergruppen dagegen auf der Skala für Offenheit auf.

Wenn Nutzer sich in Echokammern versammeln, kann man laut dem Autor – unabhängig vom Inhalt bzw. der Thematik – spezifische Merkmale der Nutzer beobachten: Sie scheinen eher die Kommunikation mit bekannten bzw. gleichgesinnten Personen zu bevorzugen (geringe Extraversion), sind emotional eher gefestigt (hohe emotionale Stabilität), haben eher unkonventionelle Interessen und sind offen für Erfahrungen. Gleichzeitig sind sie jedoch argwöhnisch, kritisch und vorsichtig gegenüber anderen Meinungen und problematisch im sozialen Miteinander (geringe Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit). Die Bedingungen der Kommunikation in sozialen Netzwerken kommen diesen Eigenschaften entgegen.

Bessi, Alessandro
**Personality traits
and echo chambers
on Facebook**
In: *Computers in
Human Behavior* 65,
December/2016,
S. 319-324.
DOI: 10.1016/j.chb.
2016.08.016

Karlsen, Rune/
Kari Steen-Johnsen/
Dag Wollebæk/
Bernard Enjolras

**Echo chamber and
trench warfare
dynamics in online
debates**

In: *European Journal
of Communication*
32, 3/2017,
S. 257-273.
DOI: 10.1177/
0267323117695734

Im Kontext der Forschung zur selektiven Nutzung von Informationen in Onlinemedien und der daraus resultierenden Meinungspolarisierung und Bildung von Echokammern untersuchten die Autoren die Frage, wie Nutzer mit einstellungskongruenten, einstellungsinkongruenten und ausbalancierten Argumenten umgehen und wie diese sich auf bestehende Einstellungen und Meinungen auswirken. Dazu wurden in Norwegen 5 677 Teilnehmer online befragt. Die Ergebnisse zeigen zunächst, dass die Nutzer – wider Erwarten – im Internet nicht nur mit Gleichgesinnten debattierten, sondern dass sich über die Hälfte (53 %) auch mit Nutzern auseinandersetzte, die gegensätzliche Meinungen vertraten. Aus solchen Diskussionen ging die Mehrheit der Befragten (71 %) nach eigenen Angaben mit einer gestärkten ursprünglichen Meinung hervor. Bei Personen, die angaben, sich nicht oder selten mit Andersdenkenden auseinanderzusetzen, war dies dagegen nicht der Fall. Die Befunde bestätigten sich im Experiment (n=2 215): Eine Gruppe wurde mit Argumenten für die Ausweitung von Gendergerechtigkeit konfrontiert, eine zweite Gruppe mit Argumenten dagegen. Eine dritte Gruppe erhielt eine Argumentation mit Pro- und Kontra-Elementen. Als abhängige Variable wurde erfasst, wie sehr die Argumentation die bereits bestehende Meinung gefestigt oder verändert hatte. Die Probanden blieben bei ihrer Meinung und verstärkten diese sogar, wenn sie a) mit Gleichgesinnten debattierten (Confirmation Bias) und b) auch mit starken gegenteiligen Meinungen konfrontiert waren (Disconfirmation Bias). Dies war vor allem der Fall, wenn die Probanden selbst stark ausgeprägte Meinungen zu Themen hatten. Zweiseitige Argumentationen hatten einen deutlich geringeren Effekt auf die Meinungsstabilisierung.

Die Autoren bestätigen mit dem Confirmation Bias einerseits Befunde, die die Bildung von Echokammern erklären können, andererseits identifizieren sie einen weiteren Prozess, der ebenfalls zu einer Meinungspolarisierung bzw. -stabilisierung führen kann, nämlich den Disconfirmation Bias: Wenn Nutzer sich auch mit gegensätzlichen Meinungen auseinandersetzen, kann nach Ansicht der Autoren ein argumentativer „Grabenkrieg“ entstehen, der insbesondere bei bereits stark polarisierten Meinungen die Fronten verhärtet lässt.

Weitere Literatur

Barberá, Pablo/John T. Jost/Jonathan Nagler/Joshua A. Tucker/Richard Bonneau: Tweeting from left to right. Is online political communication more than an echo chamber? In: *Psychological Science* 26, 10/2015, S. 1531-1542. DOI: 10.1177/0956797615594620

Byrne, David: The echo chamber. In: Harkins, Stephen G./Kipling D. Williams/Jerry M. Burger (Hrsg.): *The Oxford handbook of social influence*. New York: Oxford University Press 2017, S. 457-460

Druckman, James N./Matthew S. Levendusky/Audrey McLain: No need to watch. How the effects of partisan media can spread via interpersonal discussions. In: *American Journal of Political Science* 62, 1/2018, S. 99-112. DOI: 10.1111/ajps.12325

Dubois, Elizabeth/Grant Blank: The echo chamber is overstated. The moderating effect of political interest and diverse media. In: *Information, Communication & Society* 21, 5/2018, S. 729-745. DOI: 10.1080/1369118X.2018.1428656

Eberl, Jakob-Moritz/Hajo G. Boomgaarden/Markus Wagner: One bias fits all? Three types of media bias and their effects on party preferences. In: *Communication Research* 44, 8/2017, S. 1125-1148. DOI: 10.1177/0093650215614364

Flaxman, Seth/Sharad Goel/Justin M. Rao: Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. In: *Public Opinion Quarterly* 80, S1/2016, S. 298-320. DOI: 10.1093/poq/nfw006

Groshek, Jacob/Karolina Koc-Michalska: Helping populism win? Social media use, filter bubbles, and support for populist presidential candidates in the 2016 US election campaign. In: *Information, Communication & Society* 20, 9/2017, S. 1389-1407. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1329334

Jacobson, Susan/Eunyoung Myung/Steven L. Johnson: Open media or echo chamber. The use of links in audience discussions on the Facebook pages of partisan news organizations. In: *Information, Communication & Society* 19, 7/2015, S. 875-891. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1064461

Justwan, Florian/Bert Baumgaertner/Juliet E. Carlisle/April K. Clark/Michael Clark: Social media echo chambers and satisfaction with democracy among Democrats and Republicans in the aftermath of the 2016 US elections. In: *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, February/2018, S. 1-19. DOI: 10.1080/17457289.2018.1434784

Matthes, Jörg/Johannes Knoll/Christian von Sikorski: The “spiral of silence” revisited. A meta-analysis on the relationship between perceptions of opinion support and political opinion expression. In: *Communication Research* 45, 1/2018, S. 3-33. DOI: 10.1177/0093650217745429

Neo, Rachel L.: Favoritism or animosity? Examining how SNS network homogeneity influences vote choice via affective mechanisms. In: *International Journal of Public Opinion Research* 28, 4/2016, S. 461-483. DOI: 10.1093/ijpor/edv035

Rios, Kimberly/Matthew H. Goldberg/Rebecca R. Totton: An informational influence perspective on (non) conformity. Perceived knowledgeability increases expression of minority opinions. In: *Communication Research* 45, 2/2018, S. 241-260. DOI: 10.1177/0093650217699935

Simons, Joseph J. P./Melanie C. Green: Divisive topics as social threats. In: *Communication Research* 45, 2/2018, S. 165-187. DOI: 10.1177/0093650216644025

