

**Summary:** The media have been repeatedly used to win government approval of the population. It is difficult to say to what extent these measures are successful. The three studies presented here are able to empirically assess an effect of the controlled media for different countries and points in time. The citizens did measurably change their political preferences, reflected particularly in their voting behavior. The impact should, however, not be overestimated. The effects were in most cases numerically relatively small.

**Kurz gefasst:** Medien werden oft eingesetzt, um Zustimmung unter der eigenen Bevölkerung zu gewinnen. Inwieweit diese Maßnahmen zielführend sind, ist schwer zu sagen. Drei vorgestellte Studien können einen Effekt der kontrollierten Medien empirisch für unterschiedliche Länder und Zeitpunkte nachweisen. Die Bürger änderten messbar ihre politischen Präferenzen, was sich insbesondere im Wahlverhalten widerspiegelte. Der Einfluss sollte allerdings nicht überschätzt werden, da die gemessenen Effekte meist relativ klein waren.

# Ein messbarer Einfluss Verändert Medienkontrolle das Wählerverhalten?

Maja Adena

Anfang 2016 trat in Polen ein umstrittenes Mediengesetz in Kraft. Die neu gewählte konservative Regierung besetzte schnell die Führungspositionen im öffentlichen Fernsehen und im Rundfunk neu und tauschte viele leitende Redakteure und weitere Mitarbeiter aus. Auch private Medien leiden unter der neuen Regierung; die neueste Klage gegen Gazeta Wyborcza, eine der größten polnischen Tageszeitungen, durch die regierende Partei Recht und Gerechtigkeit (PiS) dient der Einschüchterung. Die früheren polnischen Regierungen hatten ebenso Personaländerungen durchgesetzt, allerdings leiser und langsamer. Die jüngsten Ereignisse in Polen zeigen, wie aktuell das Interesse bestimmter politischer Parteien ist, die Medien zu kontrollieren. Was kann sich PiS von dieser Offensive versprechen? Man würde annehmen, dass die Leser, Hörer und Zuschauer heute in der Lage sind, eine neutrale von einer gefärbten Berichterstattung zu unterscheiden. Oder sind die Bürger immer noch anfällig für die Überzeugungskünste gelenkter Medien?

Zweifelsfrei ist heutzutage der Zugang zu alternativen Informationsquellen sehr einfach. Im Januar 2016 verlor Wiadomości, das polnische Pendant zur Tageschau, zehn Prozent seiner Zuschauer. Allerdings ist der polnische Medienmarkt stark oligopolisiert, insbesondere im Printbereich, in dem die drei größten Verlagshäuser etwa zwei Drittel der Auflage herausgeben. 90 Prozent der lokalen Tageszeitungen kommen aus einem einzigen Verlag, Polska Press (Verlagsgruppe Passau). Der hohe Anteil des ausländischen Kapitals im polnischen Medienmarkt verleitete die neue Regierung dazu, ein weiteres Gesetz zu „Repolonisierung“ für Mitte 2016 anzukündigen.

## Reale Medienwirkung ist schwer zu messen

Im Ersten Weltkrieg gewann die Propaganda auf Plakaten, Flugblättern, in den Zeitungen und Filmen in den kriegsbeteiligten Ländern eine bisher unbekannt Dimension. Um die Unterstützung in der eigenen Bevölkerung zu erhöhen, gründeten die einzelnen Länder spezielle Behörden zur Lenkung der nationalen Propaganda. Später schien der Rundfunk als neues Medium eine immense Überzeugungskraft auszustrahlen. So löste das 1938 vom Sender CBS in den USA verbreitete Hörspiel „Der Krieg der Welten“ über eine imaginäre Invasion der Marsianer in Teilen der Bevölkerung eine Panik aus. International wurde das Ringen um die Vorherrschaft über das Kurzwellenradio Ende der 1930er Jahre

zum wahren Krieg im Äther. Zum Beispiel hat der faschistische Sender Bari die arabische Welt schnell (virtuell) erobert. Auf Grund der hohen Zahl von Analphabeten konnte das geschriebene Wort dort wenig Wirkung erzielen. Die in den Kaffeehäusern unentgeltlich aufgestellten Rundfunkgeräte haben viele Menschen angezogen. Später sendete Nazideutschland professionell aufbereitete antisemitische und antibritische Propaganda in die arabische Region, die wiederkehrende Wellen antisemitischer Handlungen auslöste. Nur handelt es sich bei diesen Beispielen lediglich um anekdotische Evidenz der Wirkung. Wie groß der Einfluss faktisch war, lässt sich schwer sagen.

Der Glaube an den Einfluss der Radiopropaganda war in der nationalsozialistischen Führung stark. So äußerten sich Hitler, Goebbels und andere führende Nationalsozialisten immer wieder. Nach der Machtübernahme 1933 machten die Nationalsozialisten sich den Rundfunk rasch dienstbar. In die von 4 Millionen 1933 auf 10 Millionen im Jahr 1939 wachsende Anzahl der Haushalte mit einem Rundfunkempfänger verbreiteten sie von Beginn an ununterbrochen rassistisches, nationalistisches und antisemitisches Gedankengut. Andere Parteien hatten schon vor deren Verbot im Juli 1933 keinerlei Einfluss mehr auf die Inhalte des Programms, mit Ausnahme der von den Deutschnationalen initiierten Kampffront Schwarz-Weiß-Rot, die allerdings nur wenige Auftritte zugestanden bekam. Hat dieses Massenmedium tatsächlich die politischen Präferenzen und in der Folge das Verhalten der Bürger beeinflussen können?

## Die NS-Machtübernahme und das Radio

Historiker und Medienwissenschaftler streiten seit Langem über den faktischen Einfluss der NS-Propaganda im Rundfunk. Zusammen mit Ruben Enikolopov, Maria Petrova, Veronica Santarosa und Ekaterina Zhuravskaya bin ich der Frage nachgegangen, ob ein Kausalzusammenhang empirisch nachgewiesen werden kann. Die Studie erschien Ende 2015 im *Quarterly Journal of Economics*. Dazu haben wir die Daten über Sendeanlagen gesammelt und mithilfe einer Ingenieurssoftware die Signalstärke und dadurch die Empfangsmöglichkeit für Radiosendungen für einzelne Stadt- und Landkreise zu verschiedenen Zeitpunkten errechnet. Um die Effekte mit und ohne Propaganda zu verstehen, analysieren wir auch die Periode vor der Machtergreifung. Methodisch handelt es sich hierbei um ein sogenanntes natürliches Experiment. Ob ein Gebiet Radiosignale empfangen konnte, war zum großen Teil durch die technische Entwicklung und Topografie bedingt. Die 1930er Jahre gingen einher mit der raschen technischen Entwicklung und der Verbreitung des Radios, so dass sich die Anzahl der Großsender (über 10 kW) von einem in September 1930 über drei im April 1932 bis zu sechs im Jahr 1933 erhöhte. Um die Effekte identifizieren zu können, werden in der Studie Orte mit denen ohne Radioempfang gegenübergestellt, die sonst eine ähnliche Sozial- und Wirtschaftsstruktur haben. Des Weiteren wird für die Analyse die Änderung der Empfangsvoraussetzungen und der Inhaltskontrolle über den Zeitverlauf genutzt. Da in der politisch turbulenten Zeit der Weimarer Republik zahlreiche Reichstagswahlen stattfanden, kann für diese Periode die Änderung der politischen Präferenzen der Wähler umfangreich untersucht werden.

Die Jahre 1930 bis 1932 waren die Phase des Aufstiegs der NSDAP. Sie erreichte im September 1930 bei den Reichstagswahlen 18,3 Prozent der Stimmen, im Juli 1932 dann 37,3 Prozent und im November desselben Jahres 33,1 Prozent. Während dieser Zeit verstand sich das Radioprogramm als überparteilich, das Medium wurde aber zur Selbstdarstellung der demokratischen Regierung genutzt. Nicht demokratische Parteien wurden dabei von der Nutzung des Radios für politische Zwecke weitgehend ausgeschlossen. Für die Wahlergebnisse der NSDAP kann ein negativer Effekt des staatlichen Mediums in den Jahren 1930-1932 identifiziert werden. Hätten die Regierungsparteien das Radio in der Kampagne für die Wahlen im September 1930 nicht eingesetzt, wären die Wahlergebnisse der NSDAP schätzungsweise um 4,1 Prozentpunkte höher gewesen.

Allein die fünf Wochen sehr intensiver NS-Propaganda im Rundfunk direkt vor den Wahlen am 6. März 1933 brachten der Hitler-Partei zusätzliche Stimmen. Die

geschätzten Effekte mit 2,9 Prozentpunkten sind allerdings, trotz Proklamierung eines überwältigenden Sieges, eher klein ausgefallen.

Während, wie erwartet, das Radio im Jahr 1932 keinen Einfluss auf die Eintritte in die NSDAP hatte, gab es im Jahr 1933 einen klaren Zusammenhang. Über die Hälfte der Neueintritte zwischen Februar und Mai 1933 können durch Radiopropaganda erklärt werden. Auch kann ein Zusammenhang zwischen einem guten Radioempfang und Diskriminierung und Gewalt gegen Juden in den ersten Jahren nach der Machtübernahme empirisch nachgewiesen werden. Für die Jahre 1929-1932 dagegen war dieser Zusammenhang negativ und statistisch nicht signifikant. In der Zeit nach der Machtkonsolidierung messen wir weitere Effekte der Radiopropaganda. Anhand der Anzahl der Leserbriefe an das antisemitische Hetzblatt „Der Stürmer“ kann eine zunehmende antisemitische Einstellung der Bevölkerung gemessen werden. Bewohner von Stadt- und Landkreisen mit einem besseren Radioempfang und bei sonst ähnlicher Struktur schrieben in den Jahren 1935-1938 mehr derartige Leserbriefe.

Zusätzlich fanden wir wichtige Unterschiede in Hinblick darauf, wie empfänglich das Publikum für die Propaganda war. Wir dokumentierten größere Effekte der antisemitischen Radiopropaganda in den Orten, in denen die Judenpogrome von 1348-1350 stattfanden; ebenfalls stärker ausgeprägt waren sie in den Orten, in denen die rechtsextreme NSFP im Jahr 1924 mehr Stimmen erhielt, und in Orten, in denen es eine höhere Ungleichheit im Landbesitz gab.

Die Antwort auf die zuvor gestellte Frage fällt insgesamt positiv aus. Ja, die NS-Propaganda im Radio hat die politischen Präferenzen sowie das Verhalten der Bürger beeinflusst. Allerdings waren die messbaren Effekte nicht so stark, wie Hitler und Goebbels womöglich glaubten. Sie waren vor allem nicht stärker als der Einfluss der demokratisch orientierten Argumentation im Radioprogramm vor der Machtübernahme der NSDAP.

## Medienwirkung in heutigen Demokratien

Die Einführung eines neuen TV-Kabelkanals in den USA 1996 bietet sich als ein anderes natürliches Experiment an. Fox News war von Anfang an deutlich konservativer als die etablierten TV Programme und strahlte 24 Stunden pro Tag Nachrichten aus. Bis zu den Wahlen im Jahr 2000 erreichte Fox News 20 Prozent der amerikanischen Städte und gewann 17,3 Prozent der Gesamtbevölkerung als Zuschauer. Stefano DellaVigna und Ethan Kaplan untersuchten in ihrem 2007 im *Quarterly Journal of Economics* erschienenen Aufsatz, welchen Einfluss die Verbreitung der Fox News auf das Wahlverhalten im knappen Präsidentschaftskampf zwischen George W. Bush und Al Gore hatte. Sie verglichen die Veränderung im Anteil der Stimmen für die Republikaner zwischen den Jahren 1996 und 2000 in den Städten mit Fox News mit der Veränderung in den Städten ohne das neue Kabelprogramm. Sie fanden einen kleinen, aber statistisch signifikanten Effekt der Fox News auf die Stimmen für George W. Bush. Der geschätzte Stimmenzuwachs lag bei ca. 200.000. Prozentual ist es zwar wenig, kann aber bei dieser Wahl mit knappem Ausgang durchaus ausschlaggebend gewesen sein. Zwei Gründe lassen die Autoren schließen, dass die Einwirkung der konservativen Medien dauerhaft die Überzeugungen und das Wahlverhalten veränderten. Erstens hielten sich die veränderten politischen Präferenzen in den Städten mit Fox News über das Jahr 2000 hinaus. Zweitens gab es keinen ähnlichen Trend in den politischen Präferenzen vor 1996.

Nach den Wahlen 2001 in Italien, mit der Verschiebung der politischen Ideologie der Regierung, rückte das öffentliche Fernsehen ebenfalls auf dem politischen Spektrum nach rechts. Der Hauptkonkurrent, der private Fernsehsender, war ohnehin im Besitz von Silvio Berlusconi und damit rechtsorientiert. Ruben Durante und Brian Knight fanden in ihrer 2012 im *Journal of the European Economic Association* erschienenen Studie, dass viele Zuschauer in Italien auf die inhaltlichen Veränderungen mit dem Wechsel zu den Stationen, die besser ihren politischen Präferenzen entsprachen, reagierten. Sowohl diejenigen, die zu den liberaleren Medien wechselten, wie auch jene, die den öffentlichen Medien treu



Maja Adena ist wissenschaftliche Mitarbeiterin der Abteilung Ökonomik des Wandels. Sie forscht zum Einfluss der Medien auf Wahlverhalten, Radikalisierung und Widerstand. Des Weiteren arbeitet sie in Kooperation mit großen Opernhäusern zu Deutschlands neuen Fundraising-Strategien. Außerdem gehört Armutsforschung zu ihren Forschungsschwerpunkten. [Foto: Udo Borchert]

[maja.adena@wzb.eu](mailto:maja.adena@wzb.eu)

blieben, änderten ihre politische Meinung entsprechend. Die Präferenzen der einen rückten im politischen Spektrum weiter nach links und die der anderen nach rechts. Die geschätzten Effekte lassen die Autoren schlussfolgern, dass sich die inhaltliche Verschiebung zwar in den Wählerpräferenzen widerspiegelt hat, diese sich aber gegenseitig austarieren und der Gesamteffekt nicht sehr bedeutend ausfiel.

Wie das Internet den Medienkonsum und die Berichterstattung verändert, erzählte zuletzt Susan Athey im Rahmen einer WZB Distinguished Lecture. Durch das Internet ist es heute viel einfacher, zwischen verschiedenen Informationsanbietern zu wechseln. Wie die Suchmaschinen die Links positionieren, hat einen immensen Einfluss darauf, welche Information wir konsumieren. Auch die Berichterstattung hat sich geändert, sie wird unter anderem emotionaler. Was Susan Athey Sorgen macht, ist, dass die sozialen Medien die Polarisierung der Nutzer verstärken.

Als Fazit lässt sich somit festhalten, dass, wer die Medien kontrolliert, durchaus Mittel zur Beeinflussung der Wählerschaft besitzt. Andererseits scheinen die heutigen Zuschauer, Zuhörer und Leser emanzipierter. Sie reagieren mit einem Wechsel, wenn die Berichterstattung nicht mehr ihren politischen Präferenzen entspricht. Die Einschränkung der freien und unverfälschten Berichterstattung und der Medienvielfalt bedeuten dennoch immer einen Nachteil für die Bürger. Somit sind die Bürgerproteste in Polen ein wichtiges Signal.

#### **Literatur**

*Adena, Maja/Enikolopov, Ruben/Petrova, Maria/Santarosa, Veronica/Zhuravskaya, Ekaterina: „Radio and the Rise of the Nazis in Prewar Germany“. In: The Quarterly Journal of Economics, 2015, Vol. 130, No. 4, pp. 1885–1939.*

*DellaVigna, Stefano/Kaplan, Ethan: „The Fox News Effect: Media Bias and Voting“. In: The Quarterly Journal of Economics, 2007, Vol. 122, No. 3, pp. 1187–1234.*

*Durante, Ruben/Knight, Brian: „Partisan Control, Media Bias, and Viewer Responses: Evidence from Berlusconi's Italy“. In: Journal of the European Economic Association, 2012, Vol. 10, No. 3, pp. 451–481.*