

Nachhaltige Nachrichtenfaktoren

Politische Informationsauswahl unter Bedingungen von Netzkommunikation

Christiane Eilders

Trotz der enormen Ausweitung an verfügbaren Informationen über Politik und der individualisierten Möglichkeiten der Informationsbeschaffung haben sich die Kriterien der Nachrichtenselektion durch das Internet nicht entscheidend geändert. Nachrichtenfaktoren indizieren kollektive Relevanz und dienen den Nutzern als notwendige Orientierungsmarken in einem erheblich vergrösserten Informationsangebot.

Selten dürfte es so einfach gewesen sein, sich mit politischen Informationen zu versorgen wie in der modernen Mediengesellschaft. Per Mausklick sind neben den Informationen aus den konventionellen Massenmedien im Netz alle Arten von Daten und Fakten, Einschätzungen und Nachrichten zu haben. Das Angebot politischer Informationen hat sich mit der Etablierung des World Wide Web erheblich vergrössert und wird sich noch erweitern. Das Netz ist im Prinzip unbeschränkt aufnahmefähig.

Informationsüberfluss im World Wide Web

Parteien und Verbände machen im Netz ihre Programme und aktuellen Berichte, Einzelpersonen ihre Ansichten und Wahrnehmungen einem breiten Publikum zugänglich. Regierung und Opposition informieren dort über ihre Arbeit, soziale Bewegungen und andere zivilgesellschaftliche Akteure versuchen das Publikum für ihre Ziele zu mobilisieren und werben um Aufmerksamkeit und Zustimmung. Auch Medienunternehmen stellen ihr konventionelles Angebot ins Netz oder veröffentlichen dort ein spezielles Online-Angebot. Mittlerweile haben fast alle herkömmlichen Zeitungen und Rundfunksender auch eine eigene Website, auf welcher sie sich denjenigen präsentieren, die ihre Angebote nicht auf herkömmlichem Weg nutzen können oder wollen, und auf denen sie auch zusätzliche oder vertiefende Informationen zu ihrer konventionellen Berichterstattung anbieten.

Es soll an dieser Stelle nicht der Eindruck erweckt werden, die politisch bedeutsamen Möglichkeiten der Netzkommunikation beschränkten sich auf die Ausweitung des Informationsangebots. Es versteht sich von selbst, dass das Netz auch nicht-journalistischen Akteuren ermöglicht, selbst als Kommunikatoren tätig zu werden, sich in öffentlichen Diskussionsforen und anderen Gruppen mit anderen Interessierten auseinander zu setzen, oder etwa durch umfangreiche Verlinkung Informationen aufzuspüren, die unter herkömmlichen Bedingungen nur schwer oder erst nach langer Zeit zugänglich wären. Da sich die Aufmerksamkeit dieses Beitrags jedoch auf mögliche Konsequenzen der neuen Technologien auf die Bedeutung von Auswahlkriterien richtet, sollen hier ausschliesslich die Inhalte des World Wide Web und keine anderen Modi oder Kommunikationsmöglichkeiten berücksichtigt werden. Die Nachrichtenauswahlforschung setzt bei der Informationsauswahl aus einem prinzipiell für viele verfügbaren Angebot an. Sie interessiert sich für die Resultate der Selektion, nicht für den Weg dahin.

Während Journalisten in herkömmlichen Massenmedien aufgrund stark beschränkter Sendezeit in den elektronischen Medien oder aufgrund Platzmangels in den Printmedien unter beträchtlichem Selektionsdruck stehen, unterliegen Informationsanbieter im

World Wide Web kaum solchen Beschränkungen. Das Publikum, dessen Verarbeitungskapazität mit dem erweiterten Angebot keineswegs Schritt gehalten hat, findet sich so mit einer ungeheueren Informationsmenge konfrontiert. Dieser Angebotsumfang ist Segen und Fluch zugleich: Einerseits wird durch niemanden eine Vorauswahl vorgenommen, die möglicherweise nicht den gewünschten Kriterien entspricht; andererseits ist ein erheblicher kognitiver Aufwand nötig, um die ungewollten Informationen heraus zu sortieren. Für das Publikum hat sich der Selektionsdruck mit der Ausweitung des verfügbaren Angebots verstärkt.

Selektion als Relevanzzuweisung

Selektion freilich ist eine Herausforderung, die alle Individuen ständig betrifft. Journalisten wählen aus dem kontinuierlichen Weltgeschehen wenige Ereignisse zur Veröffentlichung aus, Rezipienten herkömmlicher Massenmedien entscheiden, welche dieser Nachrichten sie Aufmerksamkeit zuwenden, und Nutzer des World Wide Web wenden sich nicht allen, sondern nur wenigen der angebotenen Inhalte zu. Jede Wahrnehmung ist auch eine Auswahlentscheidung. Der kontinuierliche Strom von Umweltreizen wird in seiner Komplexität reduziert und damit erst verarbeitbar gemacht. Die Selektion der Reize erfolgt nach Massgabe ihrer Bedeutsamkeit. Die Relevanzzuweisung kann individuell unterschiedlich sein (etwa weil bestimmte Erfahrungen nicht geteilt werden oder Interessen anders ausgeprägt sind) oder aber kollektiv übereinstimmend verlaufen. In grösseren Gemeinwesen dürfte – ganz allgemein gesprochen – dem Bereich der Politik kollektive Relevanz zukommen, da diese qua Herstellung kollektiv verbindlicher Entscheidungen das Zusammenleben regelt.

Die Frage ist nun, ob sich für die "Feinsortierung" politischer Informationen nach ihrem jeweiligen Relevanzgrad ebenfalls weitgehende interindividuelle Übereinstimmung zeigen. Werden also bestimmten Merkmalen des politischen Geschehens kollektiv Relevanz zugewiesen oder weist jedes Individuum ganz unterschiedlichen Aspekten Relevanz zu, ohne dass es hier zu grossen Überschneidungen kommt? Ohne kollektive Relevanzkriterien käme es zu einer Gleichverteilung der Aufmerksamkeit in einer gegebenen Gruppe. Jedes Individuum richtete seine Aufmerksamkeit nach eigenen Kriterien auf bestimmte Reize. In Bezug auf die Angebote der Medien hiesse das, keine zwei Journalisten präsentierten die gleichen Nachrichten. Die Medien spiegelten zwar möglicherweise die Realität in Form eines verkleinerten Abbildes, dieses Abbild entbehrte aber jeder Struktur, da es nirgends zu Aufmerksamkeitskumulationen käme. Zwischen relevanten und bedeutungslosen Informationen könnte nicht unterschieden werden.

Tatsächlich weisen die Inhalte von Massenmedien darauf hin, dass die journalistische Relevanzzuweisung zumindest teilweise übereinstimmend verläuft. Die Inhalte der einzelnen Nachrichtenangebote weichen nur graduell voneinander ab, es scheint weitgehende Einigkeit darüber zu bestehen, was berichtenswert ist, weil es für grosse Teile des potenziellen Publikums bedeutsam ist, und was lediglich bei sehr wenigen Rezipienten Aufmerksamkeit erregen würde. Die sozialwissenschaftliche Perspektive nimmt zunächst die Häufungen oder Verdichtungen von Phänomenen in den Blick und vernachlässigt in einem ersten Zugriff die individuellen Unterschiede, um so Muster der Gesellschaft zu entdecken. Relevanzzuweisungen interessieren in dem Masse, in dem sie ein Muster etablieren. Ein solches Muster entsteht durch die kollektive Relevanzzuweisung bei der Nachrichtenauswahl durch Journalisten.

In Bezug auf die politische Kommunikation konnte in einer Reihe von empirischen Studien gezeigt werden, dass "Nachrichtenfaktoren" wie "Überraschung", "Personalisierung", "geographische und kulturelle Nähe" ein Geschehen publikationswürdig machen. Nachrichtenfaktoren indizieren Relevanz und steuern damit die journalistische Auswahl (z.B. Schulz 1976; Staab 1990). Als besonders wirksame Selektionskriterien haben sich "Reichweite", "Schaden", "Kontroverse", "Einfluss", "Prominenz" und "Nähe" erwiesen. Nachrichtenfaktoren kommt umso mehr Bedeutung zu, je stärker selektiert werden muss. Je weniger Platz zur Verfügung steht, desto höher muss der "Nachrichtenwert" der Nachricht sein, d.h. desto mehr dieser Faktoren müssen zutreffen und desto stärker müssen diese ausgeprägt sein. Je beschränkter der verfügbare Raum, desto deutlicher sind Nachrichten durch Nachrichtenfaktoren geprägt. Überraschende, in der Nähe stattfindende Ereignisse, die für viele Menschen negative Konsequenzen haben und möglicherweise noch Prominente oder andere Elitepersonen betreffen, bestimmen die Nachrichtengebung. Ein Ereignis in weit entfernten Regionen muss schon erhebliches Konfliktpotenzial und grossen Schaden beinhalten, um in den deutschen Medien Aufmerksamkeit zu finden.

Im Netz dürften Nachrichtenfaktoren weitgehend wirkungslos sein. Da hier angesichts fehlender Platzprobleme von den Informationsanbietern keine Auswahl getroffen werden muss, sind auch Selektionskriterien unnötig. Die Informationen dürften demnach nur wenig übereinstimmende Merkmale aufweisen. Politische Informationen im Netz lassen sich nicht auf so charakteristische Merkmale reduzieren wie die Inhalte der konventionellen Massenmedien. Eine entsprechende Verdichtung ist nicht anzunehmen. Eine Ausnahme sind selbstredend die Online-Angebote der konventionellen Massenmedien. Diese folgen trotz fehlender Platzprobleme den klassischen Nachrichtenauswahlkriterien. Nachrichtenauswahl ist aus der Perspektive der herkömmlichen Massenmedien eine journalistische Dienstleistung, die sie ihrem Publikum auch im Netz anbieten. Es werden also – möglicherweise weniger streng – lediglich diejenigen Informationen zur Publikation ausgewählt, die als hinreichend relevant wahrgenommen werden.

Nachrichtenfaktoren als Auswahlkriterien der Rezipienten

Die Nachrichtenfaktoren bestimmen nicht nur die journalistische Selektion, sondern bestätigten sich in der Forschung auch als Auswahlkriterien für das Publikum. Die Nachrichtenfaktoren entsprechen wahrnehmungspsychologischen Mechanismen, die sich zum grossen Teil auf entwicklungsgeschichtlich vorteilhaftes Verhalten bei der Verarbeitung von Umweltreizen zurückführen lassen. So lässt sich etwa der Faktor "Überraschung" als Resultat evolutionsgeschichtlich erworbener Aufmerksamkeitsregeln erklären. Bewegungen vor starrem Hintergrund oder Geräusche in stiller Umgebung werden aufmerksam wahrgenommen. Sie bedeuten eine Abweichung vom Normalzustand und stellen damit eine potenzielle Gefahrenquelle dar. Relevanz muss sich aber nicht notwendig auf das physische Überleben beziehen. Mehr Bezugspunkte zur Lebenswelt in modernen Gesellschaften bietet wohl die mögliche Betroffenheit des Individuums oder der Gesellschaft von weitaus vermittelteren Arten von Status-Quo-Veränderungen (z.B. ein Regierungswechsel, der langfristig zu Einkommensveränderungen führt). Diese Überlegungen betreffen neben dem Faktor "Überraschung" etwa die Faktoren "Reichweite", "Schaden" und "Nutzen" (vgl. entsprechende Erläuterungen zu weiteren Faktoren in Eilders 1997 und Eilders / Wirth 1999).

Die journalistische Nachrichtenauswahl lässt sich aus dieser wahrnehmungspsychologischen Perspektive als Variante allgemein menschlicher Informationsverarbeitung betrachten. Die Relevanzzuweisung durch Rezipienten und Journalisten verläuft demnach weitgehend identisch. Die journalistische Auswahl bedeutet daher für die Rezipienten keine unerwünschte Gängelung und medienspezifische Realitätsverzerrung, sondern in erster Linie eine Vorwegnahme ihrer eigenen Selektion und damit eine erhebliche Komplexitätsreduktion und Orientierung. Bei der Nutzung der politischen Informationen im World Wide Web steht dem Publikum keine journalistische Vorauswahl zur Verfügung. Hier müssen Rezipienten selbst ihre Auswahl treffen. Je umfangreicher das verfügbare Angebot im Verhältnis zur Verarbeitungskapazität des Publikums ausfällt, desto mehr Bedeutung kommt dabei den Nachrichtenfaktoren als Relevanzindikatoren zu. Mit der Ausweitung der politischen Kommunikation durch das Netz ist also keinesfalls ein Bedeutungsverlust von Nachrichtenfaktoren verbunden. Vielmehr erlangen sie als notwendige Selektionshilfen umso mehr Bedeutung.

Individuelle Varianzen bei der Informationsauswahl durch das Publikum

Die kollektive Relevanzzuweisung für Informationen mit hohem Nachrichtenwert soll nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Informationsauswahl des Publikums grosse Varianzen aufweist. Neben den kollektiven Relevanzzuweisungen kommen abweichende individuelle Rezeptionsmotive und ganz unterschiedliche Interessen zum Tragen. Die Netzkommunikation ermöglicht auf Grund ihres grösseren Informationsumfangs und ihrer Vielfalt an Angeboten eine besonders stark individualisierte Nutzung. Allerdings besteht in Bezug auf die individuellen Differenzen kein grundsätzlicher Unterschied zwischen der Selektion in der herkömmlichen Medienkommunikation und im Netz. Auch bei der herkömmlichen Medienkommunikation übertrifft das Angebot den Anteil der tatsächlich individuell genutzten Informationen um ein Vielfaches. Selbst die Tageszeitung wird in der Regel nicht vollständig gelesen, sondern stellt ein Angebot dar, aus dem nach individuellem Belieben ausgewählt wird.

Während die einen sich als Parteimitglieder überwiegend für die SPD interessieren, suchen die anderen als Kinderreiche Informationen zur Steuerreform, wieder andere sind im internationalen Finanzmarkt tätig und lesen vorwiegend Auslandsnachrichten. Trotz völlig auseinander gehender Rezeptionsmotive und Interessen häuft sich die Nutzung bei Informationsangeboten mit hohem Nachrichtenwert. Die individuelle Nachrichtenauswahl des Publikums zeigt also im Aggregat einen Überschneidungsbereich, der mit Nachrichtenfaktoren gut charakterisiert ist. Interessant ist, dass keine Personenmerkmale identifiziert werden konnten, die einen systematischen Einfluss auf die Nachrichtenauswahl hatten (vgl. Eilders 1997; Donsbach 1991). Die Selektion scheint sehr viel stärker durch die Nachrichtenmerkmale erklärt werden zu können.

Bislang liegen keine Hinweise vor, dass unter Bedingungen der Netzkommunikation die persönlichen Prädispositionen stärker ins Gewicht fallen und dass die kollektiven Auswahlkriterien im Netz an Wirksamkeit verlieren würden. Plausibler erscheint mir die Annahme eines erhöhten Orientierungsbedürfnisses angesichts der verfügbaren Informationsflut. Wenn der klassische politische Journalismus nicht für eine Vorselektion des Informationsangebots sorgt, wird das Publikum nach Wegen suchen, selbst die Komplexität des Angebots möglichst unaufwendig zu reduzieren. Nachrichtenfaktoren bieten sich als Selektionshilfen an, da sie nicht nur wahrnehmungspsychologische Mechanismen betreffen, sondern zudem eine vertraute Auswahlhilfe darstellen, die in der

Mediensozialisation über lange Zeit "gelernt" wurde und damit in das Allgemeinwissen als "Nachrichtenrahmen" eingeschrieben ist.

Die grosse Beliebtheit herkömmlicher Medien im Netz bestätigt die Übereinstimmung des Publikums mit den Selektionskriterien der Medien und erklärt sich gerade aus dem Bedürfnis nach journalistischer Vorselektion. Das dabei gezeigte Vertrauen in die journalistische Vorauswahl ist beträchtlich, aber insofern berechtigt, als es sich hier um Informationen handelt, die nach journalistischen Standesregeln ausgewählt worden sind. Die zahlreichen Informationsangebote jenseits dieser Online-Angebote konventioneller Medien liegen hinsichtlich ihrer Zuverlässigkeit in Bezug auf Richtigkeit und Aktualität weit abgeschlagen. Während institutionelle Informationsanbieter aus der Medienbranche um das Ansehen ihrer Organisation besorgt sind, haben von den vielen weitgehend unbekanntem Einzelakteuren (etwa Augenzeugen) bei Fehlinformationen nicht einmal eine Reputation zu verlieren.

Kollektive Nachrichtenauswahl und politische Öffentlichkeit

Die grösste Sorge in Bezug auf die individualisierte politische Kommunikation im Netz betrifft die Möglichkeit zunehmender gesellschaftlicher Fragmentierung. Die Netzkommunikation hat zwar viele Hoffnungen in Bezug auf einen besseren Austausch zwischen Regierenden und Regierten geweckt, aber auch Befürchtungen hinsichtlich eines Rückgangs des Austauschs zwischen den Bürgern genährt. Das Argument ist seit der Ausweitung der Rundfunkprogramme bekannt (vgl. zur Integration und Fragmentierung z.B. Jarren et al. 2000; Imhof et al. 2002): Mangels gemeinsamer Bezüge durch hochgradig individualisierte Nutzung findet keine Auseinandersetzung über wichtige Probleme mehr statt. Die Angebotsausweitung im World Wide Web befördert die Sorge um die politische Öffentlichkeit.

Wenn umfassende Teilhabe und Deliberation nicht mehr möglich sind, sind die demokratiethoretisch zentralen Öffentlichkeitsfunktionen Transparenz, Validierung und Kontrolle (Neidhardt 1994) nicht erfüllt. Demokratie im eigentlichen Sinne findet nicht statt. Fehlende öffentliche Kommunikation über Politik macht darüber hinaus politisches Handeln tendenziell unwahrscheinlich. Die politische Öffentlichkeit soll qua Auseinandersetzung zwischen verschiedenen Interessen Verdichtungen von Themen und Meinungen erzeugen, um so dringende Probleme mit grosser Reichweite zu identifizieren und effektiv zur Bearbeitung an das politische System zu adressieren. Wenn die Mediennutzung keine gemeinsamen Bezüge generiert und alle über verschiedene Themen sprechen, entsteht zwar viel "Geräusch", eine vernehmbare Stimme mit einer Handlungsaufforderung entwickelt sich dabei jedoch nicht.

Dr. Christiane Eilders ist wissenschaftliche Referentin am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung in Hamburg und beschäftigt sich dort mit politischer Kommunikation. Ihre Schwerpunkte liegen auf der Öffentlichkeitstheorie und der Funktion der Meinungsbildung sowie auf der Nachrichtenauswahl.

Der Text befindet sich im Internet unter:

http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d22_EildersChristiane.html

medien heft

Literatur:

Donsbach, Wolfgang (1991): Medienwirkungen trotz Selektion. Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten. Köln et al.

Eilders, Christiane (1997): Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information. Opladen.

Eilders, Christiane / Wirth, Werner (1999): Die Nachrichtenwertforschung auf dem Weg zum Publikum: Eine experimentelle Überprüfung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren bei der Rezeption. In: Publizistik 44, H. 1/1999, S. 35-57.

Imhof, Kurt / Jarren, Otfried / Blum, Roger (Hrsg.) (2002): Integration und Medien. Wiesbaden.

Jarren, Otfried / Imhof, Kurt / Blum, Roger (Hrsg.) (2000): Zerfall der Öffentlichkeit? Wiesbaden.

Neidhardt, Friedhelm (1994): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. In: Ders. (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34). Opladen, S. 7-41.

Schulz, Winfried (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Freiburg, München.

Staab, Joachim Friedrich (1990): Nachrichtenwerttheorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt. Freiburg, München.