

# Inhalt

<b>I. Die Schweige-Hypothese wird aufgestellt</b> .....	13
»Unser Verständnis hinkt weit hinter unseren Messungen zurück« .....	14
Jede Forschung beginnt mit einem Rätsel .....	16
Reden und Schweigen entscheidet über Meinungsklima .....	17
Mitläufer in letzter Minute .....	19
Die Erscheinung an das Tageslicht ziehen .....	21
<b>II. Prüfung mit demoskopischen Instrumenten</b> .....	23
»Woher soll ich das wissen?« .....	23
Eine neue menschliche Fähigkeit wird entdeckt: Wahrnehmung von Meinungsklima .....	27
Der »Eisenbahntest« .....	33
Die Simulation von Öffentlichkeit .....	36
Die zweite Annahme bestätigt sich: Die siegessichere Fraktion ist redebereit, die Verlierer tendieren zum Schweigen .....	40
Auch ein Abzeichen ist Reden .....	42
Der Vorteil, redebereite Gruppen auf der eigenen Seite zu haben .....	45
Sich im Einklang mit dem Zeitgeist zu fühlen, löst die Zunge .....	49
Die Tendenzwende als Chance für die Forschung .....	50
Die Vermutung, Linke reagierten weniger auf Meinungsklima, wird widerlegt .....	51
Ein neues Meßverfahren für atmosphärischen Meinungsdruck .....	52
Eine Fragebatterie zur öffentlichen Bekenntnisbereitschaft .....	56

<b>III. Isolationsfurcht als Motiv</b> .....	59
Das klassische Laboratoriumsexperiment von Solomon Asch erschüttert das Bild vom mündigen Menschen .....	60
Zwei Motive der Nachahmung: Lernen und Isolationsfurcht .. ..	62
Wird die soziale Natur des Menschen verleugnet? .....	64
Ein demoskopisches Feldexperiment zur Simulation von Isolationsdrohung .....	65
Rauchen in der Gegenwart von Nichtrauchern: Der Drohtest .. ..	66
Reaktionen im demoskopischen Interview, als sei es die Wirklichkeit .....	73
Ein Test funktioniert nicht .....	76
Wer wird geschnitten? .....	79
<b>IV. Öffentliche Meinung – was ist das?</b> .....	84
Fünfzig Definitionen .....	84
Die Schweigespirale als Prozeß der Entstehung und Ausbreitung öffentlicher Meinung .....	86
»Meinung« und »opinion« werden verschieden aufgefaßt .....	87
Übereinstimmung, die Anerkennung fordert .....	87
Drei Bedeutungen von »öffentlich« .....	88
Die soziale Haut .....	89
Meinungen, die man öffentlich äußern kann, ohne sich zu isolieren .....	91
Öffentliche Meinung als Billigung und Mißbilligung .....	92
Aufbruch in die Vergangenheit: Machiavelli und Shakespeare	93
<b>V. Das Gesetz der Meinung: John Locke</b> .....	96
Reputation, Mode: Die Maßstäbe am Platze .....	97
<b>VI. Regierung beruht auf Meinung: David Hume, James Madison</b>	103
Die Liebe zum Ruhm: Die Sonnenseite der öffentlichen Meinung .....	104
Der Mensch ist furchtsam und vorsichtig .....	107

Nicht Ruhm, nur Bedrohung setzt die Schweigespirale in Gang	108
Revolutionäre Zeiten schärfen das Wahrnehmungsvermögen für Öffentlichkeit als Bedrohung	108
1661 prägt Glanvill den Begriff »Meinungsklima«	109
Descartes als intuitiver Kenner der Schweigespirale	110

**VII. Der Schöpfer des Begriffs »öffentliche Meinung«:**

<b>Jean-Jacques Rousseau</b>	112
Öffentlichkeit heißt: Jeder kann es sehen	114
Öffentliche Meinung als Sittenwächterin	114
Öffentliche Meinung als Schutz der Gesellschaft und Feind des Individuums	119
Der Kompromiß als Notwendigkeit im Umgang mit der öffentlichen Meinung	121
»Ich muß Spott und Tadel ertragen lernen«	122

**VIII. Öffentliche Meinung als Tyrannei: Alexis de Tocqueville** . . . . . 124

Die Gleichheit erklärt die Macht der öffentlichen Meinung	126
---	-----

**IX. Der Begriff »soziale Kontrolle« wird geprägt, und der Begriff**

<b>»öffentliche Meinung« zerbricht: Edward Ross</b>	132
Ein Begriff von öffentlicher Meinung wie Wissenschaftlern und Journalisten auf den Leib geschneidert	132
Das Schneefegen auf dem Bürgersteig als öffentliche Meinung	134
Bis das Individuum tot aus der Gesellschaft fällt	135

**X. Das Chorheulen der Wölfe** . . . . . 137

Einstimmen zum gemeinsamen Handeln	139
Das Scharverhalten	140

<b>XI. Öffentliche Meinung bei afrikanischen und pazifischen Stämmen</b> .....	144
Man kann nicht allein überleben .....	145
Schlimme Erfahrungen mit der Außenwelt: Verachtet sein, lächerlich sein .....	146
Margaret Mead: Drei Arten, öffentliche Meinung herzustellen	146
Ein gemeinsames Schweinefleisch-Mahl .....	147
Wenige oder wechselnde Regeln erfordern vom einzelnen große Aufmerksamkeit .....	148
Das duale System, die Lagergesinnung .....	149
Der einzelne ist machtlos. Formalismus auf Bali .....	151
Kontrolle durch die Nachbarn .....	152
<b>XII. Der Sturm auf die Bastille. Öffentliche Meinung und Massenpsychologie</b> .....	154
Die konkrete Masse: Das Individuum erlebt Gemeinsamkeit und ist entlastet von Umweltbeobachtung .....	155
Gereizte öffentliche Meinung konkretisiert sich in spontaner Masse .....	160
Die wankelmütige Masse: nicht typisch für öffentliche Meinung	162
<b>XIII. Mode ist öffentliche Meinung</b> .....	164
Das quasistatistische Organ als Bindeglied zwischen individueller und kollektiver Sphäre .....	164
Warum müssen die Männer Bärte tragen? .....	167
Die Fähigkeit zum Kompromiß wird eingeübt .....	168
Ein hartes Muster .....	170
<b>XIV. Der Pranger</b> .....	172
Die Ehrenstrafen nutzen die empfindliche soziale Natur des Menschen .....	172
Aus dem Klatsch kann man die Ehrenregeln einer Gesellschaft entnehmen .....	174

**XV. Das Recht und die öffentliche Meinung** ..... 178

Polarisation als gespaltene öffentliche Meinung ..... 179  
Barriere gegen sozialen Wandel und überhastete Anpassung  
an modische Tendenzen: zwei Extreme ..... 183  
Das Recht muß von der Sitte gestützt werden ..... 186  
Durch Gesetze öffentliche Meinung ändern ..... 188

**XVI. Öffentliche Meinung bewirkt Integration** ..... 192

Zurückbleiben der empirischen Forschung ..... 192  
Die Integrationslehre von Rudolf Smend ..... 194  
»Integration«: so unsympathisch wie »Anpassung«? ..... 195  
Zeitgeist als Integrationsleistung ..... 195  
Bei Gefahr für die Gesellschaft starker Druck  
der öffentlichen Meinung ..... 197

**XVII. Ketzer, Avantgardisten, Außenseiter: Herausforderer  
der öffentlichen Meinung** ..... 200

Wer Isolation nicht fürchtet, kann öffentliche Meinung  
verändern ..... 200  
Die Bahnbrecher reagieren auf Öffentlichkeit so wenig  
wie Schlafwandler ..... 202  
An der Öffentlichkeit leiden. Erst durch Öffentlichkeit leben ... 203  
Warum und wann ändert sich die Musik? ..... 204

**XVIII. Das Stereotyp als Verkehrsmittel der öffentlichen  
Meinung: Walter Lippmann** ..... 206

Ein Enthüllungsbuch ..... 207  
Wie Gewitterwolken im Meinungsklima ..... 207  
Die Bilder in unserem Kopf – eine Pseudowelt, auf deren  
Realität wir schwören ..... 210  
Einheitliche Auswahlregeln der Journalisten ..... 211  
Menschen mit verschiedenen Einstellungen sehen den  
gleichen Vorgang verschieden ..... 212  
Was nicht berichtet wird, existiert nicht ..... 214  
Öffentliche Meinung wird erst durch Stereotype mitteilbar ..... 217

<b>XIX. Thematisierung als Leistung öffentlicher Meinung:</b>	
<b>Niklas Luhmann</b> .....	218
Ein Thema verhandlungsfähig machen .....	219
Die Massenmedien bestimmen, was auf die Tagesordnung kommt .....	220
<b>XX. Das Journalistenprivileg: Verleihung von Öffentlichkeit</b> .....	222
Das Gefühl der Machtlosigkeit gegenüber den Massenmedien	222
Ein neuer Ansatz der Wirkungsforschung .....	224
Öffentlichkeit macht salonfähig .....	225
<b>XXI. Öffentliche Meinung hat zwei Quellen. Eine bilden die Massenmedien</b> .....	227
Im Wahljahr 1976 schlägt das Meinungsklima um .....	228
Mit den Augen des Fernsehens .....	229
Die Journalisten haben nicht manipuliert, sie sahen es so .....	232
Eine Bilder-Signal-Sprache wird entschlüsselt .....	234
<b>XXII. Das doppelte Meinungsklima</b> .....	240
Kampf gegen die Schweigespirale .....	240
»Pluralistische Ignoranz«: Die Bevölkerung täuscht sich über die Bevölkerung .....	242
<b>XXIII. Die Artikulationsfunktion: Wer seinen Standpunkt in den Medien kaum vertreten findet, ist mundtot</b> .....	244
Der harte Kern .....	244
Wenn sie nicht von den Massenmedien kommen, fehlen die Worte .....	247

<b>XXIV. Vox populi – vox Dei</b> .....	249
Nicht Vernunft, sondern Schicksal .....	250
Definitionen, die empirischen Untersuchungen der öffentlichen Meinung zugrunde gelegt werden können .....	255
Des Kaisers neue Kleider. Zur Ort- und Zeitgebundenheit von öffentlicher Meinung .....	257
Zwei Bedeutungen von sozialer Haut .....	260
<b>Nachwort, um zu danken</b> .....	261
<b>Anmerkungen</b> .....	264
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	283
<b>Personen- und Sachregister</b> .....	292