

## Buchtipps

## Unverträgliche Medien

Markus Freitag, Direktor und Ordinarius am Institut für Politikwissenschaften der Universität Bern, hat ein bemerkenswertes Buch mit dem Titel «Die Psyche des Politischen» (NZZ Libro) verfasst. Darin untersucht der Soziologieprofessor das Medienverhalten von Herrn und Frau Schweizer.

Text: Markus Freitag

Halten Sie sich für gewissenhaft? Wenn ja, dann lesen Sie höchstwahrscheinlich nicht die NZZ. Gewissenhafte Menschen neigen zur Beharrlichkeit, Ordnungsliebe und Effizienz, zeigen ein ausgeprägtes Pflichtbewusstsein und streben nach dem Erhalt des Status quo. Vielleicht sind Ihnen die Berichte und Mitteilungen der «alten Tante» aus der Falkenstrasse zu wenig bodenständig. Oder die dichten und tiefgründigen Analysen des Qualitätsblattes fallen Ihnen zu umfangreich aus, um sich in den strukturierten Tagesablauf zeitsparend einbetten zu lassen. Zu diesem Befund kommt der Berner Politikprofessor Markus Freitag in seinem neuen Werk, das die Psyche von Herrn und Frau Schweizer abklopft und dabei auch die Charakterprofile hiesiger Mediennutzer unter die Lupe nimmt.\*

Nicht allein Sozialisationsprozesse und Lebenssituationen dürften die Auswahl von Medien aus Gründen der Alltagsflucht, Bedürfnisbefriedigung oder Problemlösung prägen. Es scheint ebenso klar, dass der Persönlichkeit des Rezipienten eine besondere Rolle in der Deutung sozialer Situationen und damit letztlich auch in der Auswahl hilfreicher Informationen zukommt. Während ein auf Psychogrammen basierendes Microtargeting zur Gewinnung von Wählern in aller Munde ist, sind psychometrische Zielgruppenanalysen von Mediennutzern eher die Ausnahme als die Regel. Einsichten in die Seele des Medienkonsumenten lassen sich aus dem in der Persönlichkeitspsychologie gängigen OCEAN-Modell gewinnen, das auf einer Gewichtung von fünf Wesenszügen («Big Five») beruht: Offenheit für Erfahrungen (Wie empfänglich sind Sie für Unbekanntes?), Gewissenhaftigkeit (Wie penibel sind Sie?), Extraversion (Wie leutselig sind Sie?), Verträglichkeit (Wie lebens-

würdig und kollegial sind Sie?) und Neurotizismus (Wie empfindlich und zaghaft sind Sie?).

Werden die Charaktereigenschaften mit den Konsumgewohnheiten der Schweizerinnen und Schweizer kombiniert, zeigt sich beispielsweise, dass extrovertierte Menschen ihre politischen Informationen über alle verfügbaren Medienkanäle beziehen, seien es Radio und Fernsehen, soziale Medien, Tages- oder auch Gratiszeitungen. Wer sich als offen einschätzt, bedient sich nur der sozialen Medien und der Tageszeitungen. Gewissenhafte Menschen erhalten ihre Informationen wiederum über die herkömmlichen Kanäle des Fernsehens, des Radios und der Zeitungen und stehen digitalisierten Medien eher skeptisch gegenüber. Ohne dem politischen Geschehen nicht unbedingt zugewandt, lehnen verträgliche, also konfliktscheue und gutherzige Menschen vor allem soziale Medien und Gratiszeitungen als Überbringer politischer Nachrichten ab. Wer sich schliesslich als sorgenvoll und ängstlich einstuft, bezieht seine politischen Nachrichten über Formen digitaler Medien und Technologien, informiert sich aber nicht durch die Lektüre einer Tageszeitung.

Mit Blick auf den Zeitungsmarkt lässt sich zudem feststellen, dass insbesondere offene, sprich vielfältig interessierte, intelligente, originelle und neugierige Menschen mehrheitlich Formate wählen, deren Berichterstattung in den Augen von Wissenschaft und Publikum höchste Qualität attestiert wird. Extrovertierte gehören zur Leserschaft der Boulevard- und Pendlerzeitungen. Bei den letzten beiden Formaten scheinen die durchsetzungsfähigen und direkten Mitmenschen insbesondere Gefallen an der bunten Unterhaltung und den klaren Ansagen zu finden. Wer sich für verträglich hält, wird den

hiesigen Printformaten weitgehend aus dem Weg gehen. Konfliktscheue und warmherzige Personen möchten die immerwährenden Berichte über Missstände («Bad news is good news») liebend gerne ausblenden. Dazu verträgt sich dieser Wesenszug wohl schlecht mit dem Hang zur medialen Empörung – ganz gleich, welcher Gattung das Zeitungsformat zuzuschreiben ist. Sorgenvolle Menschen greifen dagegen zur Aufklärung und Unterstützung ihrer Problemlagen öfters zum moralisierenden und emotionalen Boulevard; sei dies aus dem Drang, die Schlechtigkeit und Finsternis der Welt immer wieder bestätigt zu erhalten, oder aus noch unerfüllter Sehnsucht nach rosaroten Hoffnungsschimmern.

Damit wird deutlich: Die Medien in der Schweiz buhlen in erster Linie um die Aufmerksamkeit der Offenen und Extrovertierten. Der diesbezügliche Wettlauf um konfrontative und provokante Schlagzeilen verprellt allerdings nahezu vierzig Prozent der Schweizerinnen und Schweizer – so viele attestieren sich hierzulande nämlich ein hohes Mass an Verträglichkeit. □



\* Markus Freitag: «Die Psyche des Politischen. Was der Charakter über unser politisches Denken und Handeln verrät» (NZZ Libro, 2017).