

Klingemann, Hans-Dieter

Book Part — Digitized Version

Massenkommunikation, interpersonale Kommunikation und politische Einstellungen: zur Kritik der These vom "Zwei-Stufen Fluß" der politischen Kommunikation

Provided in Cooperation with:

WZB Berlin Social Science Center

Suggested Citation: Klingemann, Hans-Dieter (1986) : Massenkommunikation, interpersonale Kommunikation und politische Einstellungen: zur Kritik der These vom "Zwei-Stufen Fluß" der politischen Kommunikation, In: Max Kaase (Ed.): Politische Wissenschaft und politische Ordnung: Analysen zu Theorie und Empirie demokratischer Regierungsweise. Festschrift zum 65. Geburtstag von Rudolf Wildenmann, Westdeutscher Verlag, Opladen, pp. 387-399

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/112515>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

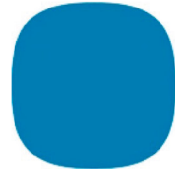
Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



WZB-Open Access Digitalisate

WZB-Open Access digital copies

Das nachfolgende Dokument wurde zum Zweck der kostenfreien Onlinebereitstellung digitalisiert am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH (WZB). Das WZB verfügt über die entsprechenden Nutzungsrechte. Sollten Sie sich durch die Onlineveröffentlichung des Dokuments wider Erwarten dennoch in Ihren Rechten verletzt sehen, kontaktieren Sie bitte das WZB postalisch oder per E-Mail:

Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH
Bibliothek und wissenschaftliche Information
Reichpietschufer 50
D-10785 Berlin
E-Mail: bibliothek@wzb.eu

The following document was digitized at the Berlin Social Science Center (WZB) in order to make it publicly available online.

The WZB has the corresponding rights of use. If, against all possibility, you consider your rights to be violated by the online publication of this document, please contact the WZB by sending a letter or an e-mail to:

Berlin Social Science Center (WZB)
Library and Scientific Information
Reichpietschufer 50
D-10785 Berlin
e-mail: bibliothek@wzb.eu

Digitalisierung und Bereitstellung dieser Publikation erfolgten im Rahmen des Retrodigitalisierungsprojektes **OA 1000+**. Weitere Informationen zum Projekt und eine Liste der ca. 1 500 digitalisierten Texte sind unter <http://www.wzb.eu/de/bibliothek/serviceangebote/open-access/oa-1000> verfügbar.

This text was digitizing and published online as part of the digitizing-project **OA 1000+**. More about the project as well as a list of all the digitized documents (ca. 1 500) can be found at <http://www.wzb.eu/en/library/services/open-access/oa-1000>.

Hans-Dieter Klingemann

Massenkommunikation, interpersonale Kommunikation und politische Einstellungen*

Zur Kritik der These vom „Zwei-Stufen Fluß“ der politischen Kommunikation

1. Einleitung

Zu den Selbstverständlichkeiten der entwickelten Industriegesellschaft gehört auch die Verfügbarkeit der Tageszeitung, des Hörfunks und des Fernsehens als Mittel der politischen Kommunikation. Und doch gibt es wohl kaum einen Bereich, der das Tempo des Strukturwandels dieser Gesellschaft besser kennzeichnet, als den der Massenkommunikation. Auch Deutschland ist dafür ein gutes Beispiel.

Wir können heute davon ausgehen, daß in der Bundesrepublik etwa 90 Prozent der Bevölkerung im Alter von über 14 Jahren in der Woche gelegentlich einmal eine Tageszeitung lesen. Aber es ist erst knapp 190 Jahre her, seit Cotta 1798 die „Allgemeine Zeitung“ gründete, ein Datum, das für die Publizistik den Beginn des modernen Pressewesens in unserem Lande markiert. Heute besitzen mehr als 95 Prozent der Privathaushalte in der Bundesrepublik mindestens ein Radiogerät. Aber es ist jetzt gerade etwas mehr als 60 Jahre her, seit 1923 der Sendebetrieb in Berlin erstmals aufgenommen wurde. Am 1. November 1954 wurde das Deutsche Fernsehen als Gemeinschaftsprogramm aller Landesrundfunkanstalten offiziell eröffnet. Das Zweite Deutsche Fernsehen sendete am 1. April 1963 zum ersten Male. Mitte der fünfziger Jahre betrug die Zahl der Fernsehteilnehmer knapp vier Prozent. Heute können mehr als 95 Prozent der Bevölkerung zu Hause das Fernsehprogramm empfangen.

Dieser Strukturwandel konnte nicht folgenlos bleiben. Wir werden argumentieren, daß er die Gewichte von interpersonaler und massenmedialer Kommunikation im Bereich der Politik entscheidend verschoben hat.

2. Die Entwicklung der Massenmedien und Thesen über die Konsequenzen für den Prozeß der politischen Meinungsbildung

Die Strukturveränderung der gesellschaftlichen Kommunikationsmöglichkeiten fand, insbesondere in den USA, schon früh das Interesse der Sozialforschung. Die möglichen Konsequenzen der Entwicklung für den Prozeß der politischen Meinungsbildung waren bald Gegenstand lebhafter Debatten.

* Für freundliche Unterstützung hinsichtlich der Informationsbeschaffung danke ich Frau Yola Laupheimer, Infratest, München.

Bis in die vierziger Jahre hinein, und bezogen auf die Tageszeitung und den Hörfunk als Erfahrungsobjekt, galt die These von der Macht der Massenmedien. Dies waren die zentralen Annahmen der damals herrschenden Lehrmeinung:

1. So gut wie alle Mitglieder der Gesellschaft werden von den politischen Botschaften der Tageszeitung und des Radios erreicht.
2. Die Bevölkerung ist bereit, die politischen Botschaften dieser Massenmedien aufzunehmen.
3. Die politischen Botschaften der Massenmedien üben einen direkten Einfluß auf die Ausprägung der politischen Einstellungen und Verhaltensweisen der Bürger aus.

Überspitzt ausgedrückt könnte man die Annahmen wie folgt zusammenfassen: Das vom sozialen Umfeld isolierte Individuum ist den Manipulationen der allmächtigen Massenmedien schutzlos ausgeliefert.

Lazarsfeld, Berelson und Gaudet (1944) haben diese Vorstellung von der Macht der Massenmedien in ihrer klassischen Studie „The People's Choice“, einem Bericht über die amerikanische Präsidentschaftswahl des Jahres 1940, als erste entschieden zurückgewiesen. Eine neue These wurde dageengehalten: Die These vom „Zwei-Stufen Fluß“ der politischen Kommunikation, die These von der Macht der Meinungsführer und der Ohnmacht der Massenmedien.

Ich möchte dieses in Teilen weithin bekannte Modell hier kurz skizzieren, um über eine Kritik seiner Grundannahmen zur Darstellung der gegenwärtigen Forschungslage zu kommen. Das in Schaubild 1 abgebildete Modell spiegelt die ursprünglichen Überlegungen von Lazarsfeld, Berelson und Gaudet wieder.

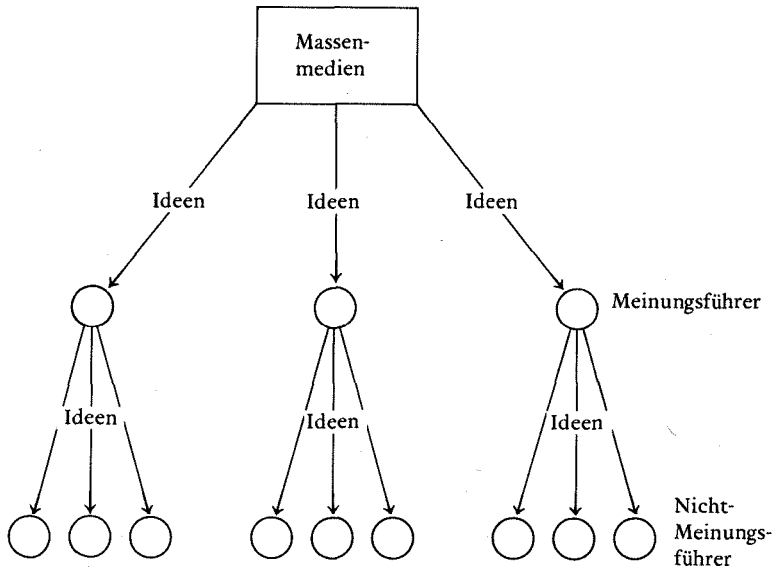
Die analytisch zu trennenden Sachverhalte von Informationsfluß einerseits und Beeinflussungsprozeß andererseits sind in diesem Modell noch miteinander vermischt. Wir werden sie jedoch, der Systematik wegen, schon jetzt, wie auch in den folgenden Darlegungen, stets getrennt diskutieren. Die Unterscheidung von Information und Beeinflussung soll den engen Zusammenhang zwischen den beiden Kategorien nicht verdecken. Zum einen ist politische Beeinflussung ohne Informationstransfer nur als Grenzfall denkbar. Zum anderen beeinflussen die Informationen der Massenmedien schon deshalb, weil sie in der Regel den Kreis der Themen abstecken, mit denen sich die Bevölkerung, vor allem auch die Meinungsführer, in erster Linie auseinandersetzen.

Im Hinblick auf den *Informationsprozeß* gingen Lazarsfeld, Berelson und Gaudet von den folgenden empirischen Befunden aus:

1. Meinungsführer, definiert als Personen, die in aktiver Weise versuchen politisch Einfluß zu nehmen, oder die in politischen Dingen von anderen Personen um Rat gefragt werden, werden von den politischen Botschaften der Massenmedien in höherem Maße erreicht als die Nichtmeinungsführer.
2. Die politischen Botschaften der Massenmedien werden von den Meinungsführern für wichtiger gehalten, als die politischen Botschaften aus dem Bereich der interpersonalen Kommunikation.
3. Die Meinungsführer beteiligen sich in höherem Maße als die Nichtmeinungsführer an der interpersonalen politischen Kommunikation.

Aus diesen Befunden wurde geschlossen, daß die politischen Ideen vom Radio oder aus der Presse zu den Meinungsführern und von den Meinungsführern zu den politisch weniger aktiven Bevölkerungsgruppen weitergegeben werden.

Schaubild 1: Die Ausgangstheorie von Lazarsfeld, Berelson und Gaudet



Graphische Darstellung der These vom Zwei-Stufen Fluß der politischen Kommunikation nach Lazarsfeld, Berelson und Gaudet (1944).

Operationalisierung der Meinungsführer:

„Have you tried to convince anyone of your political ideas recently?“

„Has anyone asked your advice on a political question recently?“

All those people who answered „Yes“ to either or both of these questions were designated as opinion leaders.

Im Hinblick auf den *Beeinflussungsprozeß* fanden Lazarsfeld, Berelson und Gaudet:

1. Personen, die von den politischen Botschaften der Massenmedien am besten erreicht werden, insbesondere auch die Meinungsführer, zeichnen sich durch eine Kombination sozialstruktureller Merkmale aus, die ihre Parteipräferenz in starker Weise vorprägen.
2. Diese Personen neigen dazu, nach dem Prinzip der selektiven Wahrnehmung, in erster Linie die politischen Botschaften der Massenmedien aufzunehmen, die ihre Parteipräferenz stützen.
3. Personen, die von den politischen Botschaften der Massenmedien am wenigsten erreicht werden, weisen am ehesten sozialstrukturelle Merkmalskombinationen auf, die eine Veränderung ihrer Parteipräferenz wahrscheinlich machen.
4. Wenn solche Personen ihre politischen Einstellungen und Verhaltensweisen ändern, dann geschieht das in der Regel als Folge des politischen Gesprächs mit den Meinungsführern.

Daraus ergab sich: Beim Meinungsführer wird durch die Massenmedien sozialstrukturell bereits Angelegtes nur verstärkt; die Nichtmeinungsführer werden durch die Massenmedien direkt erst gar nicht erreicht. Veränderungen werden, wenn überhaupt, durch die Meinungsführer erreicht. Überspitzt könnte man sagen, daß die These von der Allmacht der Massenmedien nun gegen die These von der Allmacht sozialer Gruppenzugehörigkeiten ausgetauscht wurde.

Der in „The People's Choice“ vorgetragene Ansatz wurde von Lazarsfeld und seinen Mitarbeitern weitergeführt. Er wurde aber auch sonst von der Forschung in breiter Front aufgegriffen und über den politischen Bereich hinaus angewendet. Grundsätzlich schienen die Ergebnisse dieser Forschungen, von Klapper (1960) in eindrucksvoller Weise zusammengetragen, das Konstrukt vom Zwei-Stufen Fluß der Kommunikation und die These vom Verstärkereffekt der Massenmedien – mirror, nicht moulder – bis in die fünfziger Jahre hinein zu bestätigen. Dies gilt zumindest für die Feldforschung, von der allein hier die Rede sein soll.

Daß diese Sicht der Dinge denen, die in den Massenmedien tätig waren, dabei half, die mannigfachen politischen Kontrollwünsche abzuwehren, sei nur am Rande angemerkt.

Heute sind die Auswirkungen der Massenkommunikation auf den Prozeß der politischen Meinungsbildung wieder zum Thema geworden. Beginnend mit den sechziger Jahren häufen sich Berichte, die das Modell vom Zwei-Stufen Fluß der politischen Kommunikation in Frage stellen und meßbare, direkte Wirkungen der Massenmedien auf die Veränderung politischer Einstellungen behaupten. Es ist, wie wir zeigen werden, kein Zufall, daß diese Phase der Umorientierung mit der Ausbreitung des Fernsehens als neuem Medium der Massenkommunikation zusammenfällt.

Die veränderte Perspektive soll nun zunächst im Hinblick auf den *Informationsfluß* dargestellt und danach die Frage nach dem *Beeinflussungsprozeß* aufgeworfen werden. Dabei geht es weniger um eine systematische Ausbreitung von Daten. Es geht vielmehr um einen Problemaufriß, der in den zukünftigen Debatten vertieft werden muß.

3. Massenmedien, interpersonale Kommunikation und der Fluß politischer Information

Die These vom Zwei-Stufen Fluß der politischen Kommunikation besagt, im Hinblick auf den Informationsfluß, daß Meinungsführer eine Art Relaisfunktion ausüben. Sie erhalten die politischen Botschaften von den Massenmedien, und sie geben sie an die Nichtmeinungsführer weiter.

Renckstorf (1973) hat für die USA eine Reihe empirischer Ergebnisse zusammengefaßt, die dafür sprechen, daß diese These ein Opfer des Wandels im politischen Kommunikationssystem geworden ist. Die Ergebnisse zeigen, daß mit Ausnahme von wirklich außergewöhnlichen Ereignissen, wie etwa des Todes von Roosevelt oder des Attentats auf Kennedy, politische Nachrichten vor allem massenmedial und nicht interpersonal verbreitet werden. Läßt man solche außergewöhnlichen Ereignisse außer acht, dann ist nach diesen Untersuchungen die Quelle der ersten Information für etwa 80 Prozent der Bevöl-

kerung ein Massenmedium. Weiter wurde gefunden, daß unter den Medien der Massenkommunikation dem Fernsehen eine herausgehobene Stellung zukam.

Das Zwei-Stufen Modell impliziert, daß der Informationsfluß im interpersonalen Bereich von „oben“ nach „unten“, von den Meinungsführern zu den Nichtmeinungsführern verläuft. Troidahl und Van Dam (1965) haben diese Annahme erneut überprüft und sind dabei zu anderen Ergebnissen gekommen. Sie ermittelten für wichtige politische Nachrichten, die den Befragten aus den Massenmedien bekannt waren, ob:

1. die Befragten in bezug auf diese Nachrichten von anderen Personen um ihre Meinung gefragt wurden und
 2. die Befragten selbst andere Personen nach deren Meinung gefragt hätten.
- 30 Prozent der Befragten berichteten, sie hätten andere Personen um ihre Meinung gefragt; 20 Prozent der Befragten gaben an, sie seien selbst gefragt worden. Wichtig ist nun aber, daß sich beide Verhaltensweisen zu einem großen Teil überlappen: Zwei Drittel der Personen, die gefragt wurden, hatten selbst auch andere gefragt.

Dieser Befund schließt die Annahme eines vertikalen Verlaufs des Informationsflusses im interpersonalen Bereich nun zwar nicht aus, zeigt aber, daß ein horizontaler Informationsfluß die Situation weit besser kennzeichnet. Die Meinungsführer kommunizieren vor allem untereinander und weniger mit ihren Gefolgsleuten. Troidahl und Van Dam sprechen daher konsequenterweise auch von einem Prozeß des „opinion sharing“, und sie ersetzen den Begriff des Meinungsführers durch die Begriffe des Meinungsgebers und des Meinungsnachfragers.

Noch wichtiger aber ist dies Ergebnis: 63 Prozent der Befragten gaben an, weder hätte sie die Meinung Anderer nachgefragt, noch seien sie selbst um ihre Meinung gefragt worden. Nahezu alle diese Befragten wußten jedoch um die infrage stehenden politischen Ereignisse aus den Massenmedien. Es existiert also noch eine dritte Kategorie von Befragten, eine Kategorie, die durch die bis dahin in der Forschung gängige Dichotomie „Meinungsführer – Nichtmeinungsführer“ verdeckt worden war. Diese vergleichsweise größte Gruppe wurde von den politischen Botschaften der Massenmedien erreicht, berichtet aber keine interpersonale Kommunikation über Politik. Das ist ein Fall, den man als einen „Ein-Stufen Fluß“ politischer Kommunikation bezeichnen kann. Wir werden darauf noch mehrfach zurückkommen.

Man kann gegen die bisher vorgetragenen Ergebnisse einwenden, daß sie aufgrund regional begrenzter Fallstudien zustande gekommen seien. Nun hat aber Robinson (1976) eine Studie vorgelegt, die diesem Einwand Rechnung trägt. Robinson greift für seine Analyse auf eine nationale Repräsentativerhebung zurück, die anlässlich der amerikanischen Präsidentschaftswahl des Jahres 1968 durchgeführt wurde. Seine Ergebnisse stimmen mit denen von Troidahl und Van Dam, auch in den Proportionen, weitgehend überein. Der Anteil der Personen, die im interpersonalen Bereich weder als Meinungsgeber noch als Meinungsempfänger zu klassifizieren waren, betrug 51 Prozent. Robinson kennzeichnet sie mit dem Begriff der Nichtdiskutierer. Und auch er kann zeigen, daß diese Gruppe noch zu 87 Prozent durch das Fernsehen erreicht wird. Ohne auf die Details der Operationalisierungen einzugehen, die in dieser Studie nicht voll mit den Operationalisierungen von Troidahl und Van Dam übereinstimmen, zeigt sich doch ein weitgehend ähnliches Bild. Und ohne hier noch weitere em-

pirische Evidenz auszubreiten, kann man sagen, daß die Hypothese vom Zwei-Stufen Fluß der politischen Information in ihrer ursprünglichen Form nicht mehr zu halten ist. Die Massenmedien sind für große Teile der Bevölkerung die Quelle der Primärinformation, und unter den Massenmedien dominiert dabei das Fernsehen.

4. Massenmedien, interpersonale Kommunikation und die Beeinflussung politischer Einstellungen und Verhaltensweisen

Wir hatten uns bisher mit dem Informationsfluß politischer Botschaften auseinandergesetzt. Im Folgenden steht das Problem der Beeinflussung politischer Einstellungen und Verhaltensweisen durch den Kommunikationsprozeß im Vordergrund.

Im Hinblick auf die politische Beeinflussung galt im Rahmen des ursprünglichen Zwei-Stufen Modells die These: Die Massenmedien haben einen Verstärkereffekt. Sozialstrukturelle und sozialpsychologische Prädispositionen steuern die Auswahl der politischen Botschaften im Sinne einer selektiven Wahrnehmung. Sind Veränderungen politischer Einstellungen und Verhaltensweisen festzustellen, so sind diese in erster Linie das Ergebnis interpersonaler Kommunikation.

Die schrittweise Erschütterung dieser These durch die empirische Feldforschung kann hier nicht nachgezeichnet werden. Für den Argumentationszusammenhang reicht es aus, die Ergebnisse von zwei Studien anzuführen. Dabei soll zunächst auf die bereits vorgestellte Arbeit von John Robinson zurückgegriffen werden.

Robinson hat gemessen:

1. Die Wahlentscheidung des Befragten.
2. Die vom Befragten wahrgenommene Richtung des Einflusses im interpersonalen Bereich.
3. Die vom Befragten wahrgenommene Richtung des Einflusses der von ihm gelesenen Tageszeitungen.

Um das Prädispositionsargument zu berücksichtigen, kontrollierte er bei der Analyse die Parteiidentifikation der Befragten. Die Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. Meinungsgeber, die im interpersonalen Bereich politischen Beeinflussungsversuchen ausgesetzt sind, die ihrer eigenen Wahlabsicht entgegenlaufen, lassen sich davon nicht beeindrucken.
2. Bei den Meinungsempfängern zeigt sich dagegen eine systematische Meinungsänderung in Richtung der vom Meinungsgeber gemachten Argumente.
3. Bei Meinungsgebern und bei Meinungsempfängern ist, was die Massenmedien angeht, kein systematischer Einfluß auf die Wahlabsicht zu erkennen.
4. Bei Personen, die keine persönlichen Gespräche über Politik berichten, wohl aber Medienkontakte haben, sind dagegen systematische Effekte in der erwarteten Richtung festzustellen.

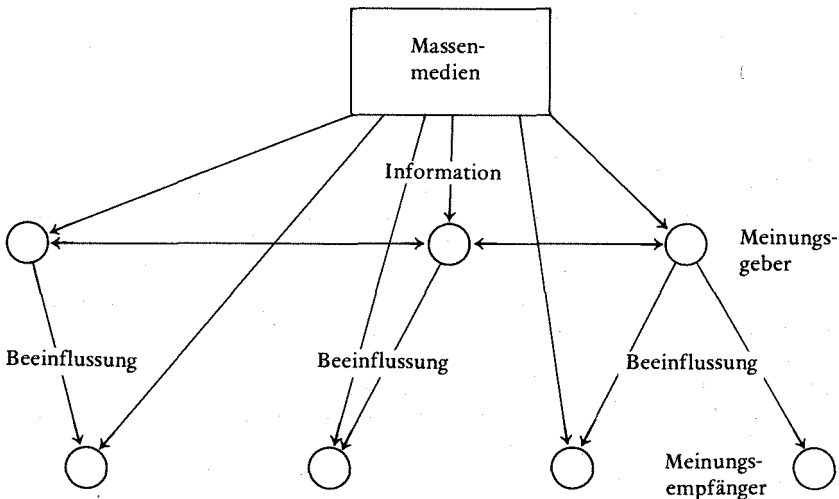
Aus den Ergebnissen wird geschlossen, daß interpersonale Kommunikation politische Verhaltensänderung stärker beeinflusst als dies die Botschaften der Massenkommunikation tun. Das heißt aber nicht, daß die Massenkommunikation

ohne Einfluß ist. Im Gegenteil: Der Einfluß der Massenmedien erstreckt sich vielmehr auf den anteilmäßig relativ großen Teil der Nichtdiskutierer. Man kann daraus zwei Teilmodelle mit unterschiedlichem Geltungsbereich ableiten, die in den Schaubildern 2.1 und 2.2 graphisch dargestellt sind.

Das Teilmodell A entspricht dabei durchaus einer modifizierten Version der klassischen Zwei-Stufen Hypothese. Modifiziert deshalb, weil sich ein Großteil der interpersonalen Kommunikation zwischen den Meinungsgebern selbst abspielt, diese Ebene also nicht verläßt. Das Teilmodell B wird von der These des Zwei-Stufen Flusses dagegen nicht abgedeckt. Es verdeutlicht vielmehr den Ein-Stufen Verlauf der politischen Beeinflussung durch die Massenmedien.

Nun hat Robinson den Medieninhalt nicht unabhängig, etwa durch eine Inhaltsanalyse der Tageszeitungen gemessen. Er verläßt sich auf Perzeptionsdaten. Es liegt jedoch für die USA auch eine Studie vor, in deren Untersuchungsanlage eine solche Inhaltsanalyse einbezogen wurde. Dabei kann die Beziehung zwischen den politischen Einstellungen und Verhaltensdispositionen des Befragten und dem Inhalt der Tageszeitung, die er tatsächlich liest, auf der Ebene

Schaubild 2.1: Die revidierte These: Teilmodell A



Graphische Darstellung der revidierten These vom Zwei-Stufen Fluß der politischen Kommunikation für Personen mit interpersonaler politischer Kommunikation nach Robinson (1976). Operationalisierung der Meinungsgeber:

„During the campaign, did you talk to any people and try to show them why they should vote for one of the parties or candidates?“

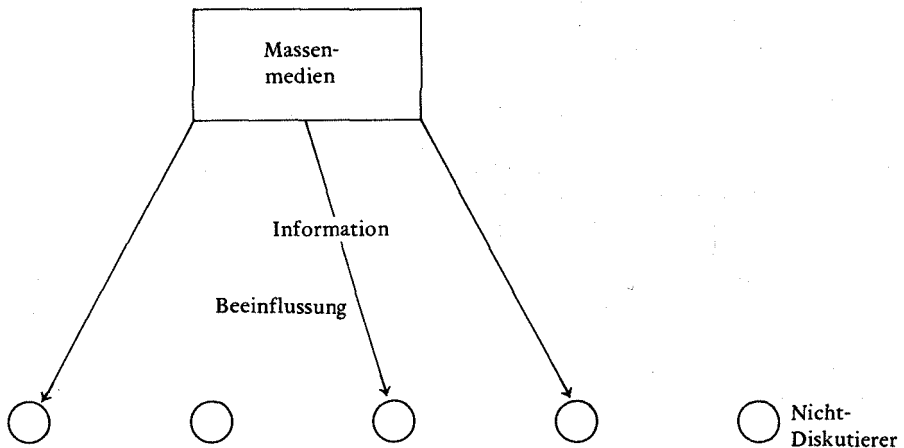
Operationalisierung der Meinungsempfänger:

„Did any of the people listed on this card talk to you about why you should vote for one of the parties or candidates?“

List: wife/husband; a relative; a friend; someone you work with; anyone else (specify)

Meinungsempfänger im Sinne des Modells sind Personen, die *nur* Meinungen empfangen. Meinungsgeber können auch Meinungen empfangen.

Schaubild 2.2: Die revidierte These: Teilmodell B



Graphische Darstellung der These vom Ein-Stufen Fluß der politischen Kommunikation für Personen ohne interpersonale politische Kommunikation nach Robinson (1976). Nicht-Diskutierer sind operationalisiert als Personen, die keine interpersonale Kommunikation über Politik zu Protokoll gaben.

des einzelnen Befragten hergestellt werden. Es wird also der Versuch unternommen, direkte Medienwirkungen aufzudecken. Inhaltlich geht es dabei in erster Linie um die Frage, ob eine eher kritische Berichterstattung und das Vertrauen in die Regierung in einem Zusammenhang stehen.

Wir haben diese Studie nicht nur wegen ihrer Methodik, sondern auch wegen ihrer speziellen Thematik ausgewählt. Ob Inhalt und Stil der massenmediale Berichterstattung über Politik mit der weithin konstatierten politischen Unzufriedenheit in der westlichen Industriegesellschaft zusammenhängt, hat sich zu einem zentralen Gegenstand des Forschungsinteresses herausgebildet. Wir werden darauf später, im Rahmen der Besprechung der politischen Wirkungen des Fernsehens, noch zurückkommen.

Miller, Goldenberg und Erbring (1979) haben über die Ergebnisse der Analyse berichtet. Es ergab sich:

1. Die Berichterstattung über Politik, gemessen durch eine Inhaltsanalyse der Titelseiten von Tageszeitungen, war zu 63 Prozent neutral, zu 31 Prozent kritisch und zu 6 Prozent eher positiv. Diese Merkmale der Berichterstattung variierten sowohl im Hinblick auf die behandelten Themen, als auch zwischen den Tageszeitungen.
2. Setzt man den prozentualen Anteil kritischer Berichterstattung in der vom Befragten selbst gelesenen Tageszeitung in Beziehung zum Grad seines Vertrauens in die Regierung und berücksichtigt man gleichzeitig den Grad der Mediennutzung, dann gilt:

Je höher der Grad der kritischen Berichterstattung und je höher der Grad der Mediennutzung, umso niedriger ist der Grad des Vertrauens des Le-

sers zur Regierung. Diese Beziehung trifft auch dann noch zu, wenn man die Schulbildung des Befragten kontrolliert. Dabei ist allerdings der Medieneffekt bei den Personen mit relativ geringer Schulbildung am größten.

Die Untersuchung zeigt, daß sich direkte Medieneffekte nachweisen lassen. Sie zeigt aber auch, daß — um dies im Rahmen repräsentativer Feldforschung sauber tun zu können — der Sprung in eine neue Kostendimension empirischer Sozialforschung nötig ist. Insgesamt kann auch im Hinblick auf den Beeinflussungsprozeß gesagt werden, daß eine Revision des Zwei-Stufen Modells nicht zu umgehen ist.

5. Einige Daten zur Situation der Bundesrepublik Deutschland

Es bleibt das Verdienst von Elisabeth Noelle-Neumann (1977 a; 1977 b), Fragen der Medienwirkungsforschung — vor allem im Zusammenhang mit den politischen Wirkungen des Fernsehens — in der Bundesrepublik erneut thematisiert zu haben. Ihre Thesen von der Schweigespirale, vom doppelten Meinungsklima und vom politischen Einfluß des Fernsehens haben die Forschung auf diesem Gebiet stimuliert.

Auf die Figur der Schweigespirale und die These vom doppelten Meinungsklima soll in diesem Zusammenhang nicht näher eingegangen werden, weil sie in erster Linie auf dem Konzept der Umweltbeobachtung und erst in zweiter Linie auf dem Kommunikationskonzept aufbauen. Die Analyse wird sich, wie zuvor, auf eine Betrachtung von Informationsfluß und Beeinflussungsprozeß beschränken. Zur Illustration wird vor allem auf die Daten der von INFRATEST durchgeführten Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung zurückgegriffen, deren Ergebnisse von Kiefer (1982) zusammengestellt wurden (siehe Tabelle 1).

Im Hinblick auf den Informationsfluß weisen die deutschen Daten in die gleiche Richtung wie in den USA. Man kann den Befund wie folgt zusammenfassen:

1. Für den Bereich der interpersonalen Kommunikation im Feld der Politik ergeben sich, je nach Indikator und Zeitpunkt der Befragung, unterschiedliche Anteilsschätzungen. 17 bis 25 Prozent der Befragten können als Meinungsgeber, 18 bis 41 Prozent als Meinungsnachfrager oder Meinungsempfänger gekennzeichnet werden. Dabei überlappen sich die Gruppen der Meinungsgeber und der Meinungsempfänger beträchtlich.

In jedem Falle — und das ist für unseren Argumentationszusammenhang besonders wichtig — ist die Bevölkerungsgruppe, die im interpersonalen Bereich über politische Sachverhalte nicht kommuniziert, vergleichsweise sehr groß.

2. Im Gegensatz dazu werden über 90 Prozent der Bevölkerung im Alter von über 14 Jahren an einem durchschnittlichen Wochentage von politischen Botschaften erreicht, die durch die Massenmedien verbreitet werden. Dabei ergibt sich unter den Massenmedien ein Vorsprung für das Fernsehen. Dieser Vorsprung ist unter den politisch schwach Interessierten besonders groß.

Geht man von der These aus, daß sich unter den politisch schwach Interessierten ein hoher Anteil von Personen ohne ausgeprägte interpersonale Kommunikation befindet, so hat man die Bevölkerungsgruppe lokalisiert, die günstige Voraus-

Table 1: Die Reichweite des politischen Informationsangebots von Fernsehen, Hörfunk und Tageszeitungen an einem durchschnittlichen Wochentag 1974 und 1980

	Gesamtreichweite politischer Information						Reichweite von Nachrichten						Reichweite von Kommentaren und zeitkritischen Beiträgen					
	Fernsehen		Hörfunk		Tageszeitung		Fernsehen		Hörfunk		Tageszeitung		Fernsehen		Hörfunk		Tageszeitung	
	74 %	80 %	74 %	80 %	74 %	80 %	74 %	80 %	74 %	80 %	74 %	80 %	74 %	80 %	74 %	80 %	74 %	80 %
Gesamtbevölkerung	68	68	59	63	54	57	65	66	59	63	52	54	62	61	23	24	31	36
Politisch stark Interessierte	72	69	63	64	75	69	69	67	63	64	73	67	67	63	27	25	50	50
Politisch mittelmäßig Interessierte	67	67	62	64	52	53	62	65	61	63	50	49	60	59	23	23	25	31
Politisch schwach Interessierte	64	66	50	58	24	31	62	63	50	58	23	30	59	61	16	23	9	12

Quelle: Kiefer (1982: 170, 175, 176)

setzungen für eine direkte Beeinflussung ihrer politischen Einstellungen und Verhaltensweisen durch die Massenmedien bietet. Dafür, daß in diesem Beeinflussungsprozeß dem Fernsehen eine herausgehobene Stellung zukommt, sprechen die folgenden Gründe und Beobachtungen:

1. Der Mechanismus der selektiven Wahrnehmung wird durch die institutionelle, zeitliche und räumliche Gebundenheit der Empfangssituation teilweise außer Kraft gesetzt.
2. Das Fernsehen als Funkmedium besitzt einen Aktualitätsvorsprung. Es wird bei aktuellen politischen Ereignissen sehr häufig als erste Informationsquelle genannt. Für 1980 wurde ermittelt, daß von den Befragten, die von politischen Ereignissen berichten konnten, 61 Prozent das Fernsehen, 23 Prozent der Hörfunk und 6 Prozent die Tageszeitung als erste Informationsquelle nutzten (siehe Tabelle 2). Politische Einflußchancen sind dann aber besonders günstig, wenn man als erster über einen Sachverhalt berichten und den Interpretationsrahmen vorgeben kann.
3. Das Fernsehen wird für eine vergleichsweise ergiebige Informationsquelle gehalten. Das gilt wiederum vor allem für die politisch schwach Interessierten. So waren etwa im Jahre 1974 52 Prozent der politisch schwach Interessierten der Meinung, durch das Fernsehen sehr viel oder viel über Politik zu erfahren. Hörfunk und Tageszeitung folgten mit etwas mehr als 30 Prozent, während sich für Gespräche in der Familie 9 Prozent und für Gespräche mit Freunden, Bekannten oder Kollegen lediglich 7 Prozent ergaben

Tabelle 2: Fernsehen, Hörfunk und Tageszeitung als erste Informationsquelle über ein bestimmtes Ereignis

Als erste Informationsquelle wurde genutzt:	1964 %	1970 %	1974 %	1980 %
Das Fernsehen	36	55	63	61
Der Hörfunk	34	21	14	23
Die Tageszeitung	18	9	5	6

Quelle: Kiefer (1982: 117)

(siehe Tabelle 3). Dies spricht dafür, daß Fernsehkommunikation, verglichen etwa mit der Tätigkeit des Lesens, müheloser aufgenommen werden kann.

- Das Fernsehen hat die Vermutung der Glaubwürdigkeit für sich. Man sieht mit eigenen Augen worüber gesprochen wird. Dieser Effekt der „Quasi-Authentizität“ ist auch in der deutschen Bevölkerung deutlich sichtbar. Auf die Frage:

„Wenn Sie von Radio, Fernsehen und Tageszeitung über ein und dasselbe Ereignis informiert werden, die Berichte aber einander widersprechen oder voneinander verschieden sind, wem würden Sie voraussichtlich am ehesten glauben: dem Radio, dem Fernsehen oder den Tageszeitungen?“,

antworteten 1980 66 Prozent dem Fernsehen, 14 Prozent dem Hörfunk und ebenfalls 14 Prozent den Tageszeitungen.

Und auch hier glauben die politisch weniger Interessierten dem Fernsehen vergleichsweise weit mehr als die politisch stark Interessierten tun (siehe Tabelle 4).

Insgesamt sprechen die Zahlen dafür, daß sich durch die Veränderungen im Bereich des Systems der Massenkommunikation, vor allem durch die Einführung des Fernsehens, die Strukturen der politischen Kommunikation sowohl hin-

Tabelle 3: Die Einstufung von Informationsquellen nach ihrer Ergiebigkeit („erfahre dort sehr viel oder viel über Politik“)

	Fern- sehen	Hör- funk	Tages- zeitung	Zeit- schrif- ten	Gespräche in der Familie	Gespräche mit Freunden, Bekanntem und Kollegen
Gesamtbevölkerung	76	46	60	9	17	19
Politisch stark Interessierte	86	56	76	15	24	28
Politisch mittelmäßig Interessierte	80	47	61	6	16	16
Politisch schwach Interessierte	52	31	32	3	9	7

Quelle: Infratest (1975: 194–201)

Tabelle 4: Vorstellungen von der Glaubwürdigkeit von Fernsehen, Hörfunk und Tageszeitungen

Indikator: „Wenn Sie von Radio, Fernsehen und Tageszeitung über ein und dasselbe Ereignis informiert werden, die Berichte aber einander widersprechen oder voneinander verschieden sind, wem würden Sie voraussichtlich am ehesten glauben: dem Radio, dem Fernsehen oder den Tageszeitungen?“

	Fernsehen			Hörfunk			Tageszeitungen		
	70 %	74 %	80 %	70 %	74 %	80 %	70 %	74 %	80 %
Gesamtbevölkerung	69	67	66	13	12	14	11	13	14
Politisch stark Interessierte	68	59	60	12	14	15	12	17	18
Politisch mittel-mäßig Interessierte	75	72	72	13	12	12	10	10	12
Politisch schwach Interessierte	63	72	68	14	12	15	11	10	9

Quelle: Kiefer (1982: 110)

sichtlich des Informationsflusses, als auch hinsichtlich der Beeinflussungsprozesse, ebenfalls verändert haben. Dabei sind die Massenmedien, insbesondere das Fernsehen, für den politisch weniger interessierten Teil der Bevölkerung, im Sinne des „Ein-Stufen“ Modells, das Robinson vorgeschlagen hat, von größter Bedeutung. Es kommt hinzu, daß die wachsende Zahl der Einpersonenhaushalte die Kommunikationschancen im interpersonalen Bereich nicht gerade fördert.

6. „Video-Malaise“ als mögliche Konsequenz?

Michael Robinson (1976) hat in einem viel beachteten Artikel die These von der Video-Malaise vertreten. Er argumentiert wie folgt:

1. Die politische Berichterstattung des amerikanischen Fernsehens sei in starkem Maße kritisch-negativistisch, aggressiv, interpretativ und anti-institutionell. Sie besitze, weil sie vom Fernsehen komme, in den Augen der amerikanischen Bevölkerung eine hohe Glaubwürdigkeit.
2. Bei der großen Reichweite des Fernsehens treffe diese Art der Berichterstattung auf die große Gruppe der politisch nur schwach Interessierten. Die Bevölkerungsgruppe besitze aber nur eine idealisierte Textbuchvorstellung von Politik.
3. Das Zusammentreffen von negativistischer Berichterstattung und idealisiertem Textbuchwissen erzeuge das Gefühl, daß es mit dem Zustand des politischen Systems schlecht bestellt sei, die politischen Akteure wenig volksnah und inkompetent seien.
4. Da insbesondere die politisch schwach Interessierten nur wenig in soziale Netzwerke mit persönlicher Kommunikation über Politik eingebunden seien, sei auch die Chance einer Interpretation solcher Information gering. Die politisch schwach Interessierten seien diesem Stil der Berichterstattung nicht gewachsen.

5. Der Prozeß sei konsonant und kumulativ. Er schlage im Zeitverlauf immer stärker auf die entsprechenden politischen Einstellungen der amerikanischen Bevölkerung durch.

Nun hat Robinson solche Langzeitwirkungen nicht wirklich gemessen. Aber seine Argumente können, insbesondere für die Gruppe der politisch schwach Interessierten, auch nicht so einfach zurückgewiesen werden. Im Gegenteil: Eher bietet sich die generellere These der Medienmalaise an, da auch die von Miller, Goldenberg und Erbring (1979) vorgelegten Ergebnisse, wie wir gesehen haben, in die gleiche Richtung weisen. So kehrt die alte Vorstellung von der Macht der Massenmedien, die man schon überwunden glaubte, heute wieder zurück. Ob allerdings aus dem Wandel politischer Kommunikationsverläufe auch in der Bundesrepublik Deutschland – angesichts der bisher von den USA grundverschiedenen Institutionalisierung des Hörfunks und des Fernsehens – Medien-Malaise, oder aber eine „politischere“ Politik folgt, ist noch nicht ausgemacht.

Literaturverzeichnis

- Infratest (1975): *Massenkommunikation 1964–1970–1974*. Tabellenband, München.
- Kiefer, M.-L. (1982): „Massenkommunikation 1964–1980“. In K. Berg, M.-L. Kiefer (Hrsg.): *Massenkommunikation II*, Frankfurt am Main: 7–198.
- Klapper, J. T. (1960): *The Effects of Mass Communication*, Glencoe.
- Lazarsfeld, P. F., B. Berelson, H. Gaudet (1944): *The People's Choice*, New York.
- Miller, A. H., E. N. Goldenberg, L. Erbring (1979): „Type-set Politics: Impact of Newspapers on Public Confidence“, *American Political Science Review*, 73: 67–78.
- Noelle-Neumann, E. (1977a): *Öffentlichkeit als Bedrohung*, Freiburg.
- Noelle-Neumann, E. (1977b): „Das doppelte Meinungsklima“. In M. Kaase (Hrsg.): *Wahlsoziologie heute. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1976*, Heft 2/3 der Politischen Vierteljahresschrift, 18: 408–451.
- Renckstorf, K. (1973): „Zur Hypothese des ‚two-step flow‘ der Massenkommunikation“. In D. Prokop (Hrsg.): *Massenkommunikationsforschung, Band 2, Konsumtion*, Frankfurt am Main: 167–186.
- Robinson, J. P. (1976): „Interpersonal Influence in Election Campaigns: Two step-flow Hypotheses“, *Public Opinion Quarterly*, 40: 304–319.
- Robinson, M. J. (1976): „Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case of the ‚Selling of the Pentagon‘“, *American Political Science Review*, 70: 409–432.
- Troldahl, V., Van Dam, R. (1965): „Face to Face Communications About Major Topics in the News“, *Public Opinion Quarterly*, 29: 626–634.