

Sag mir, was Du liest und ich sag Dir, wie Du stimmst

Thomas Häussler
25th November 2016



In fünfzig Jahren *Année Politique Suisse* hat sich die Politik stark verändert, entscheidender aber noch die mediale Kommunikation über sie. Tageszeitungen als Stützpfeiler demokratischer Öffentlichkeit werden in regelmässigen Abständen totgesagt, das Leseverhalten der Bevölkerung – sofern überhaupt noch vorhanden – ist im Zeitalter von Facebook und Twitter radikalen Veränderungen unterworfen. Der mediale Wandel, der oberflächlich betrachtet Vernetzung und Vielfalt bringt, führt unter der Hand zu Isolation und Einseitigkeit. Der folgende Beitrag zeichnet die groben Linien diese Entwicklungen nach und skizziert die demokratischen Herausforderungen für die gegenwärtige Gesellschaft.

Die Serie zum
Jubiläum

50 *année
politique
suisse*

Die „seriöse Presse als Rückgrat der politischen Öffentlichkeit“, so bezeichnet Jürgen Habermas (2008, S. 131) die Rolle der Printmedien im

politischen Prozess. Dies ist der Forschungsgegenstand des *Année Politique Suisse*, der sein idealisiertes Gegenstück in einem lesenden Publikum findet, das sich über das aktuelle politische Geschehen in der Tagespresse informiert und darüber in kleineren und grösseren Zirkeln nach den Regeln der Debattierkunst berät. Derart erkenntnisreich, meinungsgesättigt und präferenzgeschärft tritt die Stimmbevölkerung dann in regelmässigen Zyklen den Gang an die Urne an.

Das sind Vorstellungen, die selbst im Jahr 1966 als *Année Politique Suisse* gegründet wird, realitätsfern anmuteten. Erst recht ist dies der Fall vor dem Hintergrund der britischen „Brexit“-Abstimmung und der US-Präsidentschaftswahl, in denen die gesellschaftliche Kommunikation weniger vom jeweiligen Gegenstand geprägt ist, sondern sich in Vorwürfen über gezielte Desinformation und mediale Verschwörungen ergeht oder über die digitalen „Echokammern“ diskutiert wird, in denen sich die Wählerschaft zu verirren droht.

Demgegenüber sind in den 1960er Jahren die hiesige Zeitungslandschaft und deren -leserschaft noch auf eine Art und Weise miteinander verschränkt, wie es heute nicht mehr vorstellbar und möglich ist und es lohnt daher, die markantesten Entwicklungslinien in den folgenden Absätzen schlaglichtartig zu beleuchten.

Grundlegender Wandel der Beziehung zwischen Presse und Publikum

Dabei wird klar, dass einerseits die Veränderung der Medienlandschaft wie auch die loser werdenden politischen Bindungen dazu führen, dass sich die Beziehung zwischen Presse und Publikum gänzlich umgestaltet, was unmittelbare Auswirkungen auf die im Titel dieses Beitrages geäusserte These hat.

Andererseits hat sich zwar das Angebot insbesondere durch die hinzu kommenden elektronischen Medien stetig verbreitert, ohne indes automatisch ein gleichermassen verbreitertes Nutzungsverhalten auf Seiten des Publikums nach sich zu ziehen. Denn paradoxerweise droht die steigende Vielfalt auf der Seite der Inhaltsproduzenten sich in ihr Gegenteil auf der Seite der Rezipientinnen und Rezipienten zu verkehren, was als anhaltende Entwicklung die politische Öffentlichkeit vor ernstzunehmende Herausforderungen stellt.



Fernsehstudio vor 1965 (Bild: [SRG SSR](#))

In den 1960er Jahren sehen die Verhältnisse in der helvetischen Medienlandschaft und ihrem Publikum noch anders aus. Die politische Berichterstattung ist zu grossen Teilen immer noch in der Hand von Blättern mit grosser Nähe zu den politischen Parteien und die persönliche politische Gesinnung ist vielerorts weniger Ausdruck argumentativer Auseinandersetzung mit offenem Ausgang als eine eingespielte Konstante, die sich aus Tradition und gesellschaftlichem Umfeld ergibt.

Politische Beteiligung ist zudem noch moralische Bürgerpflicht und als Folge davon ist die Achse Politik-Presse-Publikum-Partizipation stabil: An die Urne gehen die meisten, sie tun dies aus demokratischem Pflichtbewusstsein und bekunden keine Mühe bei der Wahl, da sie auf Basis überlieferter und eingeübter Einstellungen handeln, die ihrerseits in den entsprechenden Zeitungen täglich artikuliert werden.

Gleichzeitig sind gerade die 1960er Jahre eine Epoche, in der ein vielschichtiger Umbruch stattfindet – manches offensichtlich, wie die kulturellen Gegenbewegungen, die hier ihren Ausgang nehmen, manches, wie die Anfänge des Internets, nur andeutungsweise und gleichsam noch auf der Hinterbühne gesellschaftlicher Aufmerksamkeit. Doch auch vor der noch kommenden digitalen Revolution befindet sich die helvetische Öffentlichkeit in einem strukturellen Umbruch und die oben skizzierte Achse wird zusehends brüchig.

Zunächst erfährt die Deutschschweiz 1959 einen unvermittelten

Boulevardisierungsschock – der *Blick* wird zu ersten Mal herausgegeben, was für grosse öffentliche Empörung, beim Stammhaus Ringier aber für noch grössere Auflagen sorgt.





Studetischer Protest gegen neue Boulevardzeitung "Blick", Bern 1959 (Bilder: [RDB/ATP/Jost](#))

Medienmarkt in Bewegung

Indes sind es nicht nur einzelne Presseprodukte, die den Medienmarkt verändern, er befindet sich insgesamt in Bewegung. Die Kartellkommission legt 1969 ihren ersten Bericht zur Pressekonzentration vor, in dem sie einerseits die steigende Vormachtstellung einzelner Verlage und ihrer Produkte aufzeigt, gleichzeitig vor deren stärker werdende Abhängigkeit von der Werbewirtschaft mahnt.

Die Voraussetzungen zur freien Meinungsbildung kommen damit gleichzeitig von zwei Seiten her unter Druck, auf die die Politik selbst nur geringen Einfluss hat. Einerseits drohen regionale Monopole zu entstehen, die einzelnen Verlagen zu dominanten Stellungen verhelfen und so die Vielfalt des

Meinungsraumes aushöhlen – gerade auch auf lokaler Ebene. Andererseits stehen die Presseproduzenten selbst unter Druck, die Inhalte ihrer Produkte inserenten- und werbekonform gestalten.

Die „Schere im Kopf“ der Redakteure bezieht sich damit nicht mehr auf die Auseinandersetzung mit staatlichen Stellen, namentlich der Zensurbehörde in den Krisen- und Kriegsjahren, sondern je länger je mehr auf die kritische Berichterstattung der Presse zu wirtschaftlichen Themen und deren Exponenten. Gleichzeitig nimmt die Presse nun eine zentrale Stellung im politischen Prozess ein und löst als Massenmedium die Partei als wichtigste Instanz der politischen Sozialisation ab.

Auf Seiten der Bevölkerung gewinnen alternative Lebensformen und Sichtweisen an Bedeutung, die Partei- und Konfessionsbindungen schwinden, gleichzeitig erfährt die Individualisierung der Lebensstile einen Schub, was sich nicht zuletzt in der Abkehr von traditionellen Identifikationsmustern und der Unterstützung von ausserparlamentarischen, „neuen“ sozialen Bewegungen äussert.

Die feministische Bewegung etwa erlebt eine Hochphase und die moderne grüne Politik nimmt hier ihren Ausgang – der WWF etwa wird 1961 gegründet – und ist nach wie vor sowohl als ökologische Bewegung organisiert, wie sie sich auch in Teilen zu einer Partei traditionellen Zuschnitts entwickelt, die 1983 gegründet wird.

Damit ist auch gesagt, dass die genannten Verschiebungen und Veränderungen keineswegs Zeichen einer De-Politisierung darstellen – im Gegenteil. Denn das Publikum wendet sich lediglich von althergebrachten Mustern, Traditionen und Institutionen ab. Eigentlich sind die 1960er und 1970er Jahre eine Phase der Politisierung und der Partizipation, wenngleich mit anderen Vorstellungen und Mitteln.



Gottlieb Duttweiler, der Gründer der Zeitung *Die Tat*, 7. Juli 1950 (Bild: [Wikimedia Commons](#))

Dem entspricht auf publizistischer Seite die alternative Presse, die in dieser Phase an Bedeutung gewinnt, von der die meisten Titel aber wieder eingehen. Der in der Überschrift des Beitrags geäußerte Zusammenhang zwischen Lesen und politischer Präferenz ist damit in Teilen durchaus noch gegeben, er wird indes unweigerlich schwächer. Dies gilt insbesondere für die etablierte Publizistik, die unter dem Druck der Investitionen in technologische Neuerungen – Stichwort elektronische Redaktionssysteme und Digitalisierung des Drucks –, wegfallender Partei- und ergo Leserbindungen sowie der wachsenden Inseratenabhängigkeit sich in immer härter umkämpften Märkten befindet.

Publizistische Fusionskaskaden und die elektronische Erweiterung des Spielfeldes

Die 1970er und 1980er Jahre sind denn auch stark davon geprägt, dass ein Grossteil der Verlage sich gezwungen sieht, einen guten Teil ihrer teilweise altehrwürdigen Blätter entweder einzustellen oder wie etwa im Raum Luzern mit den Produkten des politischen Gegners in den einsetzenden Fusionskaskaden zusammenlegen. Dieser Prozess findet wohlgerne bei einer schweizweit

insgesamt steigenden Auflage statt. Das Publikum liest also insgesamt nicht weniger, hat aber weniger starre politische Präferenzen. Dies bedeutet freilich auch, dass spätestens zu diesem Zeitpunkt die Übereinstimmung zwischen der Ausrichtung der angebotenen tagesaktuellen politischen Lektüre und den individuellen Präferenzen äusserst schwach geworden ist.

Hinzu kommt in den 1980er und verstärkt in den 1990er Jahren eine weitere mediale Entwicklung, die eine indirekte, jedoch entscheidende Auswirkung auf das politische Interesse und damit auf die Beteiligung des Publikums am politischen Prozess hat – die Vervielfältigung der Kanäle.

Was das Internet Ende des Millenniums noch einmal potenzieren wird, manifestiert davor bereits in der Ausweitung des Fernseh- und Radioangebots. Die Privatsender halten Einzug und mit ihnen die Möglichkeit, politische Information gänzlich zu umgehen, sofern man sich dafür nicht von Haus aus interessiert.

Anmerkungen: Ab 2010 bzw. 2013 kein direkter Rückwärtsvergleich möglich, da Gewichtungsverfahren bzw. Messsystem änderten; Messsystem: seit 2013 Kantar Media, 1983–2012 Telecontrol; Basis: Bevölkerung ab 3 Jahren; Mittelwert pro Tag (Montag–Sonntag)

Quelle: [Bundesamt für Statistik \(BFS\)](#) bzw. Mediapulse AG

Das „opting out of politics“, das in den USA bereits in den 1970er Jahren stattfindet, macht sich auch im hiesigen Publikumsverhalten bemerkbar, wenngleich auf andere Art und Weise. Denn die vorwiegend auf Unterhaltung ausgelegten Sender des privaten Fernsehens, sowie die stetig hinzukommenden Spartensender etwa im Bereich des Sports, entstehen zunächst in den grösseren Märkten des gleichsprachigen Auslandes. Das Radio hingegen findet seine Nische im lokalen Bereich, und in seiner Rolle als Begleitmedium par excellence ist gewissermassen auch vorgegeben, dass hier die politische Information zusehends an Bedeutung verliert. (Siehe Abbildung 1, Fernsehkonsum in der Schweiz)

Für die USA, bei denen das mediale Publikum seit jeher stärker auf das Fernsehen ausgerichtet ist, beklagt Elihu Katz (1996) den durch die Angebotsvielfalt schrumpfenden virtuellen Ort der Gemeinsamkeit, der durch die allabendlichen Nachrichtensendungen entstanden war und der den kognitiven Zusammenhalt des Nationalstaates garantierte.

Angebotsvielfalt, politische Apathie und Polarisierung

In der Schweiz ist diese Entwicklung nicht gleichermassen einschneidend; aber auch hier stellt sich mit dem entstehenden elektronischen Überangebot die Frage, wer überhaupt noch Nachrichten konsumiert, insbesondere wer sie noch *liest*?

Klar ist, dass die Gruppe der stark Interessierten gleichzeitig auch diejenigen sind, die eine gefestigte und meist starke Meinung zum politischen

Geschehen besitzen. Daraus ergeben sich zwei Tendenzen: Zunächst bestimmt das politische Interesse wie stark sich Teile des Publikums Nachrichten zuwenden. Erwartungsgemäss führt hohes politisches Interesse zu mehr Nachrichtenkonsum, niedriges Interesse dagegen zur Vermeidung von politischen Inhalten.

Zweitens kann dies, wie für die USA dokumentiert, nicht nur zu einer Spaltung zwischen den Interessierten und den Nicht-Interessierten führen – an sich bereits eine Tendenz, die an den Voraussetzungen demokratischer Gesellschaften rüttelt, sind sie doch auf informierte Bürgerinnen und Bürger angewiesen, die am politischen Prozess teilhaben. Darüber hinaus neigen die politisch interessierten starke Nachrichtenkonsumentinnen und -konsumenten zu extremeren politischen Präferenzen, die sich nicht so sehr in der Mitte, sondern eher am Rande des Spektrums befinden.

Die letzte Konsequenz dieser Entwicklung ist eine Polarisierung der Gesellschaft, was die Frage aufwirft, wie demokratische Verständigung, Kompromiss und Konsens hergestellt werden sollen, wenn sich Personen – und Parteien – auf die politischen Ränder zu und damit voneinander weg bewegen.

Diese Effekte werden durch das Internet noch einmal verstärkt – und zusätzlich entscheidend verändert. Anfänglich mit der Hoffnung nach einem digitalen Versammlungsplatz verknüpft, der die ungehinderte und faire Kommunikation untereinander ermöglicht – die elektronische Agora –, weisen die bisherigen Entwicklungen in eine andere Richtung.

Zwar besitzen die traditionelle Medien und mit ihnen die vom *Année Politique* untersuchten Zeitungen auch im Internet eine Präsenz, hinzu kommen aber noch andere Faktoren, die das Lesen im digitalen Zeitalter mit bestimmen.

Algorithmen, Hyperlinks und Echokammern

Eine der tiefgreifendsten Veränderungen bezieht sich darauf, wie politische Information überhaupt sichtbar wird. Im analogen Zeitalter war diese Rolle den Journalistinnen und Journalisten zugedacht: Sie wählen politische Nachrichten aus, bereiten sie auf und vermitteln sie via Zeitung an ihr Publikum. Dieser Prozess besteht zwar nach wie vor, zu ihm fügen sich indes andere Formen der Nachrichtenselektion.

Erstens ist Onlinekommunikation durch Hyperlinks organisiert, die Webseiten miteinander verbindet und dem Internet erst seine Netzstruktur geben. Nun sind Hyperlinks weder zufällig noch gleichmässig zwischen Webseiten verteilt, sondern werden von den verschiedenen Akteuren bewusst gesetzt. Entsprechend leisten sie dem oben genannten Phänomen der gesellschaftlichen Polarisierung weiter Vorschub, da Hyperlinks vorzugsweise zwischen solchen Webseiten gesetzt werden, die dieselben politischen Positionen vertreten. Ist diese Tendenz ausgeprägt, dann können „Echokammern“ entstehen, dichten Verbindungen zwischen politischer Information gleicher couleur, was den eigenen Standpunkt weder herausfordert, noch erweitert, sondern lediglich bestätigt. Das kann, wie die Sozialpsychologie eindrücklich zeigt, dazu führen, dass Individuen immer extremere Positionen einnehmen. Geschieht diese auf beiden Seiten des politischen Spektrums, dann steht politische Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Diskussionsraum vor einer ernsthaften Herausforderung.

Dies zumal ähnliche Effekte zweitens durch diejenigen Algorithmen entstehen, die den User vorwiegend entlang der bereits bekannten Präferenzen im World Wide Web leiten – seien diese kultureller (Bücher, Filme, usw.) oder politischer Natur. Auch hier verkehrt sich paradoxerweise die vermeintliche grenzenlose Vielfalt möglicher Entscheidungen vorab in die Monotonie des Bekannten.

Hinzu kommt schliesslich die Art und Weise, wie insbesondere jüngere Generationen mit politischer Information in Kontakt kommen: dies geschieht immer weniger über auf Papier gedruckte Zeitungen, noch über deren Webseiten, sondern vorwiegend darüber, was von Facebook-Freunden geteilt wird und „likes“ erhält. Und da der Bekanntenkreis in der Regel die eigenen politischen Präferenzen stark widerspiegelt, wird die verfügbare politische Information auch durch diesen Mechanismus eher verengt als erweitert. Zusammengenommen stellen Hyperlinks, Algorithmen und soziale Medien damit letztlich die Grundvoraussetzung des Lesens in Frage, dass es nämlich auf einer (weitgehend) autonomen Entscheidung seitens der Leserin und des Lesers fusst.

Angesichts dieser Dynamiken und Entwicklungen, die das demokratische Verständnis von Lesen, Diskussion und Partizipation auf die Probe zu stellen droht, besteht Grund zur Hoffnung einerseits darin, dass ein grosser Teil der politische Interessierten nicht (mehr) über starre politische Präferenzen verfügt. Andererseits verfügen sie auch nicht über das nötige Mass an digitaler Gewandtheit, um gegenteilige Informationen gänzlich vermeiden zu können, was gerade bei neuen, noch unbekanntem Themen dazu führt, dass die wahrgenommene politische Information den eigenen Horizont durchaus auszudehnen vermag.

Und schliesslich zeigt sich, dass selbst ideologisch stark geprägte Personen mediale „Allesfresser“ sind, die unterschiedliche mediale Quellen konsumieren und die ihren Präferenzen widersprechende Information nicht einfach gezielt vermeiden.

Referenzen

- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-1132.