

© PantherMedia/MahaHeang245789 (YAYMicro)

Wenn Reichweite Meinungen bestimmt

Generiert eine bestimmte Einstellung genügend Reichweite und damit Gewichtung, traut sich niemand mehr, eine andere Meinung zu vertreten.

Gastkommentar

••• *Von Cosima Serban*

Die Social Media-Welt schafft es immer wieder, zu beweisen, wie stark sie Bewertungen, Meinungen und Weltansichten beeinflussen kann.

Der Fokus liegt für Institutionen, Massenmedien – und schon lange für die Allgemeinheit – primär auf der Transparenz der Werbeaktivitäten. Diese werden gesetzlich geregelt, nachgeschärft und obliegen teilweise einer strengeren Kontrolle, Überprüfung und Freigabe. Jedoch kann eine reine Werbeanzeige einer Marke keine Weltanschauungen verändern, Werteskalen brechen oder Selbstwertgefühle beeinflussen.

Wo bleiben die Jungen?

Die jüngeren Generationen werden zwar begeistert sein, sich aber nur noch sehr schwer von einem zwar strategisch optimal strukturierten, jedoch offensichtlichen Werbespot oder einer leicht wahrnehmbaren Anzeige zu etwas überreden lassen.

Ältere Generationen haben vielleicht damals bestimmte Komplexe entwickelt, als z.B. nur sehr dünne, perfekt retuschierte Models auf jedem Titelblatt zu sehen waren. Diese Realität ist aber schon längst durchleuchtet und bekannt.

Für einige geht es vielleicht immer noch um oberflächliche Merkmale, die zur Identitätsfindung beitragen können. Vielmehr als der Körperkult, der durch die Selbstinszenierung anderer beeinflusst wird, sind es aber die extremen Weltsichten und die Manipulation von Nachrichten, Meinungen, gar Fakten, und Dark Patterns-Mechaniken, die langfristig den größeren Impact generieren, denn diese verändern Wahrnehmungen, Nutzungsverhalten und Gedankenstrukturen.

Somit sollten eher die Persönlichkeit und die Gedankenwelt geschützt werden als die