

Zeitschrift: Gewerkschaftliche Rundschau : Vierteljahresschrift des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes

Band: 62 (1970)

Heft: 2

Rubrik: Zeitschriften-Rundschau

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 22.11.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Zeitschriften-Rundschau

Demoskopie – eine Gefahr für die Demokratie?

Im Januar-Heft von «Arbeit und Wirtschaft» (Wien) untersucht Rupert Gmoser unter der Ueberschrift «Der manipulierte Wähler» in differenzierter Weise die Gefahren der politischen Meinungsforschung und der modernen Werbemethoden. Ausgehend von den amerikanischen Präsidentschaftswahlen, in denen ein Gehirntrust, dem Werbefachleute genauso angehören wie Politikwissenschaftler, Historiker, Nationalökonomien und Vertreter anderer einschlägiger Fachwissenschaften, die ganze Wahlkampagne bestimmte und jeden Besuch und jede Wahlrede vorbereitete, kommt der Autor auf deutsche und österreichische Verhältnisse zu sprechen.

Gmoser stellt fest, dass die Demoskopen nicht aus der Politik und nicht aus dem Parteiapparat kommen, sondern zum grossen Teil aus der Wirtschaft. Dort begann dann auch der Siegeszug dieser neuen Wissenschaft. Publicitymässig stehen aus verständlichen Gründen politische Umfragen im Vordergrund, obwohl die Meinungsforschungsinstitute zu 95 Prozent von kommerziellen Aufträgen leben. Die Marktforschung spielt in der modernen Betriebswirtschaftslehre eine immer grössere Rolle. Wer kauft Artikel einer bestimmten Produktgruppe? Welches ist die Position der verschiedenen Fabrikate innerhalb der einzelnen Alters- und Kaufkraftklassen, bei beiden Geschlechtern, in Stadt und Land? Wie gross ist der Markt, wann und wieviel wird gekauft? Warum wird ein bestimmtes Produkt gekauft oder abgelehnt? Mit welchen Argumenten können Kunden für ein neues Produkt gewonnen werden? Das Hauptproblem der modernen Wirtschaft ist nicht die Erzeugung, sondern der Absatz eines Produktes, also die Gewinnung des Konsumenten. Man begnügt sich heute auch nicht mehr damit, Wünsche aufzuspü-

ren, sondern versucht mit Hilfe der Psychologie in der Werbung neue Wünsche zu erzeugen. Diese Beeinflussung wird heute teilweise so geschickt gemacht, dass der Konsument rational gar nicht merkt, was an Bedürfnissen in ihn hineinprojiziert wird.

Gmoser gibt in seinem Beitrag einige Beispiele aus der ursprünglichen politischen Meinungsforschung, die schon uralt ist. Er berichtet von den Horchern der Pharaonen, von einem Sicherheitsdienst der chinesischen Kaiser, der in vielem an den Spitzeldienst der Nazis erinnert usw. Der grosse Unterschied zwischen diesen primitiven Anfängen der Meinungsforschung und dem gegenwärtigen Stand liegt darin, dass damals nicht die öffentliche Meinung durchleuchtet wurde, das war ja ohne Anwendung von Statistik und Mathematik gar nicht möglich, sondern lediglich eine Summe von subjektiven Stimmungsbildern geboten wurde.

Doch auch die wissenschaftliche Meinungsforschung ist nicht fehlerlos, davon spricht Gmoser in einem weiteren Kapitel seines Beitrages. Er erinnert dabei an die Fehleinschätzungen bei dem Wahlkampf Dewey/Truman, beim französischen Wahlkampf von 1966, bei der Bundestagswahl von 1965 usw. Allerdings glaubt Gmoser, die Fehlprognosen mindestens teilweise der unseriösen Arbeitsweise gewisser Institute zuschreiben zu können. Im ganzen gesehen erteilt der Autor seinen Lesern den Rat, die Meinungsforschung weder über- noch unterzuwerten.

Wo liegen nun die politischen Gefahren der modernen Meinungsforschung? Der Autor sieht zwei Hauptgefahren: Erstens macht auf den politisch meinungsschwachen Wähler das Beispiel der grossen Masse mehr Eindruck als ein Dutzend zündender Wahlslogans. Der Unselbständige übernimmt mit Vorliebe die Ansichten anderer und tut, was andere tun. Amerikanische Soziologen definierten die Wirkung als Band-Waggon-Effekt und

Underdog-Effekt. Die einen meinen, wenn ich laut und offen genug immer wieder erkläre, diese oder jene Partei hat einen sicheren Vorsprung, dann werden sich die Wankelmütigen aufrufen und sich auf die Seite der voraussichtlichen Sieger schlagen. Die Underdog-Theoretiker spekulieren umgekehrt: Appell an das Mitleid mit dem Verlierer. Die zweite Gefahr liegt beim Politiker und den politischen Parteien, die auf Grund von Umfrageergebnissen versucht sind, ihren Kompass, ihre Ideale über Bord zu werfen, um sich nach der vorherrschenden Volksstimmung zu richten. Mit Recht stellt Gmoser fest, dass diese Entideologisierung oder, härter ausgedrückt, diese Entgeistigung der Politik zu deren Kommerzialisierung führe. Das Ziel einer solchen Politik ist: Wir wollen uns möglichst günstig verkaufen, es ist gleichgültig, ob ich Waschpulver oder politische Ueberzeugung anzubieten habe, die Verpackungstechnik ist die gleiche, wichtig ist der Erfolg. Wenn der Zweck alle Mittel heiligt, hat der Politiker recht, der vor den Gerichtsschranken erklärt, das einzige, was man ihm vorhalten könne, sei, dass er nicht gewonnen habe.

Als Sozialisten und Gewerkschafter kann dies aber niemals unser Ziel sein. Trotzdem können auch wir nicht auf die Ergebnisse der Demoskopie verzichten, als Orientierungshilfen sind sie auch uns sehr willkommen. Die Auswertung muss aber beim Politiker und der politischen Partei liegen, es kann auch durchaus möglich sein, dass die Entscheidung, die getroffen wird, alle demoskopischen Ergebnisse ignoriert und dennoch zum Nutzen der Partei und des angestrebten Zieles ist.

Im Schlussteil seiner Arbeit versucht Gmoser aufzuzeigen, wie wir den Gefahren der Demoskopie begegnen können. Hier gibt es nur ein Allheilmittel: bessere politische Bildung. «Die Demokratie braucht ein geistiges Exi-

stenzminimum, braucht den mündig gewordenen Staatsbürger, um funktionieren zu können. Je kritischer dieser Staatsbürger auch gegenüber seiner eigenen politischen Gruppe ist, gegenüber ihren Werbemethoden und ihren politischen Aussagen, um so mehr zwingt er sie zu echter Leistung.»

Hinweise

Die Januar-Nummer der «Frankfurter Hefte» enthält folgende Hauptbeiträge: Renate von Gizycki erläutert unter der Ueberschrift «Vietnam nach Vietnam» Zukunftsvorstellungen vietnamesischer Studenten; Ludwig Nau beleuchtet die Situation der Bundeswehr, seine Arbeit trägt den Titel «Für Wohlstand oder Vaterland»; schwedische Beobachter und Schlussfolgerungen zur «Lebensrolle von Mann und Frau» stehen in einem Beitrag von Ingrid Langer-El Sayed zur Diskussion; Ulrich Konitzer berichtet aus der «Praxis einer kritischen Schule»; Michael Kienzle behandelt das Thema «Spracherziehung als Indoktrination»; am Beispiel Kurt Hillers misst Klaus Fritsche unter dem Titel «Elite, Logos, Politik» den Rationalismus als Ideologie, und mit «Israel – einmal anders: Die Friedensarbeit des afroasiatischen Instituts» ist eine Arbeit von Arno Schwarting übersrieben.

Heft 1 der Zeitschrift für Gegenwartfragen des Ostens, «Osteuropa» (Stuttgart), befasst sich hauptsächlich mit der tschechoslowakischen Entwicklung nach Prags schwarzem Jubiläum, dem 1. August 1969. Der dritte Beitrag des Heftes sprengt allerdings diesen Zeitraum, wird in ihm doch das tschechoslowakische Filmschaffen seit 1948 behandelt, dieser Aufsatz trägt den sinnigen Titel «Vom Plakatifilm zur Neuen Welle». Otto Böni