

Katja Friedrich

Publikumskonzeptionen und Medienwirkungs- modelle politischer Kommunikationsforschung

ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATION MEDIEN KOMMUNIKATORFORSCHUNG MEDIEN
SYSTEM JOURNALISMUS WERBUNG MEDIENWIRTSCHAFT ONLINEKOMMUNIKA
TION MEDIENRECHT PUBLIC RELATIONS MEDIENMANAGEMENT POLITISCHE
KOMMUNIKATION PRINTMEDIEN HÖRFUNK FERNSEHEN MEDIENWIRKUNG
MEDIENINHALTE LOKALE KOMMUNIKATION MEDIENÖKONOMIE ELEKTRO
NISCHE MEDIEN MEDIENPÄDAGOGIK NUTZUNGSFORSCHUNG MEDIENGE
SCHICHTE MEDIENPSYCHOLOGIE KOMMUNIKATIONSTHEORIEN MEDIENPOLI
TIK MEDIENORGANISATIONEN INTERNATIONALE KOMMUNIKATION MEDIEN
UND MARKTFORSCHUNG MEDIENKONZENTRATION ORGANISATIONSKOMMU
NIKATION ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATION MEDIEN KOMMUNIKATORFOR
SCHUNG MEDIENSYSTEM JOURNALISMUS WERBUNG MEDIENWIRTSCHAFT
ONLINEKOMMUNIKATION MEDIENRECHT PUBLIC RELATIONS MEDIENMANA
GEMENT POLITISCHE KOMMUNIKATION PRINTMEDIEN HÖRFUNK FERNSEHEN
MEDIENWIRKUNG MEDIENINHALTE LOKALE KOMMUNIKATION MEDIENÖKO
NOMIE ELEKTRONISCHE MEDIEN MEDIENPÄDAGOGIK NUTZUNGSFORSCHUNG
MEDIENGESCHICHTE MEDIENPSYCHOLOGIE KOMMUNIKATIONSTHEORIEN



VS VERLAG

Katja Friedrich

Publikumskonzeptionen und Medienwirkungsmodelle
politischer Kommunikationsforschung

Katja Friedrich

Publikumskonzeptionen und Medienwirkungs- modelle politischer Kommunikationsforschung

Zum Einfluss theoretischer Grundannahmen
auf die empirische Forschungspraxis



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

Zugl. Dissertation Ludwig-Maximilians-Universität München, 2010

1. Auflage 2011

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2011

Lektorat: Dorothee Koch | Sabine Schöller

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist eine Marke von Springer Fachmedien.

Springer Fachmedien ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.

www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in Germany

ISBN 978-3-531-18095-3

Danksagung

Die vorliegende Studie ist die überarbeitete Fassung meiner Dissertation, die ich im März 2010 an der sozialwissenschaftlichen Fakultät der Ludwig-Maximilians-Universität eingereicht habe.

An dieser Stelle möchte ich mich bei all jenen bedanken, die mich beim Verfassen dieser Arbeit unterstützt haben. Mein Dank gilt zuerst Hans-Bernd Brosius, der die Dissertation betreut und mir viele wertvolle Ratschläge gegeben hat. Herzlich möchte ich auch Thomas Hanitzsch danken, er schrieb das Zweitgutachten und hielt mir in der heißen Phase vor der Abgabe den Rücken frei. Ebenso gilt mein Dank Michael Meyen, der meine Neugier auf die Wissenschaft geweckt und mir den Weg in die Forschung ermöglicht hat. Meinen Kolleginnen und Kollegen danke ich für all die inspirierenden Gespräche, allen voran Senta Pfaff-Rüdiger, die diese Studie von Anfang an in engagierten Diskussionen und mit vielen konstruktiven Beiträgen begleitet hat. Mein besonderer Dank gilt darüber hinaus Olaf Jandura, der stets ein offenes Ohr für die kleinen und großen Probleme im Forschungsprozess hatte. Auch Constanze Rossmann hat mir viele hilfreiche Denkanstöße gegeben. Nicht zu vergessen Michaela Kiermaier, die das Projekt als Studentin begleitete und selbst nach Abschluss ihres Studiums für inhaltliche Diskussionen zur Verfügung stand. Allen vielen Dank für die Unterstützung!

Mein größter Dank gilt aber meiner Familie und meinen Freunden, sie haben mich auf diesem Weg verständnisvoll begleitet und mir den nötigen Rückhalt gegeben, dieses Projekt zu Ende zu bringen. Meine Eltern Johanne und Karl-Heinz Schwer haben nicht nur immer an mich geglaubt, sondern mich auch tatkräftig beim Korrekturlesen unterstützt. Mein Mann Thomas Friedrich hat mich bedingungslos unterstützt, mir den Rücken gestärkt und akzeptiert, dass ich so manches Wochenende vor dem Computer verbracht habe. Und Johanna Wetzel sowie Sonja Lorenz waren mir echte Freundinnen in dieser nicht immer einfachen Zeit. Für all die Unterstützung, Geduld und Zuwendung möchte ich ihnen von ganzem Herzen danken.

Inhalt

| | | |
|----------|---|----|
| 1 | Einleitung | 15 |
| 2 | Begriffsdefinitionen | 19 |
| 3 | Widersprüche politischer Kommunikationsforschung | 23 |
| 3.1 | Befunde zur Fernsehnutzung und politischen Meinungsbildung | 24 |
| 3.2 | Erkenntnisfortschritt durch Theorieimporte aus der Psychologie | 27 |
| 3.2.1 | Schemata und Heuristiken..... | 27 |
| 3.2.2 | Politische Meinungen als Ergebnis sozialer Urteilsbildung | 30 |
| 3.2.3 | Dual-Processing Modelle der Informationsverarbeitung | 32 |
| 3.3 | Zusammenfassung..... | 36 |
| 4 | Konsequenzen für Publikumskonzeptionen | 39 |
| 4.1 | Politische Bürgerkonzeptionen..... | 39 |
| 4.1.1 | Mikrozentrierte Modellvorstellungen..... | 40 |
| 4.1.2 | Makrozentrierte Modellvorstellungen | 46 |
| 4.2 | Kommunikationswissenschaftliche Publikumskonzeptionen..... | 51 |
| 4.2.1 | Mikrozentrierte Modellvorstellungen..... | 52 |
| 4.2.2 | Makrozentrierte Modellvorstellungen | 57 |
| 4.3 | Zusammenfassung..... | 60 |
| 5 | Konsequenzen für Medienwirkungsmodelle | 65 |
| 5.1 | Stimulus-Response-Modelldenken..... | 65 |
| 5.2 | Modellvorstellung minimaler Medienwirkungen..... | 70 |
| 5.3 | Modellvorstellung selektiver Medienwirkungen..... | 71 |
| 5.4 | Zusammenfassung..... | 74 |
| 6 | Konsequenzen für normative Ansprüche an Politikvermittlung | 77 |
| 6.1 | Mikrozentrierte Modellvorstellungen..... | 78 |
| 6.2 | Makrozentrierte Modellvorstellungen | 81 |
| 6.3 | Zusammenfassung..... | 84 |

| | | |
|-----------|---|-----|
| 7 | Konsequenzen für die empirische Forschungspraxis | 87 |
| 7.1 | Messung politischer Medienwirkungen | 91 |
| 7.2 | Messung politischer Fernsehinhalte | 97 |
| 7.3 | Rezeptionsrelevante Botschaftsmerkmale | 102 |
| 7.3.1 | Politische Themen und Akteure | 105 |
| 7.3.2 | Frames | 108 |
| 7.3.3 | Glaubwürdigkeit | 110 |
| 7.3.4 | Realitätsgrad | 112 |
| 7.3.5 | Politischer Humor | 114 |
| 7.3.6 | Lebhaftigkeit, Salienz | 116 |
| 7.4 | Prognostische Inhaltsanalyse | 119 |
| 7.4.1 | Forschungslogik | 124 |
| 7.4.2 | Validität prognostischer Inhaltsanalysen | 132 |
| 7.5 | Zusammenfassung | 134 |
| 8 | Forschungsfragen | 139 |
| 9 | Untersuchungsanlage | 143 |
| 9.1 | Methode | 143 |
| 9.2 | Auswahl | 148 |
| 9.3 | Durchführung und Auswertung | 152 |
| 10 | Ergebnisse der Meta-Analyse | 157 |
| 10.1 | Begriffsauffassungen von Politik und Politikvermittlung | 158 |
| 10.1.1 | Untersuchungsgegenstände | 158 |
| 10.1.2 | Arenen der Politikvermittlung: Fernsehformate | 160 |
| 10.1.3 | Politikbegriff | 162 |
| 10.1.4 | Zusammenfassung | 163 |
| 10.2 | Theoretische Grundannahmen | 165 |
| 10.2.1 | Publikumskonzeptionen | 166 |
| 10.2.2 | Medienwirkungsmodelle | 173 |
| 10.2.3 | Normative Anforderungen an Politikvermittlung | 184 |
| 10.2.4 | Zusammenfassung | 187 |
| 10.3 | Empirische Umsetzung I: Messung politischer Wirkungen | 190 |
| 10.3.1 | Untersuchungsanlagen, Methoden | 191 |
| 10.3.2 | Effektarten | 197 |
| 10.3.3 | Zusammenfassung | 204 |

| | |
|--|------------|
| 10.4 Empirische Umsetzung II: Messung politischer Fernsehinhalte | 207 |
| 10.4.1 Beziehungsanalyse | 208 |
| 10.4.2 Inhaltsanalytisch erfasste Botschaftsmerkmale | 212 |
| 10.4.3 Zusammenfassung..... | 221 |
| 11 Fazit | 225 |
| Literatur | 239 |
| Materialbasis der Meta-Analyse | 259 |

Tabellen

| | | |
|--------------------|--|-----|
| <i>Tabelle 1:</i> | Dimensionaler Politikbegriff..... | 20 |
| <i>Tabelle 2:</i> | Informationsverarbeitungsstrategien im ELM..... | 36 |
| <i>Tabelle 3:</i> | Rationalitätskonzepte | 42 |
| <i>Tabelle 4:</i> | Bürgerbilder nach Schudson | 45 |
| <i>Tabelle 5:</i> | Öffentlichkeitsmodelle | 50 |
| <i>Tabelle 6:</i> | Publikumsaktivität als mehrdimensionales Konstrukt..... | 53 |
| <i>Tabelle 7:</i> | Idealtypische Handlungsmodelle der Nachrichtenrezeption | 56 |
| <i>Tabelle 8:</i> | Explizites S-R Modell | 67 |
| <i>Tabelle 9:</i> | Globales Kontaktmodell mit impliziter S-R-Logik | 69 |
| <i>Tabelle 10:</i> | Modell minimaler Medienwirkungen | 71 |
| <i>Tabelle 11:</i> | Selektive Wirkungsvorstellung / O-S-O-R-Modell | 73 |
| <i>Tabelle 12:</i> | Qualitätsstandards nach Zaller..... | 79 |
| <i>Tabelle 13:</i> | Normative Anforderungen an mediale Politikvermittlung | 83 |
| <i>Tabelle 14:</i> | Perspektiven politischer Kommunikationsforschung | 91 |
| <i>Tabelle 15:</i> | Themen- und Akteursdarstellungen..... | 108 |
| <i>Tabelle 16:</i> | (Politische) Frames | 109 |
| <i>Tabelle 17:</i> | Quellenglaubwürdigkeit | 111 |
| <i>Tabelle 18:</i> | Rezeptionsrelevanz des wahrgenommenen Realitätsgrads..... | 114 |
| <i>Tabelle 19:</i> | Humorvolle Fernsehinhalte | 116 |
| <i>Tabelle 20:</i> | Saliente Mitteilungsmerkmale | 118 |
| <i>Tabelle 21:</i> | Politische Merkmale unterhaltender Talkshows | 129 |
| <i>Tabelle 22:</i> | Beweisführung in nicht-experimentellen Wirkungsstudien..... | 131 |
| <i>Tabelle 23:</i> | Typische Kombinationen von Forschungsstrategien | 137 |
| <i>Tabelle 24:</i> | Kategorienschema der Meta-Analyse..... | 145 |
| <i>Tabelle 25:</i> | Auswertungsbeispiel (Kategorie <i>Publikumskonzeptionen</i>)..... | 147 |
| <i>Tabelle 26:</i> | Ergebnis der theoretisch-heuristischen Segmentierung | 147 |
| <i>Tabelle 27:</i> | Publikationsorgane der Studien | 151 |
| <i>Tabelle 28:</i> | Auswertungsschema der Meta-Analyse..... | 155 |
| <i>Tabelle 29:</i> | Fernsehformate | 160 |

| | | |
|--------------------|---|-----|
| <i>Tabelle 30:</i> | Politikverständnis | 162 |
| <i>Tabelle 31:</i> | Theoretische Publikumskonzeptionen | 166 |
| <i>Tabelle 32:</i> | Theoretische Publikumskonzeptionen | 171 |
| <i>Tabelle 33:</i> | Theoriekontexte der Studien..... | 174 |
| <i>Tabelle 34:</i> | Wirkungstheorien des Forschungsausschnitts | 177 |
| <i>Tabelle 35:</i> | Medienwirkungsmodelle (theoretische Ebene)..... | 181 |
| <i>Tabelle 36:</i> | Bewertungsmaßstäbe medialer Politikvermittlung | 185 |
| <i>Tabelle 37:</i> | Untersuchungsanlage..... | 192 |
| <i>Tabelle 38:</i> | Wirkungsstudien: Art der Beweisführung | 194 |
| <i>Tabelle 39:</i> | Erfassung der Mediennutzung | 195 |
| <i>Tabelle 40:</i> | Effektarten | 203 |
| <i>Tabelle 41:</i> | Fernsehformate | 210 |
| <i>Tabelle 42:</i> | Studien ohne Bezug auf Wirkungstheorien: Merkmale | 212 |
| <i>Tabelle 43:</i> | Basismodul politischer Botschaftsmerkmale | 213 |
| <i>Tabelle 44:</i> | Inhaltsanalytisch erfasste Frames | 216 |
| <i>Tabelle 45:</i> | Schwerpunkte der Inhaltsanalysen..... | 221 |

Abbildungen

| | | |
|----------------------|--|-----|
| <i>Abbildung 1:</i> | TV-Spartenangebot und -nutzung 2009..... | 25 |
| <i>Abbildung 2:</i> | Medienrezeption als schemageleitete Verarbeitung | 30 |
| <i>Abbildung 3:</i> | Rezeptionsmodi in Ausnahme- und Routinesituationen | 57 |
| <i>Abbildung 4:</i> | Outputorientiertes Erklärungsmodell..... | 75 |
| <i>Abbildung 5:</i> | Prozessorientiertes Erklärungsmodell..... | 76 |
| <i>Abbildung 6:</i> | Rolle der Grundannahmen im Forschungsprozess | 88 |
| <i>Abbildung 7:</i> | Sphärenmodell der Politikvermittlung im Fernsehen | 99 |
| <i>Abbildung 8:</i> | Matrix politischer Unterhaltungsformate..... | 101 |
| <i>Abbildung 10:</i> | Theoretische Beziehungsanalyse | 127 |
| <i>Abbildung 11:</i> | Anzahl der Studien im Zeitverlauf | 152 |
| <i>Abbildung 12:</i> | Analyseschwerpunkte | 159 |
| <i>Abbildung 13:</i> | Publikumskonzeptionen im Zeitverlauf..... | 172 |
| <i>Abbildung 14:</i> | Theoriearbeit der Studien im Zeitverlauf..... | 175 |
| <i>Abbildung 15:</i> | Medienwirkungsmodelle im Zeitverlauf | 184 |
| <i>Abbildung 16:</i> | Effektarten im Zeitverlauf | 204 |
| <i>Abbildung 17:</i> | Inhaltsanalytische Schwerpunkte im Zeitverlauf..... | 220 |

1 Einleitung

Die politische Wirkungsforschung begründet ihre gesellschaftliche Relevanz auf einer demokratietheoretisch geprägten Vorstellung des politischen Kommunikationsprozesses. Diese basiert auf zwei meist unausgesprochenen Annahmen: auf dem normativen Idealbild des gut informierten Bürgers, der in den Medien gezielt nach Informationen über gesellschaftlich relevante Sachverhalte sucht, um wohlbegründete politische Meinungen entwickeln zu können; und auf einer impliziten Stimulus-Response-Vorstellung von Medienwirkungen, der zufolge der Kontakt mit Medieninhalten bereits die Wirkung vorgibt. Diese Grundannahmen prägen die Forschung auf theoretischer und methodischer Ebene. Auf der theoretischen Ebene sehen Fachvertreter das politische Wirkpotenzial der Medien vor allem in Informationsangeboten und beurteilen die mediale Vermittlungsleistung im Hinblick auf deren Beitrag zur politischen Informiertheit und sachlich-rationalen Meinungsbildung der Bürger. Und auf der methodischen Ebene schlagen sich die impliziten Annahmen in prognostischen Inhaltsanalysen nieder, die immer dann zum Einsatz kommen, wenn Forschende verlässliche Aussagen über die mediale Grundlage politischer Wirkungen benötigen. Solche Inhaltsanalysen basieren auf der unhinterfragten Forschungslogik, dass die Kategoriensysteme genau jene Medieninhalte und Botschaftsmerkmale erfassen, die auf Rezipientenseite politische Informiertheit, Vorstellungen und Meinungen prägen.

Die normative Forschungsperspektive wird allerdings von einem beständig wachsenden Korpus an empirischen Befunden zum alltäglichen Umgang der Rezipienten mit politischen Medieninhalten in Frage gestellt. Aus der empirischen Forschung schält sich das Bild eines im Alltag nur mäßig aufmerksamen, von Gewohnheiten und Gefühlen geleiteten Bürgers heraus, dessen unterhaltungsorientierte Mediennutzung und allenfalls begrenzt-rationale Meinungsbildung im Widerspruch zur normativen Prämisse des gut informierten Bürgers stehen. Dieses Bild speist sich zum einen aus der Mediennutzungsforschung. Vielfältige Studien identifizieren neben einem vergleichsweise überschaubaren Publikumssegment mit großem politischen Interesse und aktiver Informationsnutzung eine breite Bevölkerungsschicht, die sich nur mäßig für Politik interessiert, genuine Politikangebote in den Medien tendenziell meidet und sich stattdessen vor allem unterhaltenden Medienangeboten zuwendet. Besonders

deutlich wird dies in den Daten zur Fernsehnutzung – also gerade bei jenem Medium, das aufgrund seiner Reichweite und Glaubwürdigkeit als politisches Leitmedium gilt (z. B. Gerhards & Klingler 2011, Maurer 2009, Zubayr & Gerhard 2009). Zum anderen setzt sich unter dem Einfluss sozialpsychologischer Theorieimporte zur Informationsverarbeitung die Erkenntnis fest, dass Rezipienten Fernsehinformationen im Alltag häufig unaufmerksam aufnehmen und fragmentarisch verarbeiten. Die sozialpsychologischen Theorieanleihen helfen auch zu erklären, warum viele Bürger schlecht über das aktuelle politische Tagesgeschehen informiert sind, nur wenig politisches Wissen besitzen und oft inkonsistente und instabile politische Meinungen äußern (etwa Holbert 2005a, Graber 2001, Iyengar & Simon 2000, Brosius 1995, Bartels 1993).

Der empirisch begründete, durch Informationsverarbeitungstheorien unterfütterte Erkenntnisfortschritt stellt die politische Wirkungsforschung auf theoretischer wie methodischer Ebene vor konzeptionelle Herausforderungen. Die Kluft zwischen empirischer Evidenz und normativen Prämissen, von Fachvertretern als „Paradoxie der politischen Kommunikationsforschung“ (Noelle-Neumann et al. 2005: 11) bezeichnet, stimuliert seit Jahren eine lebhaftes Fachdiskussion über die Angemessenheit normativer Grundannahmen und deren Konsequenzen für die empirische Forschungspraxis.¹ In dieser Debatte wird neben der normativen Sichtweise auf den politischen Kommunikationsprozess eine deskriptive Forschungsperspektive sichtbar, die sich als Reaktion auf die Widersprüche politischer Kommunikationsforschung deuten lässt und nach Meinung führender Fachvertreter sogar einen „Wandel des Forschungsparadigmas“ herbeigeführt hat (Schulz 2008: 174, Graber 2003: 145, Taber & Steenbergen 1995: 143). Auf der theoretischen Ebene manifestiert sich die neue Perspektive in realitätsgerechteren Bürger- und Publikumskonzeptionen, der Modellvorstellung selektiver Medienwirkungen und in einer lebhaften Diskussion um angemessene Leistungsansprüche medialer Politikvermittlung. In diesem Kontext steht auch die Forderung, den Unterhaltungssektor des Fernsehens als mögliche Grundlage politischer Medieneffekte zu berücksichtigen. Eine solche Forschungsperspektive löst die Paradoxie politischer Kommunikationsforschung zwar nicht gänzlich auf, entschärft diese aber immerhin, weil sie einen Mittelweg zwischen normativen Idealvorstellungen und empirischer Evidenz aufzeigt.

Während die Fachgemeinschaft auf der theoretischen Ebene mit fortschrittlichen Modellvorstellungen von Publikum, Medienwirkungen und Leistungsmaßstäben auf die konzeptionellen Herausforderungen des Erkenntnisfortschritts reagiert, werden die methodischen Konsequenzen jedoch nur unsystematisch aufgearbeitet. Einerseits gilt es, in der empirischen Umsetzung die

1 Z. B. Bartels (2008, 1993), Wirth & Matthes (2006), Druckman (2005a), Zaller (2003), Graber (2004, 2003), Iyengar & Simon (2000), Brosius (1995), Taber & Steenbergen (1995).

Rolle der Informationsverarbeitung bei der Entstehung politischer Medienwirkungen zu berücksichtigen. Andererseits bedarf es alternativer Indikatoren, um die Auswirkungen informierender und unterhaltender Fernsehangebote auf die begrenzt-rationale Informationsverarbeitung und Meinungsbildung der empirischen Messung zugänglich zu machen. Obwohl Fachvertreter über die methodischen Konsequenzen gewandelter Publikums- und Wirkungsmodelle diskutieren und methodisch fortschrittliche Untersuchungsdesigns und Indikatoren politischer Medienwirkungen entwickeln, blenden sie die methodischen Herausforderungen für die inhaltsanalytische Messung politischer TV-Inhalte weitgehend aus. Wenn große Bevölkerungssegmente informative Medienangebote nur selten nutzen, ja diese sogar meiden, Forschende jedoch politische Medienwirkungen nahezu ausschließlich auf der Basis von Informationssendungen untersuchen, beziehen sich ihre Aussagen zur medialen Grundlage politischer Effekte lediglich auf einen kleinen Teil des Fernsehangebots. Bedenkt man dazu, dass Rezipienten Fernsehinhalte im Alltag häufig unkonzentriert und bruchstückhaft verarbeiten, dann stellt sich die Frage, ob die politische Wirkungsforschung mit den klassischen Inhaltsanalysen überhaupt *rezeptionsrelevante* Medieninhalte und Botschaftsmerkmale erfasst, welche die mediale Grundlage politischer Wirkungen bilden.

Die Erkenntnisse zur Rolle der Informationsverarbeitung im Medienwirkungsprozess erfordern es damit, die Forschungslogik prognostischer Inhaltsanalysen zu überdenken. Solange Forschende die Schnittmenge von inhaltsanalytisch gemessenen Fernsehangeboten und Rezipientenwahrnehmung nicht präziser eingrenzen, steht die prognostische Qualität von Inhaltsanalysen in der politischen Wirkungsforschung in Frage: Welche Aussagekraft können Einschätzungen zum politischen Wirkpotenzial haben, wenn Inhaltsanalysen nicht näher auf die tatsächlich rezipierten Formate und Botschaftsmerkmale bezogen werden? Um auf der Basis prognostischer Inhaltsanalysen gesicherte Aussagen über das Wirkpotenzial politischer TV-Inhalte machen zu können, gilt es zu berücksichtigen, welche Medieninhalte und Botschaftsmerkmale unter welchen Bedingungen der Informationsverarbeitung rezeptionsrelevant sein dürften und welches Alltagsverständnis Rezipienten von Politik besitzen. An dieser Stelle setzt die vorliegende Arbeit an. Ihr Ziel ist es, die aus den Widersprüchen zwischen empirischer Evidenz und normativen Prämissen erwachsenden theoretischen Herausforderungen und methodischen Konsequenzen – insbesondere für prognostische Inhaltsanalysen – aufzudecken. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, inwieweit sich der theoretische Erkenntnisfortschritt bei solch grundlegenden Kategorien politischer Wirkungsforschung auch in der empirischen Forschungspraxis niederschlägt und dort methodische Weiterentwicklungen bedingt. Mit der Frage nach den methodischen Konsequenzen fortschrittlicher

Grundannahmen für die empirische Umsetzung geht es folglich um den Einfluss normativer und theoretischer Prämissen auf den Begründungszusammenhang von Wissenschaft.

Diese Fragestellung wird in vier Schritten bearbeitet. Zunächst werden die Widersprüche politischer Wirkungsforschung und die wichtigsten Theorieimporte zur Informationsverarbeitung skizziert, die den Erkenntnisfortschritt erheblich vorantreiben (Kapitel 3). In den anschließenden drei Kapiteln stehen die konzeptionellen Herausforderungen des Erkenntnisfortschritts auf theoretischer Ebene im Mittelpunkt. Hier gilt es, wichtige theoretische Weiterentwicklungen von Publikumskonzeptionen (Kapitel 4), Medienwirkungsmodellen (Kapitel 5) und normativen Maßstäben medialer Politikvermittlung (Kapitel 6) aufzuzeigen. Kapitel 7 widmet sich der Frage, ob der durch empirische Befunde stimulierte theoretische Erkenntnisfortschritt bei diesen Grundkategorien auch methodische Weiterentwicklungen bedingt. Während Fachvertreter die methodischen Konsequenzen der Forschungsperspektiven für die Messung politischer Medienwirkungen intensiv diskutieren, blenden sie die konzeptionellen Herausforderungen für die inhaltsanalytische Erfassung politischer Fernsehinhalte weitestgehend aus. Unter Berücksichtigung sozialpsychologischer Ansätze zur Informationsverarbeitung gilt es daher, beispielhaft einige rezeptionsrelevante Botschaftsmerkmale unterhaltender Fernsehangebote zu identifizieren und die Forschungslogik prognostischer Inhaltsanalysen in der politischen Wirkungsforschung zu reflektieren. Da die theoretischen und methodischen Konsequenzen des Erkenntnisfortschritts bislang Gegenstand teils hitziger Fachdebatten sind, eine empirische Prüfung zum Einfluss der Forschungsperspektiven auf die empirische Umsetzung jedoch noch aussteht, wird im vierten Arbeitsschritt eine Meta-Analyse der Forschungspraxis durchgeführt. Die als qualitative Inhaltsanalyse angelegte Meta-Analyse prüft, inwieweit die Fachdebatte über angemessene Publikumskonzeptionen, Wirkungsmodelle und normative Maßstäbe medialer Politikvermittlung die empirische Forschungspraxis tatsächlich prägt und welche Weiterentwicklungen auf methodischer Ebene – vor allem bei der inhaltsanalytischen Erfassung politischer Fernsehinhalte – zu beobachten sind. Auf der Basis der Meta-Analyse ist es abschließend möglich zu klären, ob sich der Erkenntnisfortschritt in der politischen Wirkungsforschung als „Wandel des Forschungsparadigmas“ (Schulz 2008: 174, Graber 2003: 145, Taber & Steenbergen 1995: 143) vollzieht und welche methodischen Weiterentwicklungen der theoretische Erkenntnisfortschritt bedingt.

2 Begriffsdefinitionen

Wird Politik als Vermittlungsgegenstand der Medien untersucht, wirft das die Frage auf, welche Aspekte und Charakteristika das Phänomen überhaupt umfasst. Der Politikbegriff entzieht sich einer einheitlichen und präzisen Definition; dies schlägt sich auch in den verschiedenen politikwissenschaftlichen Versuchen nieder, die Vielfalt der Begrifflichkeiten zu systematisieren. So kann zwischen der gouvernementalen Perspektive (Politik als Staatskunst oder Lehre von Staatszwecken) und einer emanzipatorischen Sichtweise unterschieden werden, in der die Machtbeschränkung durch demokratische Prinzipien, Partizipation oder Gleichheit im Mittelpunkt steht. Eine zweite Systematisierung differenziert zwischen normativen Politikverständnissen, denen wünschenswerte Ziele von Politik zugrunde liegen (z. B. Freiheit, Frieden, Kampf um die rechte Ordnung), und deskriptiven Auffassungen, die Politik als gesellschaftlichen Prozess zur Konflikt- und Problemlösung verstehen (vgl. Rohe 1994). Ein dritter Systematisierungsvorschlag unterscheidet zwischen Real- und Nominaldefinitionen von Politik (z. B. Alemann 1994). Realdefinitionen sind darauf ausgerichtet, den Kern oder das Wesen des zu definierenden Phänomens zu beschreiben. Dazu zählen Alemann zufolge vor allem ältere Begriffsverständnisse, beispielsweise Politik als Streben nach Macht. Andere Definitionsversuche sehen die Substanz von Politik in Herrschaft, Konflikt oder gesellschaftlicher Ordnung. Jüngere Definitionen nehmen hingegen Abstand von der Idee eines Wesensbegriffs und beschreiben Politik stattdessen strukturell, ohne den Begriff inhaltlich festzulegen (Nominaldefinitionen). Politik ist dann ganz allgemein als Formulierung, Herstellung und Durchsetzung kollektiv bindender Entscheidungen definiert (etwa Rohe 1994). Diese wird in der politikwissenschaftlichen Diskussion im „politologischen Dreieck“ auf drei Dimensionen angeordnet (z. B. Prittwitz 1994: 13): der politischen Form (polity), den politischen Inhalten (policy) und dem politischen Prozess (politics) (Tabelle 1).

Die Polity-Dimension umfasst das politische System, seine Institutionen und die Rechtsordnung. In deren Rahmen sind die anderen beiden Dimensionen – Inhalt und Verlauf – überhaupt erst zu beobachten. Politische Institutionen stecken den Handlungsspielraum für den politischen Prozess und die einzelnen Politikfelder ab. Darüber hinaus zählen zur Polity-Dimension die Grundsätze politischer Willensbildung wie Wahlen, Grundrechte oder das Prinzip der orga-

nisierten Interessensvertretung. Auf der Policy-Dimension sind die verschiedenen Politikfelder wie Arbeits-, Sozial- und Außenpolitik angeordnet. Zur inhaltlichen Politikdimension zählen Ziele, Aufgaben und Gegenstände von Politik. Dagegen umfasst die Politics-Dimension alle Aspekte des politischen Prozesses, in dessen Verlauf kollektiv verbindliche Entscheidungen ausgehandelt werden. Diese Begriffsdimension stellt die Interessensfindung und Konfliktaustragung, Machtverhältnisse und die am politischen Prozess beteiligte Akteurskonstellation in den Mittelpunkt. Auf der Politics-Ebene ist auch die Frage angesiedelt, wann ein gesellschaftliches Problem der Regelung durch kollektiv verbindliche Entscheidungen bedarf. Welche Probleme als politisch klassifiziert werden, definiert die Gesellschaft immer wieder neu. Hierfür stellen die Medien eine wichtige Arena bereit, sie prägen den vorpolitischen Raum, in dem über die Politisierung gesellschaftlicher und privater Probleme verhandelt wird (Kepplinger 1998: 89).

Tabelle 1: Dimensionaler Politikbegriff

| Dimension | Fokus | Merkmale |
|-----------|-------------------------|--|
| Polity | Institutionelle Ordnung | Politisches System, Institutionen, Grundrechte, Normen, Regeln, politische Kultur und Unterstützung |
| Policy | Inhalt | Politikfelder, politische Probleme, Regelungen und Lösungen |
| Politics | Prozess | Konflikte, Entscheidungsfindung, Akteurskonstellationen und ihre Interessen, Machtverhältnisse, Wahlen |

Eigene Darstellung in Anlehnung an die Systematisierung von Prittwitz (1994)

Die Medien beeinflussen aber nicht nur die Politisierung gesellschaftlicher Probleme, sie nehmen durch ihre Politikvermittlung auch Einfluss auf die Welt-sicht der Bürger, auf ihr Wissen und ihre politischen Meinungen. Der Begriff der Politikvermittlung, den Sarcinelli (1987: 19-45) Ende der 1980er Jahre in die wissenschaftliche Diskussion einbrachte, stellt den Kommunikationsfluss vom politischen System zur Gesellschaft in den Vordergrund. Von Marcinkowski (1996: 202) auf der Darstellungsdimension von Politik positioniert, beschreibt Politikvermittlung den (hauptsächlich medialen) Kommunikationsfluss von Politikern und politischen Institutionen zu den Bürgern (Top-Down-Perspektive, vgl. Scherer 2002). Die Bottom-Up-Perspektive politischer Kommunikation blendet der Begriff hingegen aus – also alle Formen der Interessensvermittlung, durch die gesellschaftliche Akteure ihre Bedürfnisse als politische Probleme artikulieren und als Handlungsbedarf an die Politik herantragen. Politikvermittlung beschreibt also nur einen Teilprozess politischer Kommunikati-

on, nämlich wie politische Probleme und Entscheidungen den Bürgern vermittelt werden. In der Top-Down-Perspektive kommt den Medien eine große Bedeutung zu, weil die meisten Menschen Politik heutzutage nur selten durch eigene Primärerfahrungen erleben. Direkte Kommunikation mit Politikern ist in der Regel auf die lokale Ebene begrenzt und findet nur selten auf Landes-, Bundes- oder gar auf EU-Ebene statt. Diese Lücke füllen die Massenmedien, indem sie politische Sekundärerfahrungen vermitteln.

Gerade weil der Begriff der Politikvermittlung einseitig auf Top-Down-Kommunikationsprozesse ausgerichtet ist, eignet er sich als Grundlage für die Frage nach dem Wirkpotenzial politischer Fernsehinhalte: „Vermittlung“ impliziert nicht nur, dass Medien dem Publikum politische Inhalte zur Verfügung stellen, sondern dass Rezipienten diese auch wahrnehmen und verarbeiten. Damit trägt Politikvermittlung die Frage nach dem Wirkpotenzial politischer Medieninhalte bereits in sich. Gleichzeitig unterliegt dem Begriff in der vorliegenden Arbeit ein selektives Verständnis von Medienwirkungen: Kommunikationsaktivitäten von Politikern und Medienschaffenden führen nicht automatisch die intendierten Reaktionen auf Rezipientenseite herbei. Vielmehr entfalten politische Medieninhalte ihr Wirkpotenzial erst durch das Zusammenspiel von Mitteilungs- und Personenmerkmalen sowie in Abhängigkeit von der Rezeptionssituation. Auf dieser Grundlage lassen sich drei Dimension medialer Politikvermittlung unterscheiden: Die erste Dimension bezieht sich auf die Ebene des Inhalts und damit auf die Frage, welche Politikaspekte überhaupt zur Vermittlung ausgewählt werden. Auf der zweiten Ebene sind die Form und die Darstellung politischer Inhalte zu finden. Die dritte Dimension bezieht sich auf die Reaktionen des Publikums, also auf die Frage, welches Wirkpotenzial den Medieninhalten implizit oder explizit zugeschrieben wird.

3 Widersprüche politischer Kommunikationsforschung

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Frage, welche politischen Informationen Rezipienten aus den Massenmedien ziehen und welche Rolle diese Informationen für die individuelle politische Meinungsbildung spielen, zieht ihre gesellschaftliche Relevanz aus der normativ begründeten Notwendigkeit, dass Demokratien auf dem Prinzip der Volkssouveränität begründet sind. Politische Entscheidungen sind nur dann demokratisch legitimiert, wenn sie auf einem kollektiven Willensbildungsprozess basieren und wenn die Entscheidungsträger in regelmäßigen Abständen per Wahlakt zur Regierung auf Zeit berufen werden. Aus der Forderung nach demokratischer Legitimation durch den Bürgerwillen leiten sich normative Anforderungen an das politische Handeln der Bürger ab: Sie sollen am politischen Willensbildungsprozess in Form von Wahlentscheidungen partizipieren (Schumpeter 1993), die zur sachlichen Urteilsbildung notwendige kognitive Kompetenz entwickeln (Detjen 2000) und sich aktiv am deliberativen Diskurs beteiligen (Habermas 1992). Obwohl die demokratiethoretischen Ansätze unterschiedliche Anforderungen an die staatsbürgerliche Rolle stellen, lassen sich doch gewisse Mindestanforderungen identifizieren, die in den meisten normativen Ansätzen zu finden sind: Staatsbürger verfügen grundsätzlich über die kognitive Kompetenz, wohlüberlegte politische Meinungen zu bilden; darüber hinaus müssen sie generell an demokratischer Mitbestimmung interessiert sein. Zentrale Voraussetzung einer vernunftbegründeten Urteilsbildung ist, dass Bürger sich über politische Sachverhalte ausreichend informieren und die verschiedenen Positionen und Argumente kennen (vgl. Detjen 2000, Garding 1978, Sabine 1952). In der empirischen Wahl- und Wirkungsforschung wächst jedoch der Korpus an Befunden, die Zweifel an den normativen Vorstellungen des politischen Kommunikations- und Willensbildungsprozesses in Demokratien aufkommen lassen:

„So existiert heute ein empirisch fundiertes, differenziertes Bild von Mediennutzern, deren Willensbildung und Wahlentscheidung aber gerade deshalb kaum noch den Kriterien gerecht wird, die man üblicherweise bei einem rationalen Diskurs voraussetzt. (...) Folglich wächst die Kluft zwischen dem Bild des Bürgers in Demokratietheorien und den Befunden der empirischen Forschung, die mit diesem Bild nur schwer vereinbar sind.“ (Noelle-Neumann et al. 2005: 12)

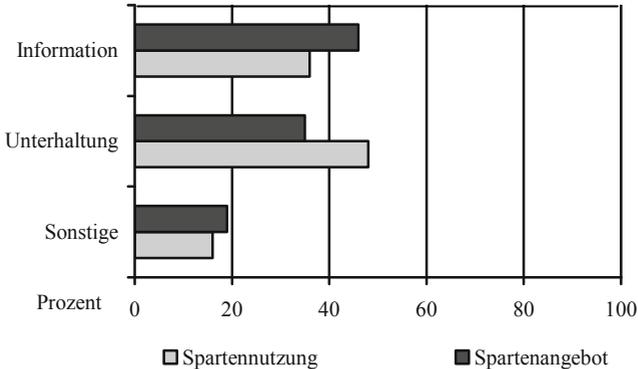
Die Widersprüche zwischen Empirie und normativer Demokratietheorie werden zusätzlich durch sozialpsychologische Theorieanleihen und Erkenntnisse zur Rolle der Informationsverarbeitung bei der Entstehung von Medienwirkungen verschärft. Damit stellt ausgerechnet eine zentrale Triebfeder wissenschaftlichen Fortschritts – die Informationsverarbeitungsperspektive (Schulz 2009: 114, 2008: 327, McLeod et al. 2002: 234) – das Forschungsfeld vor konzeptionelle Herausforderungen, die sowohl die theoretischen Grundannahmen als auch die empirische Forschungspraxis betreffen. Bevor die theoretischen und methodischen Konsequenzen näher beleuchtet werden, gilt es zunächst, das Dilemma der politischen Wirkungsforschung unter Rückgriff auf empirische Belege und die wichtigsten Informationsverarbeitungstheorien zu skizzieren.

3.1 Befunde zur Fernsehnutzung und politischen Meinungsbildung

Die Widersprüche zwischen Empirie und Demokratietheorie lassen sich auf zwei Ebenen beobachten, zum einen bei der Fernsehnutzung, zum anderen bei der Informiertheit und Meinungsbildung auf der Grundlage politischer Fernseh-inhalte. Die Befunde zur Fernsehnutzung stellen die Rolle des Fernsehens als politisches Leitmedium und zentrale Quelle politischer Informationen in Frage (Maurer 2009): Das Fernsehen entpuppt sich als Mischmedium, das sich gleichermaßen an die Informations- und Unterhaltungsbedürfnisse der Bevölkerung richtet, wobei im Alltag die Unterhaltungsorientierung überwiegt (z. B. Gerhards & Klingler 2011, Maurer 2009, Zubayr & Gerhard 2009, Best & Engel 2007). Zubayrs und Gerhards (2009) Auswertung der GfK-Daten belegt, dass die deutschen Zuschauer 2008 täglich 80 Fernsehminuten mit Filmen, Serien und Unterhaltungsshows verbrachten, aber nur 61 Minuten mit Informationsangeboten (ebd.: 106). Setzt man die Nutzung politischer Informationen zur Angebotsstruktur des Fernsehens in Beziehung, so ergibt sich ein eher ernüchterndes Bild von der Rolle des Fernsehens zur politischen Informationsvermittlung im Alltag: Maurers (2009) Sekundärauswertung verschiedener Programmstruktur- und Reichweitenanalysen sowie Publikumsbefragungen macht deutlich, dass die Deutschen aus einer Vielzahl von Programmen und Sendungen tatsächlich nur eine kleine Auswahl nutzen und dabei Unterhaltungsangebote Informations-sendungen vorziehen, ja tendenziell politische Informationen sogar meiden (ebd.: 149). Die folgende Abbildung stellt für das Programmjahr 2009 den Anteil des Spartenangebots des deutschen Fernsehens der Nutzung dieser Sparten gegenüber (Gerhards & Klingler 2011): Das Informationsangebot des Fernsehens ist zwar größer als der Unterhaltungssektor, die Zuschauer nutzen jedoch Unterhaltungsformate häufiger als Sendungen aus dem Informationsbereich.

Unterhaltung nimmt in der alltäglichen Fernsehnutzung der Deutschen offenbar einen größeren Stellenwert ein als Information.

Abbildung 1: TV-Spartenangebot und -nutzung 2009 (in Prozent)



Nutzung: BRD Gesamt, Zuschauer ab 3 Jahre, Mo-So, 3.00-2.00 Uhr, in Prozent. TV-Angebot: 20 Programme. Sonstige: Sport, Werbung, sonstiges.
Eigene Darstellung auf der Grundlage von Gerhards und Klingler (2011: 38)

Die Unterhaltungsorientierung ist nicht bei allen Publikumssegmenten gleichermaßen ausgeprägt. Zum einen ist die Nutzung von Informationssendungen vom Alter abhängig (Zubayr & Geese 2009: 158): Nur für ein Viertel der unter 30-jährigen Deutschen zählt die Rezeption einer Nachrichtensendung zum Alltag, in der Gruppe der über 65-Jährigen sind es dagegen drei Viertel. Zum anderen hängt es vom politischen Interesse der Rezipienten ab, wie häufig sie Informationssendungen nutzen. Menschen mit großem politischen Interesse wenden sich den Informationsangeboten des Fernsehens häufiger zu und nutzen daneben noch andere Mediengattungen mit hohem Informationsanteil – v. a. Tageszeitungen – als Menschen mit geringem Interesse an Politik (Maurer 2009, Zubayr & Geese 2009, Ridder & Engel 2005). Ein Großteil der Bevölkerung kommt im Alltag also nur begrenzt mit politischen Informationen in Berührung, für diese Menschen spielt das Fernsehen als Quelle politischer Fakteninformationen eine untergeordnete Rolle (z. B. Gerhards & Klingler 2009, Kepplinger & Maurer 2005). Dies ist kein typisch deutsches Phänomen, die Gruppe politisch interessierter Rezipienten ist auch in anderen Ländern sehr überschaubar: Graber (2004: 563) schätzt auf der Basis der empirischen Forschungslage die Größe des politisch interessierten Publikumssegments in den USA auf nicht mehr als zehn

Prozent der Bevölkerung. Wenn aber große Bevölkerungsschichten im Alltag nur begrenzt mit Informationsangeboten in Kontakt kommen, drängt sich die Frage auf, welche anderen medialen Quellen dann das Politikbild dieser Menschen prägen. Da liegt es für die Forschung eigentlich nahe, auch unterhaltungsorientierte Fernsehangebote als mögliche Quelle des Politikbilds dieser Publikumssegmente in den Blick zu nehmen.

Nicht nur die Befunde der Mediennutzungsforschung stellen das normative Ideal einer informationshungrigen Bürgerschaft in Frage, auch der beständig wachsende Korpus an empirischen Wirkungsstudien legt nahe, dass die politische Meinungsbildung der Bürger kaum den normativen Kriterien entspricht, die für den demokratischen Willensbildungsprozess vorausgesetzt werden. Menschen nehmen politische Medieninformationen im Alltag oft nur beiläufig auf und verarbeiten diese oberflächlich – das erklärt, warum viele Bürger nur schlecht über das aktuelle politische Geschehen informiert sind sowie große Kenntnislücken zu politischen Sachthemen und zur Funktionsweise des politischen Systems haben (Bartels 2008, 1996, Graber 2004, 2001, 1984, Brosius 1995). Darüber hinaus verfügen viele Menschen nur über inkonsistente und instabile politische Meinungen und bilden diese nicht immer sachlich-neutral, sondern aufgrund von Emotionen, Globalurteilen und alltagserprobten Heuristiken (z. B. Kepplinger & Maurer 2005, Lau & Redlawsk 2001, Converse 2000, Delli Carpini & Keeter 1996). Politische Medienwirkungen sind darüber hinaus nicht alleine von den Medieninhalten abhängig, sondern auch vom politischen Vorwissen der Rezipienten, ihrem Interesse und der Stärke bestehender Einstellungen. Zum einen finden sich in der Literatur empirische Hinweise darauf, dass sich Menschen ohne ausgeprägte politische Einstellungen in ihren Meinungen zu politischen Themen tendenziell stärker von der Mehrheitsmeinung beeinflussen lassen als Individuen mit gefestigten politischen Einstellungen (z. B. Mutz 1998). Und zum anderen belegt eine ganze Reihe von Studien, dass Menschen medial präsentierte Informationen umso besser einordnen und verstehen können, je größer ihr Vorwissen über Politik ist (z. B. Sotirovic & McLeod 2004, Eveland & Dunwoody 2002, Eveland 2002). Darüber hinaus passen die Befunde zu Medieneinflüssen auf die individuelle Meinungsbildung nicht so recht zu den stabilen Trends öffentlicher Meinung und zu den hohen Korrelationen zwischen Wahlpräferenzen und Politikpositionen auf Aggregatebene, welche den Eindruck einer politisch rational handelnden Bevölkerung vermitteln (z. B. Page & Shapiro 1992, Neuman 1986).² Auf der Individualebene zeichnen die empirischen Befunde der Wahl- und Wirkungsforschung folglich ein ganz anderes

2 Berelson und Kollegen (1954) sprechen hier vom „paradox of democracy“, Neuman (1986) bezeichnet die Kluft zwischen stabilen Meinungstrends auf Gesellschaftsebene und den Erkenntnissen zur individuellen Meinungsbildung als „paradox of mass politics.“

Bild davon, wie Menschen im Alltag mit politischen Medieninformationen umgehen, und dieses Bild passt nur begrenzt zu den normativen Grundannahmen des Forschungsfelds. Sucht man nach Erklärungen, warum die empirischen Befunde von den normativen Prämissen abweichen, muss man sich der Frage zuwenden, wie Menschen Medieninformationen im Alltag verarbeiten und welche Rolle diese Verarbeitungsstrategien für die politische Meinungsbildung spielen. Diese Frage lässt sich nicht ohne Rückgriffe auf die wichtigsten Theorieimporte aus der Sozialpsychologie beantworten.

3.2 Erkenntnisfortschritt durch Theorieimporte aus der Psychologie

Sozialpsychologische Theorieimporte haben die politische Wirkungsforschung entscheidend vorangetrieben und sind auch heute ein noch zentraler Impulsgeber des Erkenntnisfortschritts (Schulz 2009: 114, 2008: 327, McLeod et al. 2002: 234, Taber & Steenbergen 1995: 143). Vor allem zwei Bereiche haben einen großen Einfluss auf das Feld: die Forschung zur Rolle von Schemata und Heuristiken für die Wahrnehmung sowie die theoretischen Ansätze zur sozialen Urteilsbildung und Informationsverarbeitung.

3.2.1 Schemata und Heuristiken

Um die Strukturen politischer Vorstellungen, Meinungen und Einstellungen sowie deren Entstehung, Veränderung und Verfestigung im Kontext alltäglicher Mediennutzung zu verstehen, ist es hilfreich, die kognitiven Einheiten des menschlichen Gedächtnisses näher zu betrachten. Das Gedächtnis speichert verschiedene Formen kognitiver Einheiten: episodische Sach-, Ereignis- und Personenrepräsentationen (also Begebenheiten, die umgangssprachlich als „Erinnerungen“ bezeichnet werden), abstraktere Konstrukte (Schemata), kurz- bis mittelfristige Bewertungen und Meinungen sowie langfristig stabile Einstellungen. Die Psychologie bietet eine Vielzahl von Begriffen, um die abstrakteren Einheiten des Gedächtnisses zu beschreiben: Schema (Fiske & Taylor 1991), Frame (Minsky 1975), Skript (Schank & Abelson 1977), Prototyp (Cantor & Mischel 1979), Stereotyp (Lippmann 1990) oder Kategorie (Mandler 1979, für einen Überblick: Bless & Schwarz 2002). Bless und Schwarz (2002) definieren Schemata als Oberkategorie, unter die sich Skripte, Heuristiken, Prototypen und ähnliche Bezeichnungen als Spezialformen subsumieren lassen. Schemata sind allgemeine Wissensstrukturen, die wichtige Merkmale eines Gegenstands und die Beziehungen zwischen seinen Merkmalen umfassen:

„[A] schema may be defined as a cognitive structure that represents knowledge about a concept or type of stimulus and the relations among those attributes.“ (Fiske & Taylor 1991: 98)

Schemata unterscheiden sich von spezifischen Erinnerungen durch ihr höheres Abstraktionsniveau. Während Erinnerungen eine konkrete Situation, die beteiligten Personen und Handlungen umfassen, beinhalten Schemata für die Klasse der erlebten Situation allgemeine oder typische Merkmale. Sie sind mit besonders einprägsamen Erinnerungen verknüpft, die als Ankerbeispiele fungieren. Beispielsweise besteht die Erinnerung an den letzten *Tatort* aus dem konkreten Handlungsablauf, den auftretenden Schauspielern und einzelnen Szenen – etwa der Obduktion des Mordopfers, dem Ort und der Art des Verbrechens sowie dem konkreten Handlungsverlauf. Das Schema *Krimi* umfasst hingegen das abstrakte Wissen zu typischen Handlungsabläufen des Genres, das mit der *Tatort*-Reihe als Ankerbeispiel verknüpft sein kann (vgl. Hoffmann 2003).

Schemata lassen sich nach ihren Inhaltsbereichen differenzieren, Fiske und Taylor (1991) unterscheiden Personenschemata, soziale Schemata (Skripte) und inhaltsfreie Schemata (allgemeine Denkregeln). Ein Beispiel für ein Personenschema ist die mentale Repräsentation, die Menschen von Politikern abspeichern. Ein solches Schema umfasst beispielsweise neben einer visuellen Repräsentation auch Wissen über typische Verhaltensweisen und Gewohnheiten von Politikern. Dagegen bestehen soziale Schemata (Skripte) aus Wissen über typische Handlungsabläufe häufig wiederkehrender Alltagsaktivitäten (Ableson 1981). Die dritte Gruppe umfasst allgemeine Denkregeln, die Menschen für soziale Urteile in Alltagssituationen verwenden; dazu zählen auch Urteilsheuristiken, mit deren Hilfe Individuen im Alltag schnell und ohne großen Aufwand Entscheidungen treffen können (Tversky & Kahnemann 1973, Chaiken 1980, vgl. für einen Überblick: Strack & Deutsch 2002). Im Gegensatz zu Schemata und Skripten sind diese Denkregeln unabhängig von spezifischen Inhalten. Heuristische Urteile stimmen meistens ungefähr mit Urteilen überein, die auf einer aufwändigen Evaluation von Entscheidungsalternativen basieren. Sie können aber auch zu Urteilsverzerrungen führen, weil die situationsübergreifenden, erfahrungsbasierten Faustregeln nicht exakt der vorliegenden Situation entsprechen müssen. Die sozialpsychologische Literatur nennt drei wichtige Urteilsheuristiken alltäglicher Entscheidungsfindung: die Verfügbarkeits- und die Repräsentativitätsheuristik sowie eine auf Emotionen basierende Entscheidungsregel.

Zunächst zur Verfügbarkeitsheuristik (Tversky & Kahneman 1973, Schwarz et al. 1991): Je leichter Menschen ein Ereignis aus dem Gedächtnis abrufen können, desto höher schätzen sie die Häufigkeit oder Wahrscheinlichkeit des betreffenden Ereignisses ein. Im Alltag kommt die Verfügbarkeitsheuristik vor allem bei Häufigkeitsurteilen und Risikoeinschätzungen zum Einsatz. Zwei Aspekte

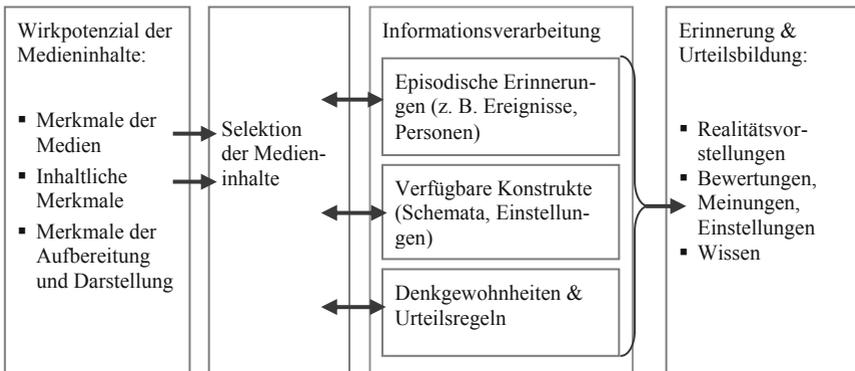
von Medieninhalten beeinflussen die Urteilsbildung auf der Basis der Verfügbarkeitsheuristik besonders stark: die Häufigkeit, mit der Journalisten über bestimmte Ereignisse berichten und die Auffälligkeit der Darstellung (Shrum & O'Guinn 1993, Reyes et al. 1980). Die Auffälligkeit der Darstellung wird in der Literatur vor allem an drei Darstellungsmerkmalen festgemacht: Lebhaftigkeit (vividness, z. B. Nisbett & Ross 1980), Salienz (z. B. Brosius 1995) und Negativität (z. B. Fridkin & Kenney 2008). Auf die Repräsentativitätsheuristik greifen Menschen hingegen vorwiegend dann zurück, wenn sie Objekte aufgrund ihrer Eigenschaften als Stellvertreter bestimmter Personengruppen oder Ereignisklassen wahrnehmen. Dieser Abkürzungsstrategie liegt ein Matching-Prozess zugrunde: Dabei bestimmen Menschen zunächst anhand der beobachteten Attribute die Ähnlichkeit eines Urteilsobjekts mit den im Gedächtnis abgespeicherten Objektklassen. Je typischer ein Vertreter oder ein Objekt für eine bestimmte Kategorie ist, desto höher wird die Wahrscheinlichkeit eingeschätzt, dass der Fall in diese Kategorie gehört (Kahneman & Tversky 1972). Und bei der dritten wichtigen Form heuristischer Urteilsbildung verlassen sich Menschen auf ihre Gefühle zum Urteilsobjekt. Diese Strategie kommt beispielsweise zum Einsatz, wenn Rezipienten einen Film nicht aufgrund seiner Kameraeinstellung, der Qualität der Dialoge oder der Schauspieler beurteilen, sondern eine mit dem Film assoziierte Globalempfindung zur Grundlage ihrer Filmbewertung machen. Die emotionsgebundene Abkürzungsstrategie basiert auf dem aboutness principle (Higgins 1998), demzufolge Personen die eigene Reaktion als Information über den Stimulus interpretieren.

Schemata, Skripte und Heuristiken ermöglichen es also, eingehende Informationen teilweise automatisiert zu verarbeiten; sie unterstützen eine Informationsverarbeitungsstrategie, die wenig Aufmerksamkeit erfordert (Bless & Schwarz 2002: 262). Welche Rolle spielen sie bei der Medienrezeption? Einerseits prägen Medien durch ihre Inhalte die im Gedächtnis abgespeicherten kognitiven Einheiten, andererseits beeinflussen Schemata, Skripte und Heuristiken die Medienrezeption und haben darüber auch einen Einfluss auf die Entstehung von Medienwirkungen. Dabei hängt es ganz entscheidend von der Verfügbarkeit medialer Informationen ab, welche Medieninhalte Rezipienten aus dem Gedächtnis abrufen können (accessibility principle, Shrum 2009: 52). Die Verfügbarkeit medialer Informationen im Gedächtnis wird einerseits von kurzzeitig zurückliegenden Mediennutzungsepisoden (recency principle) und habitualisierten Mediennutzungsmustern (frequency principle) geprägt, andererseits von den vorhandenen Wissens- und Einstellungsstrukturen.

Demnach sind Schemata auf verschiedenen Stufen der Informationsverarbeitung von Medieninhalten von Bedeutung: Bei der Informationsaufnahme lenken sie die Wahrnehmung; bei der Informationsspeicherung haben sie einen Einfluss darauf, wie Menschen die medial dargebotenen Informationen verste-

hen und abspeichern. Und auf der Stufe des Informationsabrufs prägen sie, welche Medieninformationen Rezipienten aktivieren und für ihre Realitätsurteile, Bewertungen und Meinungen heranziehen. Vor diesem Hintergrund lässt sich die Rezeption von Medieninhalten als Prozess der Informationsverarbeitung beschreiben, der gekennzeichnet ist durch das Zusammenspiel von eingehenden Informationen und Vorwissen, verfügbaren Schemata, Einstellungen, Skripten sowie Denkregeln (Abbildung 2).

Abbildung 2: Medienrezeption als schemageleitete Verarbeitung



Eigene Darstellung

3.2.2 Politische Meinungen als Ergebnis sozialer Urteilsbildung

Menschen ziehen Medieninhalte häufig zur sozialen Urteilsbildung heran; das ist nicht nur für informierende Medienangebote, sondern auch für fiktionale Unterhaltungsangebote vielfach bestätigt (vgl. für einen Überblick: Schulz 2008, Rossmann 2008, Sotirovic & McLeod 2004, Shrum 2009). Sozialpsychologische Prozessmodelle der Urteilsbildung liefern dabei wichtige Impulse für die Erforschung individueller politischer Meinungsbildung. Die Sozialpsychologie unterscheidet zwei Wege sozialer Urteilsbildung, eine on-line und eine erinnerungsbasierte Form. On-line Urteile entstehen direkt während der Informationsaufnahme, erinnerungsgestützte Urteile werden hingegen auf der Basis von im Gedächtnis gespeicherten Informationen gebildet (Hastie & Park 1986, für einen Überblick: Hertel & Bless 2000). Bei der on-line Urteilsbildung suchen Menschen das Langzeitgedächtnis nicht ausführlich nach urteilsrelevanten Informationen ab, sondern greifen auf leicht verfügbare Informationen zurück.