

Der Einfluß der Massenmedien auf den politischen Diskurs in der Familie

In der Erforschung des Zusammenhanges zwischen der Massenkommunikation und dem Verhalten des Publikums sind zwei Theorien zu unterscheiden: der verhaltenstheoretisch (behavioristisch) fundierte *Wirkungsansatz* und der handlungstheoretisch fundierte *Nutzen- und Belohnungsansatz*. Obwohl zu beiden Theorien bereits eine Fülle von Literatur greifbar ist, möchten wir auf die unterschiedlichen Aspekte kurz eingehen.

Wirkungsansatz: Forschern, die sich seiner bedienen, geht es darum, auf der Basis des Stimulus-Response-Modells Regelmäßigkeiten der Publikumsreaktion auf bestimmte Kommunikationsinhalte zu ermitteln.¹ Im Zentrum dieses Ansatzes steht die Frage, was die Medien mit den Menschen machen.² Das Publikum wird dabei als weitgehend passiv, den Medien hilflos ausgeliefertes »Reaktionspotential« begriffen.³ Die Aussagen bzw. Stimuli produzierenden Medien und die auf diese Aussagen reagierenden Rezipienten stellen die Grundkomponenten dieses Denkmodells dar. Massenkommunikation wird als Beeinflussung der Rezipienten durch die Medien konzeptualisiert. Die Effekt-Analyse unterstellt dabei, der massenmediale Kommunikationsprozeß verlaufe als linearer Vorgang. Im Sinne linearer und kausaler Vorstellungen werden bestimmte »Ursachen« oder »Stimuli« (also: massenmediale Aussagen) und bestimmte »Wirkungen« oder »Responses« (also: Verhaltensänderungen der Rezipienten) in einem unidirektionalen Wirkungszusammenhang gesehen.⁴ Die Bestimmung von »Wirkungen« oder »Konsequenzen« bedarf dabei der Fixierung eines Bezugsrahmens, der Wahl eines Bezugspunktes, zumeist die Kommunikator-*Intention*. Sie wird als Maßstab dafür verwendet, ob z. B. eine politische Kampagne erfolgreich war oder nicht. Massenkommunikation gerät in dieser Perspektive zu einem einsinnigen Prozeß, in dessen Verlauf einige aktiv, absichtsvoll und zielgerichtet sich betätigen und »Stimuli« produzieren, während die Masse der Rezipienten sich, letztlich passiv, ziel- und absichtslos, darin erschöpft, auf Botschaften zu warten, um dann darauf »reagieren« zu können.⁵

Parallel zur Weiterentwicklung der behavioristischen (Lern-)Modelle hat die Wissenschaft das S-R-Modell (Stimulus-Response-Modell) durch das Einfügen des »Organismus« und seiner kognitiven Prozesse als »intervenierende« Größen zu einem S-O-R-Modell erweitert.⁶ Einige Zeit später brachte Klapper⁷ diese – im Sinne des S-R- bzw. S-O-R-Modells »intervenierenden« oder »mediatisierenden« – *publikumsbezogenen* Faktoren auf die Begriffe der »selective exposure«, der »selective retention« und der »selective perception«. In allen Fällen handelt es sich jedoch um zwischen Sender und den Reaktionen des Empfängers mediatisierende Faktoren, die an der Grundstruktur des Beeinflussungsprozesses nichts ändern. Auch blieb der soziale Kontext, in den die Rezipienten eingebettet sind, unberücksichtigt. Noch immer stützte man sich auf die implizite Annahme, den allmächtigen Medien sei das atomisierte Massenpublikum, das zwar mit den Massenmedien, nicht aber untereinander verbunden sei, schutz- und hilflos ausgeliefert.

Das änderte sich erst mit der mittlerweile »klassischen« People's Choice-Studie:⁸

Lazarsfeld, Berelson und Gaudet stellten fest, daß Rundfunk und Drucksachen auf die Entscheidung der Wähler nur unbeachtlichen Einfluß hatten und auffallend wenig Meinungsänderungen bewirkten. Unter dem Eindruck der untersuchten massenkommunikativen Wahlkampagne hatten nur fünf Prozent der Untersuchungspersonen ihre Wahlentscheidung revidiert. Analytischer und generalisierend ausgedrückt hieß das: den Medien der Massenkommunikation ist eine direkte, kurzfristige Beeinflussung der Rezipienten im Sinne der Kommunikator-Intentionen nicht möglich. Die Antwort auf die Frage, warum die beabsichtigte Wirkung ausblieb, gaben die Autoren gleich selbst: *offenbar erreichen die Massenmedien die Masse der Rezipienten gar nicht*; die Botschaften, die sie via Radio und Druckwerk versenden, werden an »Meinungsführer« übertragen und von diesen den weniger aktiven Bevölkerungsteilen vermittelt. Damit war die Vorstellung vom »zweistufigen Kommunikationsfluß«, die Hypothese des »Two-Step-Flow« der Kommunikation (TSF-Hypothese) geboren. Allerdings wurde in der genannten Studie, wie Bostian⁹ neuerlich hervorhebt, ein solcher »zweistufiger Kommunikationsfluß« überhaupt nicht gemessen, sondern aus den Ergebnissen indirekt erschlossen, wie Katz und Lazarsfeld¹⁰ selbst betonten. Nachgewiesen haben die Forscher lediglich die Abwesenheit eines »One-Step-Flow« – und zwar in bezug auf die Beeinflussung der Rezipienten durch die Medien.

Grundsätzlich änderte sich jedoch auch durch die Einführung der »Opinion Leader« (OL) die Grundstruktur des Wirkungsansatzes nicht. Noch immer stand die Wirkung der Massenmedien – jetzt allerdings vermittelt über den Opinion Leader – im Vordergrund des Interesses. Allerdings werden in der TSF-Hypothese zwei Aspekte konfundiert: nämlich (a) die Transmission von Informationen (das betrifft die Frage des »Kommunikationsflusses«) und (b) die »Persuasion« der Rezipienten (das betrifft die Frage der »Beeinflussung«). Nicht jede Transmission von Informationen bedeutet notwendigerweise auch eine Persuasion, allerdings ist Transmission eine notwendige, wenngleich keine hinreichende Bedingung für »Persuasion«.

Die Frage nach dem Verlauf des Kommunikationsflusses oder nach dem Verlauf des Diffusionsprozesses (in bezug auf die Verbreitung von Nachrichten) wird von der TSF-Hypothese eindeutig beantwortet (obwohl dieser nicht Gegenstand der Untersuchung war): Botschaften der Medien erreichen *nur* die OL, die diese dann den »weniger aktiven Bevölkerungsteilen« übermitteln. Die Frage nach dem Beeinflussungsprozeß (und dieser war der eigentliche Untersuchungsgegenstand) wird mit der TSF-Hypothese dahingehend beantwortet, daß die OL in bezug auf Meinungs- oder Entscheidungsänderungen der Rezipienten potentiell wirksamer sind als die Massenmedien. Allerdings war es Lazarsfeld, Berelson und Gaudet in ihrer 1940 erschienenen Untersuchung nicht möglich, das Fernsehen – als wahrscheinlich mächtigstes Medium – einzubeziehen. Doch bereits 1960 konnten Deutschmann und Danielson in ihrer Studie¹¹ folgendes zeigen: wichtige Nachrichten erreichen die Rezipienten *direkt*, wobei dem Fernsehen im Prozeß der Diffusion die entscheidende Rolle zufällt, und die Rezipienten pflegen, *nachdem* sie durch die Medien informiert worden sind, mit Freunden, Bekannten, Arbeitskollegen und Verwandten über anstehende Ereignisse zu sprechen. Wie Troidahl und Van Dam nachgewiesen haben, handelt es sich dabei weniger um einen Prozeß des »opinion leading« (das heißt um Prozesse der Beeinflussung durch einen Opinion Leader), sondern eher um einen Prozeß des »opinion sharing« also um einen Prozeß wechselseitiger Beeinflussung, in dessen Verlauf die Rezipienten bestimmte Ereignisse diskursiv zu verarbeiten suchen.¹² Damit

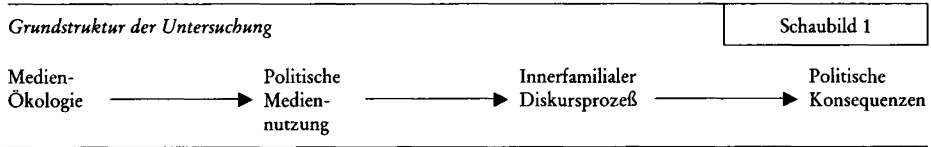
gewinnt der soziale Kontext, in den die Rezipienten eingebettet sind, für die Informationsverarbeitung und -bewertung massenmedial vermittelter Informationen eine zentrale Bedeutung.

Angeichts dieser und ähnlicher Forschungsergebnisse kann man sagen, daß die Hypothese vom Zwei-Stufen-Fluß der politischen Information in ihrer ursprünglichen Form nicht mehr zu halten ist. Die Massenmedien sind für große Teile der Bevölkerung die Quelle der *Primärinformation*, wobei das Fernsehen dominiert. Bedingt durch die zentrale Rolle des Fernsehens im Diffusionsprozeß politischer Informationen hat allerdings der Wirkungsansatz in seiner ursprünglichen Form eine neuerliche Renaissance erfahren. Wie Troidahl und Van Dam nämlich feststellen konnten, gibt es eine vergleichsweise große Gruppe von Rezipienten (63 v.H. der von ihnen Befragten), die zwar von den politischen Botschaften der Massenmedien direkt erreicht wird, die aber keine interpersonale Kommunikation über Politik betreibt.¹³ Zu ähnlichen Zahlen kommt auch Robinson, der die Gruppe der Nichtdiskutierer mit 51 Prozent angibt.¹⁴ Derartige Beobachtungen, die auch für die Bundesrepublik Deutschland vorliegen¹⁵, lassen darauf schließen, daß das Fernsehen die Rezipienten sehr wohl zu beeinflussen vermag, da sie über kein Korrektiv im interpersonalen Bereich verfügen. Außerdem mindert die wachsende Zahl der Ein-Personen-Haushalte die Kommunikationschancen im interpersonalen Bereich. In gewisser Weise lebt hier die alte These vom atomisierten Massenpublikum, das den Beeinflussungsversuchen der Massenmedien schutzlos ausgeliefert ist, wieder auf. Wie wir in unserer Untersuchung zeigen wollen, ist diese These, auch unter den durch das Fernsehen veränderten Bedingungen, so ohne weiteres nicht haltbar.

Nutzenansatz: Die Wissenschaftler, die mit dem Nutzenansatz arbeiten, bedienen sich eines völlig anderen Bezugsrahmens. Im Zentrum steht nicht mehr die Frage »Was machen die Medien mit den Menschen?«, sondern »Was machen die Menschen mit den Medien?«; an die Stelle eines passiven, weitgehend rezeptiven Publikums setzt der Nutzenansatz ein *aktives* Publikum, welches sich intentional und zielgerichtet den Medien zuwendet, wobei es sich an seinen Interessen und Bedürfnissen orientiert. Mediennutzung gewinnt in dieser Perspektive den Charakter eines *selektiven* Handlungsvollzuges; sie stellt immer nur eine von mehreren Handlungsalternativen dar. Die Botschaften der Medien werden dabei nicht mehr bloß rezeptiv aufgenommen, sondern sie gewinnen ihre spezifische Bedeutung erst in symbolisch vermittelten Interaktionsprozessen, in denen Menschen sie diskursiv verarbeiten. Im Mittelpunkt des Nutzenansatzes steht daher der alltägliche Lebensvollzug des Menschen, so daß es erforderlich ist, die Medienrezeption im Kontext des gesamten Alltagshandelns zu untersuchen.¹⁶ Dieser Gesichtspunkt steht im Mittelpunkt der folgenden Darlegungen. Die empirische Ausgangslage ist vorgeprägt, weil sich die Mediennutzung, insbesondere die des Fernsehens, noch immer hauptsächlich innerhalb der Kleinfamilie abspielt. In welcher Weise sie sich vollzieht, wie sie in das Alltagshandeln eingebettet ist, welchen Stellenwert sie dort einnimmt und wie Politik diskursiv verarbeitet wird, ist Gegenstand der nachfolgenden Analyse.

1. FRAGESTELLUNG

Politische Informationen gelangen heutzutage in erster Linie über die Massenmedien in den »privaten Schonraum« der Familie, wobei dem Fernsehen eine zentrale Rolle zukommt; diese Feststellung wird kaum bestritten.¹⁷ Über die Art und Weise allerdings,



wie massenmediale Informationen in den Familien aufgenommen und verarbeitet werden, ob sie nur oberflächlich »konsumiert« werden, ob sie Diskussionen auslösen, ob sie stimulierend auf die politische Subkultur der Familie wirken, darüber liegen bislang keine empirischen Daten vor.¹⁸ Die vorliegende Untersuchung versucht hier Abhilfe zu schaffen, indem sie sich damit beschäftigt, welchen Gebrauch die Familienmitglieder von dem politischen Informationsangebot der Massenmedien machen, wie diese Informationen im Kontext der Familie kommunikativ verarbeitet werden und welche Konsequenzen sich daraus für die politischen Verhaltensweisen der Familienmitglieder ergeben.

Ausgangspunkt der Analyse bildet das Vorliegen einer bestimmten Medienökologie von Druckmedien, Hörfunk und Fernsehen, die jemand in unterschiedlicher Weise und zu verschiedenen Zwecken nutzen kann. Nutzung ist dabei eine notwendige Bedingung für die Aufnahme und Vermittlung politisch relevanter massenmedialer Informationen. In einem zweiten Schritt haben wir untersucht, ob und in welcher Weise die Familienmitglieder diese Informationen diskursiv verarbeiten; dieser Aspekt steht im Zentrum der Analyse. In einem dritten Schritt haben wir dann danach gefragt, welche Konsequenzen sich aus dem innerfamiliären Diskurs ergeben, sei es im Hinblick auf die Angleichung von Issue-Positionen, Parteipräferenzen oder ideologischen Präferenzen. Schematisch lassen sich die einzelnen Schritte wie in Schaubild 1 darstellen.

2. DATENBASIS

Die nachfolgende Analyse basiert auf einer Stichprobe von 158 Befragten, willkürlich ausgewählt – nach dem Schneeballverfahren – aus dem gesamten Bundesgebiet (wobei auf eine »Gleichverteilung« der Antworten bei den strukturellen Variablen geachtet wurde).

Bei den Befragten handelt es sich um Personen, die mit ihrem Partner/Ehepartner (mit oder ohne Kinder) in einem gemeinsamen Haushalt leben. Die Befragung bietet außerdem die Möglichkeit, die Haushalte gesondert zu analysieren, da wir jeweils beide Partner getrennt befragt haben, so daß sich insgesamt 77 »Familien« ergeben, daß heißt 77 verheiratete/nichtverheiratete Paare mit und ohne Kinder (in vier »Familien« konnte jeweils nur ein Partner/Ehepartner für die Befragung gewonnen werden). Dabei wurden nicht nur die Selbstperzeptionen der Befragten erhoben, sondern – als zusätzliche Erklärungsvariable – auch ihre Fremdperzeptionen bezogen auf den jeweiligen Partner oder Ehepartner.

3. BEDINGUNGEN POLITISCHER MEDIENNUTZUNG

Zunächst ging es uns darum, die Mediennutzung in Abhängigkeit vom politischen Interesse und von strukturellen Variablen zu untersuchen.

3.1. Mediennutzung in Abhängigkeit vom politischen Interesse

Daß die Befragten das politische Informationsangebot der Massenmedien relativ selektiv

Politisches Interesse und politische Mediennutzung
– Korrelationen –

Tabelle 1

		Interesse für			
		Kommunal- politik	Landes- politik	Bundes- politik	Europa-/ Weltpolitik
Politische Mediennutzung	Presse	0.44	0.35	0.50	0.45
	Fernsehen	0.28	0.35	0.44	0.34
	Hörfunk	0.17	0.17	0.09	0.12

und zu ganz bestimmten Zwecken nutzen, läßt sich nachweisen. Eine Variable, die hierauf einen maßgeblichen Einfluß hat, ist das politische Interesse. Diese Variable haben wir nach verschiedenen Politikbereichen differenziert. Gefragt wurde, wie stark das politische Interesse der Befragten (a) für Kommunalpolitik, (b) für Landespolitik, (c) für Bundespolitik und (d) für Europa- und Weltpolitik ist. Die Antwortvorgaben reichten von sehr stark bis gar nicht mit fünf Abstufungen.

Bei der politischen Mediennutzung wurde zwischen (a) Druckmedien, (b) Hörfunk und (c) Fernsehen unterschieden und für jede Medienart ein Nutzungsindex berechnet. Wir stellten die Frage, wie häufig die Befragten ein politisches Magazin, eine Wochenzeitung, eine Tageszeitung lesen, wie oft sie sich die Nachrichten im Hörfunk anhören, wie oft sie sich Nachrichten im Fernsehen ansehen und wie häufig politische Sendungen. Außerdem wurde noch danach gefragt, wie häufig die Befragten den politischen Teil einer Tageszeitung lesen.

Korreliert man das Interesse für verschiedene Politikbereiche mit der Art der Mediennutzung (vgl. Tabelle 1), so zeigt sich folgendes: die Druckmedien werden nicht nur gegenüber den anderen Medienarten stärker genutzt, wenn es gilt, sich politisch zu informieren, sondern sie werden insbesondere dann herangezogen, wenn es darum geht, sich über Kommunal- oder Bundespolitik zu unterrichten. Dem Fernsehen kommt insbesondere bei der Bundespolitik eine stärkere Bedeutung zu, während das politische Informationsangebot des Hörfunks kaum genutzt wird. Wie Tabelle 1 deutlich macht, sind für politisch Interessierte die Druckmedien die dominante Informationsquelle und nicht das Fernsehen. Außerdem nutzen die Befragten je nach politischem Interesse für bestimmte Politikbereiche die Medien unterschiedlich.

Bezogen auf die Gesamtpopulation nutzen politisch Interessierte jedoch nicht nur die Druckmedien überdurchschnittlich stark, sondern auch das Fernsehen, um sich politisch zu informieren, während politisch weniger Interessierte in erster Linie das politische Informationsangebot des Fernsehens zu nutzen scheinen, wie Tabelle 2 zeigt.

Politisches Interesse und politische Mediennutzung
– Mittelwerte –

Tabelle 2

		Politische Fernsehnutzung \bar{x}	Politische Pressennutzung \bar{x}
Gesamt		3.70	3.46
Politisches Interesse	niedrig	3.26	2.95
	hoch	3.96	3.77

Befragungsinstrument »Fernsehprogramm«

Schaubild 2

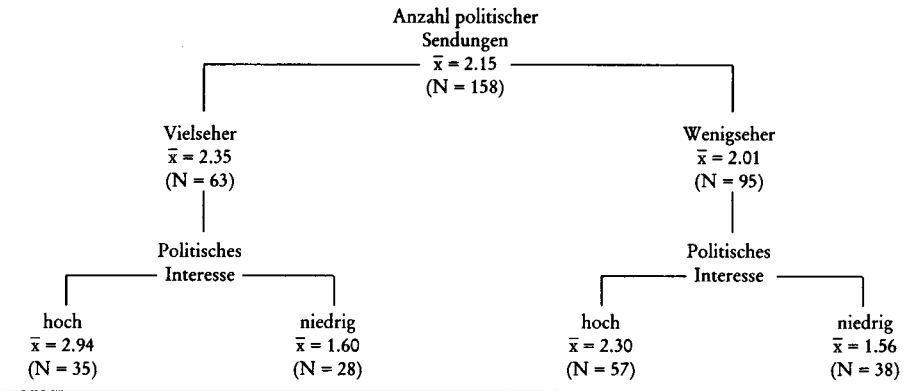
14. Wir haben im folgenden das Fernsehprogramm eines ganz normalen Wochentages herausgegriffen. Bitte geben Sie uns an, welche Sendungen Sie sich normalerweise anschauen würden. (Bitte kreuzen Sie einfach die entsprechenden Sendungen an!)

- | | |
|---|---|
| <p>20.00 Tagesschau
 20.15 Herz aus Stein (1)
 Arbeitsteilung bei der Camorra in Neapel. Während die Carità um Don Pepe (Carlo Giuffrè) den Hafen kontrolliert, herrscht die Sippe von Gaetano Bonanno (Marcel Bozzutti) über den Drogenhandel. Da löst ein Heroin-Toter eine blutige Fehde aus ...
 21.45 Report
 Themen: Wohin treibt die Evangelische Kirche? / Süd-Nord-Gefälle. Die armen, reichen Verwandten im Norden / Das alltägliche Elend der Pflegebedürftigen / Die »Schwarzen Schafe« der Qualifizierungs-Offensive
 22.30 Tagesthemen
 23.00 Die Stunde der Wahrheit für Gorbatschow
 Bericht von Gerd Ruge (VPS 22.59)
 23.20 ARD-Sport extra
 Internationale Tennis-Meisterschaften von England / Int. Reitturnier CHIO in Aachen (VPS 23.00)
 0.05 Hawkins
 Tod in Hollywood (VPS 23.45)
 0.55 Tagesschau (VPS 0.55)
 1.00 Nachtgedanken
 (VPS 1.00)</p> | <p>19.00 Heute
 19.30 Der rote Schleier
 Brautzeit in der Türkei
 20.15 Kennzeichen D
 Themen: Laszlo v. Rath, Kronzeuge aus Miami zur Spielbankaffäre in Hannover / Kraftprobe am Lenne-Dreieck: Polizeistrategie in Berlin / Neue Töne vom Prenzlauer Berg: DDR-Autoren »außer der Reihe«
 21.00 Der Denver-Clan
 Traurige Gewißheit
 Zwischen Adam und Dana kriselt's, weil sie keine Kinder haben werden. Derweil steigt der ahnungslose Blake in den Wahlkampf ein.
 21.45 Heute-Journal
 22.10 Kontext
 Gewalt ist keine Antwort: Christen und Politik in Korea
 22.40 Kommt zu meinem Namenstag
 Ungarischer Spielfilm von 1983
 Bei einer Feier des Generaldirektors (Ferenc Kallai) schießt einer der hochrangigen Gäste auf einen aufmüppigen Studenten. Als eine Journalistin (Ildikó Piros) den Vorfall recherchieren will, wiegeln die Parteibonzen ab ...
 Zweikanalton
 0.40 Heute</p> |
|---|---|

Eine genauere Aufschlüsselung dieses Zusammenhangs versuchten wir zu erreichen, indem wir anhand des Fernsehprogramms für einen ganz normalen Wochentag die Befragten gebeten haben, jene Sendungen anzukreuzen, die sie sich normalerweise anschauen (Schaubild 2). Vercodet wurde die Anzahl der politischen Sendungen. Sodann haben wir zwischen »Vielsehern« (mehr als zwei Stunden Fernsehen pro Tag) und »Wenigsehern« (bis zwei Stunden Fernsehen pro Tag) unterschieden. Als weiteres Unterscheidungskriterium dient das politische Interesse (hoch bzw. niedrig). Anhand dieser Unterscheidungskriterien war es möglich, einen Gruppenvergleich vorzunehmen, der in Schaubild 3 (S. 316) dargestellt ist. Wie das Schaubild zeigt, schauen sich die politisch interessierten »Vielseher« die meisten politischen Sendungen im Fernsehen an; sie liegen deutlich über dem Durchschnitt. Die politisch weniger interessierten »Vielseher« sehen sich dagegen im Durchschnitt genauso viele politische Sendungen an wie die politisch desinteressierten »Wenigseher«. Dieses Ergebnis spricht dafür, daß sich politisch weniger interessierte »Vielseher« politische Sendungen nicht einfach »mitanschauen«, genauso wie sich sagen läßt, daß politisch interessierte »Wenigseher« offenbar politische Sendungen

Gruppenvergleich im Hinblick auf die Anzahl politischer Fernsehsendungen
– Mittelwerte –

Schaubild 3



ganz gezielt ansehen, da sie sich im Durchschnitt fast ebenso viele politische Sendungen anschauen wie die politisch interessierten »Vielseher«. Wie die Ergebnisse zeigen, machen politisch Interessierte offenbar von dem politischen Informationsangebot des Fernsehens im Durchschnitt einen vergleichsweise regen Gebrauch, vor allen Dingen jene, die ohnehin viel fernsehen.

3.2. Politisches Interesse in Abhängigkeit von strukturellen Variablen

Es erübrigt sich eigentlich, darauf hinzuweisen, daß das politische Interesse in erster Linie eine Funktion der Schulbildung ist, die Korrelationen betragen bei Männern $r = .26$, bei Frauen allerdings nur $r = .17$. Interessanter ist das Interesse der Befragten für verschiedene Politikbereiche, denn wie Tabelle 3 zeigt, ist das Interesse für unterschiedliche Politikbereiche nicht in jedem Fall eine Funktion der Schulbildung. Beispielsweise hängt das Interesse für Kommunalpolitik in erster Linie von der Wohndauer ab und nicht von der Schulbildung. Je weiter weg jedoch das politische Geschehen vom Erfahrungsbereich der Individuen ist, desto mehr gewinnt die Schulbildung an Bedeutung.

Interesse für Politikbereiche in Abhängigkeit von Wohndauer und Schulbildung

Tabelle 3

Abhängige Variable	Unabhängige Variable	Beta	sign.	Adj. R ²	Corr.
Interesse für Kommunalpolitik	Schulbildung	0.174	0.0027	0.063	0.08
	Wohndauer	0.279			0.22
Landespolitik	Schulbildung	0.282	0.0005	0.085	0.19
	Wohndauer	0.257			0.16
Bundespolitik	Schulbildung	0.241	0.0320	0.060	0.28
	Wohndauer	-0.064			-0.15
Europa-/Weltpolitik	Schulbildung	0.183	0.0757	0.021	0.19
	Wohndauer	-0.003			-0.05

Wohndauer und die Nutzung lokaler/regionaler und überregionaler Tageszeitungen (Angaben in v. H.)				Tabelle 4	
		Tageszeitung lokal/regional	Tageszeitung überregional	beides	N
Wohndauer	< 5 Jahre	62,5 21,7	22,5 47,3	15,0 26,1	40
	> 5 Jahre	76,9 78,3	8,5 52,6	14,5 73,9	117
N		115	19	23	157

Nun ist aus vielen Migrationsstudien bekannt, daß Individuen mit hoher Schulbildung auch über eine höhere Mobilität verfügen, weshalb ihre Wohndauer im allgemeinen geringer ist. Die Korrelation beträgt $r = -.34$, so daß erklärbar wird, warum das Interesse bei den Befragten mit höherer Schulbildung für kommunalpolitische Probleme weniger ausgeprägt ist. Schulbildung wirkt sich also negativ über die Wohndauer auf das Interesse für Kommunalpolitik aus.

Individuen, die schon lange am gleichen Ort wohnen, haben dagegen ein größeres Interesse an Kommunalpolitik; dieses Interesse erhöht sich mit zunehmender Wohndauer ($r = .22$). Je größer aber das Interesse an Kommunalpolitik ist, desto besser informieren sich die Individuen (vgl. Tabelle 1) und desto mehr nutzen sie die Druckmedien, um sich politisch zu informieren (vor allem regionale, aber auch überregionale Tageszeitungen, die ja zumeist auch einen Lokalteil enthalten). Tabelle 4 zeigt, welche Bedeutung den regionalen Tageszeitungen für die politische Information zukommt, wobei die Bedeutung offensichtlich mit der Wohndauer zunimmt.

4. POLITISCHE KOMMUNIKATION IN DER FAMILIE

Im folgenden geht es zunächst um die Frage, inwieweit das politische Interesse für unterschiedliche Politikbereiche und die Art der Mediennutzung zu einer unterschiedlichen Beschäftigung mit den einzelnen Politikbereichen führen. Sodann wird die Gesprächsintensität untersucht, die mit der Nutzung der einzelnen Medien verbunden ist. Es folgt eine Untersuchung über den Zusammenhang zwischen dem Zeitbudget der Familienmitglieder und der Häufigkeit politischer Gespräche und schließlich eine differenzierte Analyse über die Initiierung politischer Gespräche durch die Familienmitglieder.

4.1. Gespräche über Politikbereiche in Abhängigkeit vom politischen Interesse

Um die Gesprächsfrequenz über verschiedene Politikbereiche zu erfassen, haben wir die Befragten gebeten anzugeben, wie häufig sich bei ihnen zu Hause die Gespräche um (a) Kommunalpolitik, (b) Landespolitik, (c) Bundespolitik und (d) Europa- oder Weltpolitik drehen. Die Antwortvorgaben reichten von sehr häufig bis nie mit fünf Abstufungen. Gleichzeitig wurde das Interesse für die einzelnen Politikbereiche festgehalten und mit der jeweiligen Gesprächsfrequenz in Beziehung gesetzt. Wie man aus der Tabelle 5 (S. 318) ablesen kann, finden Gespräche über die verschiedenen Politikbereiche um so häufiger statt, je mehr sich die Befragten für den jeweiligen Politikbereich interessieren. Je stärker sie sich jedoch für kommunalpolitische Probleme interessieren, desto *weniger* wird in der Familie

Gespräche über verschiedene Politikbereiche in Abhängigkeit vom politischen Interesse
– Korrelationen –

Tabelle 5

		Interesse für			Europa-/Welt-
		Kommunal-	Landes-	Bundes-	politik
		politik	politik	politik	
Gespräche über	Kommunalpolitik	0.61	0.35	0.11	0.05
	Landespolitik	0.29	0.60	0.25	0.21
	Bundespolitik	0.17	0.38	0.56	0.45
	Europa-/Weltpolitik	-0.10	0.06	0.31	0.59

Gespräche über Politikbereiche in Abhängigkeit von der politischen Mediennutzung

Tabelle 6

Abhängige Variable	Unabhängige Variable	Beta	sign.	Adj. R ²	Corr.
Gespräche über Kommunalpolitik	Mediennutzung Fernsehen	0.027	0.0007	0.096	0.201
	Hörfunk	0.106			0.128
	Presse	0.300			0.324
Landespolitik	Mediennutzung Fernsehen	0.189	0.0214	0.046	0.263
	Hörfunk	0.058			0.086
	Presse	0.087			0.182
Bundespolitik	Mediennutzung Fernsehen	0.251	0.0000	0.139	0.368
	Hörfunk	0.121			0.179
	Presse	0.167			0.294
Europa-/Weltpolitik	Mediennutzung Fernsehen	0.136	0.0152	0.052	0.218
	Hörfunk	0.013			0.051
	Presse	0.174			0.237

über überregionale Politikbereiche gesprochen, und je mehr sie sich für überregionale Politikbereiche interessieren, desto *weniger* sind kommunalpolitische Themen Gesprächsgegenstand in der Familie.

4.2. Gespräche über Politikbereiche in Abhängigkeit von der politischen Mediennutzung

Wie bereits gezeigt, nutzen Familienmitglieder, die sich besonders für Kommunalpolitik interessieren, in erster Linie die Druckmedien, um sich politisch zu informieren. Sie dürften daher den größten Einfluß auf Gespräche über Kommunalpolitik in der Familie haben, während eine verstärkte Nutzung des politischen Informationsangebotes des Fernsehens eher mit einer vermehrten Gesprächshäufigkeit über bundespolitische Themen einhergehen dürfte. Inwieweit sich diese Vermutungen bestätigen lassen, ist Tabelle 6 zu entnehmen. Es geht also eine erhöhte Nutzung der Druckmedien mit einer verstärkten Beschäftigung mit kommunalpolitischen Themen in der Familie einher, während sich eine verstärkte Nutzung des politischen Informationsangebotes des Fernsehens eher auf Gespräche über bundespolitische Themen auswirkt.

4.3. Kommunikationsformen in Abhängigkeit von der politischen Mediennutzung

Bislang ging es darum, herauszufinden, inwieweit die Nutzung unterschiedlicher Medien zu einer unterschiedlichen Beschäftigung mit den einzelnen Politikbereichen führt.

Offen ist bislang die Frage, in welcher Weise sich die Nutzung der verschiedenen Medien auf die *Kommunikationsintensität* in der Familie auswirkt.

Zur Klärung dieses Problems haben wir danach gefragt, *in welcher Form* die Befragten in der Familie darüber reden, wenn sie sich Nachrichten oder politische Sendungen im Fernsehen anschauen, den politischen Teil einer Tageszeitung lesen, sich die Nachrichten im Hörfunk anhören. Unterschieden wurde zwischen folgenden Kommunikationsformen: (a) Wir machen ein paar kurze *Bemerkungen*, (b) wir *unterhalten* uns darüber, (c) wir *diskutieren* ausführlich darüber. Jede Kommunikationsform enthielt fünf Abstufungen von sehr häufig bis nie. Diese Formen der Kommunikation haben wir dann mit der Nutzungsintensität der verschiedenen Medien in Beziehung gesetzt (Tabelle 7). Die Druckmedien lösen, wie man sieht, am ehesten kurze Bemerkungen aus, während das Fernsehen offenbar besonders Unterhaltungen und Diskussionen in der Familie zu stimulieren scheint. Da das Fernsehen in erster Linie genutzt wird, um sich über bundespolitische Angelegenheiten zu informieren, kann man unterstellen, daß sich die Unterhaltungen oder Diskussionen vorwiegend um »Bundespolitik« drehen. Die intensive Nutzung des politischen Informationsangebotes des Fernsehens wirkt sich somit besonders stimulierend auf die politische Subkultur der Familie aus und gibt jenen Unrecht, die behaupten, das Fernsehen sei in besonderer Weise geeignet, die Kommunikation in der Familie zu unterbinden.

Allerdings ist die letzte These zu pauschal. Es gilt nämlich nur, wenn *beide* Ehepartner oder Partner eine hohe politische Mediennutzung aufweisen, wie Tabelle 8 deutlich macht.

<i>Kommunikationsformen in Abhängigkeit von der Nutzungsintensität verschiedener Medien</i>				Tabelle 7		
Abhängige Variable	Unabhängige Variable	Beta	sign.	Adj. R ²	Corr.	
Politische Gespräche in Form von	Mediennutzung					
	Bemerkungen	Presse	0.289	0.0000	0.218	0.38
		Fernsehen	0.166			0.35
Hörfunk		0.207	0.25			
Unterhaltungen	Presse	0.183	0.0000	0.264	0.32	
	Fernsehen	0.325			0.45	
	Hörfunk	0.214			0.30	
Diskussionen	Presse	0.217	0.0000	0.223	0.35	
	Fernsehen	0.257			0.39	
	Hörfunk	0.216			0.30	

<i>Kommunikationsformen in Abhängigkeit von der Diskrepanz politischer Mediennutzung – Korrelationen –</i>				Tabelle 8
Distanzen bei der Mediennutzung	Bemerkungen	Unterhaltungen	Diskussionen	
Presse	-0.21	-0.12		-0.08
Fernsehen	-0.30	-0.31		-0.26
Hörfunk	-0.09	-0.20		-0.12

Der Einfluß diskrepanter politischer Mediennutzung auf verschiedene Kommunikationsformen			Tabelle 9			
Abhängige Variable	Unabhängige Variable	Beta	sign.	Adj. R ²		
Politische Gespräche in Form von	Distanzen bei der Mediennutzung					
		Bemerkungen	Presse Fernsehen Hörfunk	-0.120 -0.291 0.004	0.0015	0.098
		Unterhaltungen	Presse Fernsehen Hörfunk	-0.052 -0.259 -0.133	0.0016	0.094
Diskussionen						
			Presse Fernsehen Hörfunk	0.015 -0.261 -0.056	0.0280	0.052

Je größer die Differenz in der Mediennutzung ist (gemessen als absolute Differenz zwischen Selbstperzeption und Fremdperzeption des Ehepartners oder Partners), desto weniger spricht man in der Familie über die Medieninhalte. Die Bedeutung des Fernsehens zeigt sich auch hier, da die Differenz der Fernsehnutzung sich besonders gravierend auf Unterhaltungen bzw. Diskussionen in der Familie auswirkt. Je mehr dagegen *beide* Partner von dem politischen Informationsangebot des Fernsehens Gebrauch machen, desto intensiver wird auch in der Familie über die Inhalte gesprochen (vgl. Tabellen 8 und 9).

4.4. Gespräche über Politik in Abhängigkeit vom Zeitbudget

Ob das Fernsehen besonders geeignet ist, Unterhaltungen oder Diskussionen über Politik zu stimulieren, hängt auch vom Zeitbudget der Familienmitglieder ab. Wie Tabelle 10 zeigt, spricht man in den Familien beim Frühstück im Mittel nur selten über Politik (und wenn, dann sind es vor allen Dingen Meldungen oder Artikel in der Zeitung, die die Gespräche auslösen, $r = .36$), gleiches gilt für das Mittagessen, während vor allem beim Abendessen und verstärkt beim Fernsehen Familienmitglieder über Politik sprechen. Aber auch das Wochenende bietet für viele Familien Gelegenheit, sich über Politik zu unterhalten.

Um die Gesprächshäufigkeit in familialen »Standardsituationen« zu messen, haben wir gefragt, wie häufig man in den Familien bei bestimmten Anlässen (Frühstück, Mittagessen, Abendessen, Fernsehen) über Politik spricht. Die Abstufungen reichten von nie bis sehr häufig mit fünf Antwortvorgaben. Zusätzlich wurde noch die Gesprächsfrequenz am

Gespräche über Politik in Abhängigkeit vom Zeitbudget – Mittelwerte –		Tabelle 10
		\bar{x}
Politische Gespräche beim / am	Frühstück	2.13
	Mittagessen	2.02
	Abendessen	3.02
	Fernsehen	3.30
	Wochenende	3.02

Auslöser für politische Gespräche
– Mittelwerte –

Tabelle 11

Auslöser	\bar{x}
Nachrichten im Hörfunk	3.52
Nachrichten im Fernsehen	3.97
Meldungen aus der Zeitung	3.60
Ereignisse im Betrieb	2.39
Ereignisse im Alltag	2.78

Wochenende festgehalten. Das Fernsehen ist am ehesten geeignet, Gespräche über Politik auszulösen, wie auch Tabelle 11 deutlich macht. Danach befragt, *was* in der Familie Gespräche über Politik auslöst, (a) Nachrichten oder andere Sendungen im Hörfunk, (b) Nachrichten oder andere Sendungen im Fernsehen, (c) Meldungen oder Artikel in der Zeitung, (d) Ereignisse oder Vorkommnisse im Betrieb, (e) Ereignisse oder Begebenheiten im Alltag, gaben die Befragten im Durchschnitt zur Antwort, Nachrichten oder politische Sendungen im Fernsehen gäben häufig Anlaß zu politischen Gesprächen. Die Antwortvorgaben bewegten sich zwischen nie und sehr häufig mit fünf Abstufungen.

4.5. Anstoß für politische Gespräche

Aber es sind nicht nur die politischen Medieninhalte, die Anstöße für politische Gespräche in der Familie geben, sondern auch die einzelnen Familienmitglieder (außerdem Freunde und Bekannte). Wie Tabelle 12 zeigt, scheinen Männer häufig den Anstoß für politische Gespräche zu geben, weniger dagegen Frauen (und zwar sowohl aus der Sicht

Anstoß für politische Gespräche aus der Sichtweise der Familienmitglieder
– Prozentangaben und Mittelwerte –

Tabelle 12

Anstoß für politische Gespräche		selbst	Ehepartner	Kinder	Freunde
alle Befragte	5	3,5	4,1	6,8	–
	4	37,8	31,8	21,2	15,0
	3	47,6	50,0	30,5	45,9
	2	8,4	12,2	16,9	27,8
	1	2,8	2,0	24,6	11,3
\bar{x}		3.308	3.236	2.686	2.647
männliche Befragte	5	4,1	1,4	3,4	–
	4	45,9	25,7	22,0	14,9
	3	45,9	51,4	32,2	47,8
	2	4,1	18,6	16,9	26,9
	1	2,8	2,9	25,4	10,4
\bar{x}		3.500	3.043	2.610	2.672
weibliche Befragte	5	2,9	6,8	10,2	–
	4	29,0	21,2	20,3	15,2
	3	49,3	30,5	28,8	43,9
	2	13,0	16,9	16,9	28,8
	1	5,8	24,6	23,7	12,1
\bar{x}		3.101	3.410	2.763	2.621

der Männer als auch aus der Sicht der Frauen). Interessant ist jedoch, daß auch die Kinder relativ häufig politische Gespräche in der Familie initiieren (und zwar weitaus häufiger als Freunde und Bekannte).

Hierbei kommt offensichtlich der Fernsehnutzung der Eltern eine besondere Bedeutung zu, denn Tabelle 13 läßt erkennen, daß insbesondere die intensive Nutzung des politischen Informationsangebotes des Fernsehens durch die Eltern die Kinder zu veranlassen scheint, politische Gespräche in der Familie zu initiieren. Dieser Befund deckt sich mit unseren bisherigen Ergebnissen, da insbesondere das Fernsehen dazu angetan ist, Unterhaltungen und Diskussionen in der Familie zu stimulieren, so daß es nicht verwundert, wenn auch die Kinder in diesem Kontext sich verstärkt daran beteiligen bzw. von sich aus das Gespräch auf politische Themen bringen.

<i>Der Einfluß der elterlichen Mediennutzung auf die Initiierung politischer Gespräche durch die Kinder</i>				Tabelle 13	
Abhängige Variable	Unabhängige Variable	Beta	sign.	Adj. R ²	Corr.
Initiierung politischer Gespräche durch die Kinder	Politische Mediennutzung durch die Eltern				
	Presse	-0.083	0.0000	0.179	0.20
	Fernsehen	0.449			0.46
	Hörfunk	0.113			0.18

<i>Ergebnisse der Faktorenanalyse</i>						Tabelle 14
Variable	Communality	Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct	
Final Statistics:						
V 87	.55812	1	2.66225	29.6	29.6	
V 88	.48015	2	1.52805	17.0	46.6	
V 89	.56243					
V 90	.66944					
V 91	.48280					
V 92	.26888					
V 93	.41065					
V 94	.37806					
V 95	.37978					
Rotated Factor Matrix:						
	Factor 1	Factor 2				
V 87	.68111	-.30695				
V 88	-.21190	.65973				
V 89	.73453	.15128				
V 90	.81161	.10352				
V 91	-.09027	.68895				
V 92	-.13795	.49985				
V 93	.59713	-.23258				
V 94	.57516	-.21738				
V 95	.29062	.54343				
Factor Transformation Matrix:						
	Factor 1	Factor 2				
Factor 1	.92860	-.37109				
Factor 2	.37109	.92860				

5. DAS FAMILIENKLIMA ALS INTERVENIERENDE VARIABLE

In Anlehnung an die Familienklima-Skalen von Moos¹⁹ bzw. von Schneewind, Beckmann und Hecht-Jackl²⁰ wurden mit Hilfe einer Faktorenanalyse (Hauptachsenmethode mit anschließender Varimax-Rotation) zwei Skalen gebildet, die einmal die politische Offenheit und Toleranz, zum anderen die politische Konfliktneigung innerhalb der Familie zum Ausdruck bringen (Tabellen 14 und 15). Für jede Skala haben wir einen gewichteten Summenscore berechnet, sodann die Variablen »Offenheit« und »Konflikt« (als Ausdruck des Familienklimas) auf die verschiedenen Kommunikationsformen regrediert. Die Ergebnisse dieser Analyse sind in Tabelle 16 (S. 324) zusammengestellt. Wie sich zeigt, hat die Art des Familienklimas einen ganz entscheidenden Einfluß auf die Kommunikationsintensität. Ein politisch offenes und tolerantes Familienklima fördert den politischen Diskurs, ein politisch konflikthaftes wirkt sich eher gegenteilig aus. Letzteres zeigt sich auch, wenn man sich die Gesprächsintensität über die verschiedenen Politikbereiche in Abhängigkeit von der Art des Familienklimas anschaut (vgl. Tabelle 17, S. 324).

<i>Die Skalen »Offenheit« und »Konflikt« (N = 154)</i>		<i>Tabelle 15</i>			
	trifft voll zu	trifft im großen und ganzen zu	trifft weniger zu	trifft nicht zu	
<i>Skala: Offenheit (Alpha = 0.71)</i>					
In unserer Familie werden Meinungsverschiedenheiten bei politischen Fragen ganz sachlich geregelt.	[]	[]	[]	[]	
In unserer Familie kann jeder seinen eigenen politischen Interessen und Vorlieben nachgehen.	[]	[]	[]	[]	
In unserer Familie finden wir es ganz in Ordnung, wenn jeder seine eigene politische Meinung vertritt.	[]	[]	[]	[]	
Wir können zu Hause über politische Streitfragen ganz offen sprechen.	[]	[]	[]	[]	
Bei uns zu Hause interessieren wir uns für die politische Meinung der anderen.	[]	[]	[]	[]	
<i>Skala: Konflikt (Alpha = 0.46)</i>					
Streitigkeiten bei politischen Diskussionen werden bei uns mit Schimpfen und Streiten ausgetragen.	[]	[]	[]	[]	
In unserer Familie müssen wir bei politischen Diskussionen mit der Wahl unserer Worte vorsichtig sein.	[]	[]	[]	[]	
Bei politischen Diskussionen setzt sich in unserer Familie meist einer mit seiner Meinung durch.	[]	[]	[]	[]	
Bei Diskussionen über politische Fragen kommt es schon mal zu Meinungsverschiedenheiten innerhalb der Familie.	[]	[]	[]	[]	

<i>Kommunikationsformen in Abhängigkeit vom Familienklima</i>				<i>Tabelle 16</i>	
Abhängige Variable	Unabhängige Variable	Beta	sign.	Adj. R ²	Corr.
Politische Gespräche in Form von	Familienklima				
Bemerkungen	Offenheit	0.446	0.0000	0.189	0.44
	Konflikt	0.131			0.12
Unterhaltungen	Offenheit	0.448	0.0000	0.183	0.45
	Konflikt	0.090			0.10
Diskussionen	Offenheit	0.413	0.0000	0.157	0.38
	Konflikt	0.151			0.08

<i>Gespräche über Politikbereiche in Abhängigkeit vom Familienklima</i> – Korrelationen –					<i>Tabelle 17</i>
Familienklima	Gespräche über Politikbereiche				
	Kommunal- politik	Landes- politik	Bundes- politik	Europa-/ Weltpolitik	
Offenheit	0.1117	0.2069	0.1458	0.1841	
Konflikt	-0.0680	-0.1768	-0.0064	0.0582	

Die Art des Familienklimas kann somit als intervenierende Variable aufgefaßt werden, die je nach Ausprägung den Kommunikationsfluß innerhalb der Familie fördert oder hemmt.

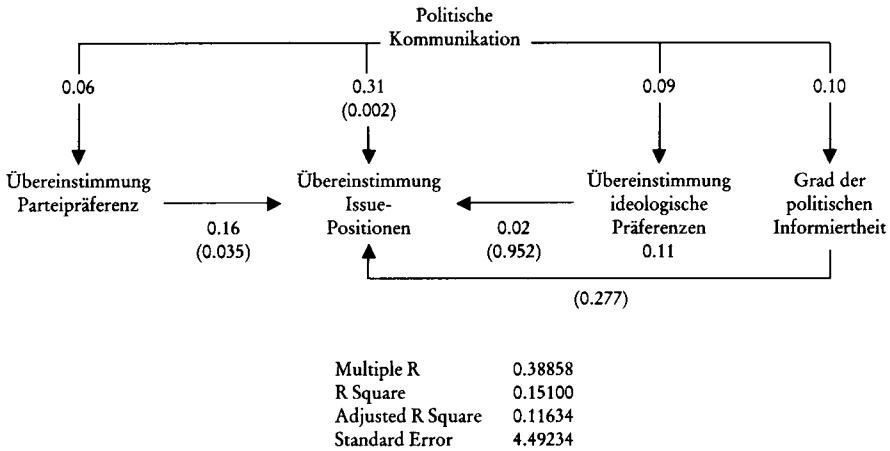
6. POLITISCHE KONSEQUENZEN

Zu welchen Konsequenzen führt nun der politische Diskurs in der Familie? Gleichen sich z. B. durch den politischen Diskurs die Parteipräferenzen an oder bewirkt der politische Diskurs eine Angleichung der ideologischen Präferenzen? Erhöht sich durch den politischen Diskurs der Grad der politischen Informiertheit oder führt er eher zu einer Annäherung der Issue-Positionen der Familienmitglieder? Zur Untersuchung dieser Fragen haben wir (a) die Parteipräferenzen (Selbst- und Fremdperzeption), (b) die ideologische Selbsteinstufung und die des Ehepartners oder Partners auf einer Links-Rechts-Skala, (c) den politischen Kenntnisstand und (d) die Beurteilung bestimmter politisch kontroverser Issues (Selbst- und Fremdbeurteilung) erhoben.

Die Parteipräferenzen wurden mittels der »Parteieignungsfrage« ermittelt (»Wenn Sie es einmal insgesamt betrachten, würden Sie dann sagen, Sie neigen alles in allem einer bestimmten Partei eher zu als den anderen oder ist das bei Ihnen nicht der Fall?« »Wissen Sie, welcher Partei Ihr Ehepartner/Partner am ehesten zuneigt?«). Die ideologischen Präferenzen haben wir mittels einer Links-Rechts-Skala mit elf Abstufungen erhoben (Selbst- und Fremdperzeption). Der »politische Kenntnisstand« bzw. der »Grad der politischen Informiertheit« ließ sich messen, indem den Befragten eine Reihe von Fragen vorgelegt wurde, die sich auf ihr politisches Sachwissen bezogen (z. B. »In absehbarer Zeit soll der Europäische Binnenmarkt geschaffen werden. Wann wird das nach Ihrer Information sein? 1990?, 1992?, 1994?, 1997?«).

Die Beurteilung bestimmter politischer Issues wurde mittels eines Fragenkataloges (Schaubild 4) festgestellt (Selbst- und Fremdperzeption des Ehepartners oder Partners). Bei den Parteipräferenzen und den ideologischen Präferenzen handelt es sich um relativ »fixe« Größen, um langfristige Dispositionen, an denen der politische Diskurs in der Familie kaum etwas ändern dürfte. Da, wie gezeigt wurde, politische Informationen die Familienmitglieder relativ direkt über die Medien erreichen, dürfte sich der politische Kenntnisstand durch den politischen Diskurs bei den Familienmitgliedern nur dann erhöhen, wenn unter ihnen ein starkes Gefälle in der Mediennutzung besteht (allerdings finden dann politische Gespräche auch seltener statt, wie die Analyse ergeben hat). Dagegen ist die Beurteilung von Issue-Positionen eine relativ variable Größe, die noch am ehesten durch den politischen Diskurs zu beeinflussen ist, so daß sich in diesem Bereich die stärksten Effekte zeigen dürften.

Befragungsinstrument »Issue-Positionen«					Schaubild 4
39. Wir würden gerne Ihre Meinung zu verschiedenen aktuellen Themen erfahren. Bitte kreuzen Sie bei den nachfolgenden Fragen und Aussagen an, welche Position für Sie am ehesten zutrifft.					
Wie beurteilen Sie die Steuerreform?					
sehr schlecht []	schlecht []	weder gut noch schlecht []	gut []	sehr gut []	keine Meinung []
Was meinen Sie, hat die Europäische Gemeinschaft für die Bundesrepublik bisher eher Nachteile oder eher Vorteile gebracht?					
viele Vorteile []	einige Vorteile []	weder Vorteile noch Nachteile []	einige Nachteile []	viele Nachteile []	keine Meinung []
Sollte die Praxis des Schwangerschaftsabbruchs Ihrer Meinung nach erleichtert oder erschwert werden?					
wesentlich erschwert []	etwas erschwert []	weder erschwert noch erleichtert []	etwas erleichtert []	wesentlich erleichtert []	keine Meinung []
Bringt das Gipfeltreffen in Moskau zwischen Reagan und Gorbatschow für den Westen eher Vorteile oder eher Nachteile?					
viele Vorteile []	einige Vorteile []	weder Vorteile noch Nachteile []	einige Nachteile []	viele Nachteile []	keine Meinung []
Sollte nach Ihrer Meinung der Anteil der Kernenergie an der Energieversorgung der Bundesrepublik erhöht oder vermindert werden?					
stark erhöht []	erhöht []	weder erhöht noch vermindert []	vermindert []	stark vermindert []	keine Meinung []
Bringen die ausländischen Arbeitnehmer der Bundesrepublik Vorteile oder Nachteile?					
viele Vorteile []	einige Vorteile []	weder Vorteile noch Nachteile []	einige Nachteile []	viele Nachteile []	keine Meinung []



Um diese Vermutungen zu überprüfen, haben wir zunächst einen Kommunikationsindex gebildet, der die Häufigkeit zum Ausdruck bringt, mit der in der Familie über Landes-, Bundes-, Europa- und Weltpolitik gesprochen wird. Sodann konstruierten wir für die verschiedenen Skalen einen Differenzindex, der den jeweiligen Grad der Übereinstimmung im Hinblick auf (a) Parteipräferenzen, (b) ideologische Präferenzen und (c) Issue-Positionen beschreibt. Schließlich wurde noch eine Variable gebildet, die den politischen Kenntnisstand (durch Aufsummierung der »richtigen« Antworten) mißt. Die auf diese Weise gebildeten Variablen wurden dann gemäß Schaubild 5 zueinander in Beziehung gesetzt.

Wie erwartet, wirkt sich der politische Diskurs in der Familie besonders auf eine Angleichung der Issue-Positionen aus. Die relativ »fixen« Größen, Parteipräferenzen oder ideologische Präferenzen, werden dagegen durch den politischen Diskurs kaum beeinflusst. Gleiches gilt für den Grad der politischen Informiertheit. Der politische Diskurs führt also in der Familie zu einer ähnlichen Beurteilung politisch kontroverser Issues, zu einer

Die Beziehung zwischen Issue-Positionen und Wahlabsicht (Angaben in v. H.)

Tabelle 18

		Übereinstimmung Issue-Positionen		N
		hoch	niedrig	
Übereinstimmung Wahlabsicht	ja	65,7	46,8	60
		75,3	24,7	
	nein	34,3	53,2	89
		58,3	41,7	
N		102	47	149

Homogenisierung ihrer Issue-Positionen, was konsistent ist mit vielen Ergebnissen der Sozialpsychologie.²¹

Wenn die Familienmitglieder issue-orientiert wählen, so müßte eine hohe Übereinstimmung in der Beurteilung politischer Fragen auch zu einer hohen Übereinstimmung ihrer Wahlabsichten führen. Wie Tabelle 18 zeigt, ist das bei der überwiegenden Zahl der Befragten auch tatsächlich zutreffend. Wenn demnach der politische Diskurs in der Familie dazu führt, daß politische Fragen von den Familienmitgliedern ähnlich beurteilt werden, so kommt dem politischen Informationsangebot des Fernsehens eine zentrale Bedeutung für die Meinungsbildung in der Familie zu, da sich die Familienmitglieder bei bundespolitischen Angelegenheiten in erster Linie über das Fernsehen informieren und dieses Medium in besonderer Weise geeignet ist, politische Diskursprozesse in der Familie auszulösen.

*

Auch wenn das Fernsehen für viele Familien eine zentrale politische Informationsquelle darstellt, so kann man daraus nicht schließen, das Fernsehen sei besonders geeignet, die Familienmitglieder in ihren politischen Ansichten und Meinungen zu *beeinflussen*. Dagegen spricht, daß sich politisch Interessierte auch stärker als andere über die Druckmedien informieren. Unbestritten aber wirkt sich das Fernsehen besonders stimulierend auf die politische Subkultur der Familie aus, indem es immer wieder Unterhaltungen oder Diskussionen provoziert, was nicht zuletzt mit dem Zeitbudget der Familienmitglieder zusammenhängt. Eine *direkte* Beeinflussung durch das Fernsehen ist eher unwahrscheinlich, da sich Meinungsbildung in einem komplexen Prozeß sozialer Interaktionen vollzieht, in den sehr unterschiedliche Informationen (aus unterschiedlichen Informationsquellen) einfließen. Unidirektionale Wirkungsmodelle sind also viel zu simpel, da sie den Kontext der politischen Meinungsbildung ausblenden. Wie die Analyse ergeben hat, kommt dem Fernsehen in der Tat eine ganz entscheidende Bedeutung zu, aber nicht im Sinne eines »Meinungsmachers«, sondern vielmehr im Sinne eines »Instigators« oder »Anregers« politischer Gespräche. Außerdem scheint das Fernsehen als Primärinformationsquelle überschätzt zu werden, denn für politisch Interessierte sind die Druckmedien neben dem Fernsehen die Hauptinformationsquelle geblieben (zumaß dann, wenn es um kommunalpolitische Probleme geht). Auch jene, die sich hauptsächlich über das Fernsehen informieren, sehen offensichtlich politische Sendungen nicht einfach »mit«, sondern gehen je nach politischem Interesse relativ selektiv bei der Auswahl der Fernsehsendungen vor. Das Fernsehen ist also nicht *die* primäre politische Informationsquelle, es ist allerdings für politisch interessierte Familien der *Ort*, an dem politische Gespräche stattfinden. Diese Funktion des Fernsehens (im Sinne eines Forums des politischen Diskurses) darf man nicht mit möglichen Persuasions-Prozessen durch das Medium verwechseln.

ANMERKUNGEN

- 1 vgl. Peter Hunziker: Fernsehen und interpersonelle Kommunikation in der Familie. In: »Publizistik«, 21. Jg. 1976/Heft 2, S. 180.
- 2 vgl. dazu Elihu Katz: Mass Communications Research and the Study of Popular Culture. In: »Studies in Public Communication«, Vol. 2, 1959, S. 1–6 und Elihu Katz / David Foulkes: On the Use of the Mass Media as »Escape«: Clarification of a Concept. In: »Public Opinion Quarterly«, Vol. 16 (1962), S. 377–388.
- 3 vgl. Will Teichert: Fernsehen als soziales Handeln. In: »Rundfunk und Fernsehen«, 20. Jg. 1972/Heft 4, S. 421–439; Karsten

- Renckstorf: Alternative Ansätze der Massenkommunikationsforschung: Wirkungs- versus Nutzenansatz. In: »Rundfunk und Fernsehen«, 21. Jg. 1973/Heft 2–3, S. 183–197; Will Teichert: Fernsehen als soziales Handeln (2). In: »Rundfunk und Fernsehen«, 21. Jg. 1973/Heft 4, S. 356–382; Karsten Renckstorf: Massenmedien, Gesellschaft und sozialwissenschaftliche Kommunikationsforschung. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch für Rundfunk und Fernsehen 1973/1975. Hamburg 1974, S. A5–A28.
- 4 vgl. Karsten Renckstorf: Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung. Berlin 1977.
 - 5 ebenda, S. 177.
 - 6 siehe hierzu Raymond G. Smith: Speech Communication. Theory and Models. New York und London 1970.
 - 7 Joseph T. Klapper: The Effects of Mass Communication. Glencoe 1960.
 - 8 Paul F. Lazarsfeld / Bernard R. Berelson / Hazel Gaudet: The People's Choice. New York 1944; deutsch: Wahlen und Wähler. Neuwied und Berlin 1969.
 - 9 Lloyd R. Bostian: The Two-Step Flow Theory: Cross-Cultural Implications. In: »Journalism Quarterly«, Vol. 47 (1970), S. 109–117.
 - 10 Elihu Katz / Paul F. Lazarsfeld: Persönlicher Einfluß und Meinungsbildung. Wien 1962.
 - 11 Paul J. Deutschmann / Wayne A. Danielson: Diffusion of Knowledge of the Major News Story. In: »Journalism Quarterly«, Vol. 37 (1960), S. 345–355.
 - 12 Verling C. Troidahl / Robert Van Dam: Face-To-Face Communication about Major Topics in the News. In: »Public Opinion Quarterly«, Vol. 29 (1965), S. 626–634.
 - 13 ebenda.
 - 14 John P. Robinson: Interpersonal Influence in Election Campaigns: Two-step flow hypotheses. In: »Public Opinion Quarterly«, Vol. 40 (1976), S. 304–319.
 - 15 vgl. Marie-Luise Kiefer: Massenkommunikation 1964–1980. In: Klaus Berg / Marie-Luise Kiefer (Hrsg.): Massenkommunikation II. Frankfurt/Main 1980, S. 7–198.
 - 16 Peter Hunziker: a. a. O.; Will Teichert: Fernsehen als soziales Handeln, a. a. O.; Karsten Renckstorf: Alternative Ansätze der Massenkommunikationsforschung, a. a. O.
 - 17 vgl. Rainer Geissler: Neue Entwicklungen im Verhältnis von Familie und Politik. In: »Schweizerische Zeitschrift für Soziologie«, 8. Jg. 1982, S. 451–468.
 - 18 Peter Hunziker: a. a. O.
 - 19 Rudolf H. Moos: Family Environment Scale – Preliminary Manual. Stanford 1974.
 - 20 Klaus A. Schneewind / Michael Beckmann / Antonia Hecht-Jackl: Das FK-Testsystem. Testmanual. Forschungsberichte aus dem Institutsbereich für Persönlichkeitspsychologie und Psychodiagnostik der Universität München, Bericht 8/1, 1985.
 - 21 vgl. George C. Homans: Social Behavior – Its Elementary Forms. New York 1961.