

Gerhards, Jürgen

Working Paper — Digitized Version

Die Macht der Massenmedien und die Demokratie: Empirische Befunde

WZB Discussion Paper, No. FS III 91-108

Provided in Cooperation with:

WZB Berlin Social Science Center

Suggested Citation: Gerhards, Jürgen (1991) : Die Macht der Massenmedien und die Demokratie: Empirische Befunde, WZB Discussion Paper, No. FS III 91-108, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB), Berlin

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/49824>

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.

Veröffentlichungsreihe der Abteilung **Öffentlichkeit und soziale Bewegungen** des
Forschungsschwerpunkts Sozialer Wandel, Institutionen und Vermittlungsprozesse des
Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung

FS III 91-108

**Die Macht der Massenmedien und
die Demokratie: Empirische Befunde**

Jürgen Gerhards

Berlin, Dezember 1991

Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH (WZB)

Reichpietschufer 50, D-1000 Berlin 30

Telefon (030) 25 491-0

Zitierweise:

Gerhards, Jürgen, 1991:

Die Macht der Massenmedien und die Demokratie: Empirische Befunde.

Discussion Paper FS III 91-108.

Wissenschaftszentrum Berlin.

Zusammenfassung

Die Macht der Massenmedien und die Demokratie: Empirische Befunde

Die abstrakte Frage nach der Macht der Massenmedien in Demokratien wird - durch ein theoretisches Konzept von Öffentlichkeit angeleitet - in zwei Teilfragen übersetzt, die einer empirischen Beantwortung zugänglich sind: 1. Welchen Einfluß hat die durch die Massenmedien veröffentlichte öffentliche Meinung auf die politische Wahlentscheidung von Bürgern und damit auf das für Demokratien wichtigste Instrumentarium der Vermittlung des Bürgerwillens an das politische System durch Auswahl der politischen Entscheidungsträger? 2. Welchen Einfluß hat die durch die Massenmedien veröffentlichte Meinung direkt, gleichsam zwischen den Wahlen, auf die Entscheidungen der gewählten politischen Entscheidungsträger? Zu beiden Fragestellungen werden die für die Bundesrepublik vorliegenden empirischen Studien systematisch bilanziert und die Befunde abschließend demokratietheoretisch bewertet.

Abstract

Mass Media Power and Democracy: Empirical Results

The general question of mass media power in democracies is converted - guided by a theoretical concept of the public - into two empirically accessible and answerable questions: 1. Which influence is exerted by published mass media opinion on election behavior of citizens and thereby, on the most important instrument for transmitting citizens' wishes and intentions to the political system by electing decision makers? 2. Which influence is exerted directly, i.e. between elections, by published mass media opinion on decisions of elected decision-makers? The existing empirical studies on the Federal Republic of Germany are systematically examined with regard to these two questions; finally the results are evaluated on the basis of theory of democracy.

**Die Macht der Massenmedien und die Demokratie:
Empirische Befunde**

Jürgen Gerhards

Forschungslücken zu markieren und damit die eigenen Überlegungen und Anstrengungen zu legitimieren, gehört mit zur Rhetorik wissenschaftlicher Argumentation.¹ Der Legitimationsbedarf selbst resultiert aus dem Gebot, daß wissenschaftliche Bemühungen immer etwas Neues hervorbringen sollen, und der Verweis auf eine vermeintliche Lücke ist bereits die halbe Miete auf dem Weg der Begründung des eigenen Vorhabens. Wenn für den Zusammenhang zwischen Massenmedien und Demokratie - bzw. allgemeiner - zwischen Massenmedien und politischem System, hier ebenfalls eine Forschungslücke konstatiert wird, dann ist dies auf den ersten Blick nicht bloß Rhetorik. Walter Lippmann (1922: 320) konstatierte bereits 1922: "Political Science was taught in our colleges as if newspaper did not exist". Rainer Geißler konstatiert 1973 (13) nach einer Durchsicht der Literatur: "Im Mittelpunkt der Demokratieforschung stehen Regierung, Parlament, Parteien, Verbände, Eliten oder Wahlen, Fragen der Massenkommunikation werden nur am Rande berührt". Max Kaase formuliert 1986 (359ff) eine ähnliche These, gibt ihr aber eine empirische Absicherung, indem er den Anteil an Aufsätzen zum Thema Massenmedien in deutschen und amerikanischen soziologischen und politikwissenschaftlichen Fachzeitschriften berechnet: Weniger als 1% der insgesamt 2640 publizierten Aufsätze befassen sich mit dem Gegenstandsbereich Massenkommunikation. Der Schluß, den Kaase zieht, "Die moderne Politische Wissenschaft hat das Feld der Massenkommunikation als Forschungsproblematik weitgehend ignoriert" (Kaase 1986: 359), ist sicherlich berechtigt. Bekräftigt wird dieser Befund für die spezielle Frage nach dem Zusammenhang von Massenmedien und Demokratie, wenn man sich die publizierten Bücher im Bereich der Demokratietheorie der letzten

¹ Bei den folgenden Überlegungen handelt es sich um die Ausarbeitung eines Vortrags für die Tagung "Macht der Öffentlichkeit - Öffentlichkeit der Macht", die vom 4. bis zum 6. Juli 1991 in der Werner-Reimers-Stiftung in Bad Homburg stattfand und von der Sektion "Politische Philosophie und Theoriegeschichte" der DVPW im Rahmen des DFG-Schwerpunktprogramms "Theorie politischer Institutionen" veranstaltet wurde; ich bedanke mich besonders bei Klaus Schönbach für eine konstruktive Kritik und Kommentierung; Dank gilt auch den Mitarbeitern der Abteilung "Öffentlichkeit und soziale Bewegungen" und Katrin Voltmer, die die Manuskriptfassung ausführlich kommentiert haben.

Jahre anschaut. Weder in der Arbeit von Giovanni Sartori (1987) noch in der von David Held (1987) noch in dem Buch von Robert A. Dahl (1989) finden sich Ausführungen zur Rolle der Massenmedien in der Demokratie.

Mit diesem Defizit an theoretischen und empirischen Studien innerhalb der Politikwissenschaft und Soziologie korrespondiert umgekehrt eine Fülle an eher kulturkritischen Arbeiten, die meist spekulativ - Einzelergebnisse generalisierend - Aussagen über die Wirkung von Massenmedien formulieren und auf der Basis von normativen Hintergrundsannahmen häufig ein Klagelied über den Zerfall einer vermeintlich guten Öffentlichkeit anstimmen und die Gefahren einer durch die Medien verbreiteten Massenkultur beschreiben. Die einschlägige Literatur reicht von dem Kapitel "Kulturindustrie" in der Dialektik der Aufklärung von Max Horkheimer und Theodor W. Adorno (1971), über Jürgen Habermas' Strukturwandel der Öffentlichkeit (1962) bis hin zu dem jüngst erschienenen Buch von Douglas Kellner (1990). Gemeinsam ist diesen Arbeiten, daß sie ausgehend von einem nicht empirisch orientierten Wissenschaftsverständnis empirische Aussagen formulieren, ohne aber eine systematische Überprüfung der formulierten Thesen zu versuchen.

Ein ganz anderes Bild in bezug auf die Literaturlage ergibt sich, wenn man den engeren Bereich der Politikwissenschaft und der Soziologie verläßt und einen Blick auf die Forschungen der Publizistik und der Kommunikationswissenschaft wirft, die sich gerade um das Themenfeld Massenkommunikation als eigenständige Disziplin konstituiert und ausdifferenziert haben. Hier findet sich eine kaum noch überschaubare Anzahl an in erster Linie empirischen Forschungen, die sich in besonderer Weise auf Fragen der Massenmedienwirkungen konzentrieren. So zahlreich und wertvoll die einzelnen Studien sind, so selten sind sie bezogen auf Fragen, die sich aus einer politikwissenschaftlichen Perspektive ergeben, zu denen auch die Frage nach der Macht der Medien in der Demokratie gehört.

Es ist allerdings erstaunlich, in welchem geringem Maße Politikwissenschaft und Soziologie die Arbeiten der Massenkommunikationswissenschaft rezipiert haben. Die Binnendifferenzierung des Wissenschaftssystems in eigene Fachbereiche für Massenkommunikation auf der einen Seite und Politik auf der anderen Seite mit jeweils eigenen Zeitschriften und einer spezifischen scientific community führt offensichtlich zu wechselseitiger Indifferenz und Nichtwahrnehmung.

Angesichts dieser Ausgangslage versuchen die folgenden Ausführungen, eine Brücke

zwischen beiden Bereichen zu schlagen und die empirischen Studien der Kommunikationswissenschaften auf eine aus politikwissenschaftlicher Perspektive gewonnene Fragestellung zu beziehen. Die Frage nach dem Verhältnis von Massenmedien und Demokratie soll dabei nicht theoretisch, sondern empirisch zu beantworten versucht werden.² Ziel ist es, die Befunde der Literatur systematisch zu bilanzieren und die Fragen und Themen auszuweisen, über die keine ausreichend gesicherten empirischen Erkenntnisse vorliegen. Die allgemeine noch zu spezifizierende Leitfragestellung, die als Raster zur Bilanzierung der Literatur dient, lautet dabei: Welchen Einfluß haben die Massenmedien auf den demokratischen Willensbildungsprozeß? Eine Annäherung an eine Beantwortung dieser Fragestellung soll in mehreren Schritten erfolgen. In einem ersten Schritt werden die Massenmedien im Prozeß der politischen Willensbildung theoretisch und konzeptionell lokalisiert und mögliche Einflußkanäle der Massenmedien aufgezeichnet. Zwei der unter demokratiethoretischer Perspektive als bedeutsam erachteten Einflußkanälen soll dann genauer nachgegangen werden: 1. Welche Medien haben welchen Einfluß auf die Wahrnehmung von Politik und die Wahlentscheidung von Bürgern und damit auf den für Demokratien zentralsten Prozeß der Vermittlung von Interessen der Bürger an politische Entscheidungsträger? 2. Welche Medien haben welchen direkten Einfluß auf die einmal gewählten politischen Entscheidungsträger?

² Grundlage bildet also ein Wissenschaftsverständnis, das seit Max Weber als erfahrungswissenschaftliches Verständnis beschrieben wird: Aussagen über die soziale Wirklichkeit bedürfen einer empirischen, intersubjektiven Plausibilität. Dies mag selbstverständlich klingen, in dem theoretischen Kontext der Tagung, für die die folgenden Ausführungen geschrieben wurden, gilt dies aber sicherlich nicht.

I. Der theoretische Bezugsrahmen

Zur Fixierung eines theoretischen Rahmens zur Konkretisierung der Fragestellung soll mit einer Reihe von Definitionen, die an anderer Stelle genauer expliziert wurden, begonnen werden (vgl. Jürgen Gerhards und Friedhelm Neidhardt 1990).

1. Politische Öffentlichkeit wird als ein Unterfall von allgemeiner Öffentlichkeit begriffen. Unter politischer Öffentlichkeit (in modernen, funktional differenzierten Gesellschaften) soll ein ausdifferenziertes Kommunikationssystem verstanden werden, dem eine intermediäre Funktion zukommt: Politische Öffentlichkeit vermittelt zwischen den Bürgern und Interessengruppen auf der einen und dem politischen System auf der anderen Seite.

2. Der Output eines Kommunikationssystems Öffentlichkeit - der Gegenstand der Vermittlung also - bildet die öffentliche Meinung. Unter öffentlicher Meinung soll nicht die meist durch die Meinungsforschung rekonstruierte Summe von Individualmeinungen verstanden werden, sondern die öffentlich kommunizierten Themen, Meinungen und Argumente zur Stützung von Meinungen. Erst wenn Themen und Meinungen von Individuen sowie Themen und Meinungen kollektiver Akteure öffentlich kommuniziert und nicht geheimgehalten werden, haben sie die Chance, zur Generierung öffentlicher Meinung beizutragen.

3. Massenmedien werden verstanden als ein Teil eines umfassenderen Kommunikationssystems Öffentlichkeit. In modernen differenzierten Gesellschaften bilden Massenmedien das wichtigste Subsystem von Öffentlichkeit. In systemtheoretischer Perspektive gewinnt Öffentlichkeit mit der Entstehung der Massenmedien und der Ausdifferenzierung entsprechender Leistungs- und Publikumsrollen erst den Charakter eines auf Dauer ausdifferenzierten Teilsystems der Gesellschaft.¹ Die damit gewonnene Leistungsfähigkeit des Systems bezieht sich sowohl auf die Zeit-, Sach- wie auch auf die Sozialdimension: Massenmedien verbreiten dauerhaft (a) über eine Vielzahl an Themen (b) Informationen an ein breites Publikum (c). Die massenmedial veröffentlichte öffentliche Meinung - im folgenden immer kurz als veröffentlichte Meinung bezeichnet - ist entsprechend die wichtigste öffentliche Meinung. Wichtigkeit sei operationalisiert als die einflußreichste öffentliche Meinung in bezug auf die Chance der Beeinflussung des politischen Systems als auch umgekehrt der Akteure der Ge-

¹ Massenmedien als Teil von Öffentlichkeit zu begreifen und von anderen Ebenen von Öffentlichkeit zu unterscheiden und damit die Medien in einen weiteren theoretischen Theorierahmen zu integrieren, ist an anderer Stelle entwickelt worden (vgl. Jürgen Gerhards und Friedhelm Neidhardt 1990).

sellschaft.² Massenmedien sind dadurch gekennzeichnet, daß sie öffentliche Meinung durch technische Verbreitungsmittel öffentlich indirekt und einseitig an ein disperses Publikum verbreiten (vgl. G. Maletzke 1976: 4).

4. Unter Demokratie soll eine Organisationsform des politischen Systems begriffen werden, in der die Herstellung kollektiv verbindlicher Entscheidungen an die Interessen und Willensbildungsprozesse der Bevölkerung gekoppelt sind.³ Zwei verschiedene Formen der Umsetzung des allgemeinen demokratischen Prinzips werden in der Regel unterschieden: Entweder entscheiden die Bürger selbst in Abstimmungen über alle Sachfragen, oder sie entscheiden darüber, wer entscheiden soll (plebiszitäre versus repräsentative Demokratie). In westlich industrialisierten Gesellschaften haben sich allein repräsentative Demokratien unterschiedlicher Verfaßtheit durchgesetzt, die je nach Land in unterschiedlichem Ausmaß und auf verschiedenen Ebenen durch plebiszitäre Elemente ergänzt werden. Wir nehmen den Typus einer repräsentativen Demokratie als Bezugspunkt eines Begriffs von Demokratie⁴ und definieren Demokratie als "ein politisches System, in dem der Einfluß der Majorität durch gewählte und in Wettbewerb stehende Minoritäten sichergestellt ist.....Demokratie ist ein selektives System konkurrierender gewählter Eliten." (Giovanni Sartori 1975: 73)

Begreift man Öffentlichkeit und damit Massenmedien im oben gefaßten Sinne als ein intermediäres System, dann lautet die Frage nach dem Zusammenhang von Massenmedien und Demokratie: Welchen Einfluß nimmt die durch die Massenmedien veröffentlichte Meinung auf den demokratischen Prozeß der Willensbildung und Interessenvermittlung an das politische System und damit auf den Prozeß der Herstellung kollektiv verbindlicher Entscheidungen?⁵

5. Die durch die Massenmedien veröffentlichte Meinung kann vornehmlich in zweifacher Weise auf die Entscheidungsträger und die Entscheidungen des politischen Systems wirken:

2 Massenmedien als wichtigstes Subsystem von Öffentlichkeit zu begreifen ist keine theoretische, sondern eine empirische Aussage. Empirische Stützung erfährt diese These an späterer Stelle.

3 Die Gettysburg Formel Lincolns aufgreifend: Demokratie ist "government of the people, by the people, for the people".

4 Die Argumente, die gegen die Möglichkeit einer direkten Demokratie vorgebracht wurden, sind zahlreich und überzeugend; vgl. zuletzt und stringent argumentierend Clausjohann Lindner 1990; vgl. auch Christoph Guy 1989.

5 Legt man die von Gerhard Göhler (1990: S. 3) eingeführte Definition von politischer Institution zugrunde, dann handelt es sich bei dem hier eingeführten Begriff von politischer Öffentlichkeit um eine politische Institution insofern, als Öffentlichkeit einen spezifischen, auf Dauer gestellten Sinnzusammenhang darstellt, der sich auf die Herstellung und Durchführung gesamtgesellschaftlich verbindlicher Entscheidungen bezieht.

a. Zum einen **direkt** durch die Rezeption der veröffentlichten Meinung durch gewählte politische Entscheidungsträger und den Grad der Beeinflussung der politischen Entscheidungen durch die Rezeption der veröffentlichten Meinung. Warum ist eine solche Beeinflussungsrichtung plausibel? Man muß mit der ökonomischen Theorie der Politik (vgl. Anthony Downs 1972) nicht die These teilen, daß die Maximierung der Wählerstimmen das alleinige Handlungsziel politischer Entscheidungsträger und ihrer Konkurrenten ist; die Maximierung der Stimmen zur Erreichung von Entscheidungspositionen ist aber sicherlich eines der wichtigsten Handlungsziele. Nur mit der nötigen Anzahl an Wählerstimmen können in Demokratien Regierungspositionen besetzt werden, von denen aus dann kollektiv verbindliche Entscheidungen gefällt werden können. Zur Erreichung dieses Ziels müssen Parteien sich in ihren Handlungen an den erwarteten Forderungen und Bedürfnissen der Bürger orientieren und ihre Handlungen (Regierung) und Handlungsangebote (Opposition) an den Bedürfnissen ihres Wählerpotentials ausrichten. Da diese nicht genau bekannt sind, handeln Parteien unter Bedingungen unvollkommener Information (vgl. Anthony Downs 1972: 127). Sie versuchen dieses Defizit auf verschiedene Weisen zu kompensieren. Die öffentliche Meinung und in erster Linie die veröffentlichte Meinung dient den Parteien als Ersatzindikator, als Ersatzmessung der Bedürfnispräferenzen der Bürger, an der sie dann ihre eigenen Handlungen orientieren. Dies macht plausibel, warum es für um Entscheidungspositionen konkurrierende Eliten rational ist, die massenmedial veröffentlichte Meinung zu beachten und warum diese also einen direkten Einfluß auf die Entscheidungsträger hat.⁶ Hinzu kommt ein zweiter und wahrscheinlich gewichtigerer Faktor der Einflußnahme massenmedial veröffentlichter Meinung.

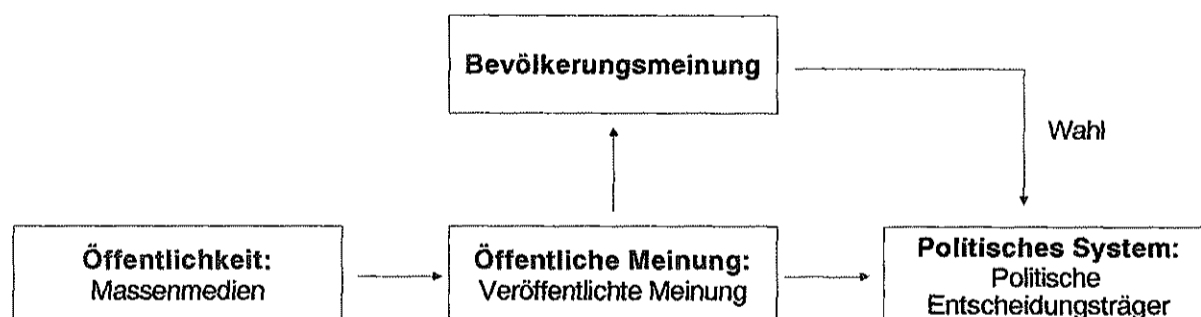
b. Die durch die Massenmedien veröffentlichte Meinung beeinflusst die Entscheidungsträger und die Entscheidungen des politischen Systems **indirekt** durch die Rezeption der veröffentlichten Meinung durch die Bevölkerung und den Grad der Beeinflussung der Bevölkerung in ihrer Sicht der Politik und in ihren Präferenzen und Entscheidungen; die Beeinflussung der Bürger durch die Rezeption der veröffentlichten Meinung hat einen Einfluß auf deren politische Präferenzen, die u.a. in Formen politischer Partizipation zum Ausdruck kommen. Wichtigste Partizipationsform zumindest in repräsentativen Demokratien ist die Wahl der Entscheidungsträger. Die wichtigste indirekte Beeinflussungsrichtung der Massenmedien auf politische Entscheidungen läuft entsprechend über den Weg der Beeinflussung der Wahlpräferenzen der Bürger und damit

⁶ Die Stärke des Einflusses ergibt sich aus dem Verhältnis zu anderen Einflußkanälen. Die Meinungsumfragen stellen ein funktionales Äquivalent dar. Je besser und genauer diese die Meinungen und Bedürfnisse der Bürger abtasten, desto bedeutungsloser wird die öffentliche bzw. veröffentlichte Meinung als Ersatzindikator. Helmut Kohl scheint ein Politiker zu sein, der häufig gegen die veröffentlichte Meinung aber in Übereinstimmung mit der Meinung der Mehrheit der Bevölkerung regiert.

auf die Auswahl der Personen und Parteien, die kollektiv verbindliche Entscheidungen herstellen. Warum ist eine solche Beeinflussung plausibel? Auch für die Bürger gilt, daß sie in ihrer Wahlentscheidung unter der Bedingung unvollständiger Information entscheiden (vgl. Anthony Downs 1972: 127f). Die Bürger wissen nicht genau, was die Parteien in der Vergangenheit unternommen haben und was sie für die Zukunft an Optionen anbieten und in welcher Weise die Handlungen der Parteien ihre eigenen Bedürfnisse und Meinungen tangieren werden. Die öffentliche Meinung und speziell die veröffentlichte Meinung wird von den Bürgern als Ersatzmessung der Handlungen und Handlungsoptionen der Parteien genommen und dient damit als Orientierungspunkt für die Ausbildung eigener Präferenzen und speziell eigener Wahlpräferenzen. Die entscheidende Macht der Massenmedien im speziellen und der von Öffentlichkeit im allgemeinen beruht auf der Tatsache, daß sie öffentliche Meinung generieren, die Einfluß auf die Meinungsbildung und die Ausbildung von Wahlpräferenzen nimmt. Der Wahlakt selbst entscheidet die Parteienkonkurrenz um die Besetzung von Regierungspositionen.

Man kann den skizzierten Zusammenhang zwischen Öffentlichkeit, öffentlicher Meinung und politischem System auch schematisch darstellen.

Schema 1: Öffentlichkeit und politisches System



Die stichwortartige Konzeptionierung des Zusammenhangs von Öffentlichkeit, Massenmedien, öffentliche Meinung, veröffentlichte Meinung und demokratischem System mag für die hier anvisierte Zielsetzung ausreichen. Ziel war es, die abstrakte Frage nach dem Verhältnis zwischen Massenmedien und Demokratie durch Definitionen und

theoretische Annahmen so zu verengen, daß sie in eine grundsätzlich empiriefähige Fragestellung transformiert werden kann. Es ergeben sich zwei Fragestellungen:

1. Welchen Einfluß hat die durch die Massenmedien veröffentlichte Meinung auf die Wahrnehmung der Politik durch die Bürger und auf die politische Wahlentscheidung von Bürgern und damit auf das für Demokratien wichtigste Instrumentarium der Vermittlung des Bürgerwillens an die politischen Entscheidungsträger?

2. Welchen Einfluß hat die durch die Massenmedien veröffentlichte Meinung direkt, gleichsam zwischen den Wahlen, auf die Entscheidungen politischer Entscheidungsträger?

Beiden Fragen soll im folgenden nachgegangen werden. Dabei ist es das Ziel, durch Bilanzierung der einschlägigen Literatur, die Art und Stärke des Einflusses und die Faktoren zu bestimmen, die einen mehr oder weniger großen Einfluß der Massenmedien auf den demokratischen Willensbildungsprozeß bedingen, und zugleich die Fragen zu markieren, die empirisch offen sind und Forschungslücken darstellen. Erst am Ende der Ausführungen soll zu den theoretischen Annahmen und demokratietheoretischen Prämissen zurückgekehrt werden.

Ein Blick auf die einschlägige Literatur macht sehr schnell deutlich, daß sich Aussagen über die Macht der Medien in generalisierter Form kaum formulieren lassen. Immer sind Spezifikationen und die Angabe von Randbedingungen notwendig: Was für das Fernsehen gilt, muß nicht für die Zeitungen gelten, was für politisch interessierte Rezipienten gilt, gilt nicht unbedingt für politisch nicht interessierte; ob eine Rundfunkanstalt öffentlich-rechtlich verankert ist oder privatwirtschaftlich betrieben wird, wird den Output an veröffentlichter Meinung beeinflussen etc. Vorsicht in der Formulierung von Aussagen ist also geboten, Verengungen und Spezifikationen der allgemeinen Fragestellung sind notwendig. Die folgenden Ausführungen beziehen sich allein auf die Macht der Massenmedien auf die politische Willensbildung und Interessenvermittlung in der Bundesrepublik Deutschland. Sie beschränken sich auf die nationale Ebene, beziehen sich also allein auf die Beeinflussung nationaler Entscheidungsträger (Mitglieder des Bundestags) und auf nationale Wahlen (Bundestagswahlen). Weitere Spezifizierungen der Reichweite der Aussagen werden dann in einzelnen Punkten vorgenommen.

II. Massenmedien, Wahrnehmung von Politik durch die Bürger und Wahlentscheidung

Die Macht der Medien in der Beeinflussung der Wahrnehmung der Politik und der Wahlentscheidung der Bürger und damit in der Beeinflussung eines zentralen Mechanismus demokratischer Willensbildung hängt von verschiedenen Faktoren ab, die nacheinander diskutiert werden sollen. Damit die Medien überhaupt einen Einfluß auf die Meinungen der Bürger nehmen können, müssen die Informationen der Medien rezipiert werden. Welche Informationsquellen werden von den Bürgern als politische Informationsquellen genutzt, und welche Rolle spielen die Medien im Vergleich zu anderen Einflußkanälen (1)? Damit eine Informationsaufnahme eine Einstellungs- und Verhaltensänderung bewirkt, müssen auf der Rezipientenseite Dispositionen für eine Verhaltensveränderung vorhanden sein. Welche Faktoren sind hier relevant (2)? Die Art und die Richtung der Beeinflussung hängen ab von den durch die Massenmedien übermittelten Inhalten. Wie formt die Medienberichterstattung das Bild der Politik, und welche Selektivitäten weist sie auf, und wie wirken diese auf die Präferenzen der Bürger (3)?

1. Rezeption der Medieninformationen durch die Bürger als Bedingung der Einflußnahme

Die Ausbildung von Wahlpräferenzen hängt von den Informationen und Meinungen ab, die man über die zur Wahl stehenden Parteien und Kandidaten erfährt. Bedingung der Möglichkeit einer Einflußnahme der Massenmedien auf die Wahlpräferenzen der Bürger ist, daß die Bürger wichtige Informationen über Politiker und Parteien überhaupt durch die Massenmedien übermittelt bekommen und diese auch rezipieren. Die Frage ist dann, wie die Einflußstärke der Medien im Vergleich zu anderen Einflußnahmen einzuschätzen ist und welche der Medien rezipiert werden?

Bürger können sich über verschiedene Kanäle über Politik informieren. In einem Ebenenmodell von Öffentlichkeit hatten wir zwischen interpersonaler Kommunikation, dem Besuch von politischen Veranstaltungen und der Teilnahme an der massenmedialen Kommunikation unterschieden. Welche Bedeutung kommt den drei Einflußkanälen in der Übermittlung politischer Informationen zu? Tabelle 1 weist die Häufigkeit der interpersonalen Diskussion über politische Themen in der Bundesrepublik aus.¹ Ich

¹ Die Daten sind unveröffentlichten Berechnungen, die Dieter Fuchs angestellt und dankenswerterweise mir zur Verfügung gestellt hat, entnommen.

werde hier wie in den folgenden Tabellen - soweit die Datensätze dies erlauben - die Entwicklungstrends über die letzten 20 Jahre angeben, auch wenn diese im einzelnen nicht interpretiert werden.

Tabelle 1: Häufigkeit der Diskussion über politische Themen in Prozent (Quelle: Eurobarometer 30, 25, 20, 14, 10)

	1970	1974	1980	1985	1990
Häufig	12,9	14,0	17,2	13,5	13,0
Manchmal	60,8	64,8	65,2	69,1	69,4
Nie	26,4	21,1	17,7	17,3	17,6

Zwar ist der Prozentsatz derjenigen, die sich nie über Politik unterhalten, in den letzten 20 Jahren kontinuierlich zurückgegangen, 1990 waren es aber immer noch 17,6%, für die Politik in Gesprächen überhaupt kein Thema ist. Für diese werden massenmedial vermittelte Informationen die einzige Informationsquelle über Politik darstellen. Aber auch für diejenigen, die angeben, nur manchmal über Politik zu diskutieren (1990: 69,4%), kann man aus mehreren Gründen vermuten, daß die interpersonale Kommunikation keinen allzu wichtigen Kanal der politischen Informationsvermittlung darstellt. Zum einen wird sich in der Gruppe derjenigen, die auf die gestellte Frage mit "manchmal" geantwortet haben, ein nicht unbeträchtlicher Anteil derer verbergen, die eher selten oder nie über Politik kommunizieren, aber im Sinne der sozialen Erwünschtheit mit manchmal geantwortet haben. Zum zweiten wird die manchmal ausgeübte interpersonale Kommunikation kein ausreichender Kanal der kontinuierlichen Informationsaufnahme über Politik sein können und entsprechend schwach in der Beeinflussung sein. Zudem werden die Themen, über die dann zwischen Freunden kommuniziert wird, in aller Regel nicht in den Gesprächen selbst erfunden werden, sondern häufig durch die Massenmedien gesetzte Themen sein, wie man aus der agenda setting- Forschung weiß (vgl. Lutz Erbring et al. 1980). So haben Michael Buß et al. (1984) anlässlich der Bundestagswahl 1984 von 359 Personen ein Paneltagebuch führen lassen, in das bemerkenswerte Ereignisse und die Informationsquelle für die Ereignisse

eingetragen werden sollten. Die Auswertung zeigt, daß politische Themen, die als bemerkenswert betrachtet wurden, fast ausschließlich mit den Medien als Informationsquelle in Verbindung gebracht wurden, interpersonale Kommunikation war umgekehrt für nicht-politische Themen der dominante Kommunikationskanal (vgl. die Tabelle in Michael Buß et al. 1984: 32).

Die hier vertretene These der Bedeutung der Massenmedien im Vergleich zu interpersonaler Kommunikation steht im Widerspruch zu dem gerade in den letzten Jahren wieder in der Literatur betonten Konzept des "Two step flow of communication" (vgl. Klaus Merten 1988; Michael Schenk 1989). Danach wird die Bedeutung der Kommunikation mit Mitgliedern des persönlichen Netzwerks und speziell mit Meinungsführern vor allem für die Meinungsbildung hoch veranschlagt. Allerdings liegen für die Gegenwart und vor allem für die Bundesrepublik keine Daten vor, die diese These bestätigen könnten. Die unterschiedliche Stärke der verschiedenen Kommunikationskanäle für die politische Informationsübermittlung und die Meinungsbildung empirisch zu gewichten, stellt - zumindest für die Bundesrepublik - eine Forschungslücke dar. Solange diese nicht gefüllt ist, halten wir uns an die oben angestellten Interpretationen der Tabelle 1 und gehen von der Dominanz der Massenmedien als Informationsübermittler aus. Allerdings kann man für die nahe Zukunft in dieser Frage empirischen Aufschluß erwarten.²

Die Einflußstärke politischer Veranstaltungen auf die Informationsübermittlung und Meinungsbildung muß man noch schwächer veranschlagen. Eine Einschaltung einschlägiger Fragen zum Thema "Öffentliche Veranstaltungen" in eine repräsentative Bevölkerungsbefragung (ZUMA-BUS 1989) im Herbst 1989 kommt zu dem Ergebnis, daß nur 15,2% der Befragten in den letzten beiden Jahren an einer politischen Veranstaltung teilgenommen haben. Bedenkt man neben dem geringen Prozentsatz an Bürgern, die überhaupt an einer politischen Veranstaltung teilgenommen haben, daß Veranstaltungen einmalig und thematisch gebunden sind und entsprechend nicht für eine breite und kontinuierliche Informationsübermittlung taugen, kann man schlußfolgern, daß politische Veranstaltungen für die Bürger keine zentrale Rolle in der Vermittlung politischer Informationen spielen werden (vgl. Jürgen Gerhards 1991).

² Antworten zu dieser offenen Forschungsfrage lassen sich von einem von der DFG geförderten Forschungsprojekt mit dem Titel "Multi-Step-Flow", das unter der Leitung von Klaus Merten durchgeführt wird, erwarten. Die Ergebnisse des Zwischenberichts scheinen aber die These von der Dominanz der Massenmedien in der politischen Informationsübermittlung zu bestätigen: Über 50% der Befragten pflegten keine interpersonale Kommunikation über Politik (Informationsgebung), über 70% der Befragten konnten keine Person angeben, die einen Einfluß auf ihre Meinungsbildung hatten (Ratgebung) (vgl. Klaus Merten 1991: 14).

Der Rezeption politischer Informationen durch die Massenmedien kommt im Vergleich dazu eine viel größere Bedeutung zu. Dazu sollen im folgenden einige Basisinformationen eingespielt werden. Bedingung für eine massenmediale Informationsübermittlung ist die Vernetzung der Bürger mit den Kommunikationsmedien.

Tabelle 2: Versorgungsdichte mit den Medien Fernsehen, Hörfunk und Tageszeitungen in Prozent. (Quelle: Marie-Luise Kiefer 1987: 21)

	1964	1970	1974	1980	1985
Mindestens ein Fernsehgerät	55	85	95	97	97
Mindestens ein Hörfunkgerät	95	95	96	98	98
Mindestens ein Zeitungsabonnement oder eine regelmäßig gekaufte Zeitung	70	77	78	78	72

Tabelle 2 weist aus, daß in bezug auf zwei der drei Medien (Fernsehen und Radio) die Möglichkeiten einer Versorgung 1990 nahezu ausgeschöpft sind. Aber auch die Versorgung mit einer Tageszeitung liegt, ohne daß hier Vergleichszahlen aus anderen Ländern angeführt werden können, enorm hoch. Die Versorgung der Bürger mit Medien besagt allerdings noch nichts über die Nutzung der Medien. Diese soll im folgenden im Mittelpunkt der Analyse stehen. Dabei beschränken sich die Ausführungen auf die Rezeption politischer Informationen. In welchem Maße die verschiedenen Medien für politische Informationen genutzt werden, ergibt sich aus der folgenden Tabelle 3.

Tabelle 3: Nutzung des politischen Informationsangebots pro durchschnittlichem Werktag in Prozent (Quelle: Marie-Luise Kiefer 1987: 107)

	1964	1970	1974	1980	1985
Fernsehen	42	63	68	68	62
Hörfunk	47	55	59	63	73
Tageszeitung	46	49	54	57	54

Vergleicht man die Werte aus dem Jahr 1964 mit denen aus dem Jahr 1985, so sieht man, daß für alle drei Medien die Nutzung bezüglich politischer Informationen zugenommen hat. Wenn auch hier Vergleichszahlen aus anderen Ländern fehlen, kann man davon ausgehen, daß die Nutzung massenmedial vermittelter politischer Informationen in der Bundesrepublik sehr hoch ist. Dies wird deutlicher, wenn man die tägliche Nutzung verschiedener Medien betrachtet.

Tabelle 4: Nutzung des politischen Informationsangebots durch verschiedene Medien pro durchschnittlichem Werktag in Prozent (Quelle: Marie-Luise Kiefer 1987: 109)

	1970	1974	1980	1985
Durch alle drei Medien werden täglich erreicht	22	25	25	29
Durch zwei Medien werden täglich erreicht	39	41	43	37
Durch ein Medium werden täglich erreicht	29	26	25	28
Von keinem Medium werden täglich erreicht	7	5	3	4

1985 waren es nur 4% der Bevölkerung, die an einem durchschnittlichen Werktag keine Informationen über Politik durch die Massenmedien rezipiert haben. Nicht nur in bezug auf die Ausstattung mit Medien, sondern auch bezüglich der Nutzung der Massenmedien im Hinblick auf politische Informationen ist der Möglichkeitsraum nahezu ausgeschöpft. Unter demokratietheoretischer Perspektive interessant ist auch der Befund, daß 66% der Bevölkerung mindestens zwei Informationsquellen täglich rezipieren. Geht man davon aus, daß die durch verschiedene Medien vermittelten Informationen nicht identisch sind, bedeutet die Nutzung mehrerer Medien die Chance für eine pluralistische Informationsaufnahme und Meinungsbildung.

Bilden die Massenmedien im Vergleich zu anderen Einflußkanälen die wichtigste Informationsquelle für politische Informationen, stellt sich im zweiten Schritt die Frage, ob und welchem der drei Massenmedien eine zentrale Stellung zukommt. Tabelle 3 läßt vermuten, daß bezüglich der politischen Informationsübermittlung dem Radio vor dem Fernsehen und der Tageszeitung die Funktion eines Leitmediums zukommt. Führt man allerdings im Hinblick auf den Typus der übermittelten Informationen einige Qualifizierungen an, kommt man zu einem anderen Ergebnis. Das Fernsehen bildet dann das wichtigste Medium der Informationsübermittlung.

a. Die stündlichen Nachrichten des Radios vermitteln in erster Linie Meldungen, die in der letzten Stunde als Agenturmeldungen die Redaktion erreicht haben; sie geben nur zum Teil einen Gesamtüberblick über das Geschehen an einem Tag. Insofern ist die rezipierte Information punktuell; dies ist beim Fernsehen und den Zeitungen anders; diese beziehen sich auf den Gesamttag.

b. Die Wichtigkeit der verschiedenen Medien (Zeitungen, Radio, TV) variiert mit der Ebene an Politik, die zur Diskussion steht. Die Tageszeitungen werden speziell als Informationsquelle über Landes- und Kommunalpolitik genutzt (vgl. Marie-Luise Kiefer 1987). Auf dieser Ebene stehen die Zeitungen fast konkurrenzlos da, da sowohl das Fernsehen als auch das Radio - sieht man von den neuen privaten Rundfunkanstalten ab - auf Landes- bzw. Bundesebene ihre Programme ausstrahlen und entsprechend ihre Informationen auswählen. Dies gilt für die Darstellung von Politik insgesamt wie auch für die hier im Zentrum stehende Frage nach der Informationsübermittlung im Zusammenhang mit Wahlen. Das Fernsehen ist das bedeutsamste Medium im Zusammenhang nationaler Wahlen (Bundestagswahlen); sein Einfluß verringert sich, je lokalbezogener die Wahl wird.³ Spezifiziert man die Fragestellung nach der Möglichkeit der Beeinflus-

³ Marie-Luise Kiefer (1982: 94) kommt zu folgenden Ergebnissen: Wenn es um nationale politische Belange geht, würden 62% der Befragten das Fernsehen, 47% das Radio und 33% die Zeitung sehr vermissen. Für die lokale Berichterstattung gilt genau der umgekehrte Befund.

sung der Meinungen der Bürger auf nationale Wahlen, dann ist das Fernsehen das wichtigste Medium der Informationsübermittlung.⁴

c. Die besondere Stellung des Fernsehens wird weiterhin unterstrichen, wenn man die perzipierte Qualität der Informationsübermittlung durch das Fernsehen im Vergleich zu den anderen Medien betrachtet. Tabellen 5, 6 und 7 geben darüber Aufschluß.

⁴ Klaus Schönbach (1987: 386) hat die perzipierten Informationsquellen für die Wahl zum Europaparlament 1979 und für eine Kommunalwahl in Dortmund 1984 miteinander verglichen. Die Ergebnisse zeigen, daß das Fernsehen für die Europawahl die wichtigste Informationsquelle darstellt, für die Kommunalwahl aber nur eine geringe Rolle spielte.

Tabelle 5: Perzipierte Objektivität der verschiedenen Medien in der Vermittlung aktueller politischer Informationen in Prozent (Quelle: Marie-Luise Kiefer 1987)

	1964			1970			1974			1980			1985		
	TV	HF	TZ	TV	HF	TZ	TV	HF	TZ	TV	HF	TZ	TV	HF	TZ
Besonders objektive Darstellung	51	41	31	59	38	20	49	31	20	41	28	19	33	24	17

Tabelle 6: Die relative Glaubwürdigkeit der Medien in bezug auf aktuelle politische Informationen - Alternativentscheidung in Prozent (Quelle: Marie-Luise Kiefer 1987)

	1970			1974			1980			1985		
	TV	HF	TZ	TV	HF	TZ	TV	HF	TZ	TV	HF	TZ
Glaubwürdigkeit	69	13	11	67	12	13	66	14	14	61	16	20

Tabelle 7: Perzipierte Vollständigkeit der verschiedenen Medien in der Vermittlung aktueller politischer Informationen in Prozent (Quelle: Marie-Luise Kiefer 1987)

	1974			1980			1985		
	TV	HF	TZ	TV	HF	TZ	TV	HF	TZ
Vollständigkeit	65	54	52	58	47	48	52	45	46

Sowohl in bezug auf die perzipierte Objektivität der Darstellung der politischen Informationen, als auch bezüglich der empfundenen Vollständigkeit der übermittelten Informationen, vor allem aber im Hinblick auf die Glaubwürdigkeit der Darstellung kommt dem Fernsehen eine führende Stellung zu.⁵

Alle bis hierhin diskutierten Faktoren zusammen zeigen, daß das Fernsehen in der Bundesrepublik auf nationaler Ebene das wichtigste Medium der politischen Informationsübermittlung für die Bürger darstellt. Zu ähnlichen Ergebnissen kommt Fritz Plasser für Österreich, allerdings enger, d.h. allein auf die Wahlkampfkommunikation bezogen (Plasser 1985: 20f).⁶

Ziehen wir ein erstes Fazit: Die Massenmedien scheinen im Vergleich zu anderen Einflußkanälen (interpersonale Kommunikation, politische Veranstaltungen) die wichtigste Informationsquelle der Bürger für politische Informationen darzustellen. Eine Studie, die die verschiedenen Einflußkanäle genau gewichtet, steht allerdings noch aus. Fast alle Bürger werden täglich durch mindestens ein Medium mit politischen Informationen erreicht. Dem Fernsehen kommt dabei im Vergleich zur Tageszeitung und dem Radio, zumindest was die Ebene nationaler und internationaler Politik anbelangt, eine dominante Rolle zu: Seine Reichweite, die perzipierte Objektivität und Vollständigkeit der Darstellung und seine Glaubwürdigkeit erreichen im Vergleich zu den anderen Informationsmedien die höchsten Werte.⁷

2. Dispositionen für eine Änderung von Wahlpräferenzen bei Rezipienten

Die Nutzung von Medieninformationen im Vergleich zu anderen Informationsquellen ist eine Voraussetzung für die Unterstellung einer Wirkung der Massenmedien auf die Wahlentscheidung und damit auf den für Demokratien wichtigsten Willensbildungsprozeß. Ob die Nutzung von Medieninformationen Wirkungen in der Änderung der Meinungen und Wahlpräferenzen erzielt, hängt zum einen von der Form und den Inhalten

⁵ Interessant ist auch der Befund, daß alle drei Medien in den letzten 20 Jahren in allen drei Dimensionen Einbußen hinnehmen mußten.

⁶ Darüber hinaus kann Plasser zeigen, daß das Fernsehen nicht allein als generelle Informationsquelle die wichtigste Quelle ist, sondern zugleich für die Bevölkerung die wichtigste und überzeugungskräftigste Informationsquelle im Vergleich zu anderen Informationsträgern in der Wahlkampfkommunikation darstellt (vgl. Plasser 1985: 22).

⁷ Die Dominanz des Fernsehens als Informationsübermittler gilt vor allem für den Teil der Gesamtpopulation der Befragten, der in geringem Maße an politischen Dingen interessiert ist. Zum einen spielen für die politisch gering Interessierten die Medien insgesamt im Vergleich zu anderen Kanälen der Informationsübermittlung eine überdurchschnittlich wichtige Rolle. Zum zweiten ist die Nutzung und die Glaubwürdigkeitseinschätzung des Fernsehens in dieser Gruppe besonders hoch (vgl. Hans-Dieter Klingemann 1986: 396ff).

der ausgestrahlten Informationen ab,⁸ zum anderen von den Dispositionen für eine Einstellungs- und Verhaltensänderung auf der Rezipientenseite. Welches sind förderliche und hinderliche Dispositionen für eine Meinungsbeeinflussung und Änderung von Wahlpräferenzen?

Hans Mathias Kepplinger et al. (1988) kommen zu folgender empirisch überprüften Hypothese: Je deutlicher Personen eindeutige Werte und Präferenzen entwickelt haben, je geringer ist die Chance einer massenmedialen Beeinflussung et vice versa. Hohe Präferenzfestlegung führt zu einer selektiven Perzeption der Medieninformationen in Richtung auf Stabilisierung der schon feststehenden Meinung. Geringe Werte- und Präferenzfestlegung hingegen stellen eine günstige Disposition für eine mediale Beeinflussung dar. Überträgt man diesen generellen Befund auf die Frage nach dem massenmedialen Einfluß auf die Änderung von Parteipräferenzen im Zusammenhang von Wahlen, kann man einen ähnlichen Zusammenhang vermuten. Je mehr Personen Parteipräferenzen und Parteiidentifikationen ausgebildet haben, desto geringer ist die Chance einer Präferenzänderung et vice versa.⁹

Nun deuten die Ergebnisse der Umfrageforschung in bezug auf die Entwicklung des Grads der Parteiidentifikation fast alle in dieselbe Richtung: Der Grad der Parteiidentifikation hat in der Bundesrepublik kontinuierlich nachgelassen. Hans-Dieter Klingemann und Martin P. Wattenberg (1990: 330f) zeigen, daß der Grad der Parteiidentifikation im Zeitraum von 1972 bis 1984 kontinuierlich zurückgegangen ist und sich ab diesem Zeitpunkt stabilisiert hat, während sich gleichzeitig das Stimmensplitting kontinuierlich erhöht hat. Klassegebundenes Wählen ist beständig zurückgegangen, die Bereitschaft, die eigene Wahlpräferenz zu ändern, ist umgekehrt kontinuierlich gestiegen, die Flexibilität der Wählerschaft hat zugenommen (vgl. zusammenfassend Fritz Plasser 1989).¹⁰

Für unsere Ausgangsfrage nach der Macht der Medien bedeutet dies, daß ihre Chance der Beeinflussung der Meinungen der Bürger und der Wahlpräferenz gestiegen ist. Die Abschwächung einer innerlichen Bindung der Bürger an die Parteien macht sie em-

8 Liegt das Thema, über das in den Medien informiert wird, den alltäglichen Erfahrungen des Rezipienten fern (non-obtrusive-issue), so daß die Medieninformation nicht durch die alltägliche Erfahrung überprüft werden kann, ist die Wirkung der Medien hoch. Ist das Thema, über das berichtet wird, ein relativ neues Thema, zu dem es noch keine ausgebildeten Meinungen gibt, ist die Wirkung der Medien ebenfalls als hoch zu veranschlagen (vgl. Harold Zucker 1978).

9 Für die Bundesrepublik sind mir keine empirischen Ergebnisse, die diesen Zusammenhang überprüft haben, bekannt; für Österreich konnte Plasser (1985: 21) diesen Zusammenhang nachweisen.

10 Auf die Ursachen für diesen Wandel kann hier nicht eingegangen werden (vgl. dazu für eine Zusammenfassung Peter Gluchowski 1987). Es bleibt auch dahingestellt, ob die Mediennutzung selbst eine Ursache für die abnehmende Parteiidentifikation darstellt.

pfänglicher für eine Präferenzänderung. Die Strukturierungskraft der Informationsquellen, die genutzt werden - und dies sind die Massenmedien -, gewinnt an Bedeutung (vgl. Ulrich Sarcinelli 1987: 27).

Die Dominanz der Medien und vor allem des Fernsehens für die Bürger als Übermittler von Informationen besagt allein, daß die Medien und das Fernsehen eine Chance haben, die politischen Präferenzen der Bürger zu beeinflussen; das Aufweichen von Parteiidentifikationen bedeutet, daß die Dispositionen auf der Rezipientenseite für eine Beeinflussung in Richtung einer Änderung der Wahlentscheidungen günstiger geworden sind. Mit beiden Faktoren ist aber noch nicht sichergestellt, ob, wie und in welche Richtung die Medien und speziell das Fernsehen die Meinungen und Präferenzen der Bürger beeinflussen. Diese Frage ist Thema des nächsten Kapitels.

3. Selektivitäten der Medienberichterstattung über Politik

Lassen sich über das Ausmaß der Mediennutzung im Vergleich zu anderen Informationsquellen und über die Dispositionen für eine Beeinflussung auf der Rezipientenseite noch relativ einfach empirisch gesicherte Ergebnisse referieren, so ist die Frage, welchen Effekt eine Mediennutzung auf die Bürger im allgemeinen und im speziellen auf die Wahlentscheidung hat, sehr schwierig zu beantworten. Mediennutzung und Disposition für eine Präferenzveränderung vorausgesetzt, hängen die Art und die Richtung der Beeinflussung 1. von der Art und Richtung der massenmedial vermittelten Informationen und 2. der Interpretation und Gewichtung dieser Informationen durch die Rezipienten ab. Für die zweite Fragestellung, die Rezeption der massenmedialen Informationen und ihr Einfluß auf die Wahlentscheidung, liegen zwar einige empirische Studien vor (vgl. für einen Überblick Klaus Schönbach 1987), aber keine gesicherten empirischen Ergebnisse in der Hinsicht, daß man generalisierbare Aussagen formulieren könnte. Dies hat mehrere Gründe:

a. Tabelle 4 hatte bereits gezeigt, daß viele Bürger mehrere Medien rezipieren. Die Bestimmung der Einflußstärke eines Mediums im Vergleich zu einem anderen Medium wird dann schwierig. Neben den Medien spielen aber zusätzlich eine Menge anderer Faktoren bei der Wahlentscheidung eine Rolle, was die Kalkulation der Stärke des Einflusses der Medien weiterhin erschwert. Zudem ist der Willensbildungsprozeß auf der Rezipientenseite ein komplizierter und mehrstufiger Prozeß: Informationsübermittlung und Wissensausbildung, Meinungsbildung und die Ausbildung einer Verhaltensabsicht, die dann das konkrete Wahlverhalten determiniert, sind unterscheidbare Stufen, die jeweils unterschiedlichen Einflüssen ausgesetzt sind, deren empirische Kalkulation sehr

schwierig ist.

b. Die spezifische Art der Medienberichterstattung über Politik bildet einen weiteren Faktor, der die Einschätzung des Medieneinflusses auf die Wahlentscheidungen schwierig macht. Medien berichten über eine Vielzahl unterschiedlicher Themen, die zudem täglich wechseln und selten miteinander in Bezug gesetzt werden. Zudem ist - bei allen Unterschieden zwischen den Medien - insgesamt der Grad der ideologischen Deutung und damit der Homogenisierung der Vielzahl der Themen gering.¹¹ Die Folge ist, daß die Synchronisationsaufgabe der Vielzahl an Informationen den Rezipienten selbst in weiten Teilen zufällt, und damit das aus den vielen Mosaiksteinchen geschaffene Bild in starkem Maße kontingent ist, ein unmittelbarer Medieneinfluß entsprechend schwierig nachzuweisen ist (vgl. Georg Ruhrmann 1989).

c. Aus den beiden genannten Faktoren ergibt sich, daß empirische Forschungsdesigns, die die unterschiedlichen Gewichte der verschiedenen Variablen in ihrer Wirkung auf die verschiedenen Stufen der Ausbildung der Wahlentscheidung zu bestimmen versuchen, sehr schwierig durchzuführen sind. Eine systematische Inhaltsanalyse der rezipierten Texte muß in Beziehung gesetzt werden zu einer mehrwelligen Panelbefragung und dies über einen längeren Zeitraum. Solche komplexen Forschungsdesigns sind allerdings in der Bundesrepublik erst in den letzten Jahren entwickelt und durchgeführt worden, stehen also erst in den Anfängen der Entwicklung; sie sind zudem sehr kostenaufwendig, was die Wahrscheinlichkeit ihrer Entwicklung weiter erschwert.

Angesichts dieser Schwierigkeiten scheint die Schlußfolgerung, die Klaus Schönbach (1987: 390) nach einer Durchsicht der einschlägigen Literatur zieht, plausibel zu sein. "From the dozen studies about media effects in election campaigns in West Germany, obviously no rule can be derived as to which medium has what effect on the electorate. It seems the impact of the mass media - although undoubtedly real - depends heavily on the specific situation of each election. This is not to say that there are no patterns of media's impact on knowledge, attitudes, and voting behavior. These patterns are largely unknown as yet, because of the neglect of thorough research in the field". Ähnlich wie die Frage, welche Kommunikationskanäle von den Bürgern in welcher Gewichtung für politische Informationen wie genau genutzt werden, stellt auch die Frage, wie der Einfluß der Medien auf die Wahlentscheidung zu gewichten ist, eine Forschungslücke dar.

Wegen der häufigen Mediennutzung kann aber davon ausgehen, daß die Medien einen

¹¹ Diese spezifische Art der Medienberichterstattung wird uns erst im folgenden genauer beschäftigen. Sie ist zudem nicht naturgegeben, sondern ein Merkmal eines ausdifferenzierten, relativ autonomen Mediensystems.

Effekt auf die politischen Einstellungen und die Wahlentscheidung haben, auch wenn man das Ausmaß nicht genau bestimmen kann. Im folgenden wird von der Annahme ausgegangen, daß die Medien einen Einfluß auf die Präferenzen der Rezipienten haben, und zwar in der Richtung, in der sie von den Medien vermittelt werden. Dies soll z.B. heißen, daß sich die Einstellungen der Bürger zugunsten der SPD ändern, wenn die SPD in den Medien häufig und positiv dargestellt wird et vice versa.¹² Akzeptiert man diese Hilfsannahme, die hier aufgrund der defizienten Forschungslage eingeführt werden muß, dann ist die entscheidende Frage, wie und mit welcher politischen Richtung Politik in den Massenmedien und speziell im Fernsehen dargestellt wird. Wie sieht das durch die Medien vermittelte Bild von Politik aus?

Form und Inhalte der massenmedial vermittelten Informationen werden geprägt durch die spezifischen Selektivitäten der massenmedialen Berichterstattung. Massenmedien können nicht die Komplexität ihrer Gesellschaft wiederholen, sondern selektieren Umweltinformationen nach spezifischen Kriterien. Wodurch sind diese Selektivitäten gekennzeichnet? Drei verschiedene Variablenkomplexe, die in einem ergänzenden und weniger in einem alternativen Verhältnis zueinander stehen, lassen sich unterscheiden (vgl. Rüdiger Schmitt-Beck 1990). Die Selektivität wird zum einen bestimmt durch das Nachrichtenangebot, das den Medien zur Verfügung steht, zum zweiten durch die den Informationen anhaftenden Nachrichtenfaktoren, zum dritten durch die institutionelle Verankerung der Medien selbst. Die Wirkungsweise dieser drei Variablenkomplexen soll zuerst theoretisch nacheinander erläutert werden. Im zweiten Schritt dann sollen deskriptive empirische Befunde über das in den Fernsehnachrichten gezeichnete Bild von Politik berichtet werden. Zur Erklärung dieser Befunde wird Bezug genommen auf die theoretisch beschriebenen Selektivitäten der Medien. Der Kausalnexus zwischen unabhängiger Variable und abhängiger Variable - welche Faktoren bestimmen empirisch die Selektivitäten der Informationsübermittlung der öffentlich rechtlichen Anstalten - kann nur theoretisch plausibilisiert werden, empirische Studien, die die verschiedenen Faktoren der Medienselektivität mit deren Output in Beziehung gesetzt haben, liegen nicht vor.

¹² In der Medienwirkungsforschung hat man diese einfache Stimulus/ Response Annahme ersetzt durch ein dynamisch-transaktionales Modell, das neben dem Angebot an Informationen auch die Nachfragebedingungen auf der Rezipientenseite berücksichtigt (vgl. Klaus Schönbach 1989). Durch die Berücksichtigung von Dispositionen auf der Rezipientenseite wird aber die Bedeutung des Angebots nicht aufgehoben und ersetzt, sondern allein durch Zusatzfaktoren ergänzt.

3.1 Theorien der Medienselektivität

3.1.1 Inputhypothese

Massenmedien sind als intermediäre Systeme sowohl Vermittler von Informationen als auch selbst Akteure in der Informationsgenerierung und Informationsbearbeitung. Der Möglichkeitsraum, aus dem die Medien selbst auswählen, wird bestimmt durch den Input an Informationen, der die Massenmedien erreicht, durch das Nachrichtenangebot. Dieses wiederum ist nicht naturgegeben, sondern hängt ab von den Ereignissen und von den Akteuren der Gesellschaft, die Informationen produzieren und vermitteln (Pressemitteilungen, Pressekonferenzen etc.). Die Fähigkeit von gesellschaftlichen Akteuren, Informationen zu produzieren und in die Medien zu lancieren, hängt wiederum von der Ressourcenausstattung der Akteure ab: Das Budget für Öffentlichkeitsarbeit, die technische Ausrüstung, die Menge an Personal und die Professionalität des Personals sind wichtige Größen, die die Chance von Akteuren bestimmen, die Massenmedien mit Informationen zu versorgen. Je besser die Ausstattung kollektiver Akteure für Öffentlichkeitsarbeit ist, desto höher wird ihr Output von an die Massenmedien gerichteten Informationen sein, desto eher wird es ihnen gelingen, sich mit ihren Themen und Meinungen dauerhaft in den Medien zu platzieren.¹³ Etablierte politische Akteure, die selbst über ausdifferenzierte Presseabteilungen und entsprechende materielle und personelle Ressourcen verfügen, werden mehr und "bessere" Informationen produzieren und damit die Medien bedienen können als geringer organisierte Akteure.¹⁴ Aus der Perspektive der Massenmedien und der Journalisten ist es ein rationales arbeitsökonomisches Verhalten, sich bei der Auswahl an Meldungen in erster Linie auf das in die Redaktionen übermittelte Informationsangebot zu konzentrieren.¹⁵ Dies erspart arbeitsaufwendige Eigenrecherchen (vgl. Tuchman 1972).

Was bedeutet die Inputhypothese für das für die Bürger gezeichnete Bild der Politik? Gering organisierte gesellschaftliche Gruppen, die nicht über ein Minimum an Infrastruktur für Öffentlichkeitsarbeit verfügen, werden nicht bzw. nicht kontinuierlich in der

¹³ Eine solche Hypothese gilt nur bei der Annahme einer *ceteris paribus* Bedingung: Der von den kollektiven Akteuren produzierte Output muß zugleich einen Neuigkeitswert besitzen, damit er von den Medien transportiert wird.

¹⁴ Gerade weil die Bindungskraft der Parteien und Verbände nachgelassen hat, müssen kollektive Akteure verstärkt versuchen, Loyalitäten massenmedial zu erzeugen. Ulrich Sarcinelli (1987) führt die zunehmende Ausdehnung und Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit der kollektiven Akteure auf diese Entwicklung zurück.

¹⁵ Auch dazu läßt sich eine Hypothese formulieren: Je ökonomisch stärker ein Massenmedium ist, desto eher ist es in der Lage, durch eigene Recherchen Informationen zu generieren und umso weniger ist es auf den Input anderer Akteure angewiesen. Der Anteil an Agenturmeldungen ist entsprechend in dem allgemeinen Teil kleiner Lokalzeitungen weit höher als in den großen überregionalen Zeitungen, die sich jeweils eigene Korrespondenten an den wichtigen politischen Orten leisten können.

Lage sein, politische Informationen und Nachrichten in entsprechender Form zu produzieren und technisch zu verteilen. Aus der Organisationssoziologie und den Arbeiten von Mancur Olson weiß man, daß Interessen unterschiedlich leicht/schwierig zu organisieren sind; auf kollektive Güter bezogene Interessen sind weit schwieriger zu organisieren als exklusive Interessen (vgl. Fritz W. Scharpf 1975: 49). Das den Medien zur Verfügung gestellte Nachrichtenangebot wird insofern einen Bias aufweisen, als hier in erster Linie organisierte, kollektive Akteure mit ihren Meldungen vertreten sein und das Nachrichtenangebot bestimmen werden. Gering organisierte Akteure werden in dem massenmedial vermittelten Bild in geringem Maße sichtbar sein. Dies gilt allerdings nur unter der Bedingung einer *ceteris paribus* Klausel, wie wir im nächsten Kapitel sehen werden: Die Erzeugung von Nachrichtenfaktoren gibt auch geringer organisierten Akteuren die Möglichkeit, in den Medien Resonanz zu erzeugen.

Die These, daß der Input an Informationen ein erklärungskräftiger Prädiktor für die in den Medien veröffentlichten Informationen darstellt, der Input selbst wiederum von der Struktur und den Ressourcen der kollektiven Akteure abhängt, ist eine in der Massenkommunikationsforschung nur wenig profilierte These. Schwerpunkt der Massenkommunikationsforschung war die "agenda setting"-Forschung; erst in den letzten Jahren sind Fragen des "agenda building" zumindest konzeptionell in den Forschungsfokus gerückt worden (vgl. Kurt Lang und Gladys Lang 1982; Barbara Pfetsch 1988; Manfred Knoche und Monika Lindgens 1988). Aber auch in den Arbeiten zum agenda building wird die hinter dem kommunikativen Output der kollektiven Akteure liegende Produktionsstruktur, die die Bedingung der Möglichkeit der Produktion von Output darstellt, nicht berücksichtigt. Die Massenkommunikationsforschung ist insofern tatsächlich eine Kommunikationswissenschaft als sie sich auf die Analyse von Sprachmaterial beschränkt, die sozialwissenschaftlich interessante Frage nach der Hintergrundstruktur der Produktion von Kommunikationen aber aus der Analyse ausblendet.¹⁶ Will man die Selektivitäten der Medien und deren Ursachen analysieren, ist die Berücksichtigung des Inputs und der strukturellen Bedingungen des Inputs sicherlich eine notwendige und für die Zukunft bedeutsame Forschungsaufgabe. Entwickelter und gesicherter sind die Erkenntnisse, die sich auf den zweiten Variablenkomplex massenmedialer Selektivität beziehen: die Nachrichtenwerte von Informationen.

3.1.2 Nachrichtenwerthypothese

Die Inputhypothese bezieht sich auf das in die Medien lancierte Informationsangebot.

¹⁶ Wir planen in der Abteilung "Öffentlichkeit und soziale Bewegungen" gerade ein Projekt, in dem im Ländervergleich (BRD/USA) die Struktur öffentlicher Meinungsbildung im Fokus der Analyse stehen wird.

Aus diesem erfolgt im zweiten Schritt eine Selektion. Es gehört zum relativ gesicherten Bestand der Massenkommunikationsforschung, daß eine entscheidende Größe für die Selektion von Nachrichten die Nachrichtenfaktoren der jeweiligen Information darstellen. Was ist darunter zu verstehen, warum selektieren die Medien entlang von Nachrichtenfaktoren?

Die Bestimmung von Nachrichtenfaktoren und die Überprüfung ihrer Wirksamkeit haben eine lange Tradition innerhalb der Kommunikationswissenschaften.¹⁷ Orientiert man sich an den neueren Arbeiten, kann man folgende - bisweilen mit etwas unhandlichen Begriffen beschriebene - Nachrichtenfaktoren unterscheiden (vgl. Winfried Schulz 1976; 1977; Joachim Friedrich Staab 1990):¹⁸ 1. Status der Akteure (Elite-Nationen; institutioneller Einfluß; Elitepersonen). 2. Relevanz (Nähe des Ereignisses; Ethnozentrismus; Tragweite; Betroffenheit). 3. Dynamik (Überraschung; Ungewißheit; Vorhersehbarkeit; Frequenz). 4. Konsonanz (Stereotypie; Thematisierung; Kontinuität). 5. Valenz (Aggression; Kontroverse; Erfolg; Werte). 6. Human Interest (Personalisierung und Emotionalisierung). Die aufgelisteten Nachrichtenfaktoren dienen zum einen als ein wichtiges Selektionskriterium der massenmedialen Nachrichtenauswahl, zum anderen entscheiden sie mit über den Beachtungsgrad von Meldungen, der seinen Ausdruck in der Länge der Meldung und der Platzierung der Meldung findet. Zum Teil handelt es sich bei den Faktoren um Selektionskriterien, die in eine entgegengesetzte Richtung "laden" (z.B. Dynamik und Konsonanz). Daß Nachrichtenfaktoren als Selektionskriterium dienen, gilt als gesicherter empirischer Befund.¹⁹ Nachrichtenfaktoren sind aber nur begrenzt den Ereignissen und Meldungen selbst eigen, sie können erzeugt und instrumentalisiert werden. Die Tatsache, daß Nachrichtenfaktoren eine Auswahl von bestimmten Nachrichten begünstigen, hat zur Folge, daß kollektive Akteure im Sinne ihrer Interessen Ereignisse mit vielen Nachrichtenfaktoren erzeugen, um Informationen in die Medien zu lancieren. Die Aktionen von Greenpeace sind dafür nur ein Beispiel neben vielen anderen. In gewisser Hinsicht kann die Produktion von Nachrichtenfaktoren eine mangelhafte Infrastruktur der Produktion eines dauerhaften Outputs in Form von Pressemitteilungen kompensieren. Der Zugang organisatorisch schwacher kollektiver Akteure läuft entsprechend häufig über

17 Der Begriff des Nachrichtenwerts wurde offensichtlich zuerst von Walter Lippmann (1921: 348) verwendet; richtungsweisend war dann die Arbeit von Johan Galtung und Mari Ruge (1965); für eine systematische Zusammenfassung des Forschungsstands vgl. Joachim Friedrich Staab (1990).

18 Die Nachrichtenfaktoren, die von Schulz 1976 katalogisiert wurden, sind dann nach der empirischen Überprüfung 1977 revidiert worden; an diese 1977er Fassung knüpft dann auch Staab (1990) an. Die folgenden Ausführungen orientieren sich an Schulz (1977). Die dort gewählten Begriffe sind nicht immer sehr glücklich gewählt.

19 In den Handbüchern für Journalisten, in denen Kriterien für die Selektion von Nachrichten festgelegt werden, finden sich die gleichen Nachrichtenfaktoren, wenn auch unter anderer Begrifflichkeit; vgl. Walther von La Roche 1975.

die Erzeugung von Nachrichtenfaktoren (vgl. Rüdiger Schmitt-Beck 1990): Formen zivilen Ungehorsams und andere aufmerksamkeits erzeugende Aktionen sind ein probates Mittel, das gerade von sozialen Bewegungen eingesetzt wird. Allerdings sichern sie zuerst nur die Aufmerksamkeit der Medien, schaffen also Medienpräsenz; ob auch die von den Akteuren intendierte Botschaft übermittelt wird, ist häufig zweifelhaft und hängt von Zusatzbedingungen ab.

Welche erwartbaren Folgen sind mit einer Orientierung an Nachrichtenfaktoren für das für die Bürger vermittelte Bild der Politik verbunden? Man kann erwarten daß sich bedingt durch die verschiedenen Nachrichtenfaktoren folgende Schief lagen ergeben werden:

- Statushöhere und prominente Akteure werden überrepräsentiert sein;
- die nationalen Ereignisse werden vor internationalen Ereignissen rangieren, und diese wiederum werden je nach Status des Landes hierarchisiert sein; Ereignisse, die die Rezipienten unmittelbar betreffen, werden präferiert werden;
- kontinuierliche Prozesse werden weniger Aufmerksamkeit erhalten als abrupte, überraschende Prozesse;
- gleichzeitig werden Ereignisse, die stereotypen Erwartungen und Vorurteilen entsprechen, eher die Aufmerksamkeit auf sich ziehen;
- gewaltsame, kontroverse, erfolgreiche und wertverletzende Ereignisse werden überbetont werden;
- komplexe Sachzusammenhänge werden seltener oder in personalisierter und emotionalisierter Form Eingang in die Medien finden.

Wieso dienen Nachrichtenfaktoren als Selektionskriterium für Informationen? Massenmedien verbreiten Informationen an ein disperses Laienpublikum. Dessen Rezeptionsmotivation ist nicht per se gegeben, Aufmerksamkeit für die von einem Medium verbreiteten Informationen muß vor allem unter Konkurrenzbedingungen erst erzeugt werden. Dies geschieht durch Anreize, die Auffälligkeiten sichern, durch die Übermittlung oder Erzeugung von Informationen mit hohen Diskrepanzen. Nachrichtenfaktoren sind nun solche Elemente von Informationen, die die Aufmerksamkeit des Publikums sichern, und zwar eines Publikums, das ein Laienpublikum darstellt.²⁰ Die Orientierung

²⁰ Die Differenz zwischen Öffentlichkeit und anderen Teilsystemen der Gesellschaft entlang der Unterscheidung Laiensystem/Expertensysteme ist in Jürgen Gerhards und Friedhelm Neidhardt (1990) genauer ausgearbeitet worden. Aus dieser Kennzeichnung ergibt sich auch die Beschreibung von Öffentlichkeit

an Nachrichtenfaktoren bei der Auswahl von Informationen ist letztlich eine Orientierung am Publikum. Lutz Erbring (1989: 304) macht dies deutlich, indem er Meldungen ohne Nachrichtenfaktoren formuliert: "Meldungen wie "Kohl seit sechs Jahren Kanzler", "Diskontsatz unverändert", "Gestern wieder kein Störfall in Biblis", "PanAm-Flug aus Berlin sicher gelandet", "Erbring feiert 50. Geburtstag" verleiten wohl kaum jemanden zum Weiterlesen oder Hinhören". Solange die Medien sich am Publikum orientieren, wird eine Orientierung an Nachrichtenfaktoren auch unvermeidlich sein.²¹ Je mehr Nachrichtenfaktoren bestimmte Informationen aufweisen bzw. ihnen von Akteuren - Parteien, Verbänden, sozialen Bewegungen, Redakteuren - zugewiesen werden, desto wahrscheinlicher ist es, daß die Medien die Informationen transportieren. Die erwartbaren Folgen für das vermittelte Bild der Politik wurden skizziert. Wenn auch der Bereich der Nachrichtenfaktorenforschung zu den am besten entwickelten Bereichen der Massenkommunikationsforschung zählt, so zeigen sich allerdings auch hier Forschungslücken. Joachim Friedrich Staab (1990: 110f) hat zu Recht darauf hingewiesen, daß die Kausalitätsunterstellung in der Nachrichtenfaktorentheorie zumindest problematisch ist. So fehlt in den meisten Untersuchungen der Bezugspunkt, von dem aus entscheidbar ist, ob Nachrichtenfaktoren tatsächlich die Ursache für die vorgefundene Nachrichtenauswahl darstellen. Um dies zu überprüfen, müßte man einen Vergleich zwischen dem Input an Meldungen, die eine Redaktion erreichen, und dem Output an Meldungen, die faktisch veröffentlicht werden, vornehmen. Eine solche Input-/Output-Analyse findet aber in den meisten Studien nicht statt.

3.1.3 Institutionelle Verankerung der Medien

Neben dem Input an Informationen und den Nachrichtenfaktoren der aufkommenden Informationen bildet die institutionelle Verankerung der Medien einen dritten Faktor, der die Selektivität der Medien bestimmt. Massenmedien können unterschiedlich institutionell verankert sein und eine unterschiedliche ideologische Orientierung aufweisen. Zeitungen können Parteizeitungen, Staatszeitungen oder privatwirtschaftlich organisiert sein; das Fernsehen kann privatwirtschaftlich, öffentlich-rechtlich oder staatlich organisiert sein. Die jeweilige institutionelle Einbettung entscheidet mit über die Selektivität des Mediums. Zwar liegen mittlerweile eine Reihe an Studien vor, die die Programme von öffentlich-rechtlichen Anstalten mit denen der privaten Anbieter vergleichen und die Unterschiede auf die Unterschiede in der institutionellen Verfaßtheit zurückführen,

als ein primitiv strukturiertes System.

²¹ Eine staatliche Kontrolle der Medien, wie sie in totalitären Systemen in der Regel üblich ist, ermöglicht, Nachrichtenfaktoren als Selektionskriterium abzuschaffen. Die Glaubwürdigkeit und Attraktivität der Medien wird darunter empfindlich leiden, "authentische" Öffentlichkeit wird sich auf die Ebene von Veranstaltungen bzw. Interaktionssystemen verschieben.

diesen Nexus aber nicht eigentlich ursächlich erklären können. Ähnlich wie für die Inputhypothese scheint hier die fachspezifische Konzentration auf Kommunikationen die Ursache dafür zu sein, daß soziale und institutionelle Bedingungen der Produktion von Kommunikationen ausgeblendet bleiben. Wir sind also im folgenden im verstärkten Maße auf Vermutungen angewiesen.

Wir hatten gesehen, daß das Fernsehen das wichtigste Medium der Vermittlung politischer Informationen darstellt. Aus diesem Grund wollen wir uns im folgenden auf eine Beschreibung der institutionell bedingten Selektivitäten des Fernsehens beschränken. Bis 1984 gab es in der Bundesrepublik allein öffentlich-rechtliche Sendeanstalten; trotz einer Ergänzung des Angebots durch private Anbieter bilden die öffentlich-rechtlichen Anstalten auch weiterhin die wichtigsten Anbieter an politischen Informationen, vor allem in Form der Nachrichtensendungen und werden diesbezüglich auch weiterhin trotz der Konkurrenz durch die Privaten am meisten durch die Bürger genutzt (vgl. Erwin Faul 1988: 161); zudem beziehen sich die meisten empirischen Studien auf das Informationsangebot der öffentlich-rechtlichen Anstalten; aus diesen Gründen stehen diese im folgenden im Fokus der Analyse. Erst im Schlußkapitel werden wir auf die Folgen einer anderen, privaten Verankerung des Fernsehens für die Politikvermittlung zu sprechen kommen. Inwieweit wirkt der Status einer öffentlich-rechtlichen Anstalt auf die Selektion der Nachrichten? Drei Faktoren sind hier bedeutsam.

a. Öffentlich-rechtliche Anstalten finanzieren sich in weiten Teilen aus den von den Ministerpräsidenten der Länder festgelegten Gebühren.²² Während kommerzielle Fernsehanstalten unmittelbar von den Einschaltquoten der Zuschauer abhängig sind - danach errechnet sich der Preis für Werbespots -, sichert der Gebühreneinzug eine Autonomie gegenüber den Bedürfnissen der Werbeindustrie und gegenüber dem Massengeschmack des Publikums. Die Folge ist, daß die auf die Aufmerksamkeitsgewinnung beim Publikum gerichteten Nachrichtenfaktoren in den öffentlich-rechtlichen Anstalten eine geringere Rolle bei der Nachrichtenauswahl spielen.²³ Die relative **ökonomische Autonomie** sichert eine partielle Indifferenz gegenüber dem Publikum.

b. Neben der spezifischen ökonomischen Basis der Sendeanstalten bilden **rechtlich kodifizierte Normen** einen zweiten Faktor, der die institutionelle Struktur der öffent-

²² Beim ZDF belaufen sich die Werbeeinnahmen auf ca. ein Drittel der Gesamteinnahmen (vgl. die Tabelle in Hermann Meyn 1990: 118).

²³ Vergleiche zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen zeigen dies. Max Kaase (1989) faßt die einschlägigen Befunde zusammen. Rainer Mathes und Uwe Freisens (1989) fanden, daß der Anteil an Meldungen, der sich auf internationale Politik bezieht, bei privaten Sendern geringer ist als bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten; Sportberichte und Human-Interest Meldungen spielen hingegen eine gewichtigere Rolle.

lich-rechtlichen Anstalten bestimmt und einen Effekt auf die Selektion der Informationen hat. Den öffentlich-rechtlichen Anstalten kommt die gesetzlich festgelegte Funktion zu, das Publikum mit politischen Informationen zu versorgen, zur öffentlichen Meinungsbildung und zur politischen Sozialisation beizutragen (vgl. Klaus Schönbach 1987: 378). Meinungsvielfalt und Ausgewogenheit des Programms sind gesetzlich vorgeschrieben. Wenn dieser Normenkodex im einzelnen auch schwer zu operationalisieren ist, so legt er doch einen Möglichkeitsraum fest, der an den Rändern zwar unscharf ist, dessen Funktion aber in dem Ausschluß von Extrempunkten liegt und zugleich als Bezugspunkt für Kritik bei Regelverletzungen dient - auf die Parteien und Verbände sich in ihren häufigen Eingaben auch immer beziehen - und insofern strukturierend für die Selektion und Präsentation von politischen Informationen wirkt: Eine einseitige ideologische Ausrichtung der Auswahl an Informationen und Präferenz für einen politischen Akteur wird damit ebenso erschwert wie eine dominante Orientierung an Nachrichtenfaktoren mit dem Ziel der Erhöhung des Unterhaltungswerts und damit der Einschaltquoten.

c. Der relativen Unabhängigkeit der öffentlich-rechtlichen Anstalten gegenüber dem Publikum und der Werbeindustrie auf der einen Seite steht auf der anderen Seite eine stärkere **Abhängigkeit vom politischen System** gegenüber. Die Steuerungsmöglichkeiten des politischen Systems beziehen sich auf vier verschiedene Dimensionen (vgl. Wolfgang R. Langenbucher und Michael Lipp 1982: 218). 1. Öffentlich-rechtliche Anstalten sind in ihrer Grundstruktur gesetzlich geregelte Anstalten. Über gesetzliche Neuregelungen nimmt die Politik unmittelbaren Einfluß auf die Struktur der Sendeanstalten, durch die Festlegung der Höhe der Gebühren durch die Ministerpräsidenten der Länder auf den Haushalt der Anstalten.²⁴ 2. Verantwortlich für das Programm der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist der Intendant. Ihn wählen und beraten Rundfunk- und Verwaltungsbeirat; diese sind je nach Sendeanstalt etwas unterschiedlich zusammengesetzt.²⁵ Die Landtagsfraktionen und damit die Parteien stellen zwar nicht die Mehrheit der entsandten Mitglieder, faktisch werden aber auch die Vertreter gesellschaftlicher Gruppen in weiten Teilen nach Parteibuch in den Rundfunkrat gewählt. Die Besetzung der Rundfunkräte proportional zur Stärke der Parteien im jeweiligen Land ist ein Versuch der Parteien, Einfluß auf die Programmgestaltung zu

²⁴ Beispiel eines Versuchs der rechtlichen Steuerung einer Sendeanstalt im Sinn parteipolitischer Interessen ist die Ende der 70er Jahre entfachte Diskussion über den NDR-Staatsvertrag (vgl. Herman Meyn 1990: 24ff).

²⁵ Nach dem WDR-Gesetz z.B. müssen von den 41 Mitgliedern des Rundfunkrats 11 von den Landtagsfraktionen entsandt werden (nach Proporz der Mandate), 17 von gesellschaftlich relevanten Kräften entsandt werden; 9 Personen kommen aus Publizistik, Kultur und Wissenschaft; dazu kommt ein Ausländer, eine behinderte und eine ältere Person (vgl. Hermann Meyn 1990: 120).

nehmen und ihre Interessen durchzusetzen. 3. Neben einer Besetzung der Rundfunk- und Verwaltungsratspositionen versuchen die Parteien, leitende Positionen in den Sendeanstalten mit Parteianhängern zu besetzen. Die Position des Intendanten, der Stellvertreter und der Abteilungsleiter und manchmal auch Positionen unterhalb dieser Hierarchieebene werden heute nach dem Kriterium des Parteienproporz verteilt (vgl. Hermann Meyn 1990: 122). "In 1972 50% and in 1981 54% of all top managers in German radio stations were party members" (Klaus Schönbach 1987: 382). 4. Neben einer Einflußnahme durch Personalpolitik und Rechtsveränderungen versuchen die Parteien und großen Verbände, durch eine dauerhafte Programmkritik und den Vorwurf der verzerrten Darstellungen parteipolitischen Einfluß geltend zu machen. Sie verweisen dabei auf das rechtlich verbrieft Gebot der Ausgewogenheit.

Gebührenfinanzierung, rechtlich kodifizierte Aufgabenbestimmungen und die institutionalisierten Kontrollen durch Interessengruppen und Parteien bilden wohl die entscheidenden "constraints" öffentlich-rechtlicher Sendeanstalten, die den Operationsmodus des Systems prägen. In welcher Weise dies der Fall ist und die Selektivität der Informationsauswahl und die Informationspräsentation strukturiert läßt sich empirisch nicht sagen, da einschlägige Studien fehlen, aber theoretisch spekulieren:

a. Die relative finanzielle Unabhängigkeit von Werbeeinnahmen und Einschaltquoten und der gesellschaftspolitische Auftrag der Anstalten schwächt die Auswahl und Präsentation von Informationen entlang der Nachrichtenfaktoren.²⁶

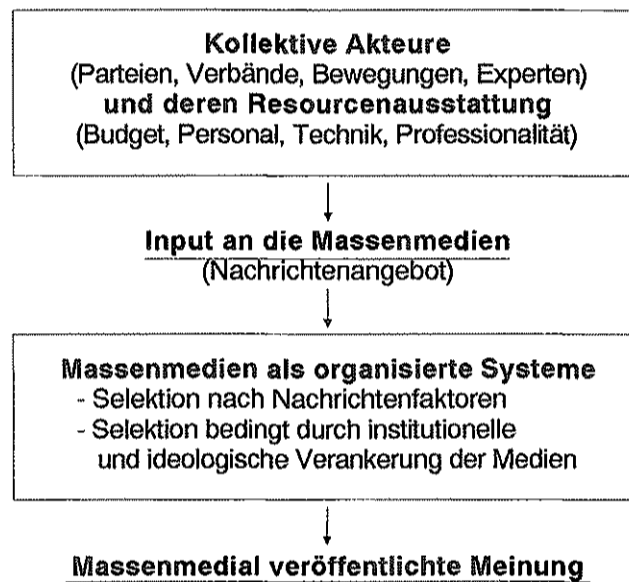
b. Der rechtlich kodifizierte politische Auftrag der Sendeanstalten favorisiert einen Pluralismus der Wiedergabe von Positionen und Meinungen, der sich aber auf die etablierten Meinungen beschränken wird, zudem eine eigene Position der Medien eher behindern wird. Das den Bürgern übermittelte Informationsbild wird in einer Wiedergabe etablierter politischer Meinungen bestehen, die eigenständige Rolle des Fernsehens bleibt zugleich beschränkt.

c. Die - wenn auch begrenzte - politische Kontrolle der Anstalten durch die Parteien wird eine Selektivität entsprechend der Machtverhältnisse innerhalb des politischen Systems bedingen: Extremmeinungen werden ausgeschlossen bleiben, schwach organisierte Akteure werden unterrepräsentiert sein, die etablierten Parteien werden als Akteure die Nachrichten dominieren.

²⁶ Dies galt vor allem solange, wie die öffentlich-rechtlichen Anstalten eine Monopolstellung innehat- ten. Mit der Zulassung von privaten Anbietern ist auch der Konkurrenzdruck gestiegen bzw. erst entstanden, der auch die öffentlich-rechtlichen Anstalten zu einer stärkeren Orientierung am Publikum und damit an Nachrichtenfaktoren zwingt.

ten Selektivität sind keine sich wechselseitig ausschließenden Theoreme zur Erklärung der Nachrichtenauswahl. Sie lassen sich in ein Modell integrieren, das unterschiedliche Stufen des Selektionsprozesses unterscheidet.²⁷ Schema II faßt den beschriebenen Selektionsprozeß zusammen.²⁸ Das Schema schließt zugleich an das Schema I an und spezifiziert die Inputseite des intermediären Systems Öffentlichkeit.

Schema 2: Stufen der Selektivität der Bildung massenmedial veröffentlichter Meinungen



Spielen zur Konstitution veröffentlichter Meinung sowohl der Input an Informationen durch kollektive Akteure als auch Nachrichtenfaktoren als auch die institutionelle Verankerung der Medien eine Rolle, dann kommt es für empirische Analysen darauf an, die Gewichtung der einzelnen Faktoren abzuschätzen und die Folgen für das in der Öffentlichkeit gezeichnete Bild von Politik zu spezifizieren. Auch in bezug auf diese Frage muß man eine Forschungslücke diagnostizieren: Es fehlen umfassende Studien, die die Selektivitäten der Medien analysieren und die theoretisch beschriebenen Faktoren in ihrer Wirksamkeit gewichten. Ein solches Forschungsdesign müßte aber auch - will man die institutionellen Kontexte als Variable der Selektivität variieren - mehrere Medien und eventuell einen Vergleich der Medien verschiedener Länder mit ein-

²⁷ Harvey Molotch und Marilyn Lester (1974) ordnen den Stufen verschiedene Rollen zu: "News Promoters", "News Assemblers" und "Consumers".

²⁸ Vgl. die ausführlicheren Schemata in Manfred Knoche und Monika Lindgens (1989) und in Rainer Mathes und Uwe Freisen (1989).

schließen; für die Zukunft scheint hier eine neue Forschungsfront zu liegen (vgl. Michael Gurevitch und Jay G. Blumler 1990). Solange aber Ergebnisse solcher Forschungen nicht vorliegen, können sich die hier angestellten Überlegungen allein auf eine theoretische Plausibilität stützen: Die im folgenden berichteten deskriptiven empirischen Befunde sind entsprechend mit dem in diesem Kapitel vorgestellten Modell der Selektivität der Medien allein hypothetisch verknüpft.

3.2 Selektivitäten der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten

Auf zwei Fragen sollen im folgenden Antworten zu formulieren versucht werden:

1. Findet in den öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten eine systematische Bevor- oder Benachteiligung einer der politischen Parteien statt, so daß sich Effekte auf die Wahlentscheidung der Bürger vermuten ließen, und worin könnten die Ursachen liegen?
2. Wie sieht - jenseits der Frage der Bevorzugung einer der Akteure - das von den öffentlich-rechtlichen Anstalten gezeichnete Bild der Politik aus? Die meisten der vorliegenden Studien beziehen sich auf Nachrichtensendungen mit politischen Inhalten, so daß auch der Aussagebereich auf diesen Sektor begrenzt ist. Ob sich die öffentlich-rechtlichen Anstalten von den privaten Sendeanstalten unterscheiden, werden wir erst im Schlußkapitel diskutieren.

3.2.1 Wahlkampfdarstellung in den öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten

Die Positionen der Regierung werden in der Bundesrepublik auf Bundes- und Landesebene nicht direkt gewählt, sondern durch die jeweiligen Parlamente. Kandidaten und Mitglieder der Parlamente wiederum sind Angehörige von Parteien. Die Parteien stellen die Listen der Kandidaten auf, die dann zur Wahl stehen. Wahlen sind in der Bundesrepublik Wahlen zwischen Parteien und ihren Spitzenkandidaten. Der Einfluß des Bürgers auf die Kandidatenauswahl selbst ist gering.²⁹ Entsprechend ist die Frage nach einer systematischen Bevorzugung einer der Parteien eine für den Wahlausgang entscheidende Frage.³⁰

²⁹ Der Einfluß der Medien hängt auch vom Wahlsystem ab: Die Vorwahlen zu den amerikanischen Präsidentschaftswahlen ermöglichen den Wählern eine Auswahl der Kandidaten, die dann in das endgültige Rennen gehen sollen. Dabei können Kandidaten ausgewählt werden, die selbst nicht die erste Präferenz der jeweiligen Partei darstellen. Mit diesem Wahlsystem ist zugleich die Möglichkeit eines Medieninflusses auf die Kandidatenauswahl gesichert. Gary Hart wird als Beispiel eines Kandidaten des Mediensystems angeführt (vgl. Fritz Plasser 1985: 9f). In der Bundesrepublik haben die Wähler und damit die Medien höchstens einen indirekten Einfluß auf die Kandidatenauswahl, insofern als die Parteien bei der Erstellung der Liste auch die Medienwirksamkeit ihrer Kandidaten berücksichtigt werden.

³⁰ Neben der Thematisierung der Parteien in den Informationssendungen des Fernsehens haben die Parteien die Möglichkeit, in Werbespots für sich selbst zu werben. Diese Möglichkeit ist genau geregelt und eng begrenzt: Ab der sechsten Woche vor der Wahl dürfen Spots in einer Länge von 2 1/2 Minuten ausgestrahlt werden; jede Partei hat zumindest die Chance, einen Wahlspot zu senden. Die genaue Anzahl

Eine deutliche und **explizite** Bevorzugung einer der etablierten Parteien findet in den öffentlich-rechtlichen Anstalten nicht statt (vgl. Klaus Schönbach 1987: 382). Der Kodex der Ausgewogenheit verbietet dies, und diese Norm wird offensichtlich von den Journalisten als legitim angesehen und strukturiert die Nachrichtenauswahl. In einer Befragung von Fernsehjournalisten aus dem Jahr 1979 anlässlich der ersten Wahl zum Europäischen Parlament wurden die Journalisten in neun europäischen Ländern gefragt, ob sie irgendeine Rolle in der Definition der issues spielen sollten, oder ob sie dies allein den Parteien überlassen sollten. Neben den belgischen Journalisten bildeten die deutschen Journalisten mit 59% diejenigen, die am häufigsten eine eigene Rolle in der Definition von Themen ablehnten (vgl. Marie-Claire Noel-Aranda 1982 zit. in Klaus Schönbach 1991).

Findet aber eine **implizite** und geschwächte Form der Bevorzugung einer der Parteien in den Sendeanstalten statt? Die empirischen Ergebnisse zu dieser Frage sind widersprüchlich. Die umstrittenen Analysen von Noelle-Neumann (1980) zur Bundestagswahl 1976 kommen zu dem Ergebnis, daß das Fernsehen die sozialliberale Koalition bevorzugt habe und damit einen Beitrag zu deren knappem Wahlsieg auf Kosten der CDU/CSU geleistet hätte. Auch Mathias Kepplinger (1982) sieht für die Wahlen von 1976 einen leichten Vorsprung der SPD/FDP im Vergleich zur CDU/CSU in der Häufigkeit der Präsentation in politischen Fernsehmagazinen.

Michael Buß et al. (1984) unterschieden in ihrer Analyse der Bundestagswahl von 1980 zwischen einer allgemeinen politischen Berichterstattung und einer unmittelbar auf den Wahlkampf bezogenen Berichterstattung. In der allgemeinen politischen Berichterstattung bekommen die Regierungsparteien SPD und FDP eine deutlich stärkere Aufmerksamkeit durch die Medien als die Oppositionsparteien. Die Ursache für diese Schieflage dürfte weniger in einer ideologischen Nähe von ARD und ZDF zur sozialliberalen Koalition liegen als in einem der Nachrichtenfaktoren: Die Informationen, die Regierungsparteien veröffentlichen, sind mit einem höheren Prestige des Absenders ausgestattet und haben zudem einen höheren Informationswert für die Rezipienten, so daß sie eher durch die Medien transportiert werden. Ein Vergleich der direkt auf den Wahlkampf bezogenen Themen zeigt nämlich, daß die Regierungs-/Oppositionsarithmetik in diesem Fall ausgeglichen war (vgl. Michael Buß 1984: 84). Die Studie von Michael Buß et al. (1984: 85f) liefert aber einen weiteren interessanten Be-

wird entlang der Sitze im Bundestag festgelegt: So hatten 1983 die CDU und die SPD jeweils 9 Spots, die CSU und die FDP 5, die Grünen 4 und alle anderen Parteien 2 Spots (vgl. Klaus Schönbach 1991: 16). Der Anteil der Parteienwerbung ist im Vergleich zum Umfang allein der Wahlsondersendungen nahezu marginal (vgl. für den Wahlkampf 1980 Michael Buß 1984: 78f). Die folgenden Ausführungen beziehen sich allein auf die Berichterstattung jenseits der Werbespots der Parteien.

fund: Sie zeigt, daß die nicht im Bundestag bereits vertretenen Parteien in den Fernsehsendungen fast überhaupt nicht erwähnt wurden oder selbst zu Wort kamen.

Rainer Mathes und Uwe Freisen (1989) haben für den Bundestagswahlkampf 1987 die Themen, die die verschiedenen Parteien in ihren Wahlkampfzeitungen auf die agenda gesetzt haben, mit den Themen verglichen, über die im Fernsehen berichtet wurde. Sie kommen zu dem Ergebnis, daß die Regierungsparteien CDU/CSU und FDP mit den Themen, die sie selbst als zentrale Wahlkampfthemen gesetzt hatten, häufiger in den "Tagesthemen" und im "heute journal" berücksichtigt wurden als die Oppositionsparteien SPD und FDP (Mathes und Freisen 1989: 544). In der durch die Medien erfolgten Bewertung der Themen und damit der Parteien zeigte sich eine ähnliche Bevorzugung der Regierungsparteien CDU/CSU und FDP.

Wir sehen, daß die empirischen Studien in bezug auf die Frage der Häufigkeit der Platzierung der Parteien und ihrer Themen also zu unterschiedlichen Ergebnissen kommen. Jeweils waren die Unterschiede in der Platzierung der Parteien zudem sehr gering. Man kann daraus den Schluß ziehen, daß es keine **systematische** Bevorzugung einer der etablierten Parteien in den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten gibt, die empirisch unterschiedlichen Ergebnisse auf andere, denn als eine ideologische Nähe von Partei und Sendeanstalt zurückzuführen ist.

Neben einer Informationsübermittlung durch Thematisierung von Parteien und Themen der Parteien nehmen die Medien durch Meinungsäußerungen und Kritik Einfluß auf die Chancen der Parteien, sich vor den Wählern zu präsentieren. Wie sieht in bezug auf die geäußerte Kritik an den Parteien die Verteilung aus?

Insgesamt ist der Anteil werthafter Aussagen, insbesondere negativer Aussagen über Parteien in den öffentlich-rechtlichen Sendungen sehr gering.³¹ Differenziert man im zweiten Schritt danach, von wem die Kritik vorgebracht wird, sieht man, daß mehr als die Hälfte der kritischen Aussagen über Parteien nicht von den Medien selbst formuliert werden, sondern auf andere Parteien zurückgehen, die dann von den Medien zitiert werden (vgl. Michael Buß 1984: 88). Überprüft man im nächsten Schritt, inwieweit für den geringen Anteil an journalistischer Kritik an den Parteien gilt, daß eine der Parteien bevorzugt wird, kommen Michael Buß et al. (1984: 88) für die Bundestagswahl 1980 zu dem Ergebnis, daß die CDU/CSU mehr Kritik auf sich zieht als die SPD, beim Vergleich der Koalitionsblöcke sich dies aber verkehrt, insofern als die SPD/FDP-Koalition

31 Nicht nur auf die Phase eines Wahlkampfes bezogen, sondern auf die Berichterstattung in ARD (Tagesschau, Tagesthemen) und ZDF (heute/heute journal) im Zeitraum des gesamten Jahres 1986 bezogen, klassifizierten Kepplinger et al. (1989: 65) nur 5% der Beiträge als wertende, kritische Beiträge.

insgesamt leicht mehr kritisiert wird als die CDU/CSU. Der Anteil an Kritik insgesamt und die leichten Unterschiede in der Verteilung der Kritik auf die Parteien lassen aber keine Vermutung für eine tendenziöse Kritik des Fernsehens zu. Rainer Mathes und Uwe Freisen (1989: 544) kommen für die Bundestagswahl 1987 zu einem umgekehrten Befund. Sie zeigen, daß es im Hinblick auf die durch die Medien erfolgte Bewertung der Themen und damit der Parteien eine Bevorzugung der Regierungsparteien CDU/CSU und FDP in den öffentlich-rechtlichen Anstalten gab.

Fassen wir zusammen: Sowohl im Hinblick auf die Erwähnung und Thematisierung der etablierten Parteien in der Wahlkampfkommunikation als auch bezüglich der Kritik an den Parteien zeigt sich keine systematische Bevorteilung einer der Parteien. Zugleich zeigen die empirischen Arbeiten aber, daß die nicht bereits im Bundestag vertretenen Parteien kaum Zugang zu den Medien finden. Welches könnten die Ursachen für eine an sich ausgeglichene Berichterstattung über die etablierten politischen Parteien und eine Vernachlässigung der noch nicht im Parlament vertretenen Parteien sein? Greift man zur Beantwortung dieser Frage auf das im letzten Kapitel vorgestellte Modell der Stufen der Selektion von Nachrichten zurück, dann scheint folgende Hypothese plausibel zu sein.

Geht man davon aus, daß die großen Parteien über eine ähnlich ausgebaute professionelle Infrastruktur für Öffentlichkeitsarbeit verfügen, der Input an Informationen also identisch ist, der Nachrichtenwert der Informationen zwar je nachdem, ob eine Partei in der Regierung oder in der Opposition ist, verschieden sein wird, nicht aber mit der Partei selbst in Verbindung steht, dann wird man die Ursache in der institutionellen Verankerung der öffentlich-rechtlichen Anstalten zu suchen haben. Die Ausgewogenheit in der Berichterstattung über die Parteien wird, so die Vermutung, seine Ursache in dem ausgeglichenen Machtverhältnis zwischen den beiden großen Parteien haben. Diese Balance der Machtstruktur im politischen System spiegelt sich in den Kontrollmöglichkeiten der Rundfunkanstalten und führt auf der Programmebene zur Ausgewogenheit.³² Ist diese Vermutung richtig, dann ist die Ausgeglichenheit der Darstellung der Parteien aber keine medieninduzierte Ausgeglichenheit, sondern hat seine Ursachen in exogenen Faktoren, in der Machtverteilung im politischen System. Wäre diese anders, dann würde sich dies auch, wenn auch in zeitverzögerter und geschwäch-

³² Weil eine explizite Bevorzugung einer der großen Parteien ausgeschlossen ist, versuchen Parteien sich einen Vorsprung in der medialen Darstellung zu erwirtschaften, indem sie bestimmte Themen und nicht explizite Meinungen als Pressemitteilungen lancieren. Von den ausgewählten Themen erhoffen sie sich einen Abstrahlungseffekt auf das Prestige der eigenen Partei. So haben die Regierungsparteien im Wahlkampf 1987 vor dem Hintergrund einer gut laufenden Konjunktur vor allem konjunkturpolitische Themen angesprochen in der berechtigten Hoffnung, daß die positive Wirtschaftslage dem Regierungshandeln zugerechnet wird (vgl. Rainer Mathes und Uwe Freisen 1989).

ter Form, in der Verteilung der Aufmerksamkeit auf die politischen Parteien niederschlagen. Ein Vergleich zwischen verschiedenen Sendeanstalten, die durch unterschiedlich zusammengesetzte Rundfunkräte kontrolliert werden - Radio Bremen und Bayrischer Rundfunk z.B. - könnte diese These überprüfen.

Die These, daß die balancierte Machtverteilung zwischen den Parteien eine erklärungskräftige Variable zur Begründung der Ausgewogenheit der Darstellung der etablierten Parteien bildet, macht umgekehrt den Befund verständlich, daß junge, noch nicht etablierte Parteien in den Medien unterrepräsentiert bzw. überhaupt nicht vertreten sind. Wolfgang R. Langenbacher und Heinz R. Ueckermann (1985: 54) sprechen von einer 5%-Klausel auch für die Wahlberichterstattung und erläutern dies am Beispiel der Grünen für die Bundestagswahl 1980. Rainer Mathes und Uwe Freisen (1989: 552) kommen in bezug auf die Repräsentanz der Grünen in den Medien anlässlich der Bundestagswahl 1987 zu dem Ergebnis: "Die Parteien der Opposition waren mit ihren Handlungen und Stellungnahmen im Fernsehen erheblich seltener sichtbar. Dies betraf vor allem die Grünen". Allerdings lassen sich die Ursachen dieses Befundes nicht genau dingfest machen: "Aus den erhobenen Daten kann nicht geschlossen werden, ob dies die Folge eines geringeren Engagements bei der Inszenierung von fernsehgerechten Ereignissen war, oder ob es sich um eine Folge mangelnder journalistischer Resonanz handelt".³³

Zwei weitere Befunde mögen die Vermutung der Benachteiligung der nicht etablierten Partei der Grünen durch die öffentlich-rechtlichen Anstalten zumindest illustrieren: Der Ausschluß der Grünen aus den Diskussionsrunden der Generalsekretäre der Parteien, die am Abend nach einer Landtagswahl vom Fernsehen übertragen werden, mit der Begründung, diese seien nicht mehr im Bundestag vertreten und der Ausschluß des Bündnis 90 aus derselben Runde mit dem Argument, dieses sei zwar im Bundestag vertreten, hätte aber keinen Fraktionsstatus, riecht allzusehr nach einer Interessenallianz zwischen CDU, SPD und FDP, die sich offensichtlich in den öffentlich-rechtlichen Medien durchzusetzen und die mediale Präsenz einer nicht etablierten Partei zu verhindern wissen.³⁴

³³ Die ausführliche Untersuchung von Manfred Knoche und Monika Lindgens (1988, 1990) über die Medienrepräsentanz der Grünen bezieht sich leider nur auf die Printmedien. Die Autoren kommen in ihrer Studie zu dem Ergebnis, daß es trotz der Tatsache, daß die Grünen die 5%-Hürde bei der letzten Bundestagswahl überwunden hatten, es zu der Wahl 1987 eine Medienbarriere für die Grünen gab, die sich in einer systematischen Benachteiligung ausdrückte. Allerdings kann die Studie nicht die Frage beantworten, ob die benachteiligende Darstellung der Grünen ein pressenspezifisches oder ein Grünen-spezifisches Phänomen ist (1988: 507).

³⁴ Eine Sichtbarkeit im Fernsehen können Parteien dann zum einen noch über die Wahlwerbung erreichen. Diese ist aber auf wenige Möglichkeiten beschränkt, und diese werden zudem je nach Stärke der Parteien im Parlament vergeben (vgl. dazu im einzelnen Klaus Schönbach 1987: 373). Zum anderen kön-

Allerdings sind die empirischen Befunde zur Frage der Repräsentation einer neuen Partei in den Medien doch recht dünn. Allein, die theoretischen Überlegungen und die vorliegenden Befunde sprechen für eine systematische Benachteiligung kleiner Parteien. Der öffentlich-rechtliche Status der Anstalten ermöglicht eine, wenn auch nicht direkte parteipolitische Einflußnahme. Das Machtgefüge der politischen Arena spiegelt sich in dem Machtgefüge in den Medien und macht sowohl die Balance der Repräsentation der großen Parteien als auch die Unterrepräsentanz neuer und schwacher Akteure plausibel.

Unter demokratischen Gesichtspunkten bewertet, ist ein solcher Befund als problematisch einzuschätzen. Mag man die durch das Wahlgesetz festgelegte 5%-Klausel aus Stabilitätsgesichtspunkten als legitim erachten, so wird es weit schwieriger sein, gute Argumente dafür zu finden, daß bereits im Vorfeld der eigentlichen Politik, in dem Willensbildungsprozesse erst stattfinden sollen, die Präsentationschancen beschnitten sind und die Chancen einer neuen Partei, sich den Bürgern überhaupt zu vermitteln und als Alternative anzubieten, begrenzt sind. Die These von der "Parteiendemokratie" im Sinne der Übermacht der etablierten Parteien erhält damit eine zusätzliche Unterstützung. Auf die demokratietheoretische Bewertung dieses Befundes soll im letzten Kapitel expliziter eingegangen werden.

3.2.2 Politikvermittlung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen

Wir hatten unsere Perspektive im ersten Schritt begrenzt auf die Wahlkampfberichterstattung und auf die Frage der Bevorzugung bzw. Benachteiligung einer der Parteien durch die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten. Wie sieht - jenseits der Frage der Bevorzugung einer der Parteien, die sich zur Wahl stellen - das von den öffentlich-rechtlichen Anstalten gezeichnete Bild der Politik aus? Welche der theoretisch beschriebenen Selektivitäten kann man zumindest hypothetisch zur Erklärung der Befunde heranziehen und welche Folgen sind damit verbunden?

a. Die Fernsehrealität wird beherrscht von gut organisierten, großen politischen Akteuren, vor allem von den Parteien mit deren Themen und Meinungen. Dies bestätigen verschiedene Befunde der Medienforschung. Die Ursachen dafür liegen wahrscheinlich in der Tatsache, daß alle drei Selektionskriterien (Input, Nachrichtenfaktoren und institutionelle Bedingungen) sich wechselseitig begünstigen, es also in nur geringem Maße "cross-pressures" zwischen den Selektionskriterien gibt. Je größer kollektive Akteure

nen kleine Parteien sich durch die Produktion von Nachrichtenfaktoren einen Zugang zu den Medien verschaffen (vgl. dazu für die Republikaner Barbara Blattert und Thomas Ohlemacher 1991).

sind, desto professioneller agieren sie im Öffentlichkeitssystem, desto mehr und für die Medien qualitativ brauchbareren Output an Informationen mit entsprechendem Nachrichtenwert produzieren sie und umso höher ist ihre Chance, Kontrolle über die öffentlich-rechtlichen Anstalten auszuüben. Heribert Schatz (1980: 34) kommt für 1977 und für die Sendungen "heute" und "heute journal" des ZDF und "Tagesschau" und "Tagesthemen" zu folgendem Ergebnis: "mehr als die Hälfte aller Ereignisse, über die die Fernsehnachrichten berichten, sind nach unserer Definition "künstliche Ereignisse vom politisch-administrativen System voll oder zumindest teilweise bezüglich ihrer Inhalte, ihres Zeitpunkts und ihres Verlaufs gesteuert und mehr oder weniger publikumswirksam in Szene gesetzt." Barbara Baerns (1987: 152) kommt für 1978 für landespolitische Medienbeiträge in Nordrhein-Westfalen zu dem Ergebnis, daß rund zwei von drei Beiträgen auf Pressemitteilungen und Pressekonferenzen zurückgehen.³⁵ Rainer Mathes und Uwe Freisen (1989: 551) kommen in ihrer auf 1987 bezogenen Analyse zu dem Ergebnis, daß 62% der Beiträge und wertenden Darstellungen in den "Tagesthemen" auf inszenierte Ereignisse der Parteien zurückgehen, im "heute journal" des ZDF waren es 58%.

Die wohl flächendeckendste Studie von Hans-Mathias Kepplinger et al. (1989: 56), in der über einen Zeitraum von einem Jahr (1986) alle Meldungen der "Tagesschau" und der "Tagesthemen" sowie von "heute" und "heute journal" erhoben wurden, kommt bezüglich der in den Sendungen erwähnten Akteure zu folgendem Ergebnis :

Tabelle 8: Akteure aus verschiedenen Bereichen in Beiträgen über die Politik der Bundesrepublik (in Prozent)

	ARD	ZDF
Politische Parteien	60,3	60,2
Staatliche Organe	17,4	17,5
Gewerkschaften/Arbeitnehmer	7,2	6,6
Arbeitgeber/Wirtschaft	5,2	4,4
Interessenverbände	2,5	2,8
Andere/ohne Zuordnung	4,9	5,9
Summe	100 (N=6723)	100 (N=5824)

³⁵ Allerdings sind hier zusätzlich zum Fernsehen die Meldungen des Rundfunks und der Printmedien miterhoben worden.

Tabelle 8 macht deutlich, in welchem starkem Maße die Fernsehwirklichkeit der Politik von den Parteien und den etablierten Verbänden beherrscht wird und in welchem geringem Ausmaß kleine Gruppierungen Eingang in die Medienberichterstattung finden.

Neben der Tatsache, daß es die etablierten politischen Akteure sind, die die Ressourcen zur Inszenierung von Ereignissen besitzen, spielt der Nachrichtenfaktor Status des Absenders eine zusätzliche Rolle für die Durchschlagskraft der Hauptakteure des politischen Systems in den Medienbereich. Inputhypothese und Nachrichtenfaktor Status werden aber nur zum Teil die Dominanz großer kollektiver Akteure und vor allem der Parteien in den Nachrichten der öffentlich-rechtlichen Anstalten erklären können. Auffallend in den Ergebnissen der zitierten Studie von Rainer Mathes und Uwe Freisen (1989) ist, daß der Anteil an durch die Parteien inszenierten Ereignissen in den privaten Sendeanstalten SAT 1 mit der Sendung "SAT 1-Blick" und bei RTL mit der Sendung "7 vor 7" weit niedriger liegt: 39% bzw. 22% der Beiträge und wertenden Stellungnahmen sind hier parteiinduzierte Stellungnahmen. Geht man davon aus, daß der Input an Informationen bei allen Sendeanstalten gleich ist, die Nachrichtenfaktoren ebenso für alle gleichermaßen gelten, dann kann man diesen Unterschied hypothetisch auf die institutionelle Verankerung der öffentlich-rechtlichen Anstalten zurückführen: Die im Vergleich zu den privaten Anstalten starke Nähe zum politischen System und dort zu den etablierten Parteien wirkt sich auf der Ebene der medialen Darstellung von Politik in einer Konzentration auf Parteiverlautbarungen aus.

Die Kehrseite der Konzentration auf große gesellschaftliche Akteure, und dort vor allem auf die Parteien, und die Wiedergabe der Meinungen dieser Akteure ist die Vernachlässigung anderer Akteure und Interessengruppen. Diese finden kaum Eingang in die Fernsehberichterstattung. Heribert Schatz (1980: 31) klassifiziert in seiner Studie auf interessante Weise die massenmedial erwähnten Handlungsträger entlang der Frage, ob sie selbst initiative Akteure sind oder Adressat der Forderung anderer Akteure. Er kommt zu dem Ergebnis, daß in den Fernsehnachrichten in weniger als 5% der Fälle kollektive Akteure, die außerhalb des politischen Systems zu lokalisieren sind (Verbände, Initiativen, Einzelpersonen), als aktive Akteure vorkommen, die Forderungen an das politische System formulieren. Die dominant aktiven Akteure kommen aus dem politisch-administrativen System (Parteien, Regierung, Land, Kommunen, Behörden). Begreift man Öffentlichkeit und die Massenmedien als ein intermediäres System, das zwischen Politik und Gesellschaft vermittelt, so deuten diese Befunde darauf hin, daß der Vermittlungsprozeß ein relativ einseitiger Vermittlungsprozeß ist. Der Beitrag der öffentlich-rechtlichen Anstalten zur Vermittlung von Interessen von Verbänden, Initiativen und anderen gesellschaftlichen Gruppen an das politische System ist gering.

Das Feld wird beherrscht von den politischen Akteuren selbst, vor allem von den etablierten Parteien.

b. Die Dominanz der Parteien geht nicht nur auf Kosten der Interessengruppen und kleinerer Akteure, sondern auch auf Kosten der Medien selbst. Ihre Rolle in der Kommentierung und Bewertung von Ereignissen ist eher schwach ausgeprägt; Bewertungen werden meist als Zitate anderer politischer Akteure vermittelt, weniger als Bewertung der Medien selbst - wie wir weiter oben bereits gesehen hatten. Hans-Mathias Kepplinger et al. (1989: 65) kommen in ihrer Studie zu dem Ergebnis, daß insgesamt nur 6% der politischen Beiträge der politischen Sendungen in ARD und ZDF Beiträge mit massiver Kritik waren.³⁶ Die typische Meldung in den Nachrichten der öffentlich-rechtlichen Anstalt hat dabei folgenden Aufbau: Nachricht über ein Ereignis, Bewertung des Ereignisses durch die Partei x (meist die Regierungspartei), dann durch die Partei y und dann durch die Partei z. Nur selten erfolgt eine Kommentierung der Medien selbst.³⁷ In Befragungen von Politikern spielen Journalisten häufig eher die Rolle eines Stichwortgebers als die eines kritischen Fragers. In der Aufdeckung von kommenden Problemen und möglichen Skandalen haben die öffentlich-rechtlichen Anstalten wohl nur selten eine führende Rolle gespielt. Die Ursache für die geringe eigenständige Rolle des Fernsehens liegt - so kann hier nur vermutet, nicht überprüft werden - in seiner institutionell engen Anbindung an die Politik und die Parteien, die eine kritische Distanz zu den Parteien nicht erlaubt. Die institutionelle Autonomie der öffentlich-rechtlichen Anstalten gegenüber dem politischen System ist begrenzt, was sich auf der Ebene der Inhalte in einer Zurückhaltung der Bewertung von Ereignissen spiegelt.

c. Auch öffentlich-rechtliche Anstalten selektieren die politischen Informationen, die sie verbreiten, nach Gesichtspunkten von Nachrichtenfaktoren, wenn auch nicht in dem Maße, wie dies für ein allein auf Einschaltquoten angewiesenes Privatfernsehen der Fall ist.³⁸ Die Folgen für das massenmedial vermittelte Bild von Politik sind in der Literatur häufiger diskutiert, empirisch dingfest gemacht und in aller Regel beklagt worden, sie sollen hier nur kurz werden diskutiert,³⁹ einige wurden bereits erwähnt.⁴⁰ Dabei ist es

³⁶ Die Autoren weisen allerdings darauf hin, daß ihrer Untersuchung eine sehr restriktive Definition von massiver Kritik zugrunde lag.

³⁷ Daniel Hallin und Paolo Mangini (1984) haben die Berichterstattung im italienischen und im amerikanischen Fernsehen über eine Europareise Präsident Reagans miteinander verglichen. Da das italienische Fernsehen eine ähnliche Struktur aufweist wie das bundesrepublikanische Fernsehen, lassen sich die Ergebnisse begrenzt übertragen.

³⁸ Die öffentlich-rechtlichen Anstalten sind gerade wegen ihrer spezifischen institutionellen Fundierung in ihrer Auswahl nur zum Teil an Nachrichtenfaktoren orientiert. Vergleiche zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen zeigen dies (vgl. zusammenfassend Max Kaase 1989: 110).

³⁹ Daß die Darstellung von Politik in den Medien und speziell im Fernsehen zur Video-Malaise (Entfremdung von der Politik, sinkendes Vertrauen in die politischen Institutionen) bei den Bürgern führen wird - so die bekannte These von Michael J. Robinson, läßt sich für die Nutzer der öffentlich-rechtli-

wichtig zu sehen, daß es nicht um den Unterschied zwischen einer vermeintlich objektiven Realität auf der einen Seite und einer Massenmedienrealität auf der anderen Seite geht, sondern um den Unterschied zweier Realitäten: die der Medien und die der Politik (vgl. Winfried Schulz 1974).

Die massenmediale Darstellung von Politik führt in der Sozial-, Zeit- und Sachdimension zu einer spezifischen Art der Zentrierung und Verdichtung der politischen Informationen. Medien und vor allem das Fernsehen tendieren in der **Sozialdimension** zu einer Personalisierung von Politik. Damit ist gemeint, daß zum einen einzelne Personen und nicht soziale Strukturen und Bedingungskonstellationen als die Agenten bezeichnet werden, die den Ablauf von Ereignissen bestimmen; daß zum anderen unterschiedliche Programme und Inhalte von politischen Akteuren hinter den unterschiedlichen Persönlichkeitstypen der die Akteure repräsentierenden Kandidaten zurücktreten und daß c. strukturelle Probleme nicht als solche sondern am Schicksal einzelner Personen dargestellt werden (personal interest story) (vgl. Rainer Geißler 1972: 131ff; Max Kaase 1986: 365 und die dort angegebene empirische Literatur). Die durch die Medien erfolgte Personalisierung von Politik führt, so die These, zu einem falschen Bild politischer Geschehensabläufe und falschen Erwartungen an die Politik auf der Seite der Bürger.

Eine ähnliche Diskrepanz zwischen dem politischen Geschehensablauf und der medialen Darstellung von Politik ergibt sich in bezug auf die unterschiedliche **Zeitstruktur** der beiden Arenen. Demokratische Entscheidungsprozesse sind in der Regel komplizierte, über lange Zeitphasen sich hinziehende Prozesse, die mit vielfachen Kontrollen verbunden sind. Medienberichterstattung und vor allem das Fernsehen ist hingegen eine auf Momentaufnahmen konzentrierte Berichterstattung, die schnelle und einfache Lösungen präferiert (vgl. Max Kaase 1986: 365). Komplizierte, sich über einen längeren Zeitraum erstreckende Prozesse werden gerafft und auf zeitpunktbezogene Ereignisse verkürzt.

Schließlich finden sich in der massenmedialen Berichterstattung über Politik auch in der **Sachdimension** Verdichtungen der politischen Informationen. Komplexe Sachverhalte

chen Programme in der Bundesrepublik nicht bestätigen, vgl. dazu die Arbeit von Christiana Holtz-Bacha (1989).

40 Statushöhere und prominente Akteure werden überrepräsentiert sein, nationale Ereignisse werden vor internationalen Ereignissen rangieren, und diese wiederum werden je nach Status des Landes hierarchisiert sein (vgl. Heribert Schatz 1980).

werden simplifiziert und thematisch verkürzt präsentiert. Daß eine mediale Darstellung von Politik, die zudem in der Regel die einzige Erfahrungsgrundlage von Politik bildet, auf die Dauer das Verständnis und die Akzeptanz für demokratische Prozesse beeinträchtigt, kann man vermuten.

Die in der Literatur häufig geäußerte gesellschaftspolitische Kritik an der Bedeutung von Nachrichtenfaktoren als Selektionskriterium für Informationen scheint mir aber nicht ganz berechtigt und aus zwei Gründen überzogen zu sein. 1. Auch öffentlich-rechtliche Sendeanstalten sind auf die Einschaltquoten der Bürger angewiesen, wenn auch nicht in dem Maße, wie dies für private Sendeanstalten gilt. Eine Orientierung an Nachrichtenfaktoren ist entsprechend unvermeidlich. Die Orientierung an Nachrichtenfaktoren bedeutet zudem eine Orientierung am Geschmack des Publikums; eine Orientierung an den Bürgern wiederum kann erstmal für sich die Weihen einer demokratischen Legitimation beanspruchen; diejenigen, die dagegen argumentieren, haben die Beweislast auf ihrer Seite; wir kommen am Ende auf diese Frage des Verhältnisses von Massenmedien und Demokratie zurück. 2. Massenmedien sind auf eine Selektion an Informationen angewiesen, sie können nicht die Komplexität der Welt einfach nochmals abbilden. Eine Kritik an Selektivitätskriterien wie denen der Nachrichtenfaktoren läuft ins Leere, wenn sie nicht alternative Kriterien der Selektion angibt.

Die Ausführungen zur Frage, wie beeinflußt das öffentlich-rechtliche Fernsehen die Wahlpräferenzen und das Bild der Politik der Bürger, sind damit abgeschlossen. Eine Zusammenfassung und Bewertung der Befunde sollen nicht an dieser Stelle, sondern am Ende erfolgen.

III. Massenmedien, Wahrnehmung durch politische Eliten und politische Entscheidungsfindung

Wir sind davon ausgegangen, daß die Massenmedien einen doppelten Einfluß auf die Herstellung kollektiv verbindlicher Entscheidungen nehmen (vgl. Schema I): Zum einen **indirekt** durch die Rezeption der veröffentlichten Meinung durch die Bevölkerung und den Grad der Beeinflussung der Bevölkerung in ihrer Sicht der Politik und in ihren Wahlpräferenzen, die sich dann auf die Auswahl der Personen und Parteien, die kollektiv verbindliche Entscheidungen herstellen, auswirkt; zum anderen **direkt** - gleichsam zwischen den Wahlen - durch die Rezeption der veröffentlichten Meinung durch gewählte politische Entscheidungsträger und den Grad der Beeinflussung der politischen Entscheidungen durch die Rezeption der veröffentlichten Meinung. Die veröffentlichte Meinung dient den politischen Entscheidungsträgern als Ersatzindikator, als Ersatzmessung der Bedürfnispräferenzen der Bürger, an der sie dann ihre eigenen Handlungen orientieren und orientieren müssen, wollen sie eines ihrer Ziele, Wählerstimmen zu gewinnen, realisieren.

Wir wollen uns im folgenden mit dem direkten Einfluß der Medien auf politische Entscheidungsträger beschäftigen. Der Aufbau des folgenden Kapitels ergibt sich zum Teil in Analogie zu dem Kapitel II. Damit die Medien überhaupt einen Einfluß auf die Meinungen der politischen Entscheidungsträger nehmen können, müssen die Informationen der Medien von diesen rezipiert werden. Welche Informationsquellen werden von den politischen Eliten als politische Informationsquellen genutzt? Wie ist die Stärke des massenmedialen Einflusses im Vergleich zu anderen Einflußfaktoren einzuschätzen (1)? Die Art und die Richtung der Beeinflussung hängen ab von den durch die Massenmedien übermittelten Inhalten. Welche Selektivitäten weist die Medienberichterstattung auf, und wie wirken diese auf die Entscheidungen der Entscheidungsträger (2)?

1. Rezeption der Medieninformationen durch politische Eliten als Bedingung der Einflußnahme

Bedingung der Möglichkeit einer Einflußnahme der Massenmedien auf politische Entscheidungsträger ist, daß diese die Informationen der Medien überhaupt rezipieren und den Medien im Vergleich zu anderen Informationskanälen eine Bedeutung zukommt. Schließt man an das bereits diskutierte Ebenenmodell von Öffentlichkeit an, dann kann man analytisch zwischen einer Informationsübermittlung durch interpersonale Kommunikation (mit Bürgern und Vertretern von Interessengruppen), durch

Kommunikation in öffentlichen Veranstaltungen und einer medienvermittelten Kommunikation unterschieden. In welchem Ausmaß die politischen Entscheidungsträger die verschiedenen Kanäle nutzen und welche Bedeutung ihnen zukommt, wissen wir nicht. Allein zur medienvermittelten Kommunikation liegen einige empirische Ergebnisse vor. Dietrich Herzog et al. (1990) kommen in ihrer Befragung der Mitglieder des 11. Deutschen Bundestags bezüglich des massenmedialen Rezeptionsverhaltens der Abgeordneten zu folgendem Ergebnis:

Tabelle 9: Durchschnittliche Häufigkeit der Nutzung ausgewählter Informationsmedien durch Bundestagsabgeordnete (Quelle: Dietrich Herzog et al. 1990)*

1. Überregionale Tageszeitungen	92
2. Regionale Tageszeitungen	95
3. Wochenzeitungen (Stern, Zeit)	68
4. Magazine (Spiegel)	59
5. Fernsehsendungen	52
6. Radiosendungen	50

* Die Frage lautete: "Neben den Kontakten zu Personen und Institutionen, die für Ihre Informationsgewinnung sicherlich von Bedeutung sind, gibt es noch zahlreiche andere Informationsmittel. Bitte nennen Sie mir anhand dieser Liste, ob und wie oft Sie die aufgeführten Medien benutzen". Den Werten liegt eine Skala zugrunde, die von 0 = gelegentlich bis 100 = regelmäßig reicht.

Politische Entscheidungsträger nutzen eine Vielzahl an Informationsmedien. Im Gegensatz zur Bevölkerung bilden für die politischen Entscheidungsträger die Tageszeitungen das mit Abstand am häufigsten genutzte Informationsmedium. Politische Fernsehsendungen erreichen bei weitem nicht die Aufmerksamkeit. Nun sagt die Nutzungshäufigkeit nicht unbedingt etwas über die Einflußstärke auf politische Entscheidungsträger aus. Dietrich Herzog et al. (1990: 76) hatten nicht nur nach der Nutzung verschiedener Medien, sondern auch nach der eingeschätzten Wichtigkeit der genutzten Medien gefragt. Dabei ergab sich folgendes Ergebnis:

Tabelle 10: Die drei wichtigsten Medien für die Arbeit als MdB (Quelle: Dietrich Herzog et al. 1990: 76)*

Es ergibt sich folgende Reihenfolge (in Prozent):

1. Überregionale Tageszeitungen	82
2. Regionale Zeitungen	34
3. Wochenzeitungen (Stern, Zeit)	11
4. Magazine (Spiegel)	10
5. Ausländische Presse	3
6. Fernsehsendungen	53
7. Radiosendungen	34
8. Zeitungen der eigenen Partei	4
9. Zeitungen anderer Parteien	-
10. Sonstige Veröffentlichungen der Part.	3
11. Veröffentlichungen der Verbände	9
12. Fachzeitschriften	28
13. Wissenschaftliche Veröffentlichungen	9

* Die Frage lautete: "Welche der von Ihnen genutzten Medien sind die drei wichtigsten für Ihre Tätigkeit als MdB?" (nach vorgegebener Liste)

Den überregionalen Tageszeitungen wird die mit Abstand wichtigste Bedeutung zugemessen. Allerdings bleibt bei der Frageformulierung offen, was genau von den Befragten unter Wichtigkeit verstanden wurde.

Fragt man nun weiter, welche der überregionalen Tageszeitungen von den Bundestagsabgeordneten rezipiert werden, ergibt sich folgendes Bild. Die folgenden Daten beziehen sich auf eine Umfrage unter Abgeordneten aus dem Jahr 1988 von Henry Puhe und H. Gerd Würzberg (1989: 45).

Tabelle II: Nutzung (in Prozent) überregionaler Tageszeitungen durch Bundestagsabgeordnete (Quelle: Henry Puhe und H. Gerd Würzberg 1989: 45)*

	Gesamt	CDU	SPD	FDP	Grüne
Frankfurter Allgemeine Zeitung	82	91	70	82	78
Süddeutsche Zeitung	70	41	65	83	75
Frankfurter Rundschau	62	44	80	57	80
Die Welt	58	74		56	
Handelsblatt	52				
Bild	28				
taz	20	6			78

* Die Verteilung der Nutzung der Medien durch die Mitglieder unterschiedlicher Parteien konnte nur zum Teil aus der Studie rekonstruiert werden, weil eine entsprechende Tabelle in der Studie von Henry Puhe und H. Gerd Würzberg (1989) nicht ausgedruckt ist und in dem Text nicht alle Zahlen angegeben sind.

Zwei Befunde sind an den Ergebnissen auffallend:

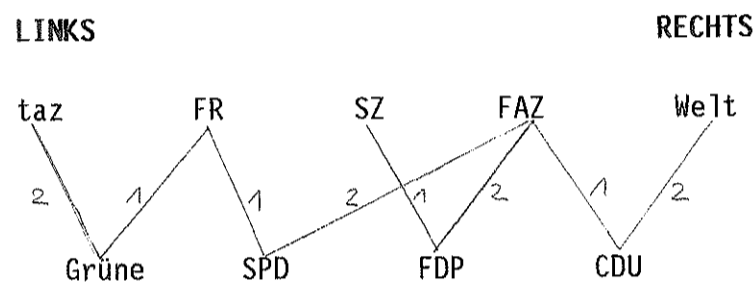
1. Die Bundestagsabgeordneten greifen in der Regel auf mehrere Informationsangebote zurück, sie beschränken sich nicht auf eine Zeitung. Die FAZ wird dabei am häufigsten von allen Bundestagsabgeordneten gelesen und dies im Vergleich zu den anderen Tageszeitungen auch relativ parteiübergreifend. Auch in bezug auf die anderen in der Befragung erhobenen Indikatoren (Leseintensität, Lesedauer, Nutzung zu Dokumentationszwecken) kommt der FAZ eine Sonderstellung zu.

2. Je nach Parteizugehörigkeit gibt es eine selektive Zuwendung zu bestimmten Medien. Die CDU/CSU präferiert die FAZ und dann die Welt, die SPD zuerst die Frankfurter Rundschau und dann die Frankfurter Allgemeine Zeitung; bei der FDP rangieren die Süddeutsche Zeitung und die Frankfurter Allgemeine Zeitung an den beiden ersten Stellen; die Grünen lesen in erster Linie die Frankfurter Rundschau, die taz und die FAZ.

Gruppiert man die Zeitungen in bezug auf ihre ideologische Orientierung entlang einer Links-Rechts-Achse¹ und ordnet dann die Abgeordneten der jeweiligen Parteien den beiden Medien zu, die sie am häufigsten lesen, ergibt sich folgende Anordnung:

1 Die Anordnung der Zeitungen auf einer Links-Rechts-Skala bezieht sich auf eine Umfrage aus dem Jahr 1972 unter insgesamt 249 Politikern (vgl. Klaus Schönbach 1977: 62). Die Klassifikation der taz wurde und konnte zu diesem Zeitpunkt nicht erfragt werden. Ich habe sie hier, ausgehend von der Annahme, daß sie als die Zeitung am linken Spektrum eingeordnet worden wäre, hinzugesetzt.

Tabelle 12: Ideologische Orientierung überregionaler Tageszeitungen und Nutzungshäufigkeit durch Abgeordnete verschiedener Parteien



Die Tabelle 12 zeigt, daß es in der Tendenz eine selektive Zuwendung der Abgeordneten der verschiedenen Parteien zu den Medien gibt, die ihnen ideologisch am nächsten stehen. Geht man davon aus, daß die verschiedenen Tageszeitungen je nach ideologischer Orientierung auch eine selektive Berichterstattung der Politik betreiben - ob dies der Fall ist, wird uns im nächsten Kapitel beschäftigen -, dann bedeutet die selektive Zuwendung der Abgeordneten zu den ihnen nahestehenden Medien, daß sie in erster Linie mit Informationen und Meinungen versorgt werden, die ihren ideologischen Vorurteilen entsprechen. Die Verbindung von Medien und politischen Entscheidungsträgern hat dann der Tendenz nach einen ideologisch versäulten Charakter, sie läuft entlang etablierter Konfliktlinien.

Die Nutzungshäufigkeit und eingeschätzte Wichtigkeit der Medien sind Bedingungen für eine Beeinflussung politischer Entscheidungsträger. Beeinflussen die Medien aber die Entscheidungsträger, und wie ist die Einflußstärke der Medien im Vergleich zu anderen Einflußnahmen einzuschätzen?

In der gerade zitierten Studie von Henry Puhe und H. Gerd Würzberg (1989) ist eine Frage enthalten, mit der die Einflußstärke der Medien im Vergleich zu anderen Einflußkanälen erhoben werden sollte.

Tabelle 13: Einschätzung der Stärke der Einflußnahme auf Abgeordnete durch unterschiedliche Akteure (Quelle: Henry Puhe und H. Gerd Würzberg 1989)*

Abgeordnete werden in starkem Maße beeinflusst durch (in Prozent):

Fraktion	62
Überregionale Medien	34
Regierung	32
Lokalzeitung	28
Gewerkschaften	18
Unternehmerverbände	16
Interessierte Bürger	12

* Gemessen wurde der Einfluß mit einer 6er Skala. Der Einfluß ist groß, wenn die Werte 5 und 6 angegeben wurden.

In der subjektiven Einschätzung der Abgeordneten kommt den Printmedien, und dort vor allem den überregionalen Medien, aber auch der Lokalzeitung des Wahlkreises, im Vergleich zu anderen Einflußkanälen eine sehr wichtige, wenn auch nicht die wichtigste Bedeutung zu. Die Einflußstärke auf das Verhalten der Abgeordneten wird von den Abgeordneten selbst als relativ hoch eingeschätzt. Leider ist aber nicht klar, was mit Einfluß gemeint ist und auf wen er sich bezieht. Meint Einfluß Einfluß auf das Entscheidungsverhalten des Abgeordneten oder auf das Informationsverhalten? Bezieht sich Einfluß auf den Befragten selbst oder auf alle Abgeordneten? Ob das Verhalten der Abgeordneten also tatsächlich und wenn ja, welches Verhalten und in welche Richtung durch die Medien beeinflusst wird, ist empirisch offen. Auch hier kann man nur eine Forschungslücke konstatieren.

Fassen wir die Ergebnisse zusammen: Bedingung für eine Einflußnahme der Massenmedien auf politische Entscheidungsprozesse ist die Rezeption der Medien durch die Entscheidungsträger. Umfrageergebnisse zeigen, daß die Entscheidungsträger in der Regel eine Vielzahl an Medien, in erster Linie aber überregionale Tageszeitungen rezipieren. Auch in bezug auf die Einschätzung der Wichtigkeit der verschiedenen Medien und der Stärke der Einflußnahme kommt den überregionalen Zeitungen eine besondere Stellung zu, während dem Fernsehen, das von den Bürgern in erster Linie als Informationsquelle genutzt wird, nur eine nachgeordnete Bedeutung zugesprochen wird.² Mit

² Diese Aussage gilt nur in begrenztem Maße, wenn man die Möglichkeiten eines "inter-media agenda

Hilfe der Medien und speziell der überregionalen Tageszeitungen beobachten die politischen Entscheidungsträger die Gesellschaft. Die dort veröffentlichte Meinung stellt für die Entscheidungsträger eine Messung der gesellschaftlich relevanten Themen und Meinungen dar. Stimmt diese Vermutung, dann wird plausibel, warum von den meisten Abgeordneten so viele Medien und in besonderem Maße überregionale Abonnementzeitungen rezipiert werden. Unter Bedingungen unvollständiger Information sind sie darum bemüht, das Informationsdefizit zu kompensieren. Daß die Wahrnehmung einer breiten Palette an Informationen dabei eine rationale Strategie ist, ist selbstevident. Wieso aber konzentrieren sich die Abgeordneten in dem starken Maße auf die überregionalen Tageszeitungen? Die überregionalen Abonnementzeitungen sind sogenannte Prestigemedien. Ihr Einfluß ist nicht allein auf ihre relativ kleine direkte Leserschaft begrenzt. Sie haben eine Sonderstellung innerhalb der Medienlandschaft inne, insofern sie 1. nahezu von der gesamten politischen Elite gelesen werden und dadurch eine Inter-Eliten-Beeinflussung ermöglichen, 2. durch ihre ausführliche Berichterstattung über Politik den Entscheidungsträgern eine Beobachtung ihrer politischen Konkurrenz ermöglichen und 3. als Leitmedien für die anderen Medien dienen, die die in den Prestigemedien diskutierten Themen und Meinungen aufgreifen und dann selber auf die agenda setzen (vgl. Hans Mathias Kepplinger 1985: 178; Elisabeth Noelle-Neumann und Rainer Mathes 1987). Insofern scheint eine Orientierung an den überregionalen Abonnementzeitung eine rationale Strategie zu sein.

Man kann vermuten, daß die Entscheidungsträger - handeln sie rational und versuchen, Wählerstimmen zu maximieren - die veröffentlichte Meinung nicht nur rezipieren, sondern auch darauf reagieren werden, indem sie die dort gesetzten Themen aufnehmen und bearbeiten. Man kann also erwarten, daß die Medien einen Effekt auf die politischen Entscheidungsträger und deren Entscheidungen haben.

Die berichteten Umfrageergebnisse zeigen weiterhin, daß es eine selektive Zuwendung der Abgeordneten der verschiedenen Parteien zu den Medien gibt, die ihnen inhaltlich und ideologisch am nächsten stehen. Die selektive Zuwendung zu bestimmten Medien läßt sich ebenfalls mit Hilfe der Annahmen der ökonomischen Theorie der Politik interpretieren. Die Parteien konkurrieren miteinander um die Wählerschaft. Dabei ist der Wählermarkt selbst nach sozialstrukturellen und ideologischen Kriterien in Teilmärkte unterschiedlicher Wählerklientel segmentiert. Die Parteien werben mit ihrem programmatischen Profil auf Teilmärkten des Wählermarkts. Entsprechend ist es aus der Sicht der Entscheidungsträger rational, in erster Linie genau diese Teilmärkte zu beobachten

setting" (Elisabeth Noelle-Neumann und Rainer Mathes 1987) bedenkt: Informationen des Fernsehens werden dann auch von den Tageszeitungen übernommen und umgekehrt.

und Signale über Themen, Präferenzen und Meinungen aus diesen Teilmärkten zu registrieren. Die bevorzugte Zuwendung zu Tageszeitungen, die dem eigenen ideologischen Profil nahestehen ist insofern eine rationale Strategie der Entscheidungsträger. Sie beobachten über die entsprechenden Medien das für sie relevanteste Marktsegment. Ob die hier angestellten Interpretationen, die die empirischen Befunde zu erklären versuchen, allerdings stimmig sind, kann selbst nicht überprüft werden. Sie bleiben insofern hypothetisch.

2. Selektivitäten der Medienberichterstattung in den überregionalen Tageszeitungen

Form und Inhalt der massenmedial vermittelten Informationen werden geprägt durch die spezifischen Selektivitäten der massenmedialen Berichterstattung. Bildet für die Bürger in erster Linie das Fernsehen das wichtigste Informationsmedium für Politik, so kommt für die politischen Entscheidungsträger diese Rolle den überregionalen Tageszeitungen zu. Im folgenden gilt es, der Frage nachzugehen, durch welche Selektivitäten die politische Berichterstattung in den überregionalen Tageszeitungen gekennzeichnet sind, und welche Effekte auf die Entscheidungen der Entscheidungsträger zu erwarten sind.

Im Gegensatz zu den durch das öffentlich-rechtliche Fernsehen übermittelten Informationen unterscheidet sich die Informationsvermittlung durch die Zeitungen grundsätzlich durch folgende drei Faktoren. a. Die Menge der Informationen, die in einer Tageszeitung übermittelt werden, ist weit höher als die Menge der Nachrichten des Fernsehens. Dies bedeutet, daß zum einen über mehr Ereignisse, zum anderen über die einzelnen Ereignisse intensiver berichtet werden kann. b. Der Anteil an Interpretationen und Kommentierungen der Informationen ist im Verhältnis zu den übermittelten Informationen selbst in den überregionalen Qualitätszeitungen höher als in den öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen (vgl. das Schaubild in Schönbach 1977: 76). Der Deutung von Themen und Problemen kommt in den Zeitungen eine wichtigere Rolle zu als in den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendungen. c. Das Lesen von Nachrichten erfordert einen höheren Aktivitätsgrad des Rezipienten als die akustisch visuelle Einlösung von Fernsehnachrichten. Die Chance, daß Informationen erinnert werden und den Rezipienten beeinflussen können, ist bei einer Zeitungslektüre höher als bei einer akustisch visuellen Rezeption von Nachrichten.

Durch welche Selektivitäten ist die Informationsübermittlung durch Qualitätszeitungen gekennzeichnet, und wodurch grenzt sich diese von den öffentlich-rechtlichen Anstalten ab?

Grundsätzlich gilt auch für die überregionalen Zeitungen, daß die von ihnen übermittelten Informationen durch das Nachrichtenangebot bestimmt werden, das vor allem von kollektiven Akteuren als Input an die Medien geliefert wird, von der Selektion entlang von Nachrichtenfaktoren und von der strukturellen und ideologischen Verankerung der jeweiligen Zeitung (vgl. Schema II). Allerdings wird sich das Mischungsverhältnis der drei Variablenkomplexe zum Teil anders darstellen und entsprechend zu einem anderen Output an Informationen führen. Wie dieses genau aussieht, ist aus mehreren Gründen nicht einfach aus den vorliegenden empirischen Studien zu rekonstruieren. Zum einen beziehen sich die meisten inhaltsanalytischen Studien auf die Darstellung bestimmter Themen und Konflikte in den Medien, so daß eine Generalisierung auf die Berichterstattung an und für sich problematisch ist. Zum anderen beschränken sich die Studien häufig auf bestimmte Medien, so daß der Vergleich zwischen den überregionalen Tageszeitungen und dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen in ein und derselben Studie fehlt.³ Nur zum Teil empirisch abgesichert sind entsprechend die folgenden Aussagen:

1. Bei allen Unterschieden ist der Überschneidungsbereich zwischen der Politikdarstellung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen und den überregionalen Tageszeitungen doch relativ hoch. Nachrichtenfaktoren und Input an Nachrichtenangebot bilden Faktoren, die wahrscheinlich für beide Bereiche gelten und entsprechend das Nachrichtenbild in einer Weise prägen, die bereits diskutiert wurde: In beiden Medien werden in erster Linie Informationen aus dem eigenen Land, weniger internationale Informationen vermittelt; innerhalb der Informationen, die sich auf das politische Geschehen in der Bundesrepublik beziehen, kommt in erster Linie die Bundespolitik, in geringem Maße die Landes- und Kommunalpolitik zu Wort; in beiden Medien ist die dargestellte Politik vor allem die offizielle Politik: die Exekutive ist der wichtigste Handlungsträger; die mit Abstand meisten Meldungen beziehen sich auf Verlautbarungen und Kommentare von politischen Akteuren zu Ereignissen und nicht auf Ereignisse selber (vgl. die Tabellen in Winfried Schulz 1977: 53, 55, 57, 62).⁴ Wie kann man die deskriptiven Befunde erklären? Die Ursache für den relativ weiten Überschneidungsbereich der Fernseh- und Qualitätszeitungsnachrichten liegt wahrscheinlich in drei Faktoren begründet: Beide Medien hängen ab - wenn auch in unterschiedlichem Maße - von dem Input an Nach-

³ So ist in der sehr ausführlichen Studie von Winfried Schulz (1977) zwar keine thematische Fixierung vorgenommen, die Arbeit beschränkt sich aber allein auf Tageszeitungen, enthält also keine Fernsehnachrichtenanalyse und berücksichtigt nur eine überregionale Qualitätstageszeitung - die FAZ. Die Studie von Hans-Mathias Kepplinger (1985) berücksichtigt zwar alle Qualitätstageszeitungen und die Hörfunkprogramme, aber keine Fernsehnachrichten. Klaus Schönbachs Arbeit (1977) enthält sowohl die Qualitätszeitungen als auch die Fernsehnachrichten von ARD und ZDF, ist aber thematisch beschränkt auf einen Komplex, die Berlin-Frage.

⁴ Allerdings berücksichtigt Schulz von den überregionalen Qualitätszeitungen allein die FAZ.

richtenangebot, das von kollektiven Akteuren produziert wird; beide selektieren die Informationen an Hand von Nachrichtenfaktoren; beide Medien beobachten sich wechselseitig, so daß es inter-media-Effekte der Übernahme von Informationen gibt (vgl. Elisabeth Noelle-Neumann und Rainer Mathes 1987).

2. Allerdings zeigen sich zugleich Unterschiede zwischen Fernsehen und Qualitätszeitungen, die zum einen wahrscheinlich auf die unterschiedliche Bedeutung von Nachrichtenfaktoren zurückzuführen sind. Ein Teil der Nachrichtenfaktoren greifen als Selektionskriterium im Bereich der Qualitätszeitungen etwas schwächer als in den öffentlich-rechtlichen Medien. Dies bedeutet im einzelnen: Die Anzahl internationaler Informationen ist in der Tageszeitung höher als im Fernsehen; die Qualitätszeitungen sind in geringerem Maße auf die Exekutive und die Parteien fixiert und berücksichtigen in stärkerem Maße Interessengruppen auch kleinerer Art und Privatpersonen; die thematische Streuung ist in der Presse größer als in den Fernsehnachrichten;

Die Ursache für die im Vergleich zum Fernsehen etwas geringere Orientierung der Qualitätszeitungen an Nachrichtenfaktoren wird in den unterschiedlichen Publika liegen: Während die öffentlich-rechtlichen Anstalten prinzipiell bei jedem Bürger Aufmerksamkeit erzeugen und jeden Bürger ansprechen wollen, ist das angepeilte Publikum der Qualitätszeitungen auf ein engeres, politisch interessiertes und gebildetes Publikum begrenzt. Dies erlaubt es bzw. macht es sogar erforderlich, eine andere, auf ein interessiertes Publikum zugeschnittene Nachrichtenselektion zu betreiben. Aufmerksamkeit muß nicht in dem Maße mehr erzeugt werden, sondern kann vorausgesetzt werden. Hinzu kommt, daß der Selektionsdruck insgesamt bei Zeitungen geringer ist als bei Nachrichtensendungen des Fernsehens, da der zu Verfügung stehende Raum größer ist.

3. Unterschiede zwischen Fernsehen und Qualitätszeitungen ergeben sich zum zweiten im Hinblick auf den Grad der Kritik, der von beiden an der Politik geübt wird. Wir hatten gesehen, daß die Darstellung der Politik in den öffentlich-rechtlichen Anstalten in erster Linie tatsächlich eine Darstellung etablierter Politik ist, der Eigenbeitrag der Medien auch in kritischer Absicht aber relativ gering ist. Wir hatten diesen Befund auf die enge Anbindung der Fernsehanstalten an die Politik zurückgeführt. Wahrscheinlich bedingt durch die unterschiedliche institutionelle Verankerung der Zeitungen ergibt sich im Hinblick auf die Kritikfunktion auch ein anderes Ergebnis: Michael Buß et al. (1984: 89) kommen in ihrer Studie über die Wahlkampfberichterstattung zu dem Ergebnis, daß der Anteil der kritischen Auseinandersetzung mit den Parteien in den Zeitungen doppelt so hoch ist wie in den Fernsehsendungen. Dieser Befund wird von anderen Studien bestätigt; die Zeitungen nehmen offensichtlich eine kritischere Haltung -

gleichgültig in welche politische Richtung diese zielt - gegenüber der Politik ein. Die Ursache für die kritischere Haltung der Qualitätszeitungen gegenüber der Politik wird in der im Vergleich zu den Fernsehanstalten autonomen Stellung zu finden sein: Als privatwirtschaftlich organisierte Betreiber sind sie sowohl finanziell wie administrativ von der Politik unabhängig.

4. Gelten die beschriebenen Unterschiede zwischen Fernsehen und Zeitungen für alle überregionalen Qualitätszeitungen, so unterscheiden sie sich untereinander und zusammen vom öffentlich-rechtlichen Fernsehen durch ihre unterschiedliche ideologische Orientierung. Diese dient zum einen als Selektionsraster zur Übermittlung von Informationen, zum anderen als Basis der Kommentierung der Informationen. Hans-Mathias Kepplinger (1985) hat in bezug auf sechs Themen die in den Nachrichten und Kommentaren enthaltenen wertenden Aussagen nach Pro- und Contra-Aussagen klassifiziert.⁵ Je nach Thema hat Kepplinger die Pro- und Contra-Aussagen dann einer eher politisch linken oder einer eher politisch rechten Position zugeordnet. Bildet das Verhältnis von eher linken und eher rechten Positionen, errechnet über die Gesamtzahl aller wertenden Aussagen, in allen Medien den Mittelpunkt, dann kann man die Abweichung der jeweiligen Zeitung von diesem Mittelpunkt nach links oder rechts berechnen und als Überrepräsentanz linker bzw. rechter Positionen interpretieren und auf die ideologische Orientierung des Mediums schließen. Für die vier überregionalen Qualitätszeitungen ergab sich folgendes Bild (vgl. Hans-Mathias Kepplinger 1985: 28).

Tabelle 14: Die redaktionellen Linien der Qualitätszeitungen in bezug auf die Berichterstattung

Links -16	-4	0	+6	+16 Rechts
FR	SZ		FAZ	WELT

In der Frankfurter Rundschau ist der Anteil wertender Aussagen in der Berichterstattung in bezug auf sechs verschiedene Themen zu 16% über dem Durchschnitt zugunsten linker Positionen, in der Süddeutschen beträgt der Anteil 4% zugunsten linker Positionen, in der FAZ 6% zugunsten rechter Positionen, in der Welt 16% zugunsten rechter

⁵ Die sechs Themen waren: Tarifkonflikte 1967; Berlinverhandlungen 1971; Tarifkonflikt 1975; Wahlkampf 1976; Rücktritt Filbingers 1978; Streit um den NDR 1980.

Positionen. In dieselbe Richtung gehend, aber noch deutlicher in den Unterschieden ist das Spektrum bezüglich der wertenden Aussagen in den Kommentaren.⁶

Tabelle 15: Die redaktionellen Linien der Qualitätszeitungen in bezug auf die Kommentare

Links	-38	-18	0	+36	+52 Rechts
	FR	SZ		FAZ	WELT

Wichtiger als die Kommentare in bezug auf die Chance einer Beeinflussung werden aber die Berichterstattungen sein. Dies wird vor allem für politische Entscheidungsträger gelten, die in aller Regel in bezug auf die meisten Themen ideologisch festgelegt sind. Hans-Mathias Kepplinger et al. (1989) haben in einer jüngeren Arbeit gezeigt, wie sich die ideologische Orientierung der Medien und speziell der Tageszeitungen vor allem durch eine offensive "instrumentelle Aktualisierung" von Ereignissen Bahn bricht.⁷ Am Beispiel des Mittelamerikakonflikts um Nicaragua zeigen die Autoren, daß die WELT und die FAZ vor allem Nachrichten veröffentlichten, die sich auf die Sandinisten und ihre Verbündeten richteten und diese in einem negativen Licht darstellten; die FR und die SZ konzentrierten sich hingegen auf die USA und brachten Berichte und Meldungen, die diese in einem negativen Licht darstellten.⁸ Die verschiedenen Zeitungen konzentrierten sich also auf unterschiedliche negativ bewertete Aspekte und bewerten nicht die gleichen Aspekte unterschiedlich. Der Vorteil in bezug auf die Beeinflussungschance liegt - wie Kepplinger et al. ausführen - in verschiedenen Punkten: a. Berichte und Informationen haben einen höheren Wahrheitsanspruch als Meinungsäußerungen. b. Die Konzentration auf negative Informationen statt auf positive Informationen erhöht die Aufmerksamkeit, weil dem Negativen ein höherer Nach-

⁶ Die WELT und die FR als die beiden auf den Außenpolen angeordneten Zeitungen sind zugleich diejenigen, die Nachrichtenauswahl und Kommentierung in der Weise synchronisieren, daß sie die Auswahl der Informationen an der Kommentierung orientieren (vgl. Klaus Schönbach 1977: 86).

⁷ Kepplinger et al. (1989: 206) unterscheiden insgesamt vier Möglichkeiten der Einflußnahme der Medien: 1. Offensive Umbewertung: Schwächung der gegnerischen Seite durch Verschlechterung bestehender Bewertungen. 2. Defensive Umbewertung: Stärkung der eigenen Seite durch Verbesserung bestehender Bewertungen. 3. Offensive Aktualisierung: Schwächung der gegnerischen Seite durch Bekanntmachung schädlicher Gegebenheiten. 4. Defensive Aktualisierung: Stärkung der eigenen Seite durch Bekanntmachung nützlicher Gegebenheiten.

⁸ Dabei ist zu beachten, daß alle Publikationsorgane unabhängig von ihrer ideologischen Ausrichtung beide Konfliktgegner eindeutig negativ darstellten. Die ideologischen Unterschiede kommen erst in der Konzentration auf die Darstellung eines Konfliktgegners zum Ausdruck.

richtenfaktor zukommt; c. zudem ist bei negativen Informationen die Glaubwürdigkeit höher als bei positiven Informationen, weil sie nicht im Verdacht der Beschönigung stehen (vgl. Kepplinger et al. 1989: 207). Diese Faktoren zusammen machen plausibel, daß die selektive Nachrichtengebung von Medien einen stärkeren Effekt auf Meinungsänderungen haben wird als die Kommentare.

Wodurch erklärt sich die unterschiedliche ideologische Ausrichtung der verschiedenen Qualitätszeitungen? Alle Zeitungen sind privatwirtschaftlich organisierte Zeitungen, die sich durch Verkauf und Werbung finanzieren.⁹ Ihre ideologische Ausrichtung hat wahrscheinlich eine doppelte Ursache. Zum einen haben sich die Zeitungen mit ihrer jeweiligen redaktionellen Linie auf ein Marktsegment an Abnehmern spezialisiert, die wahrscheinlich die Zeitung gerade wegen ihrer ideologischen Ausrichtung kaufen.¹⁰ Insofern ist es ein marktrationales Handeln, die jeweilige redaktionelle Linie beizubehalten, um damit auch den Leserstamm zu sichern. Zum anderen ist die redaktionelle Linie der Zeitungen eine Folge des politischen Willens des Verlegers, der Herausgeber und der Redaktion der jeweiligen Zeitung, die sich selbst als Aufgabe gesetzt haben, eine spezifische politische Linie zu vertreten.¹¹ Politischer Wille auf der einen Seite und rationales Marktverhalten auf der anderen Seite werden die ideologische Ausrichtung einer Zeitung bestimmen.

Welche Folgen zeichnet das von den überregionalen Tageszeitungen gezeichnete Bild für die Rezipienten, vor allem für die politischen Entscheidungsträger?

1. Zusammen bilden die vier - und wenn man die taz hinzuzieht, die fünf Tageszeitungen - ein weites Spektrum an Informationen und Meinungen und gewährleisten damit eine pluralistische Meinungsvielfalt bezüglich des Informationsangebots. Ist jede der

9 Die Auflage der einzelnen Zeitungen betrug Ende 1989 für die SZ 380.000, für die FAZ 360.000, für die WELT 220.000 und für die FR 195.000 täglich (vgl. Hermann Meyn 1990: 54f). Wie das Verhältnis von Werbeeinnahmen und Einnahmen durch Verkauf ist, vermag ich nicht genau zu sagen. Hermann Meyn (1990: 71) erwähnt, daß beispielsweise die WELT dreimal so teuer wäre, wenn sie keine Anzeigen hätte. Ob die Anzeigenabhängigkeit zugleich mit politischem Einfluß verbunden ist, was vielfach behauptet wird, ist zumindest fragwürdig (vgl. Hermann Meyn 1990: 71f).

10 Insofern scheint es nicht zufällig zu sein, daß sich die Qualitätszeitungen auf das politische Spektrum, das zugleich für die Parteien konstitutiv ist und von diesen konstituiert wird, verteilen. Daß mit der Entstehung einer neuen Konfliktlinie mit einer entsprechenden ideologischen Basis und einer entsprechenden Partei (Die Grünen) sich zugleich eine neue Tageszeitung (taz) etablieren konnte, scheint ebenfalls die Marktannahme der Etablierung von Zeitungen zu bestätigen.

11 So steht im Anhang des Arbeitsvertrags, den Redakteure der FR unterschreiben, daß die Grundhaltung der FR "sozial-liberal (links-liberal)" sei (zit. in Hermann Meyn 1990: 55). Die Homogenisierung der Redakteure auf eine redaktionelle Linie ist wahrscheinlich weniger auf sozialen Zwang zurückzuführen als auf einen vierstufigen Anpassungsprozeß (vgl. Klaus Schönbach 1977: 133): 1. Die Selbstselektion der Bewerber vor Eintritt in die Redaktion. 2. Die Selektion des Bewerbers durch die Redaktion. 3. Die Sozialisation innerhalb des Sozialsystems Redaktion. 4. Die soziale Kontrolle der Redaktionsmitglieder.

Zeitungen für sich betrachtet ideologisch beschränkt, so decken sie zusammen ein relativ breites Spektrum an politischen Positionen ab.

2. Jeden einzelnen politischen Entscheidungsträger erreicht diese Vielzahl an Informationen und Meinungen nur in beschränktem Maße. Auf Grund der selektiven Zuwendung zu ideologisch ähnlich ausgerichteten Zeitungen können auch die Informationen und Meinungen nur selektiv wahrgenommen werden. Die einzelnen Abgeordneten werden in der Tendenz solche Informationen und Meinungen rezipieren, die mit ihren eigenen Positionen übereinstimmen. Dies bestärkt eher gefestigte Positionen und Konfliktlinien zwischen den Parteien, als daß es sie schwächt. Allerdings sollte man die "versäulte" Struktur der Informationsvermittlung nicht überbetonen. Wir hatten gesehen, daß die Entscheidungsträger eine Vielzahl an Medien rezipieren, was eine selektive Wahrnehmung eher torpediert. Zudem liegt es in dem Interesse der Entscheidungsträger, möglichst vollständig mit Informationen versorgt zu werden. Sie müssen die öffentliche Meinung rezipieren, wollen sie in ihrem eignen Interesse handeln. Die Koppelung der Positionen - und oftmals der Existenz - der Entscheidungsträger an die Wählerschaft sichert ein Sensibilität gegenüber der veröffentlichten Meinung.

Zugleich kann man aber auch vermuten, daß Themen und Akteure, die quer zu den ideologischen Orientierungen der Tageszeitungen liegen, es schwer haben werden, mit ihren Anliegen in den Medien Resonanz zu erzeugen. Wollen sie sich auf Dauer eine Repräsentanz verschaffen, ist die Ausdifferenzierung einer neuen Tageszeitung eine Lösungsform. Die Neugründung und Etablierung der taz ist wohl vor diesem Hintergrund zu sehen. Mit ihr hat sich eine neue Konfliktlinie, die ihre Abstützung in einem eigenen ideologischen Bevölkerungssegment (links-postmaterialistisch Orientierte), ihre Vermittlung auf der Ebene der Interessenartikulation in den neuen sozialen Bewegungen und auf der Ebene der Interessenaggregation in der Partei der Grünen gefunden hat, auch eine Repräsentanz auf der Ebene der Massenmedien geschaffen. Die "entry costs" in Form von Kapital oder in Form von Idealismus und Selbstaussbeutung der Mitarbeiter für ein solches Unternehmen sind allerdings so hoch, so daß Neugründungen eher unwahrscheinlich sind.

3. Ähnlich wie das Fernsehen selektieren auch die Tageszeitungen ihre Informationen aus dem Nachrichtenangebot und entlang von Nachrichtenfaktoren. Damit sind Verzerrungen des Bildes von Wirklichkeit verbunden, die wir bereits diskutiert haben. Im Gegensatz zum öffentlich-rechtlichen Fernsehen aber greifen vor allem die Nachrichtenfaktoren bei den Qualitätszeitungen nicht in dem Maße als Selektionskriterium: Der Grad der Personalisierung, die Orientierung an der Exekutive, die Orientie-

rung an etablierten Akteuren ist hier schwächer ausgeprägt, die Presse ist sensibler gegenüber einer breiteren Palette an Themen und Akteuren. Die politischen Entscheidungsträger werden sensibel reagieren, wenn sich durch Aufnahme von Informationen Kapital in Form von Wählerstimmen schlagen läßt.

Auch die Überlegungen dieses Kapitels konnten nur zum Teil durch das Einspielen empirischer Ergebnisse plausibilisiert werden. Sowohl die Frage nach dem Rezeptionsverhalten der politischen Elite und der Messung unterschiedlicher Einflußfaktoren, also auch die Frage nach den Selektivitäten der Tageszeitungen und vor allem die nach den Ursachen für diese Selektivitäten lassen sich empirisch nicht gesichert beantworten.

IV. Zusammenfassung der Ergebnisse und Bewertung

Mit Hilfe von Definitionen und theoretischen Annahmen habe ich versucht, die abstrakte und komplexe Frage nach dem Verhältnis von Massenmedien und Demokratie in eine grundsätzlich empiriefähige Fragestellung zu transformieren und zu spezifizieren. Massenmedien wurden definiert als ein Teilsystem von Öffentlichkeit und als ein intermediäres System der Vermittlung zwischen Politik auf der einen Seite und den Bürgern und gesellschaftlichen Interessengruppen auf der anderen Seite. Wir sind davon ausgegangen, daß die Macht der Massenmedien in Demokratien in einer doppelten Einflußnahme auf die Herstellung kollektiv verbindlicher Entscheidungen besteht: Zum einen haben die Medien einen direkten Einfluß durch die Rezeption der veröffentlichten Meinung durch gewählte politische Entscheidungsträger und den Grad der Beeinflussung der politischen Entscheidungen durch die Rezeption der veröffentlichten Meinung. Entscheidungsträger müssen sich in ihren Handlungen an den erwarteten Forderungen und Bedürfnissen der Bürger und kollektiven Akteure orientieren und ihre Handlungen und Handlungsangebote an den Bedürfnissen ihres Wählerpotentials ausrichten. Da diese nicht genau bekannt sind, handeln sie unter Bedingungen unvollkommener Information. Sie versuchen, dieses Defizit auf verschiedene Weisen zu kompensieren. Die veröffentlichte Meinung dient den Entscheidungsträgern als eine mögliche Ersatzmessung der politischen Bedürfnispräferenzen der Gesellschaft, an der sie dann ihre eigenen Handlungen orientieren. Dies macht plausibel, warum es für um Entscheidungspositionen konkurrierende Eliten rational ist, die massenmedial veröffentlichte Meinung zu beachten und warum diese also einen direkten Einfluß auf die Entscheidungsträger hat.

Die durch die Massenmedien veröffentlichte Meinung beeinflusst die Entscheidungsträger und die Entscheidungen des politischen Systems zum zweiten indirekt durch die Rezeption der veröffentlichten Meinung durch die Bevölkerung und den Grad der Beeinflussung der Bevölkerung in ihrer Sicht der Politik und in ihren Präferenzen und vor allem in ihrer Wahlentscheidung. Auch für die Bürger gilt, daß sie in ihrer Wahlentscheidung unter der Bedingung unvollständiger Information entscheiden. Die Bürger wissen nicht genau, was die Parteien in der Vergangenheit unternommen haben und was sie für die Zukunft an Optionen anbieten und in welcher Weise die Handlungen der Parteien ihre eigenen Bedürfnisse und Meinungen tangieren werden. Die öffentliche Meinung und speziell die veröffentlichte Meinung wird von den Bürgern als Ersatzmessung der Handlungen und Handlungsoptionen der Parteien genommen und dient damit als Orientierungspunkt für die Ausbildung eigener Präferenzen und speziell eigener

Wahlpräferenzen. Die entscheidende Macht der Massenmedien beruht auf der Tatsache, daß sie öffentliche Meinung generieren, die Einfluß auf die Meinungsbildung und die Ausbildung von Wahlpräferenzen nimmt. Der Wahlakt selbst - wichtigstes Element demokratischer Willensvermittlung - entscheidet die Parteienkonkurrenz um die Besetzung von Regierungspositionen.

Ziel der Ausführungen war es, die Stärke, die Richtung und die Form der Einflußnahme der Medien in der Bundesrepublik auf die beiden beschriebenen Einflußkanäle durch eine systematische Literatursichtung zu kalkulieren und die Faktoren zu benennen, die den jeweiligen Einfluß erklären können, um damit eine Antwort auf die Frage nach der Macht der Medien in Demokratien formulieren zu können. Wir hatten gesehen, daß man nur zum Teil auf empirisch gesicherte Ergebnisse zurückgreifen kann und häufig Forschungslücken konstatieren muß; an vielen Stellen, gerade wenn es über eine Rekonstruktion von deskriptiven Befunden hinaus um die Bestimmung von Ursachen geht, ist man auf Hilfsannahmen und Vermutungen angewiesen. Insofern bleibt auch die folgende Zusammenfassung zum Teil hypothetisch und empirisch nicht hinreichend gesichert.

Das empirische Wissen über die Einflußnahme der Massenmedien auf politische Entscheidungsträger ist geringer als die Kenntnisse bezüglich der Beeinflussung der Meinungen der Bürger. Aus Befragungen von Abgeordneten wissen wir, daß diese eine Vielzahl an medial vermittelten Informationen rezipieren, es aber in erster Linie überregionale Tageszeitungen sind, die von diesen wahrgenommen und als wichtig und einflußreich erachtet werden. Die Umfrageergebnisse zeigen weiterhin, daß es innerhalb der Gruppe der überregionalen Tageszeitungen eine Zuwendung zu den Zeitungen gibt, die ideologisch eine ähnliche Richtung vertreten, wie die jeweiligen Rezipienten.

Welches Bild der Gesellschaft sehen die Entscheidungsträger, wenn sie über die überregionalen Tageszeitungen diese beobachten? Auf der einen Seite selektieren die Tageszeitungen ihre Informationen ähnlich wie alle anderen Medien entlang von Nachrichtenfaktoren und auf der Basis des Inputs an Informationen, der die Medien überhaupt erreicht und in der Regel von kollektiven Akteuren produziert wird. Damit sind spezifische Verzerrung des Bildes von der Gesellschaft verbunden, die wir beschrieben haben. Im Vergleich zum öffentlich rechtlichen Fernsehen ist das gezeichnete Bild allerdings - mediumsbedingt - breitflächiger, zudem - durch das spezifische Publikum bedingt - weniger an Nachrichtenfaktoren orientiert und durch die finanzielle und kontrollmäßige politische Unabhängigkeit der Zeitungen kritischer und selbständiger gegenüber der Politik. Gleichzeitig weisen die einzelnen Zeitungen eine jeweils verschiedene ideologische Orientierung auf, die als zusätzliches Selektionsraster dient. Auf

Grund der selektiven Zuwendung der Entscheidungsträger zu den ihnen ideologisch nahestehenden Zeitungen erreicht die Vielzahl an Informationen und Meinungen der Qualitätszeitungen, selbst ein Indikator einer pluralistischen Öffentlichkeit, den einzelnen politischen Entscheidungsträger nur in beschränktem Maße. Auf Grund der selektiven Zuwendung zu ideologisch ähnlich ausgerichteten Zeitungen können auch die Informationen und Meinungen nur selektiv wahrgenommen werden. Der Prozeß der Informationsvermittlung von der Gesellschaft an die politische Elite durch die Medien weist in der Tendenz eine nach Konfliktlinien organisierte Struktur auf.¹ Diese bestärkt eher gefestigte Positionen und Konfliktlinien zwischen den Parteien, als daß sie sie schwächt. Eine solche Struktur kann zudem dazu führen, daß Themen und Akteure, die quer zu den ideologischen Orientierungen der Tageszeitungen liegen, es schwer haben werden, mit ihren Anliegen in den Medien Resonanz zu erzeugen. Insofern könnte man mit einer systematischen Verzerrung rechnen.

Man sollte den Befund einer nach Konfliktlinien strukturierten massenmedialen Interessenvermittlung aber nicht überinterpretieren. Zum einen handelt es sich bei den von den Eliten gelesenen Qualitätszeitungen tatsächlich um relativ unabhängige Qualitätszeitungen mit hohem Niveau, die eben keine Parteizeitungen sind und nur begrenzt nach ideologischen Kriterien ihre Selektion betreiben. Zum zweiten haben wir gesehen, daß die politischen Entscheidungsträger in der Regel mehrere Zeitungen lesen und insofern durch verschiedene Kanäle mit heterogenen Informationen versorgt werden. Politische Entscheidungsträger haben zudem - und dies scheint das entscheidende Korrektiv für eine selektive Wahrnehmung zu sein - ein gleichsam natürliches Interesse an einer breiten Informationsbasis; da ihre eigene Position von dem Wählervotum abhängig ist, müssen sie unter Konkurrenzbedingungen dauerhaft die Themen, Meinungen und Präferenzen der Gesellschaft beobachten. Dies sichert eine Sensibilität gegenüber einer breiten veröffentlichten Meinung. Man kann erwarten, daß diese einen Effekt auf die politischen Entscheidungsträger hat, auch wenn wir nicht genau wissen, welchen Effekt und in welcher Stärke und Richtung dieser erfolgt.

Der Wissensstand über den Einfluß der Medien auf die Bürger ist etwas weiter entwickelt. Wichtigste Informationsquelle über Politik für die Bürger bilden im Vergleich zu anderen Einflußkanälen (interpersonale Kommunikation, politische Veranstaltungen) die Massenmedien. Fast alle Bürger werden täglich durch mindestens ein Medium

¹ Diese Überlegung bedarf einer systematischeren Analyse. Ich gehe davon aus, daß es sinnvoll ist, das Konzept der Konfliktlinien um eine Ebene "massenmediale Vermittlungsstruktur" zu ergänzen, so daß man unterscheiden kann zwischen: 1. Strukturelle Interessenlagen/ideologische Wertgemeinschaften, 2. Verbands- und Interessengruppenstruktur, 3. massenmediale Vermittlungsstruktur und 4. Parteienstruktur.

durch politische Informationen erreicht, viele durch mehrere Medien. Die massenmedial vermittelte Teilhabe der Bürger an Politik ist damit enorm hoch; in bezug auf die Teilhabe an politischer Öffentlichkeit wird die Bundesrepublik einen internationalen Spitzenplatz einnehmen. Dem Fernsehen kommt dabei im Vergleich zur Tageszeitung und dem Radio, zumindest was die Ebene nationaler und internationaler Politik angeht, eine dominante Rolle zu: Seine Reichweite, die perzipierte Objektivität und Vollständigkeit der Darstellung und seine Glaubwürdigkeit sind am höchsten.

Aus der Tatsache, daß Politik und die Präsentation von Parteien und Kandidaten primär fernsehvermittelt wahrgenommen werden, gleichzeitig die Bereitschaft der Bürger, auf Grund nachlassender Parteiidentifikation sich beeinflussen und auch in den Wahlpräferenzen beeinflussen zu lassen, zugenommen hat, haben wir auf einen starken Einfluß des Fernsehens auf das Bild der Politik und die Wahlpräferenzen der Bürger geschlossen. Welche Richtung dieser Einfluß nimmt, hängt von den Selektivitäten der Informationsübermittlung ab. Die Selektivität wird zum einen bestimmt durch das Nachrichtenangebot, das den Medien zur Verfügung steht, zum zweiten durch die den Informationen anhaftenden bzw. angehefteten Nachrichtenfaktoren, zum dritten durch die spezifische institutionelle Verankerung der Medien selbst. Das theoretisch erläuterte Zusammenspiel der Faktoren führt - so die nicht überprüfte Kausalannahme - in bezug auf die Frage der Präsentation der um Wählerstimmen konkurrierenden Parteien in den Nachrichtensendungen der öffentlich-rechtlichen Anstalten, die am meisten von den Bürgern zur politischen Informationsbeschaffung genutzt werden, zu folgendem Resultat:

a. Es gibt keine systematische Bevorzugung einer der etablierten politischen Parteien durch das öffentlich-rechtliche Fernsehen. Die Ausgewogenheit in der Berichterstattung über die Parteien wird ihre Ursache in dem ausgeglichenen Machtverhältnis zwischen den etablierten großen Parteien haben. Diese Balance der Machtstruktur im politischen System spiegelt sich in den Kontrollmöglichkeiten der Rundfunkanstalten und führt auf der Programmebene zur Ausgewogenheit. Ist diese Vermutung richtig, dann ist die Ausgewogenheit der Darstellung der Parteien aber keine medieninduzierte Ausgewogenheit, sondern hat seine Ursachen in der Machtverteilung im politischen System selbst.

b. Die These, daß die balancierte Machtverteilung im politischen System eine erklärungskräftige Variable zur Begründung der Ausgewogenheit der Darstellung der etablierten Parteien bildet, macht umgekehrt plausibel, warum junge, noch nicht etablierte Parteien in den Medien kaum repräsentiert sind und kaum eine Chance haben, sich dem Wähler als Alternative zu präsentieren.

c. Die Beherrschung der fernsehvermittelten Politikrealität durch gut organisierte kollektive Akteure, vor allem durch die Parteien, gilt aber nicht nur im Hinblick auf die Präsentation im Hinblick auf Wahlen, sondern auch für die dargestellte Politik insgesamt. Gesellschaftliche Interessengruppen insgesamt, kleinere Gruppierungen im besonderen, die Forderungen an das politische System formulieren, kommen in den öffentlich-rechtlichen Anstalten in geringem Maße vor. Die Ursache für diese Befunde liegen in den sich wechselseitig verstärkenden Selektionskriterien der Medien.

d. Die institutionell enge Anbindung der öffentlich-rechtlichen Anstalten an die Politik und speziell an die Parteien beschränkt die Autonomie dieser Anstalten als eigenständige kritische Instanz: Politikvermittlung gerinnt dann häufig zum Verlautbarungsjournalismus, zur Wiedergabe der Stellungnahmen und Bewertungen der wichtigsten Akteure des politischen Systems, der Eigenbeitrag des Fernsehens in Form von Bewertungen ist gering. Die Treuhandsfunktion der Medien, Positionen des Bürgers stellvertretend zu vertreten, wird kaum wahrgenommen.

Wie sind die Befunde unter demokratietheoretischer Perspektive zu bewerten? Zwei Prämissen seien vorausgestellt:

Öffentlichkeit in demokratischen komplexen Gesellschaften, die flächenstaatlich gegründet sind, läßt sich nicht über Anwesenheit aller Betroffenen, gleichsam als Interaktionssystem oder in Form von Veranstaltungen herstellen. Sie kann empirisch-realistisch gesehen nur eine massenmediale Öffentlichkeit sein, die mit Hilfe technischer Verbreitungsmittel Informationen und Meinungen einseitig an ein disperses Publikum verbreitet. Dies besagt nicht, daß für thematisch begrenzte und lokal fixierte Bereiche auch eine Interaktionsöffentlichkeit als Interessenvermittlung funktional sein kann; nur für die tägliche, auf die Nation bezogene Informationsübermittlung kann ein solches System nicht taugen; das Kernproblem, das Interaktionsöffentlichkeiten nicht lösen können, ist ein Aggregationsproblem: Wie kommt man von Interaktionsöffentlichkeiten hin zu einer nationalen Öffentlichkeit, die potentiell alle Bürger einschließt, und dies tagtäglich? Die hier eingeführte Prämisse scheint auf den ersten Blick trivial zu sein, gewinnt aber an Bedeutung, wenn man bedenkt, wie häufig und gleichsam kontrafaktisch an einem Konzept von Öffentlichkeit in der Literatur festgehalten wird, das vom Modell einer Interaktionsöffentlichkeit ausgeht und von dort aus gegen eine massenmediale Öffentlichkeit polemisiert.²

Die Medien sind wie jedes System auf irgendeine Form hochgradiger Selektion ange-

² Prominentester Vertreter einer solchen Position ist Jürgen Habermas, der die 1962 formulierte Ortsbestimmung von Öffentlichkeit bis heute verteidigt.

wiesen - sie können nicht die Komplexität der Welt einfach nochmals abbilden. Eine Kritik an Selektivitätskriterien läuft ins Leere, wenn sie nicht alternative und bessere Kriterien der Selektion angibt. Auch dies klingt trivial, ist es aber nur auf den ersten Blick: Immer wieder findet man in der Literatur eine diffuse Kritik an der Selektivität der Medien mit der impliziten Unterstellung, daß es auch ohne Selektivitäten ginge. Die entscheidende Frage ist, für welche Selektivitätskriterien man sich mit welcher demokratiethoretischen Begründung ausspricht.

Ich sehe nicht, daß man eine gute Begründung für demokratische Institutionen insgesamt wie für die Medien im speziellen ins Feld führen kann, die es erlauben, hinter die Subjekte zurückzugehen, d.h. eine Legitimation von solchen Institutionen vorzunehmen, die nicht auf die Bürger als letzte Instanz der Entscheidung und der Legitimation zurückgreifen. Alle Versuche, gleichsam externe Bezugspunkte zu definieren, sind wenig überzeugend: die häufig in Anschlag gebrachte Semantik des falschen Bewußtseins, der Verblendung oder der Notwendigkeit politischer Sozialisation läßt sich kaum sinnvoll begründen. Die Wahlentscheidung der Bürger auch für die Medien als Bezugspunkt demokratischer Legitimation auszuwählen, kann dabei zweierlei heißen. Zum einen kann dies heißen, daß die Bürger selbst das Programm gestalten sollen. Ein Modell direkter Programmgestaltung handelt sich aber all die Probleme ein, die auch in Modellüberlegungen zu direkter Demokratie diskutiert worden sind (vgl. Lindner 1990).³ Die zweite Möglichkeit einer publikumsorientierten Medienkonzeption bedeutet, daß die Bürger unter einer Vielzahl an professionellen Anbietern auswählen und selbst entscheiden, welche Medien sie wählen und welchen Programmen sie den Zuspruch geben und dieses Votum einen Einfluß auf die Programmgestaltung hat.

Ein solches Marktmodell des Programmangebots hat sich ausgehend von dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts von 1981 seit 1984 in Ansätzen in der Bundesrepublik mit der Zulassung privater Sendeanstalten durchgesetzt; mittlerweile können 66% der Haushalte in der Bundesrepublik RTL plus, 62% SAT 1, 27% Pro 7 und 30% Tele 5 entweder über Kabel oder Antenne empfangen (vgl. Klaus Schönbach 1990: 12). Die Zulassung privater Sendeanstalten und die Einführung eines Marktes scheint mir demokratiethoretisch vernünftig und die einzig legitimierbare Strukturform zu sein. Zugleich sprechen sowohl einige empirische Befunde als auch theoretische Überlegungen dafür, daß eine durch Privatisierung erreichte Diversifizierung des Programmange-

³ Stichworte müssen an dieser Stelle genügen: a. Motivations- und Anreizproblem der Teilnahme; b. Ressourcenproblem: Zeit, Bildung, Kompetenz als Voraussetzung. Empirisch erwartbare Folgen: Es beteiligen sich zum einen nur ausgewählte Gruppen - Mittelschichtbias; Gruppen mit partikularen Interessen; zum anderen wird sich aus Motivationsgründen eine dauerhafte Programmgestaltung nicht ohne Professionals aufrechterhalten lassen.

bots die Defizite korrigieren kann, die wir für die öffentlich-rechtlichen Anstalten konstatiert haben. Dies soll am Ende skizzenhaft erläutert werden.

Die Ausführungen haben versucht zu zeigen, daß die Hauptdefizite der öffentlich-rechtlichen Anstalten (geringe Durchlässigkeit gegenüber neuen und kleinen Parteien, Interessengruppen und Initiativen; Konzentration auf die etablierten Parteien; geringe Selbständigkeit des Fernsehens in bezug auf Kritik, Eigenrecherche und Kontrolle) aus der engen Anbindung an das politische System resultieren; die Defizite ergeben sich aus der nur begrenzten Ausdifferenzierung des Mediensystems, der mangelhaften Autonomie gegenüber dem politischen System. Unter demokratischen Gesichtspunkten bewertet, ist ein solcher Befund als problematisch einzuschätzen. Mag man die durch das Wahlgesetz festgelegte 5%-Klausel aus Stabilitäts Gesichtspunkten als legitim erachten, so wird es weit schwieriger sein, gute Argumente dafür zu finden, daß bereits im Vorfeld der eigentlichen Politik, in dem Willensbildungsprozesse erst stattfinden sollen, die Präsentationschancen beschnitten sind und die Chancen einer neuen Partei, sich den Bürgern überhaupt zu vermitteln und als Alternative anzubieten, begrenzt sind. Die These von der "Parteiendemokratie" im Sinne der Übermacht der etablierten Parteien erhält damit eine zusätzliche Unterstützung.

Die privaten Fernsehanstalten sind in doppelter Hinsicht aus der politischen Klammer entlassen. Sie unterstehen einer geringeren Kontrolle und Steuerung durch das politische System und sind wegen ihrer Finanzierung durch Werbeeinnahmen unabhängig von der politisch festgelegten Gebührenordnung. Dominantes Strukturprinzip der privaten Sendeanstalten ist allein ihre unmittelbare Abhängigkeit von dem nachfragenden Publikum, das sie befriedigen müssen, wollen sie selber ihr primäres Handlungsziel, Profite zu erwirtschaften, erreichen.⁴ Welche Effekte bezüglich der politischen Informationsvermittlung sind mit einem solchen Mediensystem verbunden? Die empirischen Befunde weisen zum Teil in eine andere als vor der Zulassung der privaten Anstalten erwartete Richtung: Rainer Mathes und Uwe Freisen (1989) fanden bei einem Vergleich zwischen den privaten und den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten in Bezug auf die Wahlkampfkommunikation heraus, daß der Anteil an parteiinszenierten Ereignissen in den privaten Sendeanstalten weit geringer ist als in den öffentlich-rechtlichen Anstalten. Zugleich können die Autoren zeigen, daß der Anteil an kritischen Stellungnahmen gegenüber den Parteien bei den privaten Sendeanstalten höher ist. Die Ergebnisse des un-

⁴ Differenzierungstheoretisch gesehen bedeutet die Zulassung privater Anbieter einen weiteren Schritt in Richtung auf funktionale Differenzierung und Autonomie von Öffentlichkeit im allgemeinen und der Massenmedien im speziellen. Für den Bereich der Öffentlichkeit ergibt sich damit ein ähnliches Strukturmodell, das auch für andere Teilsysteme in einer funktional differenzierten Gesellschaft typisch zu sein scheint (vgl. Rudolf Stichweh 1987).

ter der Leitung von Erwin Faul (1988: 197ff) durchgeführten Kabelpilotprojekts Ludwigshafen/Vorderpfalz zeigen bezüglich der angebotenen politischen Informationsberichte, daß die Berichterstattung in den öffentlich-rechtlichen Anstalten wesentlich institutionenbezogener ist, umgekehrt die Chancen der Selbstdarstellung der politischen Institutionen in den Privaten geringer ist. Zugleich zeigt die Studie, daß Einzelpersonen und informelle Gruppen in den Privaten häufiger den Ausgangspunkt der Informationsvermittlung bilden (Erwin Faul 1988: 206). Wenn die empirische Absicherung dieser Ergebnisse auch noch recht dünn ist,⁵ so weisen sie doch in die theoretisch zu erwartende Richtung. Die strukturelle Unabhängigkeit der privaten Anstalten vom politischen System führt offensichtlich auch auf der Programmebene zu einer gestärkten Unabhängigkeit: dies sichert eine Offenheit gegenüber anderen Akteuren als den etablierten Parteien und stärkt die Eigenständigkeit der Medien, die sich in einer verstärkten Kritikfunktion in alle politischen Richtungen ausdrückt. Die Bereitschaft, Kritik zu üben, Skandale aufzudecken und für andere Akteure als die etablierten politischen Akteure offen zu sein, ist aber kein Selbstzweck der privaten Anbieter, sondern wird deswegen vorfindbar sein, weil man sich dadurch eine Erhöhung der Einschaltquoten verspricht. Eine privatwirtschaftliche Verankerung der Medien führt zu einer gesteigerten Unabhängigkeit gegenüber dem politischen System und dies ganz gegen die Erwartung, die die Befürworter einer Privatisierung, vor allem die CDU/CSU, mit einer Privatisierung verbunden hatten.

Umgekehrt führt die privatwirtschaftliche Fundierung aber zu einer verstärkten Publikumsorientierung und Publikumsabhängigkeit. Die Finanzierung durch Werbeeinnahmen hängt unmittelbar von den Einschaltquoten ab, Profitinteressen und Nachfrageorientierung sind unter Konkurrenzbedingungen interessenidentisch. Auf der Ebene der Programmgestaltung bedeutet dies eine verstärkte Orientierung an Nachrichtenfaktoren mit dem Ziel der Erhöhung der Einschaltquoten. Damit sind einschlägige, empirisch nachweisbare Folgen verbunden. Die wichtigste und sich in allen Studien zeigende Folge (vgl. Erwin Faul 1988; Heribert Schatz u.a. 1989; Udo Michael Krüger 1989) besteht darin, daß das Angebot an politischen Sendungen bei den Privaten weit geringer ist als bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten; die Privaten konzentrieren sich schwerpunktmäßig auf Unterhaltungsprogramme.

Innerhalb des Bereichs der politischen Sendungen ist die massenmediale Darstellung von Politik bei den privaten Anbietern in der Sozial-, Zeit- und Sachdimension zentrierter und verdichteter, als dies für die öffentlich-rechtlichen Sendungen der Fall ist:

⁵ So kommt Erwin Faul (1988: 225), was die Kritikfunktion der Privaten anbelangt, zu einem anderen Ergebnis als Rainer Mathes und Uwe Freisen (1989). Der Anteil der Bewertungen ist bei den Privaten geringer als bei den Sendungen der öffentlich-rechtlichen Anstalten.

Der Grad der Personalisierung ist höher (Sozialdimension), komplizierte, über Zeitphasen sich erstreckende Prozesse werden ereignishafter dargestellt (Zeitdimension) komplexe Sachverhalte werden simplifizierter und thematisch verkürzter präsentiert (Sachdimension); Negativismus und Konflikthaftigkeit der Politikvermittlung werden weitere Merkmale sein, die die auf Einschaltquoten fixierten privaten Programme auszeichnen.⁶ Es sind genau diese Folgen, die in der Literatur unter demokratietheoretischer Perspektive als bedenklich angesehen werden (vgl. Max Kaase 1989: 113) und die Grundlage für die Kritik an privaten Sendeanstalten bilden. Ist diese Kritik berechtigt? Zwei Gründe sprechen dagegen.

a. Das Angebot an politischen Sendungen der untersuchten privaten Sendeanstalten ist weit geringer als das der öffentlich-rechtlichen Anstalten. Man hatte befürchtet, daß es auf der Nachfrageseite bei den Bürgern zu einer Anpassung an die Angebotsstruktur kommen würde und damit zu einer Verdrängung der Nutzung politischer Informationen. Katrin Voltmer (1991) kann für Berlin zeigen, daß dem nicht so ist. Weder die absolute noch die relative Nutzung von politischen Nachrichten (Anteil der Nutzung politischer Informationssendungen am gesamten Fernsehkonsum) ändert sich mittelfristig (3 Jahre) mit einer Verkabelung und der Möglichkeit, private Sender zu empfangen. Nur für einen kleinen Teil der Befragten (7%), die sich durch eine Vorliebe für Unterhaltungsprogramme auszeichnen, konnte ein Rückgang der Nutzung politischer Informationssendungen durch die Chance der Nutzung privater Anbieter nachgewiesen werden. Aber selbst für diese Gruppe stellt sich die Frage, was denn die vor der Verkabelung gleichsam zwangsverpflichtete Nutzung von politischen Informationen faktisch bedeutete. Man kann vermuten, daß die politischen Informationssendungen zwar genutzt wurden in dem Sinne, daß das Fernsehgerät angeschaltet war, das "involvement" bei einer vorliegenden geringen Motivation und damit auch die Effekte auf eine politische Willensbildung aber vernachlässigend gering waren und sind. Ist dem so, dann würde auch für diese Gruppe gelten, daß die vor der Einführung des dualen Fernsehsystems in der Bundesrepublik vielfach beschworene Entpolitisierung empirisch nicht stimmt.

b. Die skizzierten Folgen einer verstärkten Orientierung an Nachrichtenfaktoren sind nicht grundsätzlich auf die Zulassung von privaten Anbietern und die Einführung eines Marktes zurückzuführen sind, sondern haben ganz im Gegenteil ihre Ursache in der nur begrenzten Zulassung von Anbietern, also in der oligopolistischen Struktur des Marktes

⁶ Max Kaase (1989: 110) faßt die einschlägigen Befunde zusammen: "Politik erscheint (bei den Privaten, J.G.) mehr in unterhaltendem Licht, wird stärker personalisiert als dies ohnehin schon im Fernsehen der Fall war, wird konsensbetonter, gewinnt einen human touch, konzentriert sich auf die zentralen Akteure des Systems und entspricht damit noch weniger als bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der prozessualen Komplexität und Realität der Politik".

bedingt durch staatlich festgesetzte Marktzugangsbeschränkungen.⁷ Die wenigen privaten Sendeanstalten in der Bundesrepublik konkurrieren mit den öffentlich-rechtlichen Anstalten um die Gesamtheit aller Bürger. In den vorliegenden Vergleichsuntersuchungen zwischen privaten und öffentlichen Anbietern werden zudem meist nur die mit den öffentlich-rechtlichen Anstalten um den Gesamtmarkt konkurrierenden SAT 1 und RTL plus berücksichtigt. Bei der geringen Anzahl der Gesamtanbieter ist es für die privaten Anbieter nicht notwendig und gewinnbringend, sich auf ein Teilsegment an Nachfragern zu konzentrieren. Erst bei Zulassung vieler Anbieter kann man erwarten, daß sich durch Ausdifferenzierung und Spezialisierung neuer Anbieter eine Diversifizierung des Angebots ergeben wird, vorausgesetzt eine entsprechende Nachfrage ist vorhanden. Emile Durkheim (1893/1977) hat diesen Zusammenhang vor fast 100 Jahren bereits beschrieben, wenn er die Arbeitsteilung und damit die Entstehung einer differenzierten Produktpalette ursächlich mit Konkurrenz und der Erhöhung gesellschaftlicher Dichte in Zusammenhang bringt. Man kann vermuten, daß diese Annahme auch für den Bereich der Medien gilt: Bei vollständiger Konkurrenz wird es eine Spezialisierung auf verschiedene Marktsegmente geben: ein deutschsprachiger reiner Nachrichtenkanal kann dann ebenso entstehen, wie ein Theaterkanal oder ein Sportkanal, falls jeweils ein nachfragendes Publikum vorhanden ist. Daß private Sendeanstalten automatisch zu einer stärkeren Orientierung an Nachrichtenfaktoren neigen, ist also von Zusatzbedingungen abhängig.

Läßt man die Bürger selber entscheiden, welche Informationen sie rezipieren wollen und eröffnet ihnen durch Wahlmöglichkeiten einen Einfluß auf die Programmgestaltung, dann ist dies nicht nur unter demokratietheoretischen Gesichtspunkten am plausibelsten, sondern eröffnet auch Chancen, daß sich die Defizite, die sich bei einer öffentlich-rechtlichen Gestaltung ergeben, kompensiert werden. Der Markt selbst vermittelt dann zwischen Angebot und Nachfrage. Eine Marktvermittlung von Angebot und Nachfrage, die zugleich demokratisch legitimiert ist, funktioniert aber nur unter Zusatzbedingungen:

1. Die Ausbildung von Märkten und Konkurrenz muß erst einmal ermöglicht und dann stabilisiert werden. Die Schaffung der Rahmenbedingungen und die Verhinderung von Monopolen und Kartellen wäre und ist Aufgabe des politischen Systems, das sich selber zum Teil aus der medialen Arena als Anbieter zurückziehen müßte.

2. Das inhaltliche Angebot der Sendeanstalten ist an die durch die Verfassung festgelegten Rahmenbedingungen gebunden. Ähnlich wie für andere öffentliche Institutionen

⁷ Diese Überlegung verdanke ich einem Gespräch mit Klaus Schönbach.

finden auch die privaten Sendeanstalten ihre inhaltliche Grenze der Programmgestaltung an den durch die Verfassung festgelegten Grundwerten. Dies schließt dann im Sinne einer wehrhaften Demokratie die Anstalten und Sendungen aus, die gegen die demokratischen Grundprinzipien verstoßen.

3. Nicht alle Interessen sind marktförmig vermittelbar. Der finanzielle Aufwand der Betreibung einer Fernsehanstalt ist relativ hoch. Es bedarf einer hohen Nachfrage, damit sich eine Programmgestaltung lohnt und die Eintrittskosten in den Markt getätigt werden. Dies bedeutet aber, daß Minderheiten und Minderheiteninteressen keine hinreichende Nachfrage ausbilden werden und ein entsprechendes Angebot nicht hergestellt werden wird. Unter diesen Bedingungen bedarf es einer Marktergänzung durch staatliche Förderung privater Anbieter oder durch ein Programmangebot der öffentlich-rechtlichen Anstalten.

Aber auch in qualitativer Hinsicht gibt es Grenzen der Marktvermittlung. Die Bevölkerungssegmente, die keine für die Werbeindustrie potentiellen Nachfrager sind - z.B. alte Menschen - sind strukturell benachteiligt. Auch zur Kompensation dieser Interessen sind öffentlich-rechtliche Anstalten notwendig.⁸

⁸ Die Überlegungen bedürfen einer systematischeren Ausarbeitung durch Aufnahme von Überlegungen aus anderen Forschungsgebieten. Die Arbeiten von Mancur Olson, Klaus Offe und Wolfgang Streeck zur Frage der Organisierbarkeit von Interessen sind hier einschlägig.

Literatur

- Baerns, Barbara, 1987: Macht der Öffentlichkeitsarbeit und Macht der Medien in: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.), Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, S. 147-160.
- Blattert, Barbara und Ohlemacher Thomas, 1991: Zum Verhältnis von Republikanern und antifaschistischen Gruppen in West-Berlin: Dynamik, wechselseitige Wahrnehmung und Medienresonanz in: Forschungsjournal Neue soziale Bewegungen, S. 63-74.
- Buß, Michael et al., 1984: Fernsehen und Alltag. Eine ARD/ZDF Studie im Wahljahr 1980. Schriftenreihe Media Perspektive 3. Frankfurt.
- Cobb, Roger W. und Elder, Charles D., 1971: The Politics of Agenda-Building: An Alternative Perspective for Modern Democratic Theory. Journal of Politics, S. 892-915.
- Dahl, Robert A., 1989: Democracy and its Critics. New Haven.
- Dalton, Russell J., 1986: Wertwandel oder Wertwende. Die Neue Politik und Parteienpolarisierung in: Klingemann, Hans-Dieter und Kaase, Max (Hrsg.), Wahlen und politischer Prozeß. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1983. Opladen, S. 427-454.
- Downs, Anthony, 1972: Eine ökonomische Theorie des politischen Handelns in der Demokratie in: Widmaier, Hans Peter (Hrsg.), Politische Ökonomie des Wohlfahrtsstaates. Eine kritische Darstellung der Neuen Politischen Ökonomie. Frankfurt. S. 121-139 (Org. 1957).
- Durkheim, Emile, 1977: Über die Teilung der sozialen Arbeit. Frankfurt (Org. 1893).
- Erbring, Lutz, 1989: Nachrichten zwischen Professionalität und Manipulation. Journalistische Berufsnormen und politische Kultur in: Kaase, Max und Schulz, Winfried (Hrsg.), Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen (Sonderheft der KZfSS 30), S. 301-313.
- Erbring, Lutz; Goldenberg, Edie N. und Miller, Arthur H., 1980: Front Page News and Real-World Cues. A New Look at Agenda Setting by the Media in: AJPS, 24, S. 16-49.
- Faul, Erwin, 1988: Die Fernsehprogramme im dualen Rundfunksystem, Berlin/Offenbach.
- Galtung, Johan und Ruge, Mari, 1965: The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in Four Norwegian Newspapers in: Journal of Peace Research, 2, S. 64-91.
- Geißler, Rainer, 1973: Massenmedien, Basiskommunikation und Demokratie. Tübingen.
- Gerhards, Jürgen und Neidhardt, Friedhelm, 1990: Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. Discussion Paper FS III 90-101. Wissenschaftszentrum Berlin.
- Gerhards, Jürgen, 1991: Politische Veranstaltungen: Nachfrage- und Angebotsstruktur

einer kleinen Form von Öffentlichkeit. Unveröffentlichtes Papier, Berlin.

Gluchowski, Peter, 1987: Lebensstile und Wandel der Wählerschaft in der Bundesrepublik Deutschland. Aus Politik und Zeitgeschichte. B 12, S. 18-32.

Göhler, Gerhard, 1990: Politische Institutionen im sozialen Kontext - Vorschläge zur begrifflichen Klärung. Referat auf dem 1. Kolloquium des DFG-Schwerpunktprogramms "Theorie politischer Institutionen". Bonn.

Gurevitch, Michael und Blumler, Jay G. , 1990: Comparative Research: The Extending Frontier in: Swanson, David L. und Nimmo, Dan (Hrsg.) New directions in political communication. London u.a. (Sage).

Guy, Christoph, 1989: Demokratische Repräsentation. Zeitschrift für Politik. 36. Jg, H. 3, S. 264-285.

Habermas, Jürgen, 1962: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Neuwied.

Hallin, D. und Mancini, P., 1984: Speaking of the President: Political Structure and Representational Form in U.S. and Italian Television News. Theory and Society. Vol. 13, S. 829-867.

Held, David, 1987: Models of Democracy. Cambridge.

Herzog, Dietrich; Rebenstorf, Hilke; Werner, Camilla und Weßels, Bernhard 1990: Abgeordnete und Bürger. Ergebnisse einer Befragung der Mitglieder des 11. Deutschen Bundestags und der Bevölkerung. Opladen.

Holtz-Bacha, Christiana, 1989: Verleidet uns das Fernsehen die Politik? Auf den Spuren der "Videomalaise" in: Kaase, Max und Schulz, Winfried (Hrsg.), Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen (Sonderheft der KZfSS 30), S. 239-252.

Horkheimer, Max und Adorno, Theodor W., 1972: Dialektik der Aufklärung. Frankfurt.

Jarren, Otfried, 1988: Politik und Medien im Wandel: Autonomie, Interdependenz oder Symbiose? Anmerkungen zur Theoriedebatte in der politischen Kommunikation. Publizistik. 33/4, S. 619-632.

Kaase, Max, 1986: Massenkommunikation und politischer Prozeß in: Kaase, Max (Hrsg.), Politische Wissenschaft und politische Ordnung. Analysen zu Theorie und Empirie demokratischer Regierungsweise. Festschrift zum 65. Geburtstag von Rudolf Wildenmann. Opladen. S. 357-374.

Kaase, Max, 1989: Fernsehen, gesellschaftlicher Wandel und politischer Prozeß in: Kaase, Max und Schulz, Winfried (Hrsg.), Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen (Sonderheft der KZfSS 30), S. 97-117.

Kellner, Douglas, 1990: Television and the Crisis of Democracy. Boulder.

Kepplinger, Hans Mathias, 1985: Systemtheoretische Aspekte politischer Kommunikation in: Publizistik, S. 247-264.

Kepplinger, Hans Mathias, 1982: Visual Bias in Television Campaign Coverage. Communication Research 9, S. 432-446.

Kepplinger, Hans Mathias; Brosius, Hans-Bernd; Staab, Joachim und Friedrich Linke, Günter, 1988: Instrumentelle Aktualisierung. Grundlagen einer Theorie kognitiv-affektiver Medienwirkungen. Manuskript. Institut für Publizistik Mainz.

Kepplinger, Hans Mathias in Zusammenarbeit mit Brosius, Hans-Bernd; Staab, Joachim und Linke, Günter, 1989: Instrumentelle Aktualisierung. Grundlagen einer Theorie publizistischer Konflikte in: Kaase, Max und Schulz, Winfried (Hrsg.), Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen (Sonderheft der KZfSS 30), S. 199-221.

Kepplinger, Hans Mathias; Gotto, Klaus; Brosius, Hans-Bernd und Haak, Dietmar, 1989: Der Einfluß der Fernsehrichten auf die politische Meinungsbildung. Freiburg/München.

Kiefer, Marie-Luise, 1982: Massenkommunikation 1964-1980 in: Berg, Klaus und Kiefer, Marie-Luise (Hrsg.), Massenkommunikation II, Frankfurt/M., S. 7-198.

Klingemann, Hans-Dieter, 1986: Massenkommunikation, interpersonale Kommunikation und politische Einstellungen. Zur Kritik der These vom "Zwei-Stufen Fluß" der politischen Kommunikation in: Kaase, Max (Hrsg.), Politische Wissenschaft und politische Ordnung. Analysen zu Theorie und Empirie demokratischer Regierungsweise. Opladen, S. 387-399.

Klingemann, Hans-Dieter und Wattenberg, Martin P., 1990: Zerfall und Entwicklung von Parteiensystemen: Ein Vergleich der Vorstellungsbilder von den politischen Parteien in den Vereinigten Staaten und der Bundesrepublik Deutschland in: Kaase, Max und Klingemann, Hans-Dieter (Hrsg.), Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1987. Opladen, S. 325-344.

Knoche, Manfred und Lindgens, Monika, 1988: Selektion, Konsonanz und Wirkungspotential der deutschen Tagespresse. Media Perspektiven. Heft 8, S. 490-510.

Knoche, Manfred und Lindgens, Monika, 1990: Fünf-Prozent-Hürde und Medienbarriere. Die Grünen im Bundestagswahlkampf 1987. Neue Politik, Medienpräsenz und Resonanz in der Wählerschaft in: Kaase, Max und Klingemann, Hans-Dieter (Hrsg.), Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1987. Opladen, S. 569-618.

Krüger, Udo Michael 1989: Konvergenz im dualen Fernsehsystem? Programmanalyse 1989 in: Media Perspektiven, 12/1989, S. 776-807.

Lang, Gladys Engel und Lang, Kurt 1981: Watergate. An Exploration of the agenda building process in: Wilhoit, Cleveland G. und Bock, Harold de (Hrsg.) Mass Communication Review. Yearbook 2. Beverley Hills und London, S. 447-468.

Langenbucher, Wolfgang R., 1989: Grenzen (fernseh)mediatisierter Politik in: Böckelmann, Frank E. (Hrsg.), Medienmacht und Politik. Berlin, S. 87-96.

Langenbucher, Wolfgang R. und Lipp, Michael, 1982: Kontrollieren Parteien die politische Kommunikation? in: Raschke, Joachim (Hrsg.), Bürger und Parteien. Ansichten und Analysen einer schwierigen Beziehung. Opladen, S. 217-235.

Langenbucher, Wolfgang R. und Ueckermann Heinz R., 1985: Politische Kommunikationsrituale. Zur publizistischen Funktion moderner Wahlkämpfe am Beispiel der Bundesrepublik Deutschland, S. 91-60 in: Plasser, Fritz u.a. (Hrsg.), Demokratierituale. Zur politischen Kultur der Informationsgesellschaft, Wien u.a.

LaRoche, Walter von, 1988: Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege. München. 11. Auflage.

Lindner, Clausjohann, 1990: Kritik der Theorie der partizipatorischen Demokratie. Opladen.

Lippmann, Walter, 1961: Public Opinion. London (zuerst 1922).

Maletzke, Gerhard, 1976: Ziele und Wirkungen der Massenkommunikation. Grundlagen und Probleme einer zeitorientierten Mediennutzung. Hamburg.

Mathes, Reiner und Freisens, Uwe, 1990: Kommunikationsstrategien der Parteien und ihr Erfolg. Eine Analyse der aktuellen Berichterstattung in den Nachrichtenmagazinen der öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanstalten im Bundestagswahlkampf 1987 in: Max Kaase und Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.), Wahlen und Wähler. Opladen, S. 531-568.

Merten, Klaus, 1988: Aufstieg und Fall des "Two-Step-Flow of Communication". Kritik einer sozialwissenschaftlichen Hypothese. Politische Vierteljahresschrift, 29, S. 610-635.

Merten, Klaus, 1991: Zwischenbericht zum DFG-Projekt "Multi-Step-Flow", Münster.

Meyn, Hermann, 1990: Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland. Berlin (überarbeitete und aktualisierte Neuauflage 1990).

Noelle-Neumann, Elisabeth, 1980: Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung - Unsere soziale Haut. München.

Noelle-Neumann, Elisabeth, Schulz, Winfried und Wilke, J.(Hrsg), 1987: Wörterbuch der Publizistik. Hamburg.

Noelle-Neumann, Elisabeth und Mathes, Rainer, 1987: The "Event as Event" and the "Event as News". European Journal of Communication 2, S. 391-415.

Pfetsch, Barbara, 1986: Volkszählung '83. Ein Beispiel für die Thematisierung eines politischen Issues in den Massenmedien in: Klingemann, Hans-Dieter und Kaase, Max (Hrsg.) Wahlen und politischer Prozeß. Opladen, S. 201-232.

Plasser, Fritz, 1985: Elektronische Politik und politische Technostruktur reifer Industriegesellschaften, S. 9-32 in: Plasser, Fritz u.a. (Hrsg.), Demokratierituale. Zur politischen Kultur der Informationsgesellschaft, Wien u.a.

Plasser, Fritz, 1989: Medienlogik und Parteienwettbewerb in: Böckelmann, Frank E. (Hrsg.), Medienmacht und Politik. Mediatisierte Politik und politischer Wertewandel. Berlin, S. 207-218.

Puhe, Henry und Würzberg, H. Gerd, 1989: Lust und Frust. Das Informationsverhalten des deutschen Abgeordneten. Eine Untersuchung. Köln.

Ruhrmann, Georg, 1989: Rezipient und Nachricht. Struktur und Prozeß der Nachrichtenrekonstruktion. Opladen.

Sarcinelli, Ulrich, 1987: Politikvermittlung und demokratische Kommunikationskultur in: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.), Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, S. 19-45.

- Sarcinelli, Ulrich, 1989: Symbolische Politik und politische Kultur. Das Kommunikationsritual als politische Wirklichkeit. Politische Vierteljahresschrift. 30. Jahrgang, No. 2, S. 292-309.
- Sartori, Giovanni, 1975: Demokratie als Elitenherrschaft, in: Grube, Frank und Gerhard Richter (Hrsg.), *Demokratiethorien. Konzeptionen und Kontroversen*. 1975, S. 67-75.
- Sartori, Giovanni, 1987: *The Theory of Democracy Revisited*, 2Bde. Chatham, New Jersey.
- Scharpf, Fritz, 1975 *Demokratiethorie zwischen Utopie und Anpassung*, 2.Aufl. Kronburg/Ts.
- Schatz, Heribert, 1980: Fernsehnachrichten in demokratiethoretischer Sicht. Duisburger Materialien zur Innenpolitik und Verwaltungswissenschaft, No. 2.
- Schatz, Heribert und Schatz-Bergfeld, Marianne, 1986: Macht und Medien. Perspektiven der informationstechnologischen Entwicklung in: Kaase, Max (Hrsg.), *Politische Wissenschaft und politische Ordnung. Analysen zu Theorie und Empirie demokratischer Regierungsweise*. Festschrift zum 65. Geburtstag von Rudolf Wildenmann. Opladen, S. 375-386.
- Schatz, Heribert u.a. 1989: *Strukturen und Inhalte des Rundfunkprogramms der vier Kabelpilotprojekte*. Herausgegeben von der Landesregierung Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf.
- Schenk, Michael, 1989: Massenkommunikation und interpersonale Kommunikation in: Kaase, Max und Schulz, Winfried (Hrsg.), *Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde*. Opladen (Sonderheft der KZfSS 30), S. 406-417.
- Schmitt-Beck, Rüdiger, 1990: Über die Bedeutung der Massenmedien für soziale Bewegungen in: KZfSS, 42, S. 642-662.
- Schoenbach, Klaus, 1977: *Trennung von Nachricht und Meinung. Empirische Untersuchung eines journalistischen Qualitätskriteriums*. Freiburg und München.
- Schoenbach, Klaus, 1986: *Origins and Consequences of Public Opinion in Western Europe: the Mass Media's Role*. Paper prepared for presentation at the Conference on Popular Culture, Indiana University.
- Schoenbach, Klaus, 1987: *The Role of Mass Media in West German Election Campaigns*. Legislative Studies Quarterly. Vol. XII, 3, S. 373-394.
- Schoenbach, Klaus, 1991: *Mass Media and Election Campaigns in Germany*. Report to the Royal Commission on Electoral Reform and Party Financing in Canada. Unpublished Paper. Hannover.
- Schulz, Winfried, 1974: *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien*. Freiburg
- Schulz, Winfried, 1987: Politikvermittlung durch Massenmedien in: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.), *Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur*. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, S. 129-144.
- Staab, Joachim Friedrich, 1990: *Nachrichtenwerttheorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt*, München/Freiburg.

Stichweh, Rudolf 1988: Inklusion in Funktionssysteme der modernen Gesellschaft, in: Mayntz, Renate et al., Differenzierung und Verselbständigung. Zur Entwicklung gesellschaftlicher Teilsysteme, Frankfurt, S. 261-294.

Tuchmann, Gaye, 1972: Objectivity as a strategic Ritual in: AJS, 77, S. 660-679.

Voltmer, Katrin, 1991: Unterhaltung und Politik: Weniger Information wegen privater TV-Anstalten? in: WZB Mitteilungen, Heft 53, S. 8-11.

Zucker, Harold, 1978: The variable Nature of News Media Influence in: Ruben, Brent D. (Hrsg.) Communication Yearbook 2. New Brunswick/N.Y. S. 225-240.

