

infosperber  
3095 Spiegel b. Bern  
079 400 83 39  
www.infosperber.ch

Genre de média: Internet  
Type de média: Sites d'informations  
UUpM: 196'410  
Page Visits: 39'961

[Lire en ligne](#)

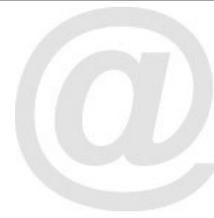
N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003



Flinker Finger: Meister in 140 Zeichen (inklusive Leerschläge) © CC



Trump Buch © Autor



infosperber  
3095 Spiegel b. Bern  
079 400 83 39  
www.infosperber.ch

Genre de média: Internet  
Type de média: Sites d'informations  
UUpM: 196'410  
Page Visits: 39'961

[Lire en ligne](#)

N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003



## Der Twitterer

Johann Aeschlimann / 03. Dez 2016 - Trumps Sieg zeigt: In den «sozialen Medien» des Internet verdampft der öffentliche Raum, in dem sich Demokratien verständigen.

Die Genfer Journalisten Philippe Mottaz und Stéphane Bussard, beides ausgewiesene Amerika-Kenner, legen eine erste, ausführliche Analyse des Wahlsiegs von Donald Trump vor. Auf zahlreiche, ausschliesslich amerikanische Quellen gestützt, stellt ihr Buch diesen in den Zusammenhang der jüngeren amerikanischen Geschichte. Besondere Aufmerksamkeit gilt den neuen Bedingungen der digitalen Daten- und Kommunikationstechnologie. Das Fazit: Twitter hat Trump nicht gemacht. Aber ohne Twitter wäre sein Erfolg so nicht zustande gekommen.

Das Interview wurde als E-Mail-Austausch geführt.

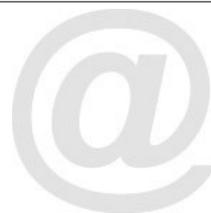
Stéphane Bussard und Philippe Mottaz, Ihr beobachtet Amerika seit Jahrzehnten. Hat der Wahlausgang Sie überrascht?

Mottaz: Nein. Ich hielt Hillary Clinton seit Jahren nicht für wahlfähig, und ich habe früh gedacht, dass ein Sieg von Trump möglich sei.

Bussard: Für mich war das immer möglich. Zehn Tage vor der Wahl konnte ich mit dem Filmer Michael Moore sprechen, der halb in New York und halb in Michigan lebt. Ihm war das Potential von Donald Trump im »rust belt« sehr bewusst. Frau Clinton war die Inkarnation all dessen, was die Anti-Eliten- Anti-Establishment-Bewegung angegriff.

In Ihrem soeben erschienenen Buch #trump beschreibt Ihr zwei Hintergründe dieses Wahlausgangs. Der eine ist inneramerikanisch – Deindustrialisierung, schleichende Verarmung der Massen, Abkoppelung der Zentren von der grossen Fläche. Der andere global – die technologische Revolution durch elektronische Datenverarbeitung und Kommunikation. Das interessiert auch hier. Ihr nennt das Phänomen ein alles durchdringendes »digitales Oekosystem«, das die Demokratie aus den Angeln hebe. Was ist gemeint?

Wir können unsere Gesellschaft nicht mehr begreifen ohne die von digitalen Informations- und



infosperber  
3095 Spiegel b. Bern  
079 400 83 39  
www.infosperber.ch

Genre de média: Internet  
Type de média: Sites d'informations  
UUpM: 196'410  
Page Visits: 39'961

[Lire en ligne](#)

N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003

Kommunikationstechnologie erzeugten Veränderungen in Rechnung zu stellen. Es gibt keine menschliche Tätigkeit mehr, sei sie privat oder beruflich, individuell oder kollektiv, die nicht durch das Netz verändert worden wäre. Die Wirkungen sind mannigfaltig, unzählig, komplex, schwierig zu verstehen. Aber sie sind da. Die »condition humaine" ist eine »condition numérique" geworden.

Diese technologische Revolution betrifft alle, überall. Warum sollte gerade Trump besonders davon profitieren?

In der Tat leben wir alle im digitalen Oekosystem. A priori sind die Entfaltungs- und Ausdrucksmöglichkeiten in den neuen Technologien für alle dieselben. Der Unterschied liegt im Kennen und Können - in der Fähigkeit, mit der jeder diese Technologien anwendet. So etwas wie Alphabetisierung und Gewandtheit im Ausdruck im geschriebenen Wort. In dieser Domäne ist Trump ein absoluter Meister, und er wird es bleiben.

Ihr beschreibt aber auch, wie sehr die Obama- und Clinton-Kampagnen auf modernste Datentechnologie gesetzt haben. Was haben die anders gemacht? Warum hat der Ansatz diesmal nicht gegriffen?

Obama 2008 und 2012 und Clinton 2016 haben »Big Data" intensiv genutzt – die immer detailliertere Analyse und Vorhersage menschlichen Verhaltens, die aus den grossen elektronischen Datenströmen gewonnen wird. Plus eine immer aufwendigere Meinungsbefragung. Clinton hat die Lehre aus ihrer Niederlage von 2008 gegen Obama gezogen und alles auf »Big Data" gesetzt. Ihr technologischer Wahlapparat war ausserordentlich, das Beste vom Besten. Hillary Clintons Hauptquartier in Brooklyn beschäftigte 60 Mathematiker.

Hat Trump nicht auch Big Data Analysen eingesetzt?

Er wollte es nie, zumindest nicht am Anfang. »Big Data" war viel zu teuer für ihn. Seine Sprecherin Kellyanne Conway ist allerdings eine »Big Data"-Spezialistin, und gegen das Ende hin hat auch die Trump-Kampagne sich dafür ein wenig interessiert. Aber sie stellten fest, dass sie es nicht mehr nötig hatten. Im digitalen Ökosystem geht alles sehr schnell. Trump hatte bewiesen, dass sich seine Billig-Kampagne auszahlt.

Trumps Kommunikationswerkzeug ist Twitter, wo man sich mit maximal 140 Zeichen ausdrücken muss. Warum gerade Twitter ?

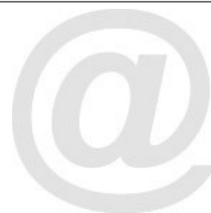
Trump hat Twitter bewusst eingesetzt. Er kannte den Dienst lange vor seiner Kandidatur. Aber die Wahl als politisches Kommunikationsinstrument war strategisch, aus drei Gründen. Erstens kommt der Zwang zum knappen Ausdruck seiner Sprech- und Denkart am besten entgegen....

...Ihr beschreibt seine Ausdrucksweise als Kindersprache....

...zweitens hat twitter ihm erlaubt, über die traditionelle Wählerschaft der beiden grossen Parteien hinauszugreifen. Er konnte die potentiellen Wählerinnen und Wähler direkt ansprechen, um zu festzustellen, ob und wie seine provokatorischen Sprüchen ankamen. Drittens musste er mit Twitter im Vergleich zu seinen 16 republikanischen Rivalen und zu Hillary Clinton nahezu nichts ausgeben.

Das Stichwort ist »Provokation". Sie hat funktioniert, jeder Trump-Tweet wurde nicht nur im »digitalen Oekosystem" vervielfältigt, sondern auch von den traditionellen Kampagnenberichterstatern als grosse Nachricht aufgemacht.

Trump bewegt sich – wie jeder Politiker – in einem grösseren Kommunikationszusammenhang. Er hat Twitter immer benutzt, um die amerikanische Medienmaschine zu beschäftigen und zu provozieren, und es



infosperber  
3095 Spiegel b. Bern  
079 400 83 39  
www.infosperber.ch

Genre de média: Internet  
Type de média: Sites d'informations  
UUpM: 196'410  
Page Visits: 39'961

[Lire en ligne](#)

N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003

funktioniert bis heute. Auch als gewählter Präsident tut er es weiterhin. Ein Beispiel: In dem Augenblick, da die New York Times seine persönlichen Finanzen thematisiert, twittert Trump, dass in der Wahl viele Stimmen illegal abgegeben worden seien. Bingo! Die New York Times übernimmt diese Linie und die andere Geschichte verschwindet. Die traditionellen Medien wurden durch die Trump-Kampagne überrumpelt und sind dann aufgesprungen, indem sie Trump weit mehr Redezeit einräumten als seinen Rivalen. Leslie Moonves, der Chef des CBS-TV- und Radiokonzerns, sagte an einer Konferenz in Kalifornien, das Phänomen Trump sei »vielleicht nicht gut für Amerika aber exzellent für CBS“.

Trumps Wählerschaft wird allgemein als weiss, männlich, zurückgeblieben und auch ein bisschen dumm charakterisiert – die »deplorables“. Es fällt schwer zu glauben, dass ausgerechnet diese Bevölkerungsschicht sich via Twitter informiert. Ist das in den USA so? Ist Twitter in den USA staerker verbreitet als in Europa?

Trumps Wählerschaft ist mehr als der »angry white man“. Es ist der Sieg des Unsichtbaren über das Sichtbare, die Manifestation einer »unsichtbaren Mehrheit“, die im realen Leben existiert, aber in den Zentren der Macht und in den TV-Studios nicht wahrgenommen wird. New York City und die Appalachen zum Beispiel sind zwei Welten, aber was sie miteinander gemeinsam haben, ist die digitale Technologie, das Internet, das Mobiltelefon, die Welt online.

Die Appalachen lesen keine New York Times, aber sie gucken Twitter an?

Wir haben nur anekdotische Belege. Wir sprechen von Twitter, weil es das von Donald Trump bevorzugte Instrument ist. Was sich in der amerikanischen Wahl indessen eindeutig manifestiert hat, ist eine Verschiebung der politischen Auseinandersetzung auf die sozialen Netze. Das scheint uns unumkehrbar, und es geht alle westlichen Demokratien an.

Politische Provokation hat es immer gegeben, rechte Rattenfänger ebenfalls.

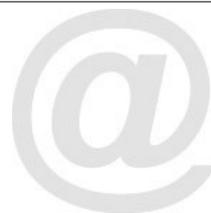
Wir sprechen hier vom Ort der Auseinandersetzung, nicht vom Inhalt. In den digitalen sozialen Netzen wird sie für die alten, traditionellen politischen Akteure unverständlich und unsichtbar, und sie hat sich sehr stark beschleunigt. Die Wählerschaft ist atomisiert, balkanisiert, die Bezugssysteme und Weltanschauungen der einzelnen Wählerinnen und Wähler sind verborgen. In den sozialen digitalen Netzen gibt es keinen öffentlichen Raum mehr, in dem eine Gesellschaft sich politisch verständigt. Die Konsequenz ist eine vollständige Transformation der »Produktionskette“ des politischen Diskurses. Er wird qualitativ schlechter...

...die jetzt oft beschworene Faktenfreiheit...

...und hasserfüllt. Das beunruhigt am meisten. Die Funktionsweise, die Logik, der Rhythmus des politischen Austauschs auf den digitalen sozialen Netzen steht in tiefem Widerspruch zur Art und Weise, wie die repräsentative Demokratie bisher funktioniert hat.

Haben die anderen Kandidaten Twitter nicht auch eingesetzt? Hat Trump mehr getweetet als sie, oder haben seine Tweets einfach grössere Reichweite gehabt?

Twitter hat Trump nicht an die Macht gebracht. Es sind nicht die Tweets, die den Unterschied ausmachten, sondern der Effekt der systematischen Provokation. Es ist nicht die Technologie allein, die zählt, sondern die Fähigkeit, sie zu verstehen und einzusetzen. Obama und Trump haben gewonnen, weil ihre »Botschaften“ an die Wählerschaft unendlich viel stärker waren als diejenige ihrer Rivalin. Die Technologien – »Big Data“ im Fall Obamas, Twitter im Falle Trumps – haben ihnen ermöglicht, aus diesem natürlichen Vorteil den bestmöglichen Nutzen zu ziehen.



[Lire en ligne](#)

infosperber  
3095 Spiegel b. Bern  
079 400 83 39  
www.infosperber.ch

Genre de média: Internet  
Type de média: Sites d'informations  
UUpM: 196'410  
Page Visits: 39'961

N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003

Das ist ein altes Stück: Letztlich kommt es auf die politische Botschaft an – im Falle von Twitter auf ganz kurze. Liessen sich so nicht auf emanzipative, menschenfreundliche Inhalte verbreiten? Die Bergpredigt, oder die 10 Gebote, oder »Friede den Hütten, Krieg den Palästen“, oder »Ich liebe Euch doch alle“ ?

Man kann sicher auch das tun.

Aber Ihr sagt auch, dass das Medium die »message“ bestimmt. Sind das »digitale Oekosystem“ und Twitter vor allem dazu geeignet, Wir-, Hass- und andere Bauchgefühle zu verbreiten?

Genau

Europaer twittern auch. Sogar Bundespräsident Schneider-Ammann lässt twittern. Aber ein politischer Effekt ist nicht zu verspüren. Tickt Europa anders?

à chacun sa techno. Trump wählte Twitter, weil die 140 Zeichen ihm am ehesten entsprechen. In Frankreich hatte Präsidentschaftskandidat Alain Juppé einen Blog, der lange gut funktionierte, weil er seiner Art entsprach. Juppé liebt es, lange Predigten zu halten. Was die Schweiz betrifft, so lässt sich ihre Art, Politik zu betreiben, überhaupt nicht mit der amerikanischen vergleichen. Das Schweizer Modell mit Initiative, Referendum, Vernehmlassung undsoweiter schützt uns zum Teil vor den Entwicklungen, die wir anderswo beobachten. Aber die Gefährdung des öffentlichen Raums betrifft auch uns. Unser Buch soll dazu beitragen, darüber nachzudenken.

Seht Ihr Analogien zum Phänomen Trump anderswo in Europa ?

Es gibt überall viele unterschiedliche Faktoren. Aber der Sieg von François Fillon in der Vorwahl der französischen Rechten zeigt einen Aspekt, den wir in unserem Buch beschreiben: Das Ende der Wahlprognosen. Nach alter Ordnung hätte ein Zweikampf Juppé-Sarkozy stattgefunden. Die Umfragen sagten das voraus, die Medien sagten es, jedermann sagte es. Die neue Ordnung setze sich durch: Die Umfragen waren erneut falsch, der traditionelle politische Diskurs war blind.

Glaubt Ihr, dass die Twitterisierung der Wahlkaempfe auch in Europa Einzug halten wird?

Die fundamentalen Konturen der Politik bleiben, die Infragestellung der Globalisierung, die ökonomische Ungleichheit etc. Was sich durch die neuen Technologien vollständig verändert, ist das Verhältnis zur Zeit. Man kann nicht immerwährend in der Gegenwart, im Hier und Jetzt verharren, wie es die digitale Kommunikation ermöglicht, und auf lange Sicht planen.

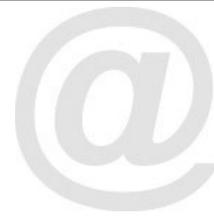
Philippe Mottaz war zehn Jahre US-Korrespondent, danach Tagesschau-Chef der Télévision Suisse Romande. Er berichtete über alle US-Präsidentschaftswahlen von Jimmy Carter bis Barack Obama. Spezialisiert auf neue Informationstechnologien.

Stéphane Bussard hat als Korrespondent für Le Temps (Genf) und Le Soir (Brüssel) in New York den politischen Aufstieg, die Kampagne und den Sieg von Donald Trump direkt verfolgt.

#trump. De la démagogie en Amérique. Von Stéphane Bussard und Philippe Mottaz. Verlag Slatkine&Cie Genf. 224 Seiten. November 2016. In französischer Sprache. Erhältlich als E-Book (Amazon, Kindle) für 9.99 Euro.

Date: 03.12.2016

# INFOSperber



infosperber  
3095 Spiegel b. Bern  
079 400 83 39  
www.infosperber.ch

Genre de média: Internet  
Type de média: Sites d'informations  
UUpM: 196'410  
Page Visits: 39'961

[Lire en ligne](#)

N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003



Themenbezogene Interessen (-bindung) der Autorin/des Autors

Die Autoren sind ehemalige Kollegen. Wir sind befreundet.