

HWZ

Working Paper Series

Die Entwicklung der
Kommunikationsstile nach
Schulz von Thun bei
Gatekeeper und Zielpublika

No 01

12/2021

Annäherung von Individual-
und Massenkommunikation im
Zeitalter der Social Media

Bernhard Schneider, M.A.

Die Entwicklung der Kommunikationsstile nach Schulz von Thun bei Gatekeeper und Zielpublika

Annäherung von Individual- und Massenkommunikation im Zeitalter der Social Media

Bernhard Schneider, M. A.¹

¹ Bernhard Schneider ist Dozent an der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich für Kommunikations- und Medienpsychologie. Hauptberuflich ist er Inhaber einer Kommunikationsagentur. Seine E-Mail-Adresse lautet: bernhard@schneidercom.ch

Abstract

Auf dem Weg zu einer «Medienpsychologie 2.0» stellt sich die Frage nach einem passenden Instrumentarium mit dem Ziel, die Auflösung der Grenze zwischen Individual- und Massenkommunikation nicht nur bei den Social Media, sondern auch bei den zunehmend interaktiv ausgerichteten konventionellen Medien zu untersuchen. Die Frage stellt sich, inwiefern sich etablierte Modelle der Individualkommunikation in der Medienpsychologie einsetzen lassen.

Die acht Kommunikationsstile, die Friedemann Schulz von Thun als Analyseinstrument für die Individualkommunikation entwickelte, abgestützt auf die relevanten kommunikationspsychologischen Theorien und Modelle des 20. Jahrhunderts, könnten sich für den Einsatz in der Medienpsychologie eignen, die Frage stellt sich, ob nur für die Social Media oder generell für medienpsychologische Analysen. Dabei sind die zwei Seiten der medialen Kommunikation zu betrachten, diejenige der Gatekeeper und diejenige der Zielpublika.

Für das vorliegende Working Paper wurden drei grundlegend anders ausgerichtete massenmediale Situationen ausgewählt. Als Beispiel für autoritäre Herrschaftsverhältnisse wurde ein Hexenprozess in der frühneuzeitlichen Zürcher Herrschaft ausgewählt. Gatekeeper und Zielpublika waren klar getrennt, weitgehend komplementär und praktisch ohne Durchlässigkeit. Auf der einen Seite dominierte der aggressiv-entwertende Stil, allenfalls kombiniert mit dem bestimmend kontrollierenden, auf der anderen der selbst-lose, sekundär der mitteilungsfreudig-dramatisierende.

Mit der Aufhebung der Zensur im 19. Jahrhundert und der Anhebung des Bildungsniveaus der Bevölkerung entstand eine grosse Auswahl an Zeitungen. Auch hier ist die Unterscheidung zwischen Gatekeepern und Zielpublika klar, doch besteht eine gewisse Durchlässigkeit, da die Redaktionsmitglieder eine Teilmenge des politisch oder regional definierten Zielpublikums darstellten. Auf der einen Seite dominierten die Stile bestimmend-kontrollierend und helfend, auf der anderen bedürftig-abhängig und ebenfalls bestimmend-kontrollierend, ergänzt auf beiden Seiten mit sich distanzierend sowie mitteilungsfreudig-dramatisierend. Dieser letztgenannte Stil wurde in den Unterhaltungsmedien seit dem 20. Jahrhundert zum dominanten Stil auf beiden Seiten.

Die Social Media verschoben das Interesse der Verleger grundlegend: Ziel von Konzernen wie Facebook/Meta, Google und Twitter ist nicht das Publizieren, sondern das Generieren von Einkünften. Sie nehmen als Gatekeeper höchstens eine zensurierende Rolle ein, ebenso wie autoritäre Staaten, die das Internet kontrollieren, was dem bestimmend-kontrollierenden Stil entspricht. Ansonsten ist mit den Social Media ein grundlegender Paradigmenwechsel erfolgt: Die Identität von Usern und Gatekeepern führt dazu, dass die Kommunikationsstile in den Medien so vielfältig wie in der Bevölkerung sind, wobei der mitteilungsfreudig-dramatisierende und der sich beweisende Stil besonders häufig aus dem individuellen Repertoire hervorgeholt werden.

Die Untersuchung ergibt, dass sich die kommunikationspsychologischen Stile Friedemann Schulz von Thuns auch für medienpsychologische Analysen eignen, denn auch ein Kollektiv kann in seinem Kommunikationsverhalten kommunikationspsychologisch homogen agieren.

- Schlüssel-Wörter** Medienpsychologie, Kommunikationspsychologie, Kommunikationsstile
Schulz von Thun, Gatekeepertheorie.
- Zitierung** Schneider, B. (2021). Die Entwicklung der Kommunikationsstile nach Schulz von Thun bei Gatekeeper und Zielpublika: Annäherung von Individual- und Massenkommunikation im Zeitalter der Social Media. *HWZ Working Paper Series* Nr. 1 (12/2021).
- Reviewed** November 2021
- Verfügbar online** Dezember 2021

Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG	6
1.1 Ausgangslage	6
1.2 Fragestellung und Hypothesen	6
2. THEORIE	7
2.1 Massenmedien	7
2.2 Gatekeeper	8
2.3 Die acht Kommunikationsstile von Schulz von Thun	8
2.3.1 Der bedürftig-abhängige Stil	8
2.3.2 Der helfende Stil	8
2.3.3 Der selbst-lose Stil	9
2.3.4 Der aggressiv-entwertende Stil	9
2.3.5 Der sich beweisende Stil	9
2.3.6 Der bestimmende-kontrollierende Stil	10
2.3.7 Der sich distanzierende Stil	10
2.3.8 Der mitteilungsfreudig-dramatisierende Stil	10
2.4 Psychologie der Medien in ihrer historischen Entwicklung	11
2.4.1 Die ersten Massenmedien	11
2.4.2 Druckerzeugnisse	12
2.4.3 Unterhaltungs- und elektronische Medien	12
2.4.4 Internet und interaktive Medien	13
2.5 Periodisierung	13
2.5.1 Phase des obrigkeitlichen Monopolanspruchs für Gatekeeping	13
2.5.2 Phase der Meinungspresse: Verleger werden Gatekeeper	13
2.5.3 Phase der Unterhaltungsmedien: Unterhaltung verdrängt Information	13
2.5.4 Phase der interaktiven Medien: Jede Person ein Gatekeeper	14
3. FALLBEISPIELE	14
3.1 Hinrichtung einer Hexe	14
3.1.1 Gatekeeper	15
3.1.2 Zielpublika	16
3.2 Die Presse zur Amtsenthebung Bischof Lachats	16
3.2.1 Gatekeeper	17
3.2.2 Zielpublika	18
3.3 Influencer auf Social Media	18
3.3.1 Gatekeeper	19
3.3.2 Zielpublika	20

4. SYNTHESE.....	20
4.1 Hypothese 1	20
4.2 Hypothese 2	21
4.3 Hypothese 3	21
5. BIBLIOGRAPHIE.....	21

1. Einleitung

1.1 Ausgangslage

Friedemann Schulz von Thun hat acht Kommunikationsstile definiert, die auf den wesentlichen Kommunikationstheorien des 20. Jahrhunderts aufbauen. Dazu gehören das Wertequadrat von Paul Helwig, die zwischenmenschlichen Teufelskreise, die er mit Christoph Thomann zusammen entwickelt hat, die Individualpsychologie Alfred Alders, die Kommunikationsstile von Virginia Satir, die Transaktionsanalyse von Eric Berne, das Kollusionskonzept von Jürg Willi, die analytische Persönlichkeitstheorie von Wilhelm Reich und Fritz Riemann sowie seine eigene Quadratische Kommunikationspsychologie (Schulz von Thun, 1981, 2/S. 68).

Schulz von Thuns quadratisches Vier-Ohren-vier-Zungen-Modell wird oft zu medienpsychologischen Fragestellungen zitiert, im Gegensatz zu seinen Kommunikationsstilen. Auf meine Anfrage betreffend die medienpsychologische Anwendung seiner Kommunikationsstile antwortete Friedemann Schulz von Thun: «Da sind Sie wohl der Erste, der das vorhat! Ich hatte beim Verfassen dieses Buches mehr das zwischenmenschliche Miteinander vor Augen, nicht die Massenkommunikation. Ich bin gespannt, ob es dafür taugen wird, jedenfalls wünsche ich gutes Gelingen!»

Bei einer historischen Betrachtung der Entwicklung der Massenmedien erweist sich die Gatekeeper als wesentlich: Wer entscheidet mit welcher Motivation über Auswahl der Inhalte, Zielgruppen und deren Ansprache, Formen der Darstellung, Anwendung der Sprache?

Die Kombination der Kommunikationspsychologie Schulz von Thuns mit der Gatekeeper-Theorie führt zu der Frage, welche Kommunikationsstile Gatekeeper und Zielpublika in bestimmten historischen Abschnitten prägen.

1.2 Fragestellung und Hypothesen

Die Fragestellung ist gegliedert nach Hypothesen. Im Rahmen dieses Artikels werden die Hypothesen aufgrund von drei Fallstudien beantwortet, die massenmediale Instrumente von grundlegend unterschiedlicher Struktur analysieren: Massenkommunikation in autoritären politischen Systemen, Massenkommunikation mittels Meinungspresseergebnissen und Massenkommunikation mit Social Media.

Hypothese 1: Sowohl bei den Gatekeepern als auch den Zielpublika dominieren in autoritären Mediensystemen andere Kommunikationsstile als in liberalen.

Jeder Person stehen mehrere Kommunikationsstile zur Verfügung. Sowohl Gatekeeper als auch Zielpublika verfügen latent über verschiedene Stile, um sich auf konkrete staatspolitische und massenmediale Situationen einzustellen. In autoritären politischen Systemen ist die Medienvielfalt aufgrund der direkten oder indirekten staatlichen Kontrolle geringer als in liberalen. Dies wirkt sich auch auf die Vielfalt der Kommunikationsstile aus.

Wer bestimmt in der untersuchten historischen Phase die Massenmedien?

Wer sind die Gatekeeper der ausgewählten massenmedialen Phänomene?

Wer sind die Zielpublika der ausgewählten massenmedialen Phänomene?

Welche Kommunikationsstile nach Schulz von Thun sind für Gatekeeper und Zielpublika des untersuchten massenmedialen Phänomens typisch?

Hypothese 2: Mit der Annäherung der Individual- und Massenkommunikation nimmt die Komplementarität der Kommunikationsstile ab.

Die Anbieter von Social-Media-Plattformen nehmen in ihrer Rolle als Gatekeeper erst seit der Leugnung der Wahlniederlage durch US-Präsident Trump, verstärkt durch die Corona-Pandemie, eine aktive Unterdrückung von Inhalten, aber keine inhaltliche Steuerung vor, denn es gehört zu ihren Businessmodellen, dass sie sich auf die Distribution beschränken und keinen Content selbst schaffen. Wenn sich die Grenze zwischen Gatekeeper und Zielpublika auflöst, sinkt die Komplementarität der Kommunikationsstile.

Wie verhalten sich die Kommunikationsstile der Gatekeeper gegenüber denjenigen der Zielpublika bei den einzelnen Fallbeispielen?

Sind dabei Gesetzmässigkeiten erkennbar?

Hypothese 3: Die Kommunikationsstile von Schulz von Thun eignen sich auch für medienpsychologische Betrachtungen

Die Kommunikationsstile sind für die Individualkommunikation entwickelt worden, eignen sich aber auch als medienpsychologisches Instrumentarium.

Lassen sich die ausgewählten massenmedialen Fallbeispiele durchwegs anhand der acht kommunikationspsychologischen Stile nach Schulz von Thun einordnen?

Verändern neue Medien die individuellen Kommunikationsstile?

Wie lässt sich dieses Erkenntnis für die Medienpsychologie nutzen?

2. Theorie

2.1 Massenmedien

Jessica Röhner und Astrid Schütz definieren: «Unter Massenkommunikation wird die öffentliche Verbreitung von Information verstanden. Bei der Massenkommunikation geht es also, wie bei der Individualkommunikation, um den Austausch von Informationen zwischen Individuen, jedoch ist die Anzahl der kommunizierenden Individuen bei der Massenkommunikation potenziell unbegrenzt. Ist dies nicht der Fall (d. h. ist die Anzahl empfangender Personen potenziell begrenzt), sprechen wir von Individualkommunikation.» Dabei wird unterschieden zwischen direkter Massenkommunikation ohne Einsatz technischer Mittel und medienvermittelter Massenkommunikation (Röhner/Schütz, 2016, S. 111).

Informationsvermittlung ist dabei gemäss Bonfadelli keine ausschliesslich technische Signalübertragung, sondern ein «sinnhaftes soziales Handeln» (Bonfadelli et al., 2010, S. 116f), denn Kommunikation ist «eine Form des sozialen Handelns, das mit subjektivem Sinn verbunden ist und auf das Denken, Fühlen und Handeln anderer Menschen bezogen stattfindet» (Bonfadelli et al., 2010, S. 79).

In einem Exkurs stellen Röhner und Schütz den Unterschied zwischen medienvermittelter Individual- und Massenkommunikation in Social Media dar: Wird ein Post auf öffentlich gesetzt,

handelt es sich um öffentliche Massenkommunikation. Ist der Kreis der möglichen Empfängerinnen und Empfänger hingegen beschränkt, beispielsweise auf die persönlichen Kontakte im jeweiligen Medium, handle es sich um medienvermittelte Individualkommunikation (Rohner/Schütz, 2016, S. 114). Da die Weiterverbreitung von Inhalten, die auf Social Media gepostet werden, jedoch sehr einfach ist, können sich indirekt auch an eine beschränkte Empfängergruppe gerichtete Posts massenmedial auswirken.

2.2 Gatekeeper

Klaus Beck stellt die Herleitung des Begriffs Gatekeeper für Medien dar: «Aus der Sozialpsychologie stammt das Konzept des Gatekeepers, des Torwächters oder Schleusenwärters, der entscheidet, was aus dem Strom von Nachrichten ausgewählt wird und was nicht.» 1949 habe David Manning White den Gatekeeper-Begriff auf Redaktoren übertragen, die Inhalte für Zeitungen auswählten. Dabei seien die persönlichen Ansichten und Einstellungen des selektierenden Kommunikators nicht entscheidend, denn es habe sich herausgestellt, dass soziale Faktoren wie die Berufssozialisation und -rolle, die redaktionellen und organisatorischen Kontexte und Vorgaben weitaus bedeutsamer seien (Beck, 2020, S. 186). Dies bedeutet, dass der Kommunikationsstil der Gatekeeper primär pro Mediengattung und nur sekundär individuell zu beurteilen ist. Dasselbe gilt auch für die Zielpublika.

2.3 Die acht Kommunikationsstile von Schulz von Thun

Schulz von Thun geht in seiner Typologie von drei der vier Elemente einer Botschaft gemäss der Quadratischen Kommunikationspsychologie aus, nämlich Selbstkundgabe, Beziehungshinweis und Appell. Die Sachebene spielt bei den Kommunikationsstilen keine Rolle, da der Stil grundsätzlich unabhängig vom Inhalt ist (Schulz von Thun, 1981, 1/S. 25-47).

2.3.1 Der bedürftig-abhängige Stil

«Erwachsen werden heisst, mehr und mehr für sich selbst einzustehen und die Verantwortung zu übernehmen. Die dabei gewonnene Unabhängigkeit muss bezahlt werden mit einem Verlust an Urgeborgenheit.» Wenn das Bedürfnis nach dieser Urgeborgenheit gegenüber dem Übernehmen von Verantwortung Oberhand gewinnt, wirkt sich dies auf die Kommunikation mit anderen Menschen aus, indem der Kommunikationsstil ersetzt, «was das Baby an natürlichem Appeal hat, durch den es automatisch den Hilfs- und Pflegeinstinkt von Personen in seiner Umgebung auslöst.»

Kombination mit dem helfenden oder dem sich distanzierenden Stil. Der bedürftig-abhängige Stil verstrickt sich oft in zwei verschiedene Teufelskreise, je nachdem, ob das Gegenüber eher fürsorglich (helfend) oder verweigernd (sich distanzierend) eingestellt ist (Schulz von Thun, 1981, 2/S. 69-87).

2.3.2 Der helfende Stil

Dieser zweite Stil verhält sich komplementär zum ersten. «Menschen, die von der helfenden Strömung stark und dauerhaft erfasst sind, ziehen Bedürftig-Abhängige wie Magneten an.» Helfende sind gute Zuhörer und Ratgeber, allzeit bereit, sich für Schwache einzusetzen, gegebenenfalls «über die eigene Erschöpfungsgrenze hinaus». Der Urschmerz dieses Kleinkinds besteht im Gefühl des Alleingelassen- und Abgelehnt-Seins. Diese Angst verhindert, dass Gefühle von Schwäche und Bedürftigkeit beim Erwachsenen wieder hochkommen.

Komplementäre Kombination mit dem bedürftig-abhängigen Stil. Im Umgang mit seelisch beeinträchtigten Menschen, beispielsweise depressiven oder suchtabhängigen, besteht für den Helfenden die Gefahr, mit Co-Verhalten zum Komplizen oder zur Komplizin des Symptoms zu werden (Schulz von Thun, 1981, 2/S. 87-108).

2.3.3 Der selbst-lose Stil

Wie der helfende Stil will der selbst-lose für andere da sein, doch während der souverän helfende «von oben» kommt, «opfert» sich der selbst-lose unterwürfig auf. Wie der bedürftig-abhängige Stil empfindet er ein Gefühl der Schwäche aufgrund eines Mangels an Selbstwert: Das Kind hat sich unterworfen, um nicht ausgestossen zu werden, und lässt sich leicht instrumentalisieren. Mädchen, die rollenkonform aufwachsen, und Angehörige der Unterschicht sind besonders häufig mit dieser Art der Unterdrückung konfrontiert.

Kombination mit dem aggressiv-entwertenden Stil. Der Teufelskreis besteht darin, dass der aggressiv-entwertende den selbst-losen erniedrigt. Dieser duckt sich, demonstriert damit moralische Überlegenheit und wird deshalb erneut unterdrückt. Solche Beziehungen sind in der Regel sehr stabil: Die gedemütigte Person entschuldigt sich bei der gewalttätigen, um nicht aus der Beziehung gerissen zu werden. Unter Umständen muss sie sich auf Befehl der aggressiv-entwertenden Person Dritten gegenüber aggressiv-entwertend verhalten (Schulz von Thun, 1981, 2/S. 108-135).

2.3.4 Der aggressiv-entwertende Stil

Der aggressiv-entwertende Stil ist komplementär zum selbst-losen. Bei beiden steht die Du-Botschaft vor der Ich-Botschaft. So wie der oder die Selbst-lose von «unten herauf» seine Kommunikationspartner betrachtet, schaut der Aggressiv-Entwertende «von oben herab». Dabei kann eine einzige Person beide Stile in sich vereinen, da es zum Wesensmerkmal autoritärer Charakter gehört, nach oben zu buckeln, die Mächtigen zu idealisieren, und nach unten zu treten (Adorno, 1970).

Kombination mit dem selbst-losen oder dem aggressiv-entwertenden Stil. Beide Kombinationen führen zu einem Teufelskreis, entweder dem oben beschriebenen komplementären, oder dem symmetrischen, bei dem zwei aggressiv-entwertende Personen sich gegenseitig herabsetzen und demütigen, bis es zu einer Eskalation der Gewalt kommt, weil sich beide für die erlittenen Herabwürdigungen rächen wollen (Schulz von Thun, 1981, 2/S.135-180).

2.3.5 Der sich beweisende Stil

Die zentrale Sorge des sich beweisenden Stils betrifft den eigenen Wert: Im Gegensatz zum aggressiv-entwertenden setzt er sich nicht durch Herabsetzung der anderen, sondern durch eine besondere Anstrengung ins rechte Licht, um kompetent, gescheit, stark zu erscheinen. Die Ich-Botschaft steht vor der Du-Botschaft. Der sich Beweisende darf keine Fehler machen, die seinen Selbstwert erschüttern. Seine Stärke besteht in Leistungsbereitschaft und Perfektionierung seiner Qualifikation.

Kombination mit dem sich beweisenden Stil. Der Teufelskreis dieser komplementären Beziehung besteht darin, dass beide keine Fehler eingestehen wollen und sich gegenseitig permanent unter Druck setzen. Mit Selbsterklärungen und Rechtfertigungen nerven sie sich gegenseitig (Schulz von Thun, 1981, 2/S. 181-200). Erfolgreich ist die symmetrische Kombination

sich beweisender Charaktere, wenn keine direkte Konkurrenz besteht, etwa bei Sportler-Ehepaaren oder bei fachlicher Komplementarität.

2.3.6 Der bestimmende-kontrollierende Stil

Aus Angst vor Kontrollverlust will der bestimmende-kontrollierende Stil alles und alle kontrollieren. Er sucht, wie der aggressiv-entwertende, eine dominante Position, allerdings ist er ÜBER-ICH-dominiert, im Gegensatz zum ES-dominierten aggressiv-entwertenden Stil. Er fürchtet sich vor Überraschungen und Spontaneität. Wenn sich jemand seinem lenkenden Zugriff entzieht, entwickelt sich innerlich Angst, die sich äusserlich als Zorn entfaltet. Die Angst vor den Wechselfällen des Lebens führt zu einer zwanghaften Lebensführung, «in der pedantische Regelmässigkeiten und Rituale, starre Normen und Prinzipien, ausgefeilte Planung und Organisation eine grosse Rolle spielen.» Diese Regeln führen oft zur Formulierung «man» statt «du» oder «ich».

Kombination mit dem bedürftig-abhängigen oder dem selbst-losen Stil, die beide im bestimmend-kontrollierenden Gegenüber Halt und Verlässlichkeit suchen. In Elternteil-Kind-Beziehungen kann der Bestimmend-Kontrollierende auch das Gegenteil erreichen; das Kind rebelliert, wodurch ein Teufelskreis entsteht: Je strenger der Elternteil auf die Rebellion des Kindes reagiert, desto rebellischer wird das Kind, was im Elternteil die Angst vor dem Kontrollverlust stärkt (Schulz von Thun, 1981, 2/S. 201-226).

2.3.7 Der sich distanzierende Stil

Dieser Stil setzt den Intellekt ein, um nichts an sich herankommen zu lassen. Meist schafft der sich Distanzierende auch physisch Distanz, unter anderem mit Schreib- und Konferenztischen, Vorzimmern und der Bevorzugung des schriftlichen Austauschs. Er ist oft kühl, förmlich und unpersönlich, wirkt arrogant und abweisend. Bei seinen Aussagen ist die Sachbotschaft gegenüber der Beziehungsseite dominant, ausser wenn er zu viel Nähe abwehren muss. Seinen eigenen Gefühlen gegenüber ist er so distanziert wie gegenüber denjenigen anderer.

Kombination mit dem sich distanzierenden, dem bedürftig-abhängigen oder dem mitteilungs-freudig-dramatisierenden Stil. Dabei entstehen zwei entgegengesetzte Teufelskreise: Eine fortlaufende Zunahme der Distanz, weil sich beide gegenseitig abgewiesen fühlen und darauf mit Abweisung reagieren, oder eine Beziehungsdynamik von Nähe und Distanz (Schulz von Thun, 1981, 2/S. 226-272).

2.3.8 Der mitteilungsfreudig-dramatisierende Stil

Der mitteilungsfreudig-dramatisierende Stil ist bezüglich Selbstkundgabe komplementär zum bestimmend-kontrollierenden und zum sich distanzierenden. Er geniesst es, von Publikum umringt zu sein und es in seinen Bann zu ziehen. In seiner Gegenwart ist immer etwas los. Kommunikativ steht bei ihm die Selbstkundgabe im Vordergrund.

Kombination mit dem selbst-losen Stil, was zu komplementären und durchaus harmonischen Kreisläufen führen kann: Die mitteilungs-freudige Person dreht auf, die selbst-lose fühlt sich unterhalten, ist fasziniert und applaudiert, wodurch sich die mitteilungs-freudig-dramatisierende beachtet und anerkannt fühlt und mit ihrer Aufführung fortfährt (Schulz von Thun, 1981, 2/S. 272-291).

2.4 Psychologie der Medien in ihrer historischen Entwicklung

Seit wann kennt unser geografischer Raum Massenmedien? Nach Batinic und Appel stellt Versammlungskommunikation die «Urform» sozialer Kommunikation dar. Diese betrifft aber nicht die Massenkommunikation, denn bei Versammlungen zugelassen war nur ein relativ kleiner Teil der «freien Männer» (Batinic/Appel, 2008, S. 47). Aus historischer Sicht ist der Begriff «frei» allerdings situativ anzuwenden, denn zumindest im Hochmittelalter galt nur der Hochadel ab dem Stand der Freiherren als «frei». Treffender wäre daher, von der männlichen Oberschicht zu sprechen, die nicht zwingend «frei» sein musste (Sablonier, 2000, S. 23).

Für die Massenkommunikation bedeutet dies, dass in historischen Räumen, in welchen höchstens eine Minderheit des Schreibens und Lesens kundig war, nach massenmedialen Anlässen gesucht werden muss, die grundsätzlich für alle offen waren.

In vorantiker Zeit existierten höchstens Heiligtümer, die allgemein zugänglich waren und eine – zumindest für die Nachwelt schwer entzifferbare – religiöse und wohl nie davon zu trennende, machtpolitische Information vermittelten. Dazu zählen namentlich jungsteinzeitliche Stelen als Statuen, die verstorbene Machthaber darstellten. Diese wurden wohl bereits vor oder spätestens nach ihrem Tod zu Gottheiten. Denise Tonella, Direktorin des Schweizerischen Nationalmuseums, vergleicht die bahnbrechende Wirkung dieser Stelen als Kommunikationsmittel mit dem Aufkommen des Internets. (Schweizerisches Nationalmuseum, 2021, S. 6)

2.4.1 Die ersten Massenmedien

Es ist zwar nicht ausgeschlossen, dass vor der Antike Medien wie diese jungsteinzeitlichen Stelen eine emotionale Wirkung erzielten, doch lässt sich darüber in Ermangelung von Quellen nur spekulieren. Sucht man in der Zeit von der Antike bis zur Frühen Neuzeit im Raum der heutigen Schweiz massenmediale Instrumente, die sozial nicht ausschliessend waren, stösst man in der römischen Antike auf Amphitheater, Sportanlässe und Theater. In der römisch-keltischen Phase vermutet Walter Drack, abgestützt auf die Knochenfunde, insbesondere Stier- und Bärenkämpfe, da in den Provinzen nördlich der Alpen Gladiatorenkämpfe eher die Ausnahme darstellten (Drack/Fellmann, 1988, S. 156).

Noch unmittelbarer als bei Inszenierungen im Amphitheater wirkten Tötungen bei öffentlichen Hinrichtungen, die insbesondere ab dem krisenbelasteten Spätmittelalter markant zunahmen. Besonders ab der Reformation setzten sich gezielt inszenierte öffentliche Hinrichtungen durch (Kirscher, 2008, S. 64f). Für die heutige Schweiz dokumentiert Jost Auler, dass Hinrichtungen meist auf Schaubühnen stattfanden, damit ein grösseres Publikum den Akt des Tötens mitverfolgen konnte. Beispielhaft hebt er die Lage der Hinrichtungsstätte in Albisrieden westlich von Zürich hervor: Der Richtplatz mit dem Galgen und den Rädern war an der Ausfallstrasse in Richtung Baden platziert, damit die Gehängten und Geräderten post mortem von den Passanten betrachtet werden konnten (Auler, 2008, S. 286-293).

Da vom Besuch der Hinrichtungen und der Betrachtung der Getöteten niemand ausgeschlossen war und sich die qualvollen Exekutionen als Tagesgespräch eigneten, kam ihnen eine massenmediale Rolle zu wie keinem anderen Kommunikationsinstrument vor der Aufhebung der Zensur und der damit zusammenhängenden Entwicklung der Meinungspresse.

2.4.2 Druckerzeugnisse

Die Erfindung von Druckverfahren gegen Ende des 15. Jahrhunderts führt zur Frage, ab wann sich gedruckte Massenmedien entwickelten. Die Mehrheit der Bevölkerung war bis ins 19. Jahrhundert kaum des Lesens kundig und wurde nur durch bildliche Darstellungen inklusive Vorläufer von Comics erreicht (Beck, 2020, S. 88). Hinzu kam eine indirekte Wirkung: Die Pfarrherren zumindest in protestantischen Herrschaften wurden von der Obrigkeit mit gedruckten Mandaten bedient, die von der Kanzel verlesen wurden (Ziegler, 1978, S. 26).

Bereits in der frühen Neuzeit wurden Kampagnen durchgeführt, die heute als «crossmedial» bezeichnet würden, wenn etwa Hinrichtungen bildlich dargestellt wurden, eventuell mit Berichten ergänzt, um die «mündliche Anschlusskommunikation» zu fördern (Bellingradt, 2018, S. 19). Ein Beispiel dazu aus Schlesien 1606 bilden Batinic und Appel ab: «Missetäter» werden bei lebendigem Leib vor einem interessierten Publikum gequält und verbrannt (Batinic/Appel, 2008, S. 55).

Ein wesentlicher Teil der Publikationen wurde somit direkt oder indirekt von den jeweiligen Obrigkeiten veranlasst. Die Vorzensur aller privaten Publikationen war vor der französischen Revolution eine Selbstverständlichkeit, hielt aber an bis zu den liberalen Verfassungen, die sich im 19. Jahrhundert schrittweise in verschiedenen Teilen von Europa durchsetzten. Aufhebung der Zensur und Lesefähigkeit relevanter Bevölkerungsteile waren die Voraussetzung für den Aufbau einer freien Presselandschaft: Um die Wende zum 20. Jahrhundert zählte der Bibliograf Josef Leopold Brandstetter in der Schweiz 3213 Zeitschriften und Kalender, 184 Amtsblätter und 1671 politische Zeitungen und Anzeigenblätter, eine im Vergleich zu Deutschland auffallend grosse Zahl unterschiedlicher Publikationen (Lüönd, 2008, S. 70). Dies bedeutet, dass im 19. Jahrhundert obrigkeitliche Gewaltanwendung als wesentlichstes massenmediales Instrument durch von Privaten verlegte, unzensurierte Printmedien abgelöst wurde.

2.4.3 Unterhaltungs- und elektronische Medien

Das 20. Jahrhundert war geprägt von neuen Unterhaltungsmedien. Der erste Film wurde in der Schweiz 1896 an der Landesausstellung in Genf gezeigt (Lachat, 2009). 1911 erfolgte die Gründung der Schweizer Illustrierten nach dem Vorbild der «Berliner Illustrierten». Sie versuchte mit Bildern, ein angenehmes Lebensgefühl zu vermitteln (Lüönd, 2008, S. 71). Werner Faulstich zählt Boulevardzeitungen und Illustrierte, Plakate, die er als suggestiv-emotionalisierende Werbung betrachtet, Spiel- und Unterhaltungselemente in Alltagsmedien, Filme, Groschenhefte sowie Musik zu den Unterhaltungsmedien des frühen 20. Jahrhunderts (Faulstich, 2012, S. 25-52).

Auf erste Radioversuche in der Schweiz ab 1905 erfolgte nach 1945 der Wandel vom schnellen Informations- zum Unterhaltungsmedium. Voraussetzung dafür war eine weitere Innovation des späten 19. Jahrhunderts: die Schallplatte, die es den Radiostationen ermöglichte, kostengünstig ohne Liveorchester Musik zu spielen (Mrozek, 2011, S. 295). 1953 startete der erste Fernseh-Versuchsbetrieb in der Schweiz in Zürich (Joos et al., 1999).

Mit den Unterhaltungsmedien des 20. Jahrhunderts verschob sich die Interessenlage der Verantwortlichen vom Politischen – wie bei den Hinrichtungen der Frühen Neuzeit – zum Wirtschaftlichen: Es wurde ein optimales Umfeld für Werbebotschaften gesucht, was eine politische Wirkung implizieren kann, aber nicht zwingend muss.

2.4.4 Internet und interaktive Medien

«Streng genommen handelt es sich beim Internet nicht eigentlich um ein eigenständiges Medium», hält Werner Faulstich fest, sondern mindestens um deren drei, das World Wide Web, E-Mail sowie Chat und «andere Formen sozialer Kommunikation» (Faulstich, 2012, S. 397). Das WWW erwies sich ab Mitte der 1990er-Jahre als neuer Verbreitungskanal für diverse Inhalte: Text, Ton, Bild, Bewegtbild. Der qualitative Sprung kam aber mit den Social Media.

Jan-Hinrik Schmidt und Monika Taddicken definieren im Handbuch Soziale Medien: «Die Begriffsklammer ‹Soziale Medien›, eine Übersetzung des englischen ‹social media›, ist aus sozial- und kommunikationswissenschaftlicher Sicht eigentlich redundant: Alle Medien sind insofern sozial, als sie Teil von Kommunikationsakten, Interaktionen und sozialem Handeln sind. Zudem deckt die Bezeichnung eine grosse Vielfalt von Anwendungen ab, die nur schwer auf einen Nenner zu bringen sind. Bei allen Unterschieden in der Verbreitung und Funktionsweise ist aber eine erste wesentliche Gemeinsamkeit dieser Angebote, dass sie es Menschen ermöglichen, Informationen aller Art mithilfe der digital vernetzten Medien anderen zugänglich zu machen» (Schmidt/Taddicken, 2017, S. 4).

Das zentrale Kriterium, ob ein Instrument zu den Social Media gezählt wird, ist der fließend mögliche Rollenwechsel der Konsumierenden von Inhalten zu Gatekeepern: Inhalte können von anderen übernommen – geteilt – werden, ohne die Zustimmung des Urhebers oder von sonst irgendwem (Schmidt/Taddicken, 2017, S. 85).

2.5 Periodisierung

2.5.1 Phase des obrigkeitlichen Monopolanspruchs für Gatekeeping

Diese Phase dauerte von der Antike bis zu den Anfängen der Industrialisierung. Ausgeklammert werden das Früh- und Hochmittelalter, da die Massenkommunikation dieser Zeit weitgehend ohne Schriftlichkeit und vermutlich nur auf sehr tiefem Niveau erfolgte. Sowohl bei den Aufführungen im Amphitheater als auch bei den Hinrichtungen des Spätmittelalters wurde die Rolle des Gatekeepers von der politisch-wirtschaftlich-religiös-sozialen Führungsschicht übernommen. Ins Gatekeeping der Gottesdienste teilte sich der jeweilige Pfarrer mit der politischen Obrigkeit in protestantischen, mit der römischen Hierarchie in katholischen Gebieten.

2.5.2 Phase der Meinungspressen: Verleger werden Gatekeeper

Gleichstellung der Landbevölkerung, Aufhebung der Zensur und Einführung demokratischer Wahlen und Abstimmungen für die Männer im Lauf des 19. Jahrhunderts führten zum Bedürfnis, andere von der eigenen Position zu überzeugen sowie von Vertrauensleuten informiert zu werden. Auf dieser Basis wurde die Meinungspressen aufgebaut, ergänzt mit Blättern von Einzelredaktorinnen und -redaktoren und Regionalzeitungen. Gatekeeper und Zielpublikum fühlten sich weitgehend als Einheit, da sie dieselben politischen Interessen verfochten, wobei die Rollen klar aufgeteilt waren: Hier der Gatekeeper, der informiert, dort die Konsumierenden, die informiert werden.

2.5.3 Phase der Unterhaltungsmedien: Unterhaltung verdrängt Information

Das 20. Jahrhundert ist das Jahrhundert der Unterhaltungsmedien. Gatekeeping betraf nicht nur die Themen und die Art von deren Darstellung, sondern auch die Auswahl der akustischen

und optischen Elemente. Nonverbale Aspekte gewannen dadurch deutlich an Gewicht gegenüber verbalen. Die Aufteilung der Rollen veränderte sich gegenüber der Meinungspressen nur graduell.

2.5.4 Phase der interaktiven Medien: Jede Person ein Gatekeeper

Die Plattformen der Social Media verfolgen ein völlig neues Business-Modell: Sie erlauben all ihren Mitgliedern, kosten- und entschädigungslos zu publizieren, generieren aber den Großteil der Werbeaufnahmen für sich selbst. Die interaktiven Sozialen Medien des 21. Jahrhunderts lösen die Grenze zwischen Konsumierenden und Gatekeepern auf.

3. Fallbeispiele

3.1 Hinrichtung einer Hexe

Für die Phase der obrigkeitlichen Gewaltanwendung als wesentlichstes massenmediales Instrument eignet sich die Hinrichtung einer Hexe exemplarisch, da sich hier der absolute Wahrheits- und Machtanspruch der Obrigkeit mit dem – ebenfalls kommunikativ bedeutsamen – Machtgefälle zwischen den Geschlechtern paart. Generell galten Prozesse mit einer sexuellen Komponente als besonders aufsehenerregend, seit hinreichende Belege für diese Aussage in den Quellen vorhanden sind.

Sehr gut belegt sind frühneuzeitliche Prozesse des Zürcher Ehegerichts.² Am Anfang stand oft die öffentliche Demütigung von des Ehebruchs angeklagten Frauen im Gottesdienst. Besonders häufig war der Straftatbestand des «Kindsmordes» durch ledige Mütter, die materiell nicht in der Lage waren, sich und das Kind zu ernähren, da sie auf ihren meist ausgedehnten Wanderungen auf der Suche nach Erwerbsmöglichkeiten kein Kind mitnehmen konnten (Schneider, 1991, S. 130-132). Fand die Demütigung in der Kirche noch in einem obligatorischen Rahmen statt, war die Teilnahme an der Hinrichtung, falls der Prozess mit einem entsprechenden Urteil endete, freiwillig.

Hexenprozesse erregten noch mehr Aufmerksamkeit als die – häufigeren – Kindsmordprozesse, da hier die sexuelle Missbrauchskomponente mit der übernatürlichen Phantasie des Paktes mit dem Teufel kombiniert wurde. Die Emotionen gingen hier besonders hoch, was sich auch darin spiegelt, dass das Urteil anstelle des als strafmildernd betrachteten «blossen» Köpfens meist im qualvollen und entsprechend publikumswirksamen Tod auf dem Scheiterhaufen bestand.

Catharina Bumann wuchs vor der Mitte des 17. Jahrhunderts in Maschwanden in vermutlich sehr bescheidenen Verhältnissen auf. Ein Hinweis auf ihre materielle Lage sind ihre drei unehelichen Kinder, die alle vor dem dritten Altersjahr starben. Da Vergewaltigung im Gegensatz zu Ehebruch keinen Straftatbestand darstellte, waren vor allem Frauen aus der Unterschicht ihren Dienstherrn oder Männern, denen sie unterwegs auf Arbeitssuche begegneten, weitgehend schutzlos ausgeliefert. Wohlhabende Bauern, die ihr Gut zusammenhalten und deshalb die Zahl der Erben beschränken wollten, missbrauchten Mägde und Tagelöhnerinnen gleichsam als Ersatz für Verhütungsmittel.

² Ehegericht der Stadt und Landschaft Zürich, Bände, Staatsarchiv Zürich YY 1.1-289, 1525-1874.

Im Frühjahr 1660 beklagte sich Catharina Bumann beim Landvogt in Knonau, einige Buben hätten ihr seit drei Wochen immer wieder Steine ins Fenster geworfen. Dazu hätten sie gerufen: «Catri, mach mir ein krummes Maul, einen Hund, einen Hasen, eine Katze!» Statt auf die Klage einzutreten, fragte der Landvogt, ob sie denn tatsächlich hexen könne. Er zog Erkundungen ein, worauf zehn Kläger aus Maschwanden sowie zwei aus Ottenbach gegen sie aussagten. Ein Maschwander hatte ihr vor 13 Jahren die Bitte abgeschlagen, ihr Äckerchen zu pflügen, da sie selbst über keine Zugtiere verfügte. Daraufhin habe sie ihm gesagt, dies werde ihm «mehr schaden als nützen», und kurz darauf sei sein Pferd gestorben. Die Frau des Schulmeisters erzählte, vor vier Jahren habe sie in Gegenwart von Catharina auf einen Hasen gezeigt, worauf diese geantwortet habe, ihretwegen möge der Hase hinlaufen, wohin er wolle, sie habe ihn weder gerufen noch fortgeschickt. Catharinas kranke Hand sei vom Hasen – im damaligen Volksglauben eine Gestalt des Bösen – verletzt worden, lautete nun der Vorwurf. Als sie leugnete, diese Hexereien begangen zu haben, wurde sie nach Zürich in das Gefängnis im Wellenberg überführt. Dessen Zellen ohne Mobiliar lagen unter dem Wasserspiegel, die Häftlinge teilten sie mit Ratten, mussten auf dem nasskalten Boden sitzen oder liegen und verliessen die Zelle nur für die Verhöre. Um weitere «Beweise» zu sammeln, verband der Folterknecht im Verhör Catharinas Augen und entblösste sie vollständig, damit die Verhörer ihren Körper auf «verdächtige Male» untersuchen konnten. Sie stellten fest, dass der «böse Geist» ihr die Achselhaare gestutzt hatte, was sie ebenso als «untrügliches Zeichen einer rechten bösen Hexe» werteten wie eine wunde Stelle am Arm.

Da Catharina noch immer die Verbindung mit dem Teufel leugnete, wandten die Verhörer eine neue Folter an, die sie mit offensichtlichem Stolz im Detail beschrieben. Dabei wurde das Opfer so gebunden, dass ihr ganzer Körper von Muskelkrämpfen gequält wurde. So litt sie wahrlich höllische Qualen, ohne dass der Folterknecht Weiteres dazu beitragen musste. Am ersten Tag dauerte diese Tortur unvorstellbare acht, am darauffolgenden gar neun Stunden. Hätte sie der Scharfrichter später nicht hingerichtet, wäre sie wohl an den Folgen der Folter gestorben. Doch dies hätte den Bedürfnissen von Obrigkeit und Untertanen nach Demütigung einer wehrlosen Einzelperson nicht genügt. Die Torturen führten dazu, dass die Beschuldigte alle dreizehn Vorwürfe einzeln als wahr bezeichnete. Im Schlussverhör dominierte die Angst vor erneuten Folterungen dermassen, dass sie «freiwillig» nochmals alles bekannte, was die gnädigen Herren hören wollten. In Anerkennung dieser «Freiwilligkeit» wurde sie nicht lebendigen Leibes verbrannt, sondern aus «Gnade» zuerst geköpft, bevor ihr Körper dem Feuer übergeben wurde (Schneider, 2016, S. 48-50, und Sigg, 2012, S. 190-196).

3.1.1 Gatekeeper

Gatekeeper waren hier die Verhörer als Vertreter der Obrigkeit in der extremsten denkbaren Form, da sie nicht nur über Leben und Tod, sondern auch über die Arten und das Ausmass der Qualen im Verhör und auf dem Weg zum Tod entschieden. Eine untergeordnete Gatekeeper-Rolle übte der Scharfrichter aus, der auch für die Folterungen zuständig und dank medizinischem Wissen darum besorgt war, dass die Opfer trotz maximaler Qualen nicht bereits vor der öffentlichen Hinrichtung starben.

Das Verhalten der Richter, das mit Demütigungen und Missbrauch – wie im protokollierten Beispiel der nackt nach Teufelsmalen untersuchten «Hexe» – begann, mit Foltern, die unvorstellbare Qualen verursachten, fortgesetzt wurde und mit einer ebenfalls möglichst qualvollen Hinrichtung endete, entspricht geradezu idealtypisch dem aggressiv-entwertenden Stil.

Der Scharfrichter und Folterknecht nahm die Weisungen des Verhörrichters selbst-los entgegen und setzte sie gegenüber dem Opfer aggressiv-entwertend um.

3.1.2 Zielpublika

Zwei Zielpublika lassen sich unterscheiden: einerseits alle Untertanen, für die Hexenprozesse – bewusst oder unbewusst – als Kommunikationsinstrument durchgeführt wurden, andererseits die Opfer der Prozesse als spezifisch betroffene Teilmenge der Untertanen.

Bei den Untertanen wurden gegensätzliche Affekte ausgelöst, einerseits eine – meist unbewusste – Angst, ebenso behandelt zu werden, andererseits Triumphgefühle, selbst nicht vom Teufel besessen zu sein, was ein Gefühl der Erhabenheit über das von der Obrigkeit erkannte und unschädlich gemachte, vom Teufel besessene Objekt auslöste. Wenn die Opfer des Prozesses der Öffentlichkeit zur Schau gestellt wurden, konnten sie bespuckt und geschlagen werden. Wer dies tat, konnte sich umso erhabener dem Opfer gegenüber fühlen und dessen Qualen als umso berechtigter gemäss Gottes Willen rechtfertigen. Dabei ist ein Hin-und-Her-Kippen zwischen selbst-los gegenüber der Obrigkeit und aggressiv-entwertend gegenüber den Opfern charakteristisch und passt zum aggressiv-entwertenden Stil der Gatekeeper, deren Macht auf diesem Hin-und-Her-Kippen aufbaut. Ergänzend lässt sich der mitteilungsfreudig-dramatisierende Stil feststellen, denn die Hinrichtung gab im Nachhinein viel Gesprächsstoff unter den unbehelligten Untertanen.

Bei den Opfern wurde systematisch Panik aufgebaut, um beim Führen oder Schleifen zum Richtplatz (Auler, 2008, S. 116) und bei der Inszenierung der Hinrichtung beim Publikum die von der Obrigkeit erwünschten Emotionen zu wecken, indem die Opfer entweder panisch um Gnade bettelten oder verzweifelt schrien. Sie konnten grundsätzlich nur selbst-los auf die Demütigungen und Schmerzen reagieren, ein qualvoller Tod war unausweichlich. Selbst jene, die sich weigerten, den Pakt mit dem Teufel zu gestehen und unter Folter einer rationalen Argumentation – dem sich distanzierenden Stil entsprechend – treu blieben, konnten dem Tod nicht entweichen und starben früher oder später an den Folgen der Folter.

3.2 Die Presse zur Amtsenthebung Bischof Lachats

In den liberalen Kantonen wurde die Zensur nach 1830 aufgehoben, in der ganzen Schweiz mit der Bundesverfassung 1848. Gleichzeitig führten der Ausbau der Bildungsmöglichkeiten und die Einführung des Stimm- und Wahlrechts für die erwachsenen Schweizer Männer zum Aufbau der Meinungspresse, dem Bildungsstand entsprechend zuerst liberaler, in der zweiten Phase katholischer, in der dritten sozialistischer Zeitungen.

Im Kulturkampf der 1870er-Jahre standen sich liberale und katholische Blätter gegenüber, die sozialistischen folgten erst später. Ausgelöst wurde der Kulturkampf in der Schweiz durch die – juristisch umstrittene – Absetzung von Bischof Eugène Lachat durch weltliche Behörden. Dieser war 1863 zum Bischof der Diözese Basel gewählt worden. Von Beginn an nahm er keine Rücksichten auf Anliegen der mehrheitlich protestantisch-liberalen Kantonsregierungen im Gebiet der Diözese, was diese 1873 zu seiner Amtsenthebung veranlasste. Unmittelbarer Auslöser dieses Vorgangs war die Absetzung zweier katholischer Pfarrer, die sich gegen das Dogma der Unfehlbarkeit des Papstes gewandt hatten. Der Fall löste enorme Aufmerksamkeit weit über die Diözese Basel hinaus aus und zeigt exemplarisch die politischen Kämpfe zwischen den verschiedenen Zeitungen (Gantenbein et al., 1979, S. 2-12).

Die Neue Zürcher Zeitung als protestantisch-liberales Blatt bezog dezidiert Stellung gegen den papstnahen Bischof. Am 29. Januar 1873 meldete sie dessen Absetzung in einer kurzen Notiz aus Solothurn: «Die Diözesankonferenz hat (wie telegraphisch gemeldet wird) mit 5 gegen 2 Stimmen (Luzern und Zug) die den Instruktionen der Berner Abgeordneten entsprechenden Anträge angenommen, durch welche der Bischofssitz vakant erklärt wird.» Zwei Tage später kam die NZZ ausführlicher auf den Fall zurück. Mit «einem gewissen Gefühl von Stolz» stellte sie fest: «Bezüglich des gegen Rom eröffneten Kampfes dürfen wir ohne Übertreibung sagen: Europa schaut auf uns.» Als klares Ziel formulierte die NZZ: «Bruch mit Rom.» Mit Blick auf Luzern und Zug hielt sie fest: «Diesen Bruch müssen die betreffenden Stände voll und ganz acceptieren ... Natürlich werden die getreuen Schäflein Weisung erhalten, keinen anderen Obern anzuerkennen als den bisherigen Bischof ...» An die Schweizer Katholiken gewandt meinte sie: «Wir sind überzeugt, dass mit der Zeit gar viele lieber in einer von Rom unabhängigen Kirche wirken wollen, als sich stets der Priesterknote ... ausgesetzt zu sehen ... Es ist sehr wahrscheinlich, dass eine grosse Anzahl katholischer Geistlicher, die bis jetzt, von der Not gedrunen, geschwiegen haben, noch so gern die Exkommunikation in Kauf nehmen ...»

Polemischer wurde die NZZ in einem «Eisenbahngespräch», das sie am 20. Februar 1873 publizierte: «Ein Pfäfflein mit zornigem Gesicht spricht mit lauter Stimme ... er verwünscht die Diözesanstände, die Ketzer, die Schismatiker, die Freimaurer, die Atheisten. Er setzt auseinander, dass die Volksredner die Massen nur betrügen, während die katholische Geistlichkeit dem Volke in jeder Weise helfe, so durch die Gründung von Kirchen, von Schulen, von Spitälern ..., dass sie überhaupt demüthig und barmherzig seien. Sein Zuhörer bemerkt ihm, dass denn doch vielleicht nicht alle Pfarrer so seien, dass es auch habsüchtige und ehrgeizige gebe ...» Das Gespräch wurde nun «hitziger» und wandte sich Bischof Lachat zu, den der «Herr» anhand zahlreicher Beispiele als besonders habsüchtig bezeichnete. «Das Pfäfflein beteuert, das sei nicht wahr. Der Herr antwortet, er habe die Aktenstücke selbst gesichtet.» (Gantenbein et al., 1979, S. 21-35)

Eine Gegenposition nahm das seit Oktober 1871 erscheinende Luzerner «Vaterland» ein. Am 31. Januar schrieb das Blatt: «Die Würfel sind gefallen ... Was hat der Bischof verbrochen? Er erfüllte seine Pflicht, wehrte dem Wolfe, der in die Herde einbrechen wollte, verkündete die Lehre, welche die Kirche aufgestellt hat, und schloss die Priester, die sich dagegen auflehnten, aus der kirchlichen Gemeinschaft aus ...» Die «Herren der Diözesankonferenz» hätten schon lange die «Zertrümmerung des Bisthums» zum Ziel erklärt. Der Kommentar dazu liest sich wie eine Kriegserklärung: «Es beginnt eine schwere und ernste Zeit ... Katholiken! schaaft Euch zusammen um den Oberhirten, steht treu und muthvoll zu ihm und bewährt die Treue und Liebe auch durch die That, wenn die Forderung an Euch herantritt. Durch Nacht zum Licht, durch Kampf zum Sieg!» (Gantenbein et al., 1979, S. 36-46).

3.2.1 Gatekeeper

Gatekeeper war der jeweilige Chefredaktor der Zeitung im Rahmen des verlegerischen Konzepts. Er bestimmte die «richtige» Meinung, unterstützte die Leser, diese argumentativ zu vertreten. Im Vordergrund stehen somit der bestimmend-kontrollierende und der helfende Kommunikationsstil. Bei nicht ideologisch vorbestimmten Analysen ist der sich distanzierende Stil erkennbar, bei ausschweifenden Geschichten wie derjenigen des «Pfäffleins» im Zug zusätzlich der mitteilungsfreudig-dramatisierende.

3.2.2 Zielpublika

Primäres Zielpublikum ist die politisch dem Blatt verbundene Leserschaft. Eine Teilmenge davon stellen die politischen Behörden dar. Die politische Position wurde emotional gefestigt, beispielsweise mit der Geschichte des «Pfäffleins», über das die liberalen Leser der NZZ herzlich lachen sollten. Die dank dem Liberalismus stark erhöhte Freiheit spiegelte sich in einer grösseren Variabilität der Kommunikationsstile der Gatekeeper gegenüber den Stilen im frühneuzeitlichen Beispiel. Erkennbar bei den Zielpublika sind der bedürftig-abhängige Stil derjenigen, die dankbar annahmen, was die Zeitung schrieb, was sie glauben und vertreten sollten. Leser, die sich als Teil einer Bewegung mit den Positionen der Zeitung verbunden fühlten, vertraten mit dem bestimmend-kontrollierenden Stil die «richtige» politische Haltung. Der analytisch-kritische Teil des Zielpublikums setzte sich mit den Inhalten der Zeitung eher aus dem sich distanzierenden Stil auseinander. Am Stammtisch konnten die Leser auch im mitteilungs-freudig-dramatisierenden Stil Inhalte aus der Zeitung zum Besten geben.

3.3 Influencer auf Social Media

«A social media influencer (SMI) is someone who is paid to post about a brand's product or service to relay the brand's message to their social media followers», definiert Bre TenHulzen den Begriff Influencer (TenHulzen, 2021, S. 11). TenHulzen hat an der University of Nebraska das Wachstum der Influencer-Marketingstrategien während der Covid-19-Pandemie im Rahmen einer Literaturrecherche untersucht. Er stellt fest, dass es sich um die erste globale Krise im Zeitalter der Sozialen Medien handle. Diese hätten die Kommunikation gleichzeitig unterstützt und behindert. Werbetreibende müssten, um erfolgreich zu sein, verstehen, wie die Pandemie sowohl die Industrie als auch das Konsumverhalten verändere. Deshalb könne man nicht ältere Daten auf die Zukunft projektieren, sondern müsse innovative Methoden neu entwickeln (TenHulzen, 2021, S. 2). Digitale Plattformen wie Facebook, Instagram und Twitter hätten die Grenzen von Interaktion und Lernverhalten der Menschen wesentlich ausgeweitet. Werbung auf digitalen Plattformen insbesondere unter Verwendung von Influencern stütze sich direkt auf die Theorie des Sozialen Lernens ab (TenHulzen, 2021, S. 7f).

Janine Schiess befasste sich in ihrer Bachelorarbeit an der HWZ mit Influencer-Marketing. Obwohl die Informationsüberflutung in den Sozialen Medien unter Umständen zu einem Verlust eines Unternehmens an Glaubwürdigkeit führen könne, setzten viele Marketingkonzepte – beispielsweise in der von ihr spezifisch untersuchten Kosmetikindustrie – neben konventionellen auch Soziale Medien ein (Schiess, 2021, S. 2). Gemäss Andrea Penocchios Bachelorarbeit können Influencer einerseits inspirieren, andererseits zum Kauf motivieren. Besonders inspirierend sind Influencer demnach in den Bereichen Sport & Fitness, Fashion, Food, Travel und Einrichtung; die höchste Beeinflussung des Kaufverhaltens stellt sie bei Fashion, Reisen, Kunst & Kultur sowie Food fest (Penocchio, 2019, S. 73). Schiess unterscheidet vier Influencer-Typen: Nano- (1'000-10'000 Follower), Micro- (10'000-100'000), Macro- (100'000-1'000'000) und Mega-Influencer (> 1 Mio) (Schiess 2021, S. 25f). Positiv auf den Erfolg wirke sich die Kooperation mit – idealerweise andersgeschlechtlichen – Influencern aus sowie die Kombination verschiedener Sozialer Medien, beispielsweise von YouTube mit Instagram (Schiess, 2021, S. 36). Ein System zur Verbreitung von YouTube-Videos kann auch weitere Soziale Medien umfassen.

Eine Besonderheit ist Twitter. Hier publizieren sowohl Personen ohne professionelle Kenntnisse als auch Unternehmen, Politikerinnen und Politiker, Vereine und Verbände sowie professionelle Redaktionen ohne klar ersichtliche Unterscheidung unmittelbar nebeneinander, vornehmlich mit kurzen Texten (Schmidt/Taddicken, 2017, S. 11).

Innerhalb von Twitter stellte der ehemalige US-Präsident Donald Trump einen erfolgreichen Spezialfall dar: Er betätigte sich mit seinen 88 Mio. Followern (Statista 2021) als Influencer in seinem eigenen Auftrag. Der texanische Medienpsychologe Brian L. Ott, Universität Lubbock, stellte 2016 in einer Fallstudie über Trumps Tweets fest, dass Twitter den öffentlichen Diskurs verändere, indem das Medium einen einfachen, impulsiven und unzivilisierten Stil bevorzuge. Ausgangspunkt für die Analyse ist ein Tweet von Donald Trump vom 10. November 2012: «Thanks- many are saying I'm the best 140 character writer in the world.» Dies löste eine Debatte aus, wer mit «many» gemeint sei, mit einem eindeutigen Resultat: Donald Trump selbst. Die – im November 2017 auf 280 Zeichen verdoppelte – Kürze eignet sich auch gut für Bots, die automatisiert Tweets mit vorgegebenen Inhalten in einem vorgegebenen Stil posten. Ott zitiert ein Forschungsprojekt des Massachusetts Institute of Technology, das einen Bot namens DeepDrumpf entwickelte, um zu zeigen, wie Trump funktioniert. Dieser generierte beispielsweise folgenden Tweet in Trumps Sprache: «I'd like to beat that @HillaryClinton. She is a horror. I told my supporter Putin to say that all the time. He has been amazing.» Otts Fazit: Die Wahl Trumps stelle den Anfang des «Age of Twitter» dar (Ott, 2016, S. 59-66).

3.3.1 Gatekeeper

Inhaltlich ist der Absender oder die Absenderin eines Posts oder Tweets Gatekeeper, formell allerdings die jeweilige Plattform, die den Rahmen vorgibt und in der Lage ist, Posts und Accounts zu sperren. Diese Möglichkeit gewann unter dem Einfluss der Wahlkampfposts von US-Präsident Donald Trump und von zweifelhaften Informationen im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie an Bedeutung. Twitter begann im US-Wahlkampf 2020, besonders fragwürdige Aussagen des Präsidenten mit Warnhinweisen zu versehen. Einer der ersten Fälle war Trumps Aufforderung vom 3. September 2020, bei den Wahlen zwei Stimmen abzugeben. Am 8. Januar 2021, zwei Tage nach der Erstürmung des Capitols durch Trump-Anhänger, sperrte Twitter den Account Trumps definitiv (Ruf, 2021).

Grundsätzlich kann auch der Staat bei Social Media eine Gatekeeper-Rolle einnehmen. In Diktaturen ist dies selbstverständlich. Doch auch US-Präsident Trump setzte das erfolgreiche chinesische Tiktok mit der Drohung unter Druck, Tiktok aus den USA zu verbannen, wenn die Plattform nicht an ein US-Unternehmen verkauft werde (Lanz, 2020).

Die Zensur an sich – sei es von einem Social-Media-Portal, sei es von einem Staat – ist bestimmend-kontrollierend. Nachfolgend können insbesondere von autoritären Staaten auch aggressiv-entwertende Massnahmen eingesetzt werden. Die unzensurierten Influencer können unterschiedliche Stile wahrnehmen. Bei der Selbstdarstellung sind der mitteilungsfreudig-dramatisierende und der sich beweisende Stil besonders oft erkennbar. Meist in Kombination mit einem dieser Stile erteilt der helfende Stil Tipps, der bestimmend-kontrollierende Stil erläutert die Wahrheit, der aggressiv-entwertende bekämpft Andersdenkende, der selbst-lose teilt Beiträge des aggressiv-entwertenden Stils und der bedürftig-abhängige bedankt sich für die wertvollen Informationen des helfenden oder bestimmend-kontrollierenden Stils. Vielleicht erläutert der sich distanzierende Stil von Fall zu Fall ein Sachthema. Im Bereich der Social Media können somit sämtliche Stile oft in Kombination mit anderen auftreten.

3.3.2 Zielpublika

Bei Donald Trump ist der aggressiv-entwertende Stil geradezu idealtypisch dominant, etwa wenn er seinen Gegenkandidaten bei den Präsidentschaftswahlen 2020, Joe Biden, mit dem Adjektiv «sleepy» versah und ihn als «low IQ person» bezeichnete. Auch unter den Reaktionen auf solche Tweets sind unterschiedliche Stile erkennbar, primär der selbst-lose, der sich dem aggressiv-entwertenden unterordnet und in ebendiesem Stil kippt, falls jemand wagt, etwas anderes zu vertreten, aber auch der helfende, wenn jemand zur Registrierung der Trump-Fans als Wählerinnen und Wähler aufforderte³, der aggressiv-entwertende, wenn jemand gegen die «Low IQ person» wettete⁴, der mitteilungsfreudig-dramatisierende bei Wortspielen um eine Falschaussage des Präsidenten wie «America first – Austria Förster»⁵

Auf den Social Media unterscheiden sich die Stile der Gatekeeper nicht grundlegend von denjenigen der Zielpublika, weil alle User beide Rollen wahrnehmen können und im Sinn von Watzlawicks «Man kann nicht nicht kommunizieren» auch tatsächlich wahrnehmen, da der Verzicht, selbst Inhalte zu publizieren, auf einem bewussten Entscheid beruht. Die Zielpublika können daher, wie die Gatekeeper, alle verfügbaren Kommunikationsstile wahrnehmen.

4. Synthese

4.1 Hypothese 1

Sowohl bei den Gatekeepern als auch den Zielpublika dominieren in autoritären Mediensystemen andere Kommunikationsstile als in liberalen. Hypothese 1 trifft zu.

In autoritären Systemen bestimmen die Machthaber über Art und Inhalte der Massenmedien. Der Kommunikationsstil der Gatekeeper, die für die Programmierung der Massenmedien eingesetzt werden, ist daher meist aggressiv-entwertend oder bestimmend-kontrollierend. Beim Beispiel der frühneuzeitlichen Justiz als Massenmedium zählen Ratsherren in ihrer Funktion als Richter, Folterknechte, aber auch Pfarrherren zu den Gatekeepern. Zielpublikum ist die gesamte Bevölkerung. Diese verhält sich komplementär zu den Stilen der Gatekeeper, d. h. selbst-los oder bedürftig-abhängig. Das synchrone Kontern mit dem aggressiv-entwertenden Stil führt kommunikationspsychologisch zu einer Eskalation. Dies trifft auch im massenmedialen Bereich zu: Wer im autoritären System rebelliert, riskiert sein Leben oder zumindest seine Freiheit.

Im Zeitalter der Meinungspresse, nach der Aufhebung der staatlichen Vorzensur, bestimmen private Verleger über die von ihnen verantworteten Printmedien. Als Gatekeeper setzen sie Redaktoren ein, die im vorgegebenen publizistischen Rahmen die einzelnen Inhalte bestimmen. Im Vordergrund stehen der bestimmend-kontrollierende und der helfende Kommunikationsstil. Ergänzend sind der sich distanzierende Stil bei Analysen und der mitteilungsfreudig-dramatisierende bei Satiren erkennbar, wobei dieser durchaus auch mit dem aggressiv-entwertenden Stil kombiniert werden kann, wenn die Gegenseite verzerrt dargestellt wird. Bei den Zielpublika ist vor allem der zu bestimmend-kontrollierend, helfend und aggressiv-entwertend

³ <https://twitter.com/ScottPresler/status/1277229971900190720>

⁴ <https://twitter.com/Jack324194244/status/1277402225413775361>

⁵ <https://twitter.com/unbehandelt/status/1306144322568572930>

komplementäre bedürftig-abhängige Stil bei denjenigen Lesern erkennbar, die dankbar annehmen, was die Zeitung schreibt, was sie glauben und vertreten sollten. Leser, die sich als Teil einer Bewegung mit den Positionen der Zeitung verbunden fühlen, vertreten nach aussen mit dem bestimmend-kontrollierenden Stil die «richtige» politische Haltung, die sie bedürftig-abhängig vom Gatekeeper übernehmen. Der analytisch-kritische Teil des Zielpublikums setzt sich mit den Inhalten der Zeitung eher aus dem sich distanzierenden Stil auseinander. Am Stammtisch können die Leser auch im mitteilungsfreudig-dramatisierenden Stil Inhalte aus der Zeitung zum Besten geben.

Bei den Social Media steht nicht die Publizistik im Zentrum des verlegerischen Interesses der grossen Anbieter wie Google, Facebook/Meta und Twitter, sondern das Generieren von Einkünften, weshalb die Gatekeeper-Rolle weitgehend den Nutzerinnen und Nutzern überlassen wird, sofern diese den von den entsprechenden Medienunternehmen definierten Rahmen einhalten. Gatekeeper und Zielpublika sind daher grundsätzlich identisch und kommunizieren mit den ihnen adäquat erscheinenden Stilen, wobei der mitteilungsfreudig-dramatisierende und der sich beweisende bei selbstdarstellenden Inhalten besonders oft beobachtet werden können.

4.2 Hypothese 2

Mit der Annäherung der Individual- und Massenkommunikation nimmt die Komplementarität der Kommunikationsstile von Gatekeepern und Zielpublika ab, sie werden eher synchron. Hypothese 2 bestätigt sich nicht. Komplementäre Stile werden komplementär, synchrone synchron aufgenommen, vor allem bei aggressiv-entwertend und selbst-los ist oft ein Hin-und-Her-Kippen erkennbar.

4.3 Hypothese 3

Die Kommunikationsstile von Schulz von Thun eignen sich auch für medienpsychologische Betrachtungen. Hypothese 3 trifft zu. Sowohl bei der Kategorisierung von Medien als auch bei Inhaltsanalysen zeitigt die Verwendung der Kommunikationsstile von Schulz von Thun Resultate. Neue Medien lassen andere Kommunikationsstile in den Vordergrund treten, die mit dieser Methodik analysiert werden können.

Daraus ergibt sich die Erkenntnis, dass auch Kollektive mit den Kommunikationsstilen Schulz von Thuns analysiert werden können: Ein autoritäres Regime ist kollektiv aggressiv-entwertend und verfügt über die Möglichkeiten, um diesen Stil und die komplementäre Reaktion mit dem selbst-losen Stil bei der Bevölkerung, d. h. der Zielgruppe der Kommunikation des Regimes, durchzusetzen.

5. Bibliographie

ADORNO, THEODOR W., Studien zum autoritären Charakter, Frankfurt am Main 1970.

AULER, JOST, Richtstättenarchäologie, archaetopos-Buchverlag Dormagen 2008.

BATINIC, BERNAD, und APPEL, MARKUS, Hrsg., Medienpsychologie, Springer Medizin Verlag Heidelberg 2008.

BECK, KLAUS, Kommunikationswissenschaft, UVK Verlag München 2007, ⁶2020.

- BELLINGRADT, DANIEL, Annäherungen an eine Kommunikationsgeschichte der Frühen Neuzeit, in: Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte, Bd. 20, S. 16-21, Franz Steiner Verlag Stuttgart 2018.
- BONFADELLI, HEINZ, JARREN, OTFRIED, UND SIEGER, GABRIELE, Hrsg, Einführung in die Publizistikwissenschaft, Bern – Stuttgart – Wien 2001, ³2010.
- DRACK, WALTER, und FELLMANN, RUDOLF, Die Römer in der Schweiz, Konrad Theiss Verlag Stuttgart 1988.
- FAULSTICH, WERNER, Die Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts, Wilhelm Fink Verlag München 2012.
- GANTENBEIN, JAKOB, RUB, DOMINIQUE, RISI, FRANZ-XAVER, und SCHNEIDER, BERNHARD, Die Amtsenthebung Bischof Lachats – Ihre Darstellung in vier Zeitungen, Arbeit bei Peter Stadler, Einführung in die Geschichte I, Historisches Seminar Universität Zürich 1979.
- JOOS, WALTER, SCHADE, EDZARD, SCHELL, RENÉ, und AESCHLIMANN, ULRICH, 75 Jahre Radio- und Fernsehgenossenschaft Zürich RFZ, Zürich 1999.
- KIRSCHER, ANDRÉ, Hinrichtungen als Fortsetzung des vormodernen Strafverfahrens, in: Traverse, Zeitschrift für Geschichte 15/2, S. 62-74, Chronos Verlag Zürich 2008.
- LACHAT, PIERRE, Film, in: HLS, <https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/010468/2009-11-05/>, 2009.
- LANZ, MARTIN, Tiktok soll amerikanisiert werden, NZZ 4.8.2020.
- LÜÖND, KARL, Ringier bei den Leuten 1833-2008, Verlag NZZ Zürich 2008.
- MROZEK, BODO, Geschichte in Scheiben: Schallplatten als zeithistorische Quellen, in: Zeithistorische Forschungen 8, S. 295-304, Vandenhoeck&Ruprecht Göttingen 2011.
- OTT, BRIAN L., The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement, in: Critical Studies in Media Communication, S. 59-68, Vol. 34/1, Washington DC 2016.
- PENOCCHIO, ANDREA, Influencer auf der Foto- und Videoplattform Instagram: Eine Analyse der Wahrnehmung und Wirkung visueller Darstellungen von Produkten und Dienstleistungen innerhalb unterschiedlicher Themenkategorien, Bachelorarbeit Hochschule für Wirtschaft Zürich HWZ 2019.
- RÖHNER, JESSICA, und SCHÜTZ, ASTRID, Psychologie der Kommunikation, Springer Fachmedien Wiesbaden 2012, ²2016.
- RUF, RENZO, Twitter wirft Donald Trump raus – für immer, NZZ 9.1.2021.
- SABLONIER, ROGER, Adel im Wandel, Neuauflage, Chronos Zürich 1979, ²2000.
- SCHIESS, JANINE, Die Wirkung von Influencer-Marketing in der Kosmetikindustrie, Eine Untersuchung zum Kommunikationspotenzial Sozialer Medien, Bachelorarbeit Hochschule für Wirtschaft Zürich HWZ 2021.
- SCHMIDT, JAN-HINRIK, und TADDICKEN, MONIKA, Handbuch Soziale Medien, Springer Fachmedien Wiesbaden 2017.
- SCHNEIDER, BERNHARD, Hrsg., Alltag in der Schweiz seit 1300, Chronos Verlag Zürich 1991.

SCHNEIDER, BERNHARD, 700 Jahre im Überblick, Das Knonaueramt – die Stadt Zürich – die Eidgenossenschaft, Verlag Schneider Communications Ottenbach 2016.

SCHULZ VON THUN, FRIEDEMANN, Miteinander reden, Band 1 und 2, Rowohlt Verlag Hamburg 1981.

SCHWEIZERISCHES NATIONALMUSEUM (Hrsg.), Menschen in Stein gemeisselt, Christoph Merian Verlag Basel 2021.

SIGG, OTTO, Hexenprozesse mit Todesurteil, Justizmorde der Zunftstadt Zürich, Buchmodul.ch 2012.

STATISTA, Ranking der Staats- und Regierungschefs nach der Anzahl ihrer Twitter-Follower im November 2020, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/249491/umfrage/twitter-follower-von-staatsoberhaeuptern-weltweit/>, 2021.

TENHULZEN, BRE, Advertising During the COVID-19 Global Pandemic: The Rise of Influencer Marketing Strategies in a Resession, University of Nebraska 2021.

Online-Publikation: <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1296&context=honorstheses>

ZIEGLER, PETER, Zürcher Sittenmandate, Orell Füssli Verlag Zürich 1978.