



Thomas Roessing

# Schweigespирale

2. Auflage



Nomos

Konzepte. Ansätze der Medien- und  
Kommunikationswissenschaft

herausgegeben von  
Prof. Dr. Patrick Rössler und  
Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius

Band 7

Thomas Roessing

# Schweigespирale

2., durchgesehene Auflage



**Nomos**

© Titelbild: commons.wikimedia.org/wiki/File:Cyclone\_Catarina\_from\_the\_ISS\_on\_March\_26\_2004.JPG.

**Die Deutsche Nationalbibliothek** verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-4868-6 (Print)

ISBN 978-3-8452-8986-1 (ePDF)

2. Auflage 2019

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2019. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

---

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	3
Tabellenverzeichnis .....	7
<b>1. Grundzüge der Theorie .....</b>	<b>9</b>
<b>2. Entwicklungsgeschichte des Ansatzes .....</b>	<b>15</b>
Frühe Rezeption und Konflikte .....	20
<b>3. Forschungslogik der Schweigespiralforschung .....</b>	<b>27</b>
Literaturstudien: Öffentliche Meinung in Literatur, Geschichte und Philosophie .....	27
Empirische Sozialwissenschaft .....	28
Meinungsklima .....	30
Redebereitschaft .....	34
Voraussetzungen für die Entwicklung einer Schweigespirale .....	38
Massenmedien und Öffentliche Meinung .....	44
Experimentelle Studien zur Schweigespirale .....	51
<b>4. Empirische Befunde .....</b>	<b>55</b>
<b>5. Kritik und Weiterentwicklungen .....</b>	<b>81</b>
Die Kritik von Klaus Merten .....	81
Weitere kritische Bemerkungen .....	84
Weiterentwicklungen .....	85
<b>6. Verwandte und Konkurrierende Ansätze .....</b>	<b>87</b>
Andere Auffassungen von ‚öffentlicher Meinung‘ .....	87
Verwandte Ansätze .....	90
Desiderata .....	93
<b>7. Top 5 der Veröffentlichungen Noelle-Neumanns .....</b>	<b>97</b>
<b>8. Top 10 der Forschungsliteratur .....</b>	<b>98</b>
Literatur .....	100
Bisher in der Reihe erschienene Bände .....	111



---

## Abbildungsverzeichnis

Modell 1:	Schweigespirale	11
Modell 2:	Last Minute Swing 1965	16
Modell 3:	Voraussetzungen für eine Schweigespirale	39
Modell 4:	Funktionen der Massenmedien für die öffentliche Meinung	45
Modell 5:	Drittvariablenkontrolle	47
Modell 6:	Stark vereinfachtes Modell der Wirkung von Fallbeispielen	50
Modell 7:	Psychologisches und soziologisches Analysemodell	66



---

## Vorwort der Reihenherausgeber

Etliche Jahre schien das Fehlen von Lehrbüchern auch die akademische Emanzipation der Kommunikationswissenschaft zu behindern. Doch in jüngerer Zeit hat der fachkundige Leser die Auswahl aus einer Fülle von Angeboten, die nur noch schwierig zu überblicken sind. Wie lässt es sich dann rechtfertigen, nicht nur noch ein weiteres Lehrbuch, sondern gleich eine ganze Lehrbuchreihe zu konzipieren?

Wir sehen immer noch eine Lücke zwischen den großen Überblickswerken auf der einen Seite, die eine Einführung in das Fach in seiner ganzen Breite versprechen oder eine ganze Subdisziplin wie etwa die Medienwirkungsforschung abhandeln – und andererseits den Einträgen in Handbüchern und Lexika, die oft sehr spezifische Stichworte beschreiben, ohne Raum für die erforderliche Kontextualisierung zu besitzen. Dazwischen fehlen allerdings (und zwar vor allem im Bereich der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung) monographische Abhandlungen über zentrale KONZEPTE, die häufig mit dem Begriff der „Theorien mittlerer Reichweite“ umschrieben werden.

Diese KONZEPTE gehören zum theoretischen Kerninventar unseres Fachs, sie bilden die Grundlage für empirische Forschung und akademisches Interesse gleichermaßen. Unsere Lehrbuchreihe will also nicht nur Wissenschaftlern einen soliden und gleichzeitig weiterführenden Überblick zu einem Forschungsfeld bieten, der deutlich über einen zusammenfassenden Aufsatz hinausgeht: Die Bände sollen genauso Studierenden einen fundierten Einstieg liefern, die sich für Referate, Hausarbeiten oder Abschlussarbeiten mit einem dieser KONZEPTE befassen. Wir betrachten unsere Lehrbuchreihe deswegen auch als eine Reaktion auf die Vorwürfe, mit der Umstellung auf die Bachelor- und Masterstudiengänge würde Ausbildung nur noch auf Schmalspurniveau betrieben.

Die Bände der Reihe KONZEPTE widmen sich deswegen intensiv jeweils einem einzelnen Ansatz der Mediennutzungs- und Wirkungsforschung. Einem einheitlichen Aufbau folgend sollen sie die historische Entwicklung skizzieren, grundlegende Definitionen liefern, theoretische Differenzierungen vornehmen, die Logik einschlägiger Forschungsmethoden erläutern und empirische Befunde zusammenstellen. Darüber hinaus greifen sie aber auch Kontroversen und Weiterentwicklungen auf, und sie stellen die Beziehungen zu theoretisch verwandten KONZEPTE her. Ihre Gestaltung und ihr Aufbau enthält didaktische Elemente in Form von Kernsätzen, Anekdoten oder Definitionen – ebenso wie Kurzbiografien der Schlüsselautoren und

kommentierte Literaturempfehlungen. Sie haben ein Format, das es in der Publikationslandschaft leider viel zu selten gibt: ausführlicher als ein Zeitschriften- oder Buchbeitrag, kompakter als dickleibige Forschungsberichte und konziser als thematische Sammelbände.

Die Reihe KONZEPTE folgt einem Editionsplan, der gegenwärtig 25 Bände vorsieht, die in den nächsten Jahren sukzessive erscheinen werden. Als Autoren zeichnen fachlich bereits ausgewiesene, aber noch jüngere Kolleginnen und Kollegen, die einen frischen Blick auf die einzelnen KONZEPTE versprechen und sich durch ein solches Kompendium auch als akademisch Lehrende qualifizieren. Für Anregungen und Kritik wenden Sie sich gerne an die Herausgeber unter



[patrick.roessler@uni-erfurt.de](mailto:patrick.roessler@uni-erfurt.de)



[brosius@ifkw.lmu.de](mailto:brosius@ifkw.lmu.de)

---

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Meinungsklima und Redebereitschaft über Willy Brandt im Mai 1972	32
Tabelle 2:	Der Einfluss des Fernsehens auf die Erwartung, wer die Wahl gewinnt	46
Tabelle 3:	Bereitschaft, das Thema ‚Sozialismus‘ öffentlich zu diskutieren, August 1972	56
Tabelle 4:	Redebereitschaft, politisches Interesse und Sozialismus	57
Tabelle 5:	Die schweigende Mehrheit	60
Tabelle 6:	Einschätzungen hinsichtlich der Zustimmung zur Anerkennung der DDR im Jahre 1971	62
Tabelle 7:	Redebereitschaft nach wahrgenommener und tatsächlicher Mehrheit und Minderheit zur ‚Promillegrenze‘ beim Autofahren	64
Tabelle 8:	Redebereitschaft nach Meinungslagern und individueller Überzeugung in der Mehr- oder Minderheit zu sein	70
Tabelle 9:	Redebereitschaft in Orange County 1992	75