

Jens Wolling

Der Einfluss der Medien auf die Einstellungen zur Politik

Eine Demokratie kann auf Dauer nur dann bestehen, wenn sie von den Bürgern gewollt und unterstützt wird. Wenn sich aber die Bürger von der Politik abwenden und ihr die Unterstützung entziehen, dann ist sie gefährdet. Die individuelle Politikverdrossenheit der Bürger wird auf diese Weise zu einer Bedrohung für die Funktionsfähigkeit und Stabilität von Staat und Gesellschaft. Als Anzeichen für Politikverdrossenheit werden ganz unterschiedliche Phänomene angesehen. Dazu gehören nachlassende Wahlbeteiligung, zunehmende Akzeptanz radikaler Parteien, Mitgliederschwund bei den etablierten politischen Parteien, politischer Protest, aber auch ein bestimmtes Antwortverhalten in Bevölkerungsumfragen, in dem eine negative Einstellung zu den Parteien und Politikern, zur Regierung oder gar zu Demokratie zum Ausdruck kommt. Vor allem die Interpretation der zuerst genannten handlungsbezogenen Indikatoren für Politikverdrossenheit ist häufig sehr schwierig. So gibt es beispielsweise durchaus Argumente dafür, dass eine niedrige Wahlbeteiligung nicht unbedingt ein Anzeichen für eine verbreitete Politikverdrossenheit ist, sondern eher ein Zeichen dafür, dass die Demokratie stabil ist und viele Leute das Gefühl haben, dass bei der Wahl eigentlich nichts auf dem Spiel steht.

Seit Anfang der Neunzigerjahre wird in Deutschland verstärkt darüber diskutiert, ob die Politikverdrossenheit der Bevölkerung zunimmt. Diese Diskussion ist äußerst kontrovers, nicht zuletzt deswegen, weil häufig unklar ist, ob die beobachteten gesellschaftlichen Phänomene Krisenzeichen oder eher Ausdruck gesellschaftlicher Normalität sind. Unabhängig davon, ob die Politikverdrossenheit der Bevölkerung tatsächlich zunimmt, stellt sich allerdings grundsätzlich die Frage, welche Gründe es dafür gibt, dass Menschen mit der Politik unzufrieden sind. In diesem Zusammenhang wird immer wieder die Vermutung geäußert, dass die Medienberichterstattung eine der wesentlichen Ursachen dafür sein könnte. Diese Vermutung erscheint aus zwei Gründen plausibel. Erstens haben verschiedene Studien immer wieder gezeigt, dass die Medien in einer modernen Demokratie mit Abstand die wichtigste politische Informationsquelle der Bürger sind und zweitens wurde bei inhaltsanalytischen Untersuchungen der politischen Berichterstattung festgestellt, dass der Tenor der politischen Beiträge überwiegend negativ ist (vgl. *Kepplinger 1998*). Um diese These, dass die Art der politischen Medienberichterstattung eine der wesentlichen Ursachen für die negativen Einstellungen der Bürger gegenüber der Politik ist, wird es in diesem Beitrag gehen. Anhand empirischer Daten wird gezeigt, welchen Einfluss die Medien auf die Einstellungen der Bürger zur Politik haben.

Die Videomalaise-Hypothese

Die Diskussion über die Demokratieverträglichkeit der Medien ist aber bereits wesentlich älter. Nicht erst in jüngerer Zeit werden entsprechende Befürchtungen formuliert. Spätestens seit der von *Michael J. Robinson* (1976) unter dem Eindruck der Watergate-Affäre formulierten Videomalaise-Hypothese ist das Thema in der wissenschaftlichen Diskussion und erlebt immer wieder Phasen erhöhter Beachtung. Die Videomalaise-Hypothese besagt, dass die Politikberichterstattung des Fernsehens die Ursache für die Politikverdrossenheit der Bürger ist. Die Hypothese prognostiziert keine allgemeine *Mediamalaise*. *Robinson* (1976: 426 ff.; 1975: 105 ff.) schreibt nur dem Fernsehen eine negative Wirkung auf die politischen Einstellungen zu und spricht deshalb von *Videomalaise*. Er führt dies auf mehrere Faktoren zurück. Dabei stellt er die Art und Weise wie das Fernsehen die politische Realität darstellt in den Mittelpunkt seiner Argumentation. Unter anderem benennt er folgende problematische Eigenschaften: Die Fernsehnachrichten konzentrieren sich auf *negative Ereignisse*, deren Hintergründe sie häufig nicht darstellen. Sie fokussieren ihre Berichterstattung stark auf *politische Konflikte* und Gewalt. Darüber hinaus bilden *Korruption, soziale Auseinandersetzungen, Schlampereien in der Verwaltung, der Kontaktverlust von Regierung und Wählern* zentrale Themen für die einfach strukturierten Geschichten der Fernsehnachrichten.

Bei der Videomalaise-Hypothese geht es also nicht um Mediennutzungseffekte. Sie besagt nicht, dass Personen nur deswegen, weil sie politische Informationen primär aus dem Fernsehen beziehen, ein negativeres Bild von der Politik haben (*Robinson 1975: 100; Holtz-Bacha 1990: 11*). Die Wirkungshypothese beruht in erster Linie auf Annahmen über den Charakter der politischen Berichterstattung im Fernsehen. Sie impliziert, dass die Darstellung von Politik im Fernsehen sich von der Berichterstattung in den anderen Medien bedeutsam unterscheidet. Für eine empirische Überprüfung der Hypothese reicht es deshalb nicht aus, zu überprüfen, ob sich zwischen denjenigen, die sich durch das Fernsehen und denjenigen, die sich aus anderen Medien informieren, Unterschiede in der Einstellung zur Politik feststellen lassen. Zusätzlich muss auch gezeigt werden, dass die Berichterstattung der Medien sich tatsächlich in der Art unterscheidet, wie die Hypothese behauptet. Die Eigenschaften der Fernsehberichterstattung, die als Ursache der Malaise vermutet werden, sollten also als Variablen behandelt werden, deren Ausprägungen bei den einzelnen Medien zu bestimmen sind. Da der Kern der Hypothese, die unter dem Begriff Videomalaise eingeführt ist, nicht auf das Medium selbst, sondern auf bestimmte Eigenschaften der politischen Berichterstattung abzielt, erscheint es sinnvoll, nicht nur die Frage zu stellen, ob eine *Videomalaise* existiert, sondern den Blick zu erweitern und zu überprüfen, ob vielleicht eine allgemeine *Mediamalaise* festzustellen ist.

Die von *Robinson* formulierte Videomalaise-Hypothese erfordert für ihre Überprüfung ein umfangreiches Forschungsprogramm. Der Kern dieses Programms besteht aus der

inhaltsanalytischen Untersuchung von Medieninhalten und der Befragung der Bevölkerung nach ihren Einstellungen zur Politik. Um diese Daten miteinander verknüpfen zu können, muss darüber hinaus in der Befragung das Mediennutzungsverhalten differenziert erhoben werden. Die von *Robinson* selbst durchgeführten Studien zur Überprüfung der *Videomalaise-Hypothese* sind wesentlich einfacher konzipiert. Seine Analysestrategie besteht darin, dass er Rezipienten, die sich hauptsächlich auf das Fernsehen als Informationsquelle verlassen, mit solchen, für die andere Medien die wichtigste Informationsquelle sind, hinsichtlich ihrer Einstellungen zur Politik vergleicht. In keinem Fall hat er multivariate Verfahren der Datenauswertung angewendet. Weder Assoziationsmaße noch die Ergebnisse statistischer Signifikanztests werden in den Aufsätzen ausgewiesen.

Robinson fand bei diesen Untersuchungen heraus, dass diejenigen, die sich auf das Fernsehen als wichtigste Informationsquelle verlassen, ihre *Einflussmöglichkeiten* skeptischer beurteilen und die *Responsivität der Politiker* - gemeint ist damit die Überzeugung, dass sich Politiker bei ihren Entscheidungen an den Interessen der Bevölkerung orientieren - schlechter bewerten als diejenigen, die sich aus der Zeitung informierten. Diesen Befund bezeichnete er als *Videomalaise*. Insgesamt bleibt *Robinson* mit seinen Analysen deutlich hinter den von ihm selbst entworfenen Anforderungen an ein Forschungsprogramm zur Überprüfung der *Videomalaise-Hypothese* zurück. Die empirische Belege, die er für seiner These vorlegt, sind dementsprechend schwach.

Der Forschungsstand in den USA und der Bundesrepublik Deutschland

Die *Videomalaise-Hypothese* hat insbesondere in den USA zahlreiche Nachfolgestudien angeregt. Es ist allerdings aus mehreren Gründen schwierig über die Ergebnisse dieser Untersuchungen einen Überblick zu geben. Das Hauptproblem besteht darin, dass in den verschiedenen Studien die Einstellungen zur Politik ganz unterschiedlich operationalisiert wurden. In zahlreichen Studien wurden einzelne Items der *Sense of Political Efficacy Scale*¹ verwendet. Dabei wurde allerdings oft die Differenzierung in die verschiedenen Subdimensionen nicht berücksichtigt. Recht häufig wurden auch Items der *Trust in*

¹ Die „*Sense of Political Efficacy Scale*“ besteht aus 6-7 Items. Spätere Untersuchungen haben gezeigt, dass die Skala tatsächlich aus zwei oder drei Teilskalen besteht. Hier jeweils ein Beispiel-Item für jede der drei Dimensionen: 1. Subdimension *Politisches Kompetenzbewusstsein*: “Sometimes politics and government seem so complicated that a person like me can’t really understand what’s going on.” 2. Subdimension *Einflussüberzeugung*: “People like me don’t have any say about what the government does” 3. Subdimension *Responsivität*: “I don’t think public officials care much what people like me think.” Die „*Trust in Government Scale*“ besteht aus 5 Items, mit denen zum einen die Effektivität der Regierung, zum anderen aber auch die Beurteilung der Integrität der Regierung gemessen wird. Zur Skala gehört zum Beispiel das folgende Item: “Would you say the government is pretty much run by a few big interests looking out for themselves or that it is run for the benefit of all the people?” (Miller, Goldenberg & Erbring 1979: 82; Campbell, Gurin & Miller 1954: 187 f.; Acock, Clarke & Stewart 1985: 1064)

Government Scale als Operationalisierung der abhängigen Variablen eingesetzt. Meistens wurden die Items ohne Prüfung der Dimensionalität zu Indizes zusammengefasst. Insgesamt zeichnen sich die Studien durch eine große Heterogenität im Bereich der abhängigen Variablen aus. Die intensive Auseinandersetzung in der Politikwissenschaft mit diesen Items und Konzepten ist in der Kommunikationswissenschaft kaum zur Kenntnis genommen worden.

In Bezug auf die Operationalisierung der Mediennutzung wurden zunächst hauptsächlich Präferenzvariablen verwendet, also Fragen danach, welches Medium für die politische Information am wichtigsten ist. Diese Präferenzvariablen haben sich aber als problematisch erwiesen. Deswegen wird in der neueren Forschung stattdessen die Dauer oder die Häufigkeit der Nutzung gemessen. Untersucht wurden fast ausschließlich informierende Medieninhalte. Die gleichzeitige Berücksichtigung von Tageszeitungs- und Fernsehnutzung in den Analysemodellen gehört mittlerweile zum Forschungsstandard. Die Nutzung anderer Medien wurde hingegen nur selten berücksichtigt. Die Datenauswertung erfolgte in den neueren Untersuchungen überwiegend durch multiple Regressionen unter Berücksichtigung zahlreicher Kontrollvariablen, was zu einer besseren Absicherung der Analyseergebnisse führt (vgl. z.B. *Leshner & McKean 1997*). Allerdings wurde bislang nur in *einer* Untersuchung (*Miller, Goldenberg und Erbring 1979*) inhaltsanalytisch gemessene Medieninhalte mit den Umfragedaten verknüpft. Die Vorgehensweise und die Ergebnisse dieser Studie werden weiter unten noch näher dargestellt.

Berücksichtigt man bei der Beurteilung des Forschungsstandes die unterschiedliche methodische Qualität der verschiedenen Studien, dann kann man der Auffassung, dass es in den Vereinigten Staaten empirische Belege für die Existenz einer *Videomalaise* gibt, kaum zustimmen. Recht gut belegt ist hingegen der positive Zusammenhang zwischen häufiger Zeitungsnutzung und hoher *Effektivitätsüberzeugung (Political Efficacy)*. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass es sich bei *Political Efficacy* im Grunde nicht um *eine* Einstellungsdimension handelt, sondern um die drei Teildimensionen *Politisches Kompetenzbewusstsein, Einflussüberzeugung* und *Bewertung der Responsivität*, die in dem theoretischen Konstrukt *Political Efficacy* zusammengefasst wurden. Die Informationsnutzung im Fernsehen erwies sich, wenn einige Kontrollvariablen berücksichtigt wurden, fast immer als nicht-signifikanter Faktor. Ein negativer Effekt, wie von der Videomalaise-Hypothese vorhergesagt, konnte so gut wie nie festgestellt werden.

Die einzige bisher vorliegende Untersuchung, die nicht nur auf der Auswertung von Umfragedaten beruht, ist die Studie von *Miller, Goldenberg und Erbring (1979)*. Die Autoren untersuchten über einen Zeitraum von drei Wochen jeweils die erste Seite von 94 amerikanischen Tageszeitungen und ermittelten dabei den Anteil der Artikel, in denen *negative Bewertungen und Kritik* formuliert worden waren. Die Ergebnisse dieser Inhaltsanalyse verknüpften sie dann direkt mit einer repräsentativen Wahlumfrage aus dem

Jahre 1974. Dafür wurden die Angaben der Befragten zur Zeitungsnutzung verwendet. Jedem Befragten wurden die Inhaltsanalysedaten von *der Zeitung* zugeordnet, die von ihm auch tatsächlich genutzt worden war. Die aggregierten Inhaltsanalysedaten konnten so auf Individualdatenebene mit den Messungen von *Trust in Government* und *Political Efficacy* in Beziehung gesetzt werden. Eine solche direkte Verknüpfung von Umfrage- und Inhaltsanalysedaten ist in diesem Forschungsfeld bislang einmalig geblieben. Für einen stringenten Nachweis der Wirkung bestimmter Medieninhalte ist sie aber unumgänglich.

Miller, Goldenberg und Erbring (1979) konnten mit multivariaten Regressionsmodellen zeigen, dass das *Vertrauen in die Regierung (Trust)* und die *Responsivitätseinschätzung (Political Efficacy)* umso geringer war, je kritischer die Tageszeitungen berichteten. Der inhaltsanalytisch gemessene Kritikanteil hatte jedoch einen stärkeren Einfluss auf das Vertrauen in die Regierung als auf die Einschätzung der Responsivität. Neben den Variablen der Inhaltsanalyse wurden in den Regressionsmodellen auch soziodemographische Variablen und Mediennutzungsvariablen berücksichtigt. Hinsichtlich der Mediennutzung konnten die Autoren feststellen, dass eine umfangreiche Zeitungsnutzung mit einer positiven Responsivitätseinschätzung einherging. Bei der Nachrichtennutzung im Fernsehen fanden sie diesen positiven Zusammenhang nur bei den niedriger Gebildeten. Im Gegensatz dazu hatte eine intensive Nachrichtennutzung im Fernsehen aber einen negativen Effekt auf das Vertrauen in die Regierung.

Durch die direkte Verknüpfung von Umfrage- und Inhaltsanalysedaten ist es den Autoren gelungen, bestimmte Einstellungsausprägungen (Misstrauen gegenüber der Regierung, Zweifel an der Responsivität) mit der Rezeption bestimmter Merkmale der Berichterstattung (Anteil kritikhaltiger Artikel) in Beziehung zu setzen und einen direkten Zusammenhang - bei gleichzeitiger Kontrolle relevanter Drittvariablen - nachzuweisen. Diese Vorgehensweise der direkten Verknüpfung von Umfragedaten und Inhaltsanalysedaten stellt eine angemessene Umsetzung des oben vorgestellten Forschungsprogramms dar und wurde deshalb auch für die vorliegende Untersuchung gewählt.

Nicht nur die amerikanischen, auch die in Deutschland durchgeführten Studien sind methodisch heterogen und dadurch häufig schwer zu vergleichen. Sie unterscheiden sich ebenfalls sowohl hinsichtlich der verwendeten abhängigen und unabhängigen Variablen, als auch in Bezug auf die zur Datenanalyse eingesetzten Verfahren. In keiner der vorliegenden Untersuchungen sind Inhaltsanalysedaten direkt mit den Umfragedaten verknüpft worden. Als abhängige Variablen wurden auch in Deutschland vor allem Efficacy-Items verwendet. Insbesondere das politische Kompetenzbewusstsein ist häufig untersucht worden. Tendenziell zeigt sich, dass bei den Items, die *Kompetenz* oder *Einflussüberzeugung* messen, stärkere Zusammenhänge mit den Mediennutzungsvariablen festzustellen waren, als bei Items, die sich auf die *Responsivität*, *Effektivität* oder *Legitimität* von Regierung und politischem System beziehen. Wenn Zusammenhänge zwischen Mediennutzung und den verschiedenen

Einstellungen zur Politik festzustellen waren, dann war es vor allem die Informationsnutzung in der Tageszeitung, die mit einem *positiven* Bild von der Politik einhergeht. Wenn hingegen der Einfluss unterhaltender Medieninhalte untersucht wurde, dann zeigte sich tendenziell ein negativer Effekt auf die Einstellungen zur Politik. Insgesamt sprechen die Befunde auch in Deutschland weder für eine generelle Mediamalaise, noch für eine spezielle Videomalaise.

An der deutschen Forschung ist vor allem zu bemängeln, dass wichtige konkurrierende Einflussvariablen nur unzureichend kontrolliert wurden. Dadurch wird die Aussagekraft dieser Untersuchungen stark relativiert, denn in multivariaten Analysen sind die Effekte der Medienvariablen fast immer deutlich schwächer, und oft ist sogar gar kein Einfluss mehr festzustellen. In dieser Hinsicht bildet die Untersuchung von *Holtz-Bacha (1990)* eine Ausnahme. *Holtz-Bacha* hat eine repräsentative Befragung der deutschen Bevölkerung ausgewertet. Zwar hat auch sie keine Verknüpfung von Inhaltsanalysedaten und Befragungsdaten vorgenommen, aber die von ihr ermittelten Zusammenhänge von Mediennutzung und den Einstellungen zur Politik sind durch multivariate Analysen statistisch recht gut abgesichert. Ihre Studie war bis Ende der Neunzigerjahre die einzige umfangreichere Veröffentlichung in Deutschland zur Videomalaise-Hypothese.²

Die Auswertung der Forschung zum Zusammenhang von Mediennutzung und Einstellungen zur Politik ergab, dass sowohl eine konzeptionelle Weiterentwicklung als auch eine Verbesserung der empirischen Forschungspraxis in mehreren Bereichen notwendig ist. Hierzu gehören (1) eine differenziertere Konzeptionalisierung der *Einstellungen zur Politik*. Dies ist nicht zuletzt deswegen notwendig, weil sich in den vorliegenden Untersuchungen Hinweise fanden, dass die Zusammenhänge mit den Medienvariablen je nach Einstellungsdimension deutlich variieren. (2) Die Identifizierung und inhaltsanalytische Messung von relevanten Merkmalen der politischen Berichterstattung sowie die Verknüpfung dieser Daten auf Individualdatenebene mit den Umfragedaten. Notwendig ist es (3) auch, nicht-mediale Erfahrungsbereiche als alternative Erklärungsfaktoren für die Einstellungen zur Politik in multivariaten Analysemodellen zu berücksichtigen, um auf diese Weise den Einfluss der Medienvariablen statistisch abzusichern.

Die Einstellungsdimensionen und das Analysemodell

Für die Systematisierung und konzeptionelle Differenzierung der verschiedenen Dimensionen der Einstellung zur Politik schlägt *Almond (1987: 37)* vor, die Unterteilung von Politik in die

² Die vorliegende Untersuchung war so konzipiert, dass es möglich war, zunächst die zentralen Analysen von *Holtz-Bacha (1990)* zu replizieren, um anschließend weitergehende Analysen durchzuführen. Diese Replikation war vor allem deswegen notwendig, weil die nachfolgend präsentierten Analysen nur auf den Daten einer lokalen Befragung in einer einzigen Stadt (Dresden) beruhen. Es wäre also denkbar, dass es sich bei den Ergebnissen nur um lokale Sonderfälle handelt. Durch die Replikation der Studie von *Holtz-Bacha* konnte gezeigt werden, dass die grundlegenden Analysen mit den Dresdner Daten zu sehr ähnlichen Ergebnissen führen, wie sie *Holtz-Bacha* ermittelt hat (vgl. *Wolling 1999: 181 ff.*). Von daher erscheint die Annahme berechtigt, dass es sich auch bei den hier präsentierten weitergehenden Analysen nicht um lokale Sonderfälle handelt.

Dimensionen *Policy*, *Politics* und *Polity* zu verwenden. Als (1) *Policy-Dimension* von Politik werden die Inhalte der verschiedenen Politikfelder bezeichnet. Die (2) *Polity-Dimension* umfasst die Strukturen und Institutionen, die den Rahmen bilden, in dem sich politisches Handeln realisiert. Hierzu gehören einzelne Institutionen wie Regierung, Parlament und die Parteien, aber auch das politische System als Institutionen- und Normengefüge sowie die politische Gemeinschaft. In der (3) *Politics-Dimension* werden die verschiedenen politischen Prozesse zusammengefasst. Im Einzelnen gehören dazu die Prozesse der Willensbildung, der Entscheidung und der Implementation. Diese Einteilung ermöglicht es, die Einstellungsdimensionen zu ordnen, die Heterogenität der empirischen Indikatoren zu systematisieren und die verschiedenen theoretischen Konzepte zu integrieren. Eine detaillierte Darstellung der Konzepte und Indikatoren, die auf diese Weise systematisiert werden können, ist an dieser Stelle nicht möglich. Hier kann nur das Ergebnis der Systematisierung vorgestellt werden.

Die drei Unterstützungsobjekte, die *Easton (1972)* unterscheidet - Regierung, Regierungssystem und Politische Gemeinschaft - sind Strukturelemente der Politik. Sie können demnach als Dimensionen von Polity aufgefasst werden und lassen sich so in das Analyseschema für die Einstellungen zur Politik integrieren (Abbildung 1). Die politischen Institutionen sind ebenfalls Strukturelemente des Regierungssystems. Sie sind dem Objektbereich des Regierungssystems zuzuordnen. Das *Institutionenvertrauen* ist von daher eine Einstellung zur Politik, die sich auf die Polity-Dimension Regierungssysteme bezieht. Auch die *Parteiidentifikation* ist dieser Dimension zuzuordnen, denn die Parteien haben in der Bundesrepublik eine verfassungsrechtlich hervorgehobene Rolle.

Zwei der drei Teildimensionen von *Political Efficacy*, die Wahrnehmung der *Responsivität* und die *Einflussüberzeugung*, lassen sich ebenfalls in das Analyseschema einordnen. Beide Orientierungen beziehen sich auf politische Prozesse (*Politics*). Die *Einflussüberzeugung* bezieht sich primär auf den Willensbildungsprozess, da hier der Einfluss des einzelnen Bürgers sowohl theoretisch vorgesehen, als auch praktisch am ehesten zu verwirklichen ist. Dagegen beruhen die Einschätzungen der *Responsivität* in erster Linie auf den tatsächlichen politischen Entscheidungen, die in einer repräsentativen Demokratie eben nicht von den Bürgern getroffen werden, von denen die Bürger aber in der Regel erwarten, dass sie dem geäußerten Bürgerwillen entsprechen. Nicht nur die Responsivität, auch die Beachtung normativer Gesichtspunkte ist ein wesentlicher Aspekt politischer Entscheidungsprozesse. Aus diesem Grund wird die *Integrität* politischer Akteure als zweite Dimension des Entscheidungsprozesses in das Analyseschema eingeordnet. Die dritte Prozessphase bezieht sich auf die *Implementation*. Soweit bekannt, sind bislang keine Konzepte oder Operationalisierungen für diese Prozessdimension entwickelt worden. Gemessen werden sollte hier, ob die Bürger Defizite in der praktischen Realisierung politischer Beschlüsse sehen.

Die dritte Dimension von Efficacy, die Einschätzung der eigenen politischen *Kompetenz*, lässt sich in das Schema nicht integrieren, weil es sich bei diesem Konstrukt nicht um eine Orientierung gegenüber der Politik handelt, sondern um die Selbstwahrnehmung des Befragten. *Robinson (1975: 99)* äußerte die Vermutung, dass die Einschätzung der eigenen politischen Kompetenz eine Variable ist, die den Einstellungen gegenüber der Politik vorgeschaltet ist. Zweifel an der eigenen politischen Kompetenz sind demnach die Vorstufe einer negativen Einstellung zur Politik, politisches Kompetenzbewusstsein hingegen eine Personeneigenschaft, die politisches Vertrauen und Unterstützung begünstigt. Sollte ein solcher Zusammenhang bestehen, dann ist es wichtig, das politische Kompetenzbewusstsein bei der Analyse zu berücksichtigen, aber eben nicht als *Einstellung gegenüber einem politischen Objekt*, sondern als *Selbstwahrnehmung* (vergl. *Kaase 1983*).

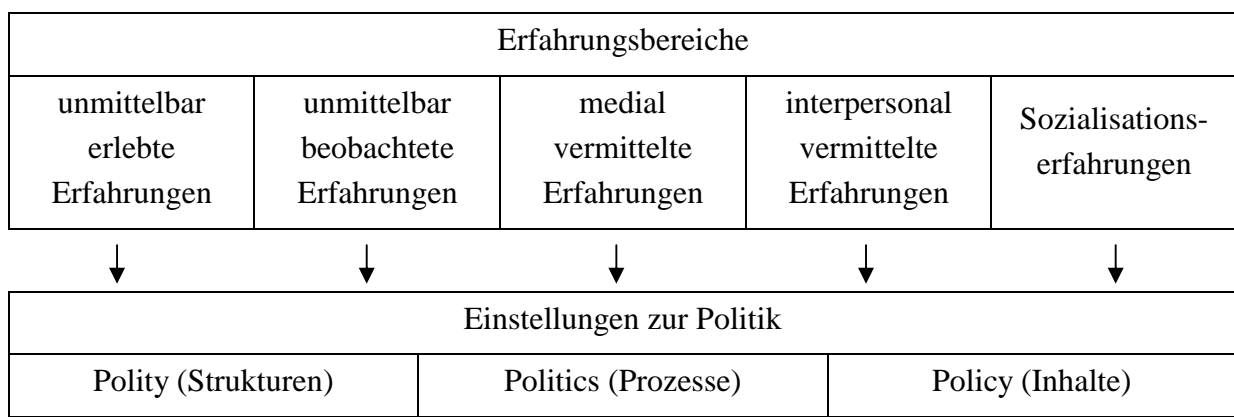
Abbildung 1 **Dimensionen der Einstellungen zur Politik**

Strukturen (polity)			Prozesse (politics)			Inhalte (policy)
Regierung	Regierungs- system	Politische Gemein- schaft	Willens- bildung	Ent- scheidung	Implemen- tation	Politik- felder
Effektivität der gegen- wärtigen Regierung	Effektivität des Regierungs- systems Legitimität des Regierungs- systems Vertrauen in Institutionen Partei- identifikation	Identifikation mit der politischen Gemeinschaft	Einfluss- über- zeugung	Responsivität der politischen Akteure Integrität politischer Akteure	Durch- setzung und Umsetzung politischer Ent- scheidungen	Bewertung der Regierungs- leistung und Oppositions- leistung in einzelnen, als wichtig bewerteten Politik- feldern

Die Einstellungen zur Politik sind nun hinreichend differenziert und systematisiert. Was fehlt, ist eine Analysemodell, das verdeutlicht, welche Faktoren als mögliche Ursachen für die Einstellungen zur Politik angesehen werden können. In der Einstellungsforschung wird davon ausgegangen, dass Einstellungen auf Erfahrungen beruhen. Je nachdem, welche Erfahrungen ein Mensch macht, werden sich seine Einstellungen unterschiedlich darstellen. Wenn also die Einstellungen einer Person erklärt werden sollen, dann ist dies nur möglich, wenn die Erfahrungen dieser Person analysiert werden. Dabei können verschiedene Erfahrungsbereiche unterschieden werden. Im Mittelpunkt der vorliegenden Untersuchung werden die medial

vermittelten Erfahrungen stehen. Daneben können aber auch die interpersonal vermittelten Erfahrungen sowie die unmittelbar erlebten und unmittelbar beobachteten Erfahrungen eine Rolle spielen. Am wichtigsten für die aktuellen Einstellungen sind sicherlich die Erfahrungen, die eine Person in der jüngeren Vergangenheit gemacht hat. Daneben können aber auch zeitlich weiter zurückliegende Erfahrungen (Sozialisationserfahrungen) für die aktuellen Einstellungen von Bedeutung sein. Damit ist ein einfaches Modell skizziert, das aber für die Untersuchung der hier interessierenden Fragestellung hinreichend komplex ist (Abbildung 2).

Abbildung 2 **Das Analysemodell**



Methoden

Im Folgenden werden die Ergebnisse einer Untersuchung vorgestellt, in der der Zusammenhang zwischen *Politikdarstellung*, *Mediennutzung*, und den *Einstellungen der Bürger zum Politik* empirisch untersucht wurde. Aus Platzgründen ist es hier nicht möglich, die Erklärungsmodelle für alle Einstellungsdimensionen vorzustellen, deswegen werden zwei Dimensionen herausgegriffen, an denen die analytische Vorgehensweise und die zentralen Befunde verdeutlicht werden können. Zum einen wird untersucht, ob die Berichterstattung sich auf die *Einflussüberzeugung* der Bürger auswirkt und zum anderen wird überprüft, ob sie die Beurteilung der *Effektivität der Regierung und des Regierungssystems* beeinflusst. Die Differenzierung dieser Einstellungsdimensionen ist nicht nur – wie oben dargelegt – aus theoretischen und konzeptionellen Gründen notwendig, auch die befragten Personen unterscheiden zwischen diesen Dimensionen. Dies konnte durch Faktorenanalysen einer umfangreichen Itematterie, mit der u.a. auch die *Einflussüberzeugung* und die Beurteilung der *Effektivität von Regierung und Regierungssystem* operationalisiert worden waren, nachgewiesen werden. (vgl. Wolling 1999: 102 ff.). Die Ergebnisse der Faktorenanalysen belegen, dass die Einstellungen zur Politik aus mehreren, empirisch unterscheidbaren

Dimensionen bestehen. Die Befunde zeigen allerdings auch, dass die Einstellungen der Bürger nicht so differenziert sind, wie es das theoretische Modell nahelegt. Die Unterscheidung zwischen der Einstellung zur Effektivität der *aktuellen* Regierung und der Einstellung zur Effektivität des Regierungssystems *generell* ließ sich beispielsweise nicht nachweisen. Deswegen wurden die Items dieser beiden Subdimensionen zu einer Skala zusammengefasst.

Diese Befunde und die nachfolgend präsentierten Analysen basieren auf Daten einer Face-to-face-Befragung, die im Juni/Juli 1996 in Dresden durchgeführt wurde.³ Die Befragung ist repräsentativ für die wahlberechtigte Dresdner Bevölkerung. Insgesamt wurden 426 auswertbare Interviews realisiert. Ergänzt werden die Umfragedaten durch eine Inhaltsanalyse. Untersucht wurden die sieben Nachrichtensendungen mit den größten Reichweiten. Dabei handelt es sich um vier Sendungen (*Tagesschau*, *Tagesthemen*, *heute und heute-journal*) der öffentlich-rechtlichen Programme, sowie um drei Sendungen (*RTL aktuell*, *18.30* und *PRO7-Nachrichten*) von privaten Programmen. Im Printbereich wurden die vier in Dresden erscheinenden Tageszeitungen analysiert. Dabei handelt es sich um die beiden Boulevardzeitungen *Bild* und *Morgenpost* sowie die beiden Abonnementzeitungen *DNN* (*Dresdner Neuste Nachrichten*) und *SäZ* (*Sächsische Zeitung*). Der Untersuchungszeitraum der Inhaltsanalyse erstreckte sich über die Zeit vom 19. März bis 6. Juni 1996.

Mit der Inhaltsanalyse wurden vor allem die Kategorien untersucht, die in der Literatur als mögliche Ursachen für die negativen Einstellungen der Bürger zur Politik diskutiert werden. Dabei handelt es sich u.a. um die *Konflikthaltigkeit*, den Grad der *Personalisierung*, der Anteil von *Hintergrundberichterstattung*, der Anteil *unpolitischer Themen*, die Intensität der Berichterstattung über politische *Skandale* und vor allem den Grad des *Negativismus*. Um den Negativismus der Berichterstattung zu bestimmen, wurden in allen untersuchten Nachrichtensendungen und Zeitungsartikeln die wertenden Aussagen über politische Akteure und politischen Zustände codiert. Dabei wurde ermittelt, wer die Aussage gemacht hat, auf welches Politikfeld sie sich bezieht (z.B. Wirtschaft, Umwelt, Außenpolitik) und vor allem, ob es sich dabei um eine positiv oder eine negativ wertende Aussage handelt. Diese Messungen wurden dann für jedes der untersuchten Medien aggregiert. Die so gewonnen Kennzahlen wurden dann den Befragten als quasi-individuelle Daten zugeordnet. Dafür wurden die Angaben der Befragten zur Mediennutzung verwendet. Jeder Befragte bekam nur die Inhaltsanalysedaten von *den* Medien zugewiesen, die er auch tatsächlich genutzt hat. Zusätzlich wurde bei der Verknüpfung noch berücksichtigt, wie häufig das jeweilige Medium genutzt wurde.

Die zahlreichen Probleme, die bei einer solchen Verknüpfung von Befragungs- und Inhaltsanalysedaten zu lösen sind, können hier nicht erörtert werden. Nur auf einen

³ Die Bestimmung der Befragungsteilnehmer erfolgte mittels Quoten Auswahl.

Sachverhalt soll an dieser Stelle hingewiesen werden, da er für das Verständnis der nachfolgenden Analyse notwendig ist: Mit der Inhaltsanalyse wurden Tageszeitungen und Fernsehnachrichten ausgewertet. Spätestens bei der Verknüpfung der Daten stellt sich dann aber die Frage, wie diese beiden Typen von Medienangeboten gewichtet werden sollen. Soll eine Nachrichtensendung gleich gewichtet werden wie eine Ausgabe der Tageszeitung oder sollen die beiden Angebotsformen unterschiedlich gewichtet werden? Da es auf diese Frage keine theoretisch zufriedenstellende Antwort gibt, wurden jeweils zwei unterschiedliche Modelle berechnet. Im ersten Modell wurden die Inhaltsanalysedaten der Fernsehnachrichten stärker gewichtet. Im zweiten Modell wurden die Daten der Tageszeitungen stärker gewichtet.

Von den Ergebnissen der Inhaltsanalyse können hier nur jene Befunde vorgestellt werden, die für die nachfolgenden Analysen von Bedeutung sind: Sowohl der Anteil der unpolitischen Meldungen, als auch der Negativismus variieren deutlich zwischen den verschiedenen Medien. Der Anteil unpolitischer Beiträge ist besonders hoch in den beiden Boulevardzeitungen, aber auch in den Fernsehnachrichten der beiden privatwirtschaftlich organisierten Fernsehsender RTL und SAT.1. Einen stärkeren Negativismus im Hinblick auf die wirtschaftliche Lage findet man hingegen tendenziell eher in den öffentlich-rechtlichen Programmen und in den Abonnementzeitungen (Tabelle 1).

Tabelle 1 Eigenschaften der Berichterstattung (Ergebnisse der Inhaltsanalyse)

	Tageszeitungen				Nachrichtensendungen						
	Bild	Mopo	DNN	SäZ	Tages-schau	Tages-themen	heute	heute journal	RTL aktuell	PRO7 Nachrichten	SAT.1 Nachrichten
N =	2188	1068	2156	1879	821	785	726	876	749	876	744
Unpolitisches*	59	50	26	27	21	23	28	20	47	22	39
Negativismus**	4,8	6,8	7,8	10,9	9,1	14,6	9,1	9,4	4,9	5,9	7,8

* *Unpolitische Themen (Prozentanteil der Beiträge über unpolitische Themen von allen analysierten Beiträgen).*

** *Negativismus Politikfeld Wirtschaft (Prozentanteil der Beiträge, die mehr negative als positive Aussagen über die wirtschaftliche Situation enthalten, von allen analysierten Beiträgen).*

Entsprechend dem oben vorgestellten Analysemodell (Abbildung 2) muss eine Vielzahl unabhängiger Variablen als mögliche Einflussgrößen bei der Entwicklung der Erklärungsmodelle berücksichtigt werden. In dieser Untersuchung wurden die *Sozialisationserfahrungen* durch drei soziodemographischen Variablen sowie sieben

Indikatoren für politische Kompetenz bzw. ideologische Orientierung operationalisiert. Die *interpersonalen Erfahrungen* wurden durch drei Variablen, die *medienvermittelten Erfahrungen* durch insgesamt zweiundvierzig Mediennutzungsvariablen sowie zahlreiche inhaltsanalytische Messungen und die *unmittelbaren Erfahrungen* durch achtzehn verschiedene Indikatoren operationalisiert.

Um diese große Anzahl von möglichen Einflussfaktoren systematisch zu testen, wurde eine mehrstufige Vorgehensweise gewählt. Die Ergebnisse der einzelnen Phasen der Modellbildung sind in den Tabellen 3 und 5 jeweils in vier Spalten dokumentiert. Es sind dort nur die Variablen ausgewiesen, die sich in der entsprechenden Phase der Modellbildung als signifikant herausgestellt haben. In der ersten Phase wurden alle Mediennutzungsvariablen, die Variablen der interpersonalen Kommunikation, die soziodemographischen Variablen und die Faktoren der politischen Kompetenz getestet. In der zweiten Phase kamen die Indikatoren unmittelbarer Erfahrung hinzu. In der dritten Phase wurden die Indikatoren der ideologischen Orientierung (Parteineigung) ins Modell integriert und in der vierten Phase die inhaltsanalytisch gemessenen Einflussfaktoren. Wenn eine Variable, die sich zunächst als statistisch signifikant erwiesen hatte, in einer späteren Phase der Modellspezifikation keinen signifikanten Beitrag mehr leistete, dann wurde sie aus dem Modell entfernt. Dies ist z.B. beim *Politischen Interesse* im Erklärungsmodell für die Einflussüberzeugung der Fall (Tabelle 3).

Erklärungsmodell für die Einflussüberzeugung

Bei der Einflussüberzeugung handelt es sich um eine Prozessdimension. Operationalisiert wird diese Dimension durch drei Items, die bereits häufig in dieser oder ähnlicher Form in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung Verwendung fanden.⁴ Die drei Items wurden für die weiteren Analysen zu einem Index zusammengefasst. Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass die Befragten ihre Einflussmöglichkeiten auf die politische Willensbildung als eher gering einschätzen (Tabelle 2).

⁴ Die Reaktionen auf die Aussagen wurden mit einer 5-Punkte Skala gemessen. In Tabelle 2 und Tabelle 4 steht neben dem Originalwortlaut der Items die Prozentzahl der Personen, die eine negative Einstellung zur Politik bekundeten. Bei den positiv formulierten Aussagen werden also die ablehnenden Reaktionen ausgewiesen (Skalenpunkte 4 und 5), bei den negativ formulierten Aussagen hingegen die Zustimmungen (Skalenpunkte 1 und 2). In der nächsten Spalte stehen die Mittelwerte der recodierten Items. Je höher der Mittelwert der entsprechenden Variable bzw. des Index, desto negativer ist die Einstellung. Mittelwerte über 3,0 bedeuten, dass die Befragten insgesamt eine überwiegend negative Einstellung zur Politik haben. Hinter den Mittelwerten wird in Klammern die Standardabweichung, sowie in der letzten Spalte die Zahl der gültigen Antworten ausgewiesen. Für die Indizes wurde jeweils der Skalenreliabilitätskoeffizient (Alpha) berechnet.

Tabelle 2 **Einflussüberzeugung**

	Prozent Zustimmung Ablehnung	Mittelwert (SD)	N
INDEX – Einflussüberzeugung Alpha = .61		3,6 (0,8)	424
<i>Als einfacher Bürger hat man so oder so keinen Einfluss darauf, was die Regierung tut</i>	68	3,9 (1,1)	426
<i>Außer Wahlen gibt es keine andere Möglichkeit Einfluss auf das zu nehmen, was die Regierung tut</i>	55	3,6 (1,2)	422
<i>In der Bundesrepublik hat man eine Vielzahl von Möglichkeiten, Einfluss auf das politische Geschehen zu nehmen</i>	43	3,3 (0,9)	419

In der ersten Phase der Modellentwicklung wurden insgesamt sechs Variablen identifiziert, die einen signifikanten Effekt auf die *Einflussüberzeugung* haben. Mit diesen sechs Variablen konnten 16 Prozent der Varianz erklärt werden. Die Überzeugung, Einfluss auf das politische Geschehen nehmen zu können, ist bei jüngeren und bei politisch interessierten Personen stärker ausgeprägt als bei älteren und politisch uninteressierten Bürgern. Gestärkt wird die Einflussüberzeugung auch dadurch, dass jemand sich häufiger mit Gesprächspartnern auseinandersetzt, die andere politische Ansichten vertreten. Intensive Nutzer der Abonnementzeitung DNN sind ebenso wie regelmäßige Nutzer der überregionalen Printleitmedien stärker als andere Personen der Ansicht, dass sie vielfältige und effektive Möglichkeiten haben, auf den politischen Willensbildungsprozess Einfluss zu nehmen. Anders verhält es sich mit den Befragten, die sich besonders den unterhaltenden Inhalten in ihrer Tageszeitung zuwenden. Sie sind hinsichtlich ihrer Einflussmöglichkeiten eher skeptisch.⁵

Auch nachdem in der zweiten Phase der Modellentwicklung die Indikatoren unmittelbarer Erfahrung ins Modell integriert wurden, behielten alle sechs genannten Variablen einen signifikanten Einfluss. Von den Indikatoren unmittelbarer Erfahrung erwiesen sich drei Variablen als bedeutsame Einflussfaktoren. Personen, die sich in der Vergangenheit häufiger auf unkonventionelle Art und Weise politisch beteiligt haben (Teilnahme an Demonstrationen, Protestaktionen usw.) sind stärker davon überzeugt, dass sie Einfluss auf die politische Willensbildung nehmen können. Bestärkt wird die Einflussüberzeugung auch durch positive Erfahrungen mit den Auswirkungen politischer Entscheidungen. Bürger, die solche positiven Erfahrungen gemacht haben, sind eher der Meinung, dass für die Bevölkerung gute Möglichkeiten zur Einflussnahme im

⁵ Zu den genauen Operationalisierungen der Variablen vergleiche Wolling (1999).

Willensbildungsprozess bestehen. Vor allem hat aber die Wahrnehmung einer günstigen gesamtwirtschaftlichen Lage einen positiven Effekt auf die Einflussüberzeugung.

Tabelle 3 **Modell: Einflussüberzeugung (hoch)**

<i>Regressionsanalyse</i>	Beta			
	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 4
	R ² = .16 N = 412	R ² = .23 N = 410	R ² = .27 N = 390	R ² = .30 N = 382
Alter (jung)	.19	.16	.19	.22
Politisches Interesse (hoch)	.14	.11		
Identifikation Regierungsparteien (stark)			.20	.21
Indikatoren medial und interpersonal vermittelter Erfahrungen				
Zeitungsnutzung Unterhaltung (selten)	.12	.12	.11	.09
Nutzungsdauer DNN (hoch)	.16	.14	.11	.11
Printleitmedien (Nutzung häufig)	.15	.11	.11	.12
Übereinstimmung mit Gesprächsp. (gering)	.17	.15	.14	.15
Indikatoren unmittelbarer Erfahrungen				
Beurteilung Makro-Wirtschaft (positiv)		.20	.17	.18
Unkonventionelle pol. Partizipation (häufig)		.12	.15	.14
Vorteile durch Politik (viele)		.14	.13	.11
Medieninhalte				
Negativismus Politikfeld Wirtschaft ⁶ (gering)				.09
Unpolitisches (wenig)				.11

In der dritten Phase der Modellentwicklung wurde überprüft, ob die Identifikation mit bestimmten Parteien Wirkung auf die Einflussüberzeugung hat. Es zeigte sich, dass Befragte, die den Regierungsparteien nahe stehen, mehr als alle anderen der Ansicht sind, dass die Bürger wirksam Einfluss nehmen können. Nachdem der Effekt der Parteineigung kontrolliert worden war, verlor das politische Interesse an Erklärungskraft. Alle anderen Variablen behielten auch in dem erweiterten Modell einen signifikanten Einfluss. Insgesamt 27 Prozent der Varianz konnten mit dem dritten Modell erklärt werden. Drei Medienvariablen haben einen signifikanten Effekt auf die Einflussüberzeugung. Dabei handelt es sich in allen drei Fällen um Printmedien. Allerdings sind auch deren beta-Koeffizienten eher klein. Der Befund, dass nur die Nutzung einer Zeitung - der DNN - nicht aber die Nutzung der anderen örtlichen Abonnementzeitung, einen Einfluss auf diese Einstellung zum politischen Prozess hat, belegt, dass es nicht ausreicht, den Einfluss bestimmter Medienarten (Fernsehen, Zeitung,

⁶ Bei der Berechnung des Index wurden die Inhaltsanalysedaten der Tageszeitungen stärker gewichtet.

Hörfunk) oder bestimmter Inhalte in diesen Medienarten (Fernsehunterhaltung - Fernsehinformation) zu unterscheiden. Hervorzuheben ist auch, dass die Nutzung des Fernsehens oder bestimmter Fernsehinhalte keinen Einfluss auf die Einschätzung der eigenen Wirksamkeit im Willensbildungsprozess hat. Eine negative Wirkung des Fernsehens auf die Einflussüberzeugung, wie sie durch die Videomalaise-Hypothese vorhergesagt wird, lässt sich nicht nachweisen.

In der vierten Phase der Modellentwicklung wurde der Effekt der inhaltsanalytisch gemessenen Eigenschaften der rezipierten Medieninhalte überprüft. Dabei zeigte sich, dass a) ein hoher Anteil von unpolitischen Themen und b) eine ausgeprägt negative Tendenz in der Berichterstattung über die wirtschaftliche Lage negative Wirkungen auf die Einflussüberzeugung haben. Durch die Berücksichtigung dieser Medieninhalte konnte die Erklärungskraft des Modells um drei Prozentpunkte verbessert werden (Tabelle 3).

Erklärungsmodelle für Effektivität der Regierung und des Regierungssystems

Anders als bei den eben vorgestellten Analysen, ist der Zusammenhang zwischen Einstellungen zu den Strukturelementen von Politik und dem Mediennutzungsverhalten der Befragten bislang kaum überprüft worden. Bei der Einstellung zur *Effektivität der Regierung und des Regierungssystems* handelt es sich um eine solche Orientierung gegenüber Strukturelementen. Die Befragungsergebnisse zeigen, dass die Einstellungswerte zur *Effektivität der Regierung und des Regierungssystems* je nach verwendeten Item unterschiedlich ausfallen. Mit den beiden negativ formulierten Items wurden deutlich schlechtere Bewertungen ermittelt. Dieser Befund verdeutlicht die Notwendigkeit, sich keinesfalls auf einzelne Indikatoren zu verlassen, sondern für jede Dimension jeweils mehrere Items zu erheben und diese dann zusammenzufassen.

In der ersten Phase der Modellentwicklung erwiesen sich sieben Variablen als bedeutsam. Von den Sozialisationsvariablen hat nur das Alter einen Einfluss auf die Einstellung zur Effektivität. Je älter die Befragten sind, desto entschiedener vertreten sie die Ansicht, dass die Regierung und das Regierungssystem effektiv arbeiten. Das gleiche gilt für Personen, die ihre Informationsnutzung ausgedehnt haben, auch sie beurteilen die Effektivität von Regierung und System besonders gut. Wer hingegen weniger politische Informationen nutzt als in der Vergangenheit, der beurteilt die Effektivität tendenziell schlechter.

Tabelle 4 **Effektivität der Regierung und des Regierungssystems**

	Prozent Zustimmung Ablehnung	Mittelwert (SD)	N
INDEX - Effektivität der Regierung und des Regierungssystems Alpha = .81		3,3 (0,7)	424
<i>Die gegenwärtige Bundesregierung ist nicht in der Lage, die wichtigen politischen Probleme zu lösen</i>	61	3,8 (1,1)	423
Im großen und ganzen hat die Bundesregierung ihre Wahlversprechen gehalten	49	3,5 (1,0)	423
Insgesamt betrachtet kann man mit den gegenwärtigen Leistungen der Bundesregierung ganz zufrieden sein	37	3,2 (1,0)	425
<i>Die Bundesrepublik wird immer nur zum Besten einiger weniger regiert</i>	54	3,6 (1,1)	422
Man kann sich in der Bundesrep. im allgem. darauf verlassen, dass die richtigen polit. Entscheidungen getroffen werden	40	3,2 (1,0)	423
Unser Staat ist bislang mit den meisten Problemen gut fertig geworden	25	2,9 (0,9)	422

In Bezug auf die Massenmedien zeigt es sich auch hier wieder, dass die Printmedien den größten Einfluss haben. Befragte mit einer starken Nutzungspräferenz für a) linke Printmedien, b) die Sächsische Zeitung und c) die Morgenpost beurteilen die Effektivität signifikant schlechter als Personen, die a) rechte Printmedien, b) die Dresdner Neuesten Nachrichten oder c) die Bildzeitung bevorzugen. Einen *positiven* Einfluss auf die Einschätzung der Effektivität hat die Nutzung unterhaltender Medienangebote. Unterhaltende Medieninhalte wirken demnach nicht grundsätzlich negativ auf die Einstellungen zur Politik. Neben den Massenmedien haben auch politische Gespräche einen gewissen Einfluss auf die Beurteilung der Effektivität. Personen, die sich in ihren Gesprächen häufig mit Personen unterhalten, die der gleichen Ansicht sind wie sie selbst, haben ein negativeres Bild von der Effektivität der Regierung und des Systems. Offenbar wird eine kritische Einschätzung der Leistungsfähigkeit von Regierung und System durch interpersonale Kommunikation in homogenen Netzwerken stabilisiert.

Durch das Alter und die genannten Kommunikationsvariablen können bereits 22 Prozent der Varianz erklärt werden. Wenn die unmittelbaren Erfahrungen in der nächsten Phase der Modellentwicklung berücksichtigt werden, wird die Erklärungskraft der Regression aber noch einmal deutlich verbessert: Auch hinsichtlich der Effektivitätseinschätzungen erweist sich die Wahrnehmung der allgemeinen Wirtschaftslage als überaus bedeutsame Variable. Personen, die die wirtschaftliche Situation negativ bewerten, schätzen auch die Leistungsfähigkeit der Regierung und des politischen Systems besonders schlecht ein. Aber auch Unzufriedenheit mit der eigenen Lebenssituation trägt dazu bei, dass die Effektivität

schlecht bewertet wird. Ebenfalls negative Auswirkungen hat es, wenn den Befragten durch politische Entscheidungen Nachteile entstanden sind, und wenn sie mit Problemen konfrontiert sind, die von der Politik nicht bearbeitet werden. Durch die Berücksichtigung dieser vier Indikatoren unmittelbaren Erlebens kann die Erklärungskraft des Modells deutlich verbessert werden. Durch dieses Regressionsmodell werden fast 50 Prozent der Varianz erklärt (Tabelle 5).

Tabelle 5 Modell: Effektivität der Regierung und des Regierungssystems (positiv)

<i>Regressionsanalyse</i>	beta			
	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 3
	R ² =.22 N = 419	R ² =.48 N = 419	R ² =.57 N = 398	R ² =.57 N = 387
Alter (alt)	.25	.12	.10	.10
Identifikation Regierungsparteien (stark)			.30	.31
Indikatoren medial und interpersonal vermittelter Erfahrungen				
Informationsnutzung (erhöht)	.10	.09		
Medienunterhaltung (viel)	.17	.12	.12	.11
Nutzung linke vs. rechte Printmedien (rechte)	.23	.15	.12	.14
Nutzung SäZ vs. DNN (DNN)	.20	.12	.07	.12
Nutzung Mopo vs. Bild (Bild)	.13	.10	.12	.10
Übereinstimmung mit Gesprächsp. (gering)	.12	.09	.09	.09
Indikatoren unmittelbarer Erfahrungen				
Beurteilung Makro-Wirtschaft (positiv)		.37	.35	.35
Zufriedenheit Lebenssituation (zufrieden)		.19	.14	.13
Nachteile durch Politik (wenige)		.14	.11	.12
Defizite der Politik (wenige)		.11	.08	.08
Medieninhalte				
Negativismus Politikfeld Wirtschaft (gering)				.10

In der dritten Phase wurde wieder überprüft, ob die Parteiidentifikation einen Einfluss auf die Effektivitätsbeurteilung hat. Erwartungsgemäß zeigt sich, dass die Anhänger der Regierungsparteien die Effektivität von Regierung und politischem System besonders positiv beurteilen. Es ist allerdings nicht so, dass die Anhänger der Oppositionsparteien oder der Protestparteien die Effektivität negativer einschätzen als die Bürger ohne Parteiidentifikation. Die Nähe zu diesen Parteien hat keinen Einfluss auf das Effektivitätsurteil. Durch die Berücksichtigung der Parteiidentifikation wurde der Anteil der erklärten Varianz noch einmal deutlich erhöht. Bemerkenswert ist dabei vor allem, dass fast alle Variablen, die zuvor als

bedeutsame Faktoren identifiziert worden sind, sich auch weiterhin als statistisch signifikant erweisen.

In der letzten Phase der Modellentwicklung wurde wiederum der Einfluss der Medieninhalte überprüft. Wie schon bei der Einflussüberzeugung erweist sich auch hier, dass eine negative Tendenz in der Berichterstattung über die wirtschaftliche Lage einen Effekt auf die Einstellungen zur Politik hat. Personen, die besonders häufig mit negativen Aussagen über die Situation in den Politikfeldern Arbeit, Wirtschaft und Finanzen konfrontiert werden, haben eine schlechtere Meinung über die Effektivität von Regierung und Regierungssystem (Tabelle 5). Auch hier war wiederum der Index, bei dessen Berechnung die Daten der Zeitung stärker berücksichtigt wurden, erklärungskräftiger.

Zusammenfassung

Die empirischen Ergebnisse der Untersuchung belegen, dass die differenzierte empirische Messung und Indexbildung, die die Dimensionalität der Einstellungen zur Politik berücksichtigt, unverzichtbar ist. Dies ist vor allem deswegen notwendig, weil die verschiedenen Einstellungen zur Politik unterschiedlich mit den medialen und nicht-medialen Erfahrungen zusammenhängen. Zusammenfassend kann man sagen, dass der Einfluss der Mediennutzungsvariablen auf die Orientierungen gegenüber den *Objekten der politischen Struktur* deutlich stärker ist, als auf die Einstellungen gegenüber den *politischen Prozessen*. Von den untersuchten Medien erwiesen sich die Printmedien als besonders wirksam. Entscheidend ist dabei jedoch nicht, ob die Befragten eine generelle Präferenz für Printmedien haben oder ihre allgemeine Zeitungsnutzungsdauer, sondern *welche* Zeitungen sie lesen. Anders als von der Videomalaise-Hypothese vorhergesagt, erweist sich die Nutzung des Fernsehens für die untersuchten Einstellungsdimensionen als relativ unbedeutend. Weder die allgemeine Fernsehnutzungsdauer, noch die Präferenzen für bestimmte Sender oder Inhalte zeigen nachweisbare Wirkungen. Die Befunde sprechen eindeutig gegen die These von der Videomalaise.

Bemerkenswert ist auch der Einfluss, den die Nutzung unterhaltender Medienangebote auf die Einstellungen zur Politik hat. Die Effekte unterscheiden sich deutlich, je nachdem welche Einstellungsdimension betrachtet wird. Die Nutzung unterhaltender Zeitungsinhalte hat einen *negativen* Effekt auf die *Einflussüberzeugung*. Genau entgegengesetzt wirkt sich die Unterhaltungsnutzung auf die Einstellungen zur *Effektivität der Regierung und des Regierungssystems* aus, dort sind *positive* Effekte festzustellen. Einerseits ist es anscheinend tatsächlich so, dass unterhaltende Medienangebote von der Politik ablenken und dadurch auch die Einflussüberzeugung schwächen (*Holtz-Bacha 1990: 157*). Andererseits aber haben Vielnutzer unterhaltender Medien und Medieninhalte ein positiveres Bild von der Effektivität des Regierungssystems. Das spricht dafür, dass die unterhaltenden Medien und Medieninhalte

ein eher positives Bild vom Zustand der Bundesrepublik Deutschland vermitteln und auf diese Weise systemstabilisierend wirken. Dieser Effekt der Medienunterhaltung erinnert etwas an die Funktion, die den „Zirkusspielen“ in früheren Zeit zugeschrieben wurde.

Die kommunikationswissenschaftliche Forschung, die sich mit dem Zusammenhang von Medien und Einstellungen zur Politik beschäftigte, hat die Analyse der Medieninhalte fast völlig vernachlässigt. Fast alle Untersuchungen stützen sich allein auf Umfragedaten. Auf diese Weise kann aber die entscheidende Frage, welche Eigenschaften der Berichterstattung auf die Einstellungen wirken, nicht geklärt werden. In der vorliegenden Studie wurden sowohl Fernsehnachrichten als auch Tageszeitungen inhaltsanalytisch ausgewertet und die so ermittelten Eigenschaften der Berichterstattung auf Individualdatenebene mit den Umfragedaten verknüpft. Die Ergebnisse belegen, dass sich Wirkungen der Medieninhalte nachweisen lassen. Eine Berichterstattung, in der häufig - vor allem im Zusammenhang mit wirtschaftlichen Fragen - negative Aussagen gemacht werden, kann dazu beitragen, dass die Bürger ein negatives Bild von der Politik bekommen. Die Effekte sind zwar nicht sehr stark, aber sie sind nachweisbar. Negativ auf die Einflussüberzeugung wirkt auch, wenn die von den Befragten genutzten Informationsmedien einen hohen Anteil von unpolitischen Informationen enthalten. Anders als im größten Teil der Literatur vermutet, haben Personalisierung und Konflikthaltigkeit jedoch nicht unbedingt einen negativen Einfluss auf die Einstellungen zur Politik. Neben den Medieninhalten behalten aber auch die Rezeptionsvariablen einen signifikanten Einfluss. Dieser Befund zeigt, dass es durch die Inhaltsanalyse nicht gelungen ist, alle Eigenschaften, die für die Herausbildung bestimmter Einstellungen bedeutsam sind, zu identifizieren, oder sie in geeigneter Weise zu aggregieren und mit den Umfragedaten zusammenzuführen. In diesem Bereich sind zweifellos weitere Forschungsanstrengungen notwendig.

Um sicherzustellen, dass Zusammenhänge, die zwischen dem Mediennutzungsverhalten und den Einstellungen zur Politik gefunden werden, nicht auf andere Faktoren zurückzuführen sind, wurden in dieser Untersuchung auch nicht-mediale Erfahrungsbereiche berücksichtigt. Des Weiteren wurden soziodemographische Variablen und die Parteiidentifikation als Indikatoren für Sozialisationserfahrungen und ideologische Positionen in den Analysemodellen berücksichtigt. Von den soziodemographischen Variablen hat nur das Alter einen Einfluss auf die politischen Orientierungen. Mit zunehmendem Alter wird die Effektivität der Regierung positiver beurteilt, auf der anderen Seite sinkt jedoch die Einflussüberzeugung. Die anderen soziodemographischen Variablen wie Bildung und Geschlecht, aber auch die Einschätzung der eigenen politischen Kompetenz und das politische Interesse, erweisen sich als weitgehend einflusslos. Anders verhält es sich mit der Parteiidentifikation. Je stärker die Identifikation mit den Regierungsparteien, desto positiver wird nicht nur die *Effektivität der Regierung und des Regierungssystems* beurteilt, sondern auch die *Einflussüberzeugung* wird durch diese Parteiidentifikation gestärkt.

Im Bereich der interpersonalen Kommunikation hat die Wahrnehmung von politischen Positionen einen gewissen Einfluss auf die Einstellungen zur Politik. Wer sich häufiger mit Personen unterhält, die *anderer* Meinung sind, hat eine höhere Einflussüberzeugung und beurteilt die Effektivität der Regierung positiver. Neben den eher geringen Effekten der interpersonalen Kommunikation zeigen sich jedoch deutliche Wirkungen der unmittelbaren Erfahrungen. Vor allem die ökonomischen Indikatoren spielen eine bedeutsame Rolle. Diejenigen, die die wirtschaftliche Lage negativ beurteilen oder mit ihrer Lebenssituation unzufrieden sind, haben eine negativere Einstellung zur Politik. Des Weiteren erweisen sich auch die persönlichen Erfahrungen mit den Folgen politischen Entscheidungshandelns als bedeutsam. Wer Nachteile erlitten hat oder Defizite in der Politik wahrnimmt, beurteilt die Effektivität von Regierung und Regierungssystem schlechter. Wer hingegen viele Vorteile durch den Output des politischen Systems erlebt hat, der beurteilt seine eigenen Einflussmöglichkeiten positiver. Wirtschaftlicher Erfolg und Wohlstand sind wesentliche Voraussetzung für eine positive Einstellung zum Politik. Bezeichnend ist in diesem Zusammenhang die Tatsache, dass vor allem jene Medieninhalte, in denen es um wirtschaftliche Aspekte geht, einen signifikanten Effekt auf die Einstellungen zur Politik haben. Nicht nur die unmittelbaren, sondern auch die vermittelten Erfahrungen in diesem Bereich sind bedeutsam für die Einstellung zur Politik. Deshalb ist die Vermittlung dieser Erfahrungen eine verantwortungsvolle Aufgabe, die für das politische Gemeinwesen und die Demokratie von großer Bedeutung ist.

Eine Demokratie darf sich aber nicht nur auf ökonomischen Erfolg verlassen. Politik, politische Bildung und nicht zuletzt auch die Medien sollten verstärkt Anstrengungen unternehmen, die enge Verbindung zwischen wirtschaftlicher Prosperität auf der einen, und positiven Einstellungen zu den Institutionen und Prozessen der Demokratie auf der anderen Seite, zu lockern. Sie sollten stattdessen den Wert der Freiheit und das Potential zur friedlichen Konfliktlösung, das eine Demokratie bietet, politisch und publizistisch stärker hervorheben.

Die vorgelegten Befunde verdeutlichen, dass journalistisches Handeln nicht nur für das politische Alltagsgeschäft von Bedeutung ist, sondern dass auch die Einstellungen zu den zentralen Institutionen und Prozessen des politischen Gemeinwesens und seine Grundlagen betroffen sind. Journalisten müssen den schmalen Weg zwischen beschönigender und unkritischer Hofberichterstattung und ungerechtfertigtem Negativismus gehen. Ein Abweichen von diesem Weg, sowohl in die eine, als auch in die andere Richtung, kann negative Effekte auf die Einstellungen der Bürger zur Politik haben. Die hier vorgelegten empirischen Befunde zeigen, dass einige Medien in die Richtung der Überbetonung negativer Aspekte abgewichen sind. Es kann nicht im Interesse freier Medien sein, die Grundlagen ihrer eigenen Freiheit zu beschädigen. Wenn die Demokratie an Akzeptanz verliert, wird der Ruf nach autoritären Lösungen wahrscheinlicher, und solche Entwicklungen bedrohen letztendlich auch die Freiheit der Presse.

Sowohl die Darstellung der politischen Auseinandersetzung als auch die Kritik an der Politik sind notwendige und wichtige Aufgaben der Presse in einer Demokratie. Ein verantwortungsbewusster Journalismus sollte sich dabei aber bewusst sein, dass es hier auch ein „zu viel“ geben kann und daher das eigene Tun vor dem Hintergrund der hier präsentierten Befunde selbstkritisch reflektieren.

Literatur

- Acock, Alan; Harold D. Clarke & Marianne C. Stewart (1985): A new model for old measures: Covariance structure analysis of political efficacy. In: *Journal of Politics* (47), S.1062-1084
- Almond, Gabriel A. (1987): Politische Kulturforschung - Rückblick und Ausblick. In: Berg-Schlosser, Dirk & Jakob Schissler (Hrsg.): *Politische Kultur in Deutschland*. Opladen, S.26-38
- Campbell, Angus; Gerald Gurin & Warren E. Miller (1954): *The voter decides*. Westport Connecticut
- Easton, David (1972): Responses of political systems to stress on support. In: Finifter, Ada W. (Hrsg.): *Alienation and the social system*. New York, S.319-345
- Holtz-Bacha, Christina (1990): Ablenkung oder Abkehr von der Politik? Mediennutzung im Geflecht politischer Orientierungen. Opladen
- Kaase, Max (1983): Sinn oder Unsinn des Konzepts „Politische Kultur“ für die Vergleichende Politikforschung, oder auch: Der Versuch, einen Pudding an die Wand zu nageln. In: Ders. & Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.): *Wahlen und politisches System. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1980*. Opladen, S.144-173
- Kepplinger, Hans Mathias (1998): *Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft*. Freiburg, München
- Leshner, Glenn & Michael L. McKean (1997): Using TV news for political information during an off-year election: Effects on political knowledge and cynicism. In: *Journalism and Mass Communication Quarterly* (74), S.69-83
- Miller, Arthur H.; Edie N. Goldenberg & Lutz Erbring (1979): Type-set politics: Impact of newspapers on public confidence. In: *American Political Science Review* (73), S.67-84
- Robinson, Michael J. (1975): American political legitimacy in an era of electronic journalism: Reflections on the evening news. In: Cater, Douglass & Richard Adler (Hrsg.): *Television as a social force: New approaches to TV criticism*. New York, S.97-139
- Robinson, Michael J. (1976): Public affairs television and the growth of political malaise: The case of "The selling of the Pentagon". In: *American Political Science Review* (70), S.409-432
- Wolling, Jens (1999): *Politikverdrossenheit durch Massenmedien? Der Einfluss der Medien auf die Einstellungen der Bürger zur Politik*. Opladen, Wiesbaden