

Scribbr-Universität
Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Internationale Kommunikation



Exposé für eine Bachelorarbeit zum Thema:

Trump auf Twitter

Eine Analyse von Opinion-Leadership in sozialen Medien

Vorgelegt von:

Mirjam Weinhardt
Musterstr. 10
12345 Musterstadt
E-Mail: mirjam@scribbr.com

Matrikelnummer: 1234567
BA Internationale Kommunikation
2. Fachsemester
Betreuungsperson: Dr. Ross Geller

Datum: 18.12.2020

Inhaltsverzeichnis

Problemstellung	2
Zielsetzung und Erkenntnisinteresse	2
Forschungsstand und theoretische Grundlagen	3
Forschungskonzept	3
Vorläufige Gliederung	5
Zeitplan	6
Literaturverzeichnis	7

Problemstellung

Rückblickend wurde im Jahr 2017 von einem politischen Akteur in den Nachrichten wiederholt berichtet: US-Präsident Donald J. Trump. Sein unerwarteter Wahlerfolg und seine unkonventionelle Politik wurden sowohl in den Vereinigten Staaten als auch international in den Medien umfassend thematisiert.

Seine neuartige Nutzung sozialer Medien zum Ausdruck politischer sowie persönlicher Meinung stach hier besonders hervor, wobei Trumps Verhalten zahlreiche Kontroversen auslöste sowie neue Formen der politischen Kommunikation aufzeigte. An seinem Verhalten zeigt sich, wie ein politischer Akteur die Medienagenda bestimmen kann.

Zielsetzung und Erkenntnisinteresse

Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, das Two-Step-Flow-Modell und das Konzept von Opinion-Leadership zu analysieren, um die Frage zu beantworten, wie diese auf den heutigen Informationsfluss in sozialen Medien angewendet werden können. Entworfen wurde das Two-Step-Flow-Modell 1948 von Lazarsfeld, Berelson sowie Gaudet und wird hier auf den Mikroblogging-Dienst Twitter angewandt.

Das Tweetverhalten von US-Präsident Donald Trump wird untersucht und anhand einer Case-Study mit der klassischen Kommunikationstheorie verglichen, um zu ermitteln, ob die Theorie auf soziale Netzwerke angewendet werden kann.

Folgende Punkte sind die Ziele der Arbeit:

- Die Studienergebnisse zu Trumps Tweetverhalten zusammenfassen,
- den Fall Nordstrom beschreiben und analysieren (Nachzeichnung des Two-Step-Flows),
- und anhand der Ergebnisse die folgende Forschungsfrage beantworten:
Inwiefern erfüllt Donald Trumps Twittergebrauch die Kriterien von virtueller Meinungsführerschaft?

Es wird erwartet, dass gemäß den Forschungsergebnissen die Meinung in der Bevölkerung gegenüber Trump verglichen mit anderen Opinion-Leadern durchschnittlich negativer behaftet ist. Außerdem ist damit zu rechnen, dass seine Opinion-Followers aus einer Personengruppe stammen, die Trump wählen.

Forschungsstand und theoretische Grundlagen

In sozialen Gruppen existieren Meinungsführende (Opinion-Leaders), die als Fachleute sowie Ratgebende für bestimmte Themen gelten und die im Rahmen interpersonaler Kommunikation ihre Bewertungen, Interpretationen oder Meinungen an die Meinungsfolgenden (Opinion-Followers) weitergeben (Lazarsfeld, Berelson & Gaudet, 1948). Daneben bezeichnen ‚virtuelle Meinungsführer‘ Medienpersönlichkeiten, die hohes Vertrauen und Ansehen genießen, mit denen jedoch nicht interpersonal kommuniziert wird (Katz, 1957).

Infolge der erhöhten Nutzung sozialer Medien wird die Gültigkeit der Theorie jedoch infrage gestellt: Bennett und Manheim (2006) stellten fest, dass die Grenzen zwischen den Medien, den Meinungsführenden und der Öffentlichkeit bei sozialen Medien verschwimmen. Thorson und Wells (2015) entwarfen daher ein neues Modell, das explizit den Informationsfluss in sozialen Netzwerken beschreibt.

Wie sich der Two-Step-Flow und das Konzept des Opinion-Leadership auf Twitter anwenden lassen, wurde noch nicht in der Literatur behandelt und der Aspekt der politischen Kommunikation wurde ebenfalls weitgehend vernachlässigt.

Forschungskonzept

Die folgenden Fragen sollen in dieser Arbeit beantwortet werden:

- Entspricht Trumps Tweetverhalten dem eines klassischen Opinion-Leaders?
- Wer gehört zu Trumps Opinion-Followers?
- Wie gestaltet sich der Two-Step-Flow, wenn Trump bspw. negativ über Unternehmen tweetet?

Um den Two-Step-Flow zu visualisieren, wird der Fall Nordstrom betrachtet. Hierbei handelt es sich um eine Kaufhauskette, die sich gegen die Weiterführung der Modelinie von Trumps Tochter Ivanka entschied. Kurze Zeit später veröffentlichte Donald Trump einen Tweet darüber, dass das Unternehmen seine Tochter ungerecht behandelt habe.

Im Rahmen der Bachelorarbeit werden die folgenden methodischen Schritte umgesetzt:

1. Eine Case-Study wird durchgeführt, um zu untersuchen, welche Auswirkungen der Tweet auf die Medienlandschaft hatte.
2. Es wird analysiert, wie das Weiße Haus daraufhin kommunizierte und wie die Nachricht von den Medien aufgegriffen wurde.
3. Der Two-Step-Flow wird visualisiert und der Agenda-Building-Prozess untersucht.

Dabei wird die Methodik der qualitativen Inhaltsanalyse verwendet, um die Kommunikation in den sozialen Medien im Fall Nordstrom zu analysieren. Als Datensatz dienen alle relevanten Beiträge (Tweets) auf der Plattform Twitter, in denen über den Fall Nordstrom kommuniziert wird.

Vorläufige Gliederung

1. Einleitung
2. Kommunikation auf Twitter
 - 2.1 Funktionen von Twitter
 - 2.2 Hauptmerkmale von Twitter
 - 2.3 Politische Kommunikation auf Twitter
3. Opinion-Leader und Two-Step-Flow
 - 3.1 Theoretischer Rahmen
 - 3.2 Theoretische Kritik am Two-Step-Flow
 - 3.3 Soziale Netzwerke als Schauplatz für Opinion-Leadership
4. Methodik
5. Donald Trump auf Twitter
 - 5.1 Trumps Nutzung von Twitter
 - 5.2 Case-Study der Kaufhauskette Nordstrom
6. Diskussion und Fazit

Zeitplan

Dauer: Sieben Wochen (01.01.2021–19.02.2021)

Bis 07.01.: Literaturrecherche

Bis 15.01.: Thematische Hinführung + Hypothesen

Bis 23.01.: Rohfassung Hauptteil

Bis 01.02.: Rohfassung empirische Untersuchung

Bis 05.02.: Rohfassung Einleitung + Schluss

Bis 12.02.: Überarbeitung + Korrektur

Bis 15.02.: Layout + Titelblatt

Bis 17.02.: Druck

Bis 19.02.: Abgabe

Literaturverzeichnis

- Bennett, W. L., & Manheim, J. B. (2006). The One-Step Flow of Communication. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 608(1), pp. 213–232.
- Crockett, Z. (2016, 16. Mai). *What I learned analyzing 7 months of Donald Trump's tweets*. Vox. <https://www.vox.com/2016/5/16/11603854/donald-trump-twitter>
- Katz, E. (1957). The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis. *Public Opinion Quarterly*, 21(1), 61–78.
<https://doi.org/10.1086/266687>
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. New York: Free Press.
- Lazarsfeld, L., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- Ott, B. L. (2016). The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical Studies in Media Communication*, 34(1), 59–68.
<https://doi.org/10.1080/15295036.2016.1266686>
- Thorson, K. & Wells, C. (2015). Curated Flows: A Framework for Mapping Media Exposure in the Digital Age. *Communication Theory*, 26(3), 309–328.
<https://doi.org/10.1111/comt.12087>