

HORST PÖTTKER

Legitimitätsdefizite und Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland

Das Medium als Instanz der politischen Sozialisation

Politische Sozialisation ist der »Lernprozeß, innerhalb dessen ein Individuum sich jene Persönlichkeitsmerkmale..., Kenntnisse..., Fähigkeiten und Werte *aneignet*, welche pol[itisches] Bewußtsein und pol[itisches] Verhalten strukturieren und lenken, also politisch relevant sind; oder... [der] Lernprozeß, innerhalb dessen einem Individuum jene... [Eigenschaften] *vermittelt werden*«. ¹ Mit diesen Definitionen reduziert Sylvia Greiffenhagen die Begriffe verschiedener Schulen und Richtungen der Sozialisationsforschung auf einen gemeinsamen Kern, der unumstritten sein dürfte. Folgt man der zweiten Variante, ist unter einer Instanz der politischen Sozialisation eine Institution zu verstehen, die Persönlichkeitsmerkmale, Kenntnisse, Fähigkeiten und Werte vermittelt, welche politisches Bewußtsein und Verhalten prägen, kurz: eine Institution, die politische Einstellungen und Handlungsweisen beeinflusst.

IST DAS FERNSEHEN EINE INSTANZ DER POLITISCHEN SOZIALISATION?

Hat das Fernsehen Einfluß auf Einstellungen und Handlungsweisen? Hat es überhaupt Wirkungen? In der Medienwirkungsforschung hat es eine lange Phase gegeben, in der die Tendenz vorherrschte, diese Fragen zu verneinen. 1960 faßte Joseph T. Klapper die Ergebnisse zahlreicher Einzeluntersuchungen zur Verstärker-Hypothese zusammen: »The media are more likely to reinforce than to change.« ²

Klapper hat seine berühmte Hypothese also außerordentlich vorsichtig formuliert. Er begründete sie auf hohem theoretischem Niveau³: Infolge eines psychischen Grundbedürfnisses nach Konsistenz nimmt der Rezipient vor allem diejenigen Inhalte auf, die zu seinen Vorverständnissen passen, während er andere, ihnen widersprechende Informationen übergeht, wieder vergißt oder im Sinne der Vorverständnisse umdeutet. Dies selektive Verhalten ist bei der Medienrezeption wahrscheinlicher als bei der unmittelbaren Kommunikation, weil es hier technisch leichter fällt und die andere Seite darauf nicht korrigierend reagiert. In der breiteren Öffentlichkeit entstand angesichts der Verstärker-Hypothese bald die Vorstellung, Massenmedien seien wirkungslos; sie diene und dient bisweilen noch heute als Schild, um Kritik an Medieninhalten abzuwehren.

Indes folgen bereits aus der Verstärker-Hypothese selbst Argumente, die die Ansicht von der Folgenlosigkeit der Massenmedien falsch erscheinen lassen⁴: Zunächst ist Verstärkung natürlich auch eine Wirkung. Wenn Massenmedien vorhandenes Mißtrauen gegenüber dem Staat verstärken, vorhandenes Vertrauen in den Staat aber nicht, bedeutet dies zweifellos einen Einfluß auf die politische Einstellung. Darüber hinaus schließt die Verstärker-Hypothese durchaus auch einstellungsverändernde Wirkungen der Medien ein, sofern man die Verschränkung der Medienrezeption mit der unmittelbaren Kommunikation berücksichtigt. Wenn die Verstärkung einer Einstellung durch medialen Einfluß dazu führt, daß der Rezipient diese Einstellung in der Familie, bei der Arbeit usw. häufiger oder

intensiver artikuliert, und wenn diese Artikulation bei den Kommunikationspartnern Einstellungswandel hervorrufen kann, ist die Möglichkeit einer indirekt bewirkten Veränderung der politischen Kultur durch Massenmedien gegeben.⁵ Dieser zwei- oder mehrstufige Medieneinfluß ist insbesondere im Hinblick auf die etwa zwanzig Prozent »opinion leaders«, die (politischen) Meinungsführer, von Bedeutung, die das Informationsangebot von Presse und Rundfunk stärker als andere Menschen nutzen. Aufgrund dieser komplizierten Wirkungskaskade sind bei Massenmedien vor allem langfristige Einflüsse zu erwarten, die sich schwer messen lassen.⁶

Im übrigen spricht die Verstärker-Hypothese überall dort nicht gegen möglicherweise sogar starke Wirkungen, wo beim Publikum noch gar keine Vorverständnisse vorhanden oder verfestigt oder vorhandene und verfestigte erschüttert sind. Dies kann an den Rezipienten liegen: Kinder und Jugendliche z. B. sind weniger resistent gegen Medieneinflüsse als Erwachsene. Es kann an den Medieninhalten liegen: »Massenmedien können Meinungen und Einstellungen zu neu auftauchenden Problemen prägen (tabula rasa-Situation).«⁷ Es kann aber auch an der gesellschaftlichen Situation liegen. In Zeiten einer beschleunigten sozio-kulturellen Dynamik (Wertwandel) erhöht sich die Chance, daß Massenmedien verändernd wirken.⁸

Schließlich läßt die Verstärker-Hypothese verändernde Wirkungen zu, wenn das Informationsangebot der Medien nicht vielfältig genug ist, der Rezipient also dissonante Inhalte nicht völlig umgehen kann. Beim Medium Fernsehen gab es vor wenigen Jahren in der Bundesrepublik Deutschland nur eine Wahlmöglichkeit zwischen drei Programmen (für die nicht über Kabelanschluß oder Parabolantenne verfügende Mehrheit der Fernsehteilnehmer besteht diese Situation auch noch eine Weile weiter). Dem Fernsehen gelingt es deshalb leichter als anderen Medien, vor allem der sehr aufgefächerten Presse, selektive Barrieren zu durchbrechen; nicht zuletzt deshalb dürfte es das wirksamste Medium sein. Diese Annahme ist auch deshalb gerechtfertigt, weil die meisten Bürger das Fernsehen für glaubwürdiger halten als die Tageszeitung oder den Hörfunk.⁹ Seit langem gehört zu den empirisch gut gesicherten Einsichten der Wirkungsforschung: Die Überzeugtheit des Rezipienten von der Glaubwürdigkeit eines Mediums erhöht dessen Wirksamkeit.¹⁰

Alle diese Überlegungen lassen sich zu folgender These verdichten: In einer Epoche beschleunigten sozio-kulturellen Wandels, wie wir sie gegenwärtig erleben, ist insbesondere das Medium Fernsehen in der Lage, auf lange Sicht Einstellungen und Handlungsweisen eines Teils der Bevölkerung zu beeinflussen. Verändernde Einflüsse des Fernsehens sind vor allem bei jüngeren Menschen und bei Themen zu erwarten, die neu oder – z. B. infolge des Wertwandels – besonders umstritten sind.

Diese Annahme dürfte zumal für politische Einstellungen und politisches Handeln gelten.¹¹ Das Herrschaftssystem ist ein besonders stark herausgehobenes und abgegrenztes Teilsystem unserer komplexen, auch in anderer Hinsicht hochgradig funktional differenzierten Gesellschaft. Die meisten Mitglieder dieser Gesellschaft haben nur eine geringe Chance, mit den entscheidenden Herrschaftsinstitutionen (Parlamente, Regierungen, Verfassungsgericht, Parteien) unmittelbar Erfahrungen zu sammeln. Fast alles, was die Bürger über die Politik zu wissen glauben, die sie in einer Demokratie durch ihr Wahlverhalten steuern sollen, stammt direkt oder indirekt aus den Massenmedien¹², insbesondere wiederum dem Fernsehen, dessen politisches Informationsangebot in der Bundesrepublik Deutschland lange Zeit die größte Reichweite hatte und auf das das Publikum stärker als

auf die aktuellen politischen Informationsangebote der anderen Medien angewiesen zu sein glaubt.¹³

All das legt eine positive Antwort auf die Ausgangsfrage nahe: Das Fernsehen ist eine Instanz der politischen Sozialisation, deren Bedeutung für die politische Kultur eines Landes, also für die in seiner Bevölkerung verbreiteten politischen Einstellungen und Verhaltensweisen¹⁴, man gerade in unserer Epoche nicht unterschätzen sollte.

Bevor ich mich der Frage zuwende, *wie* diese Sozialisationsinstanz die Einstellungen zu den politischen Parteien und zum parlamentarischen System in der Bundesrepublik Deutschland beeinflusst haben könnte, sei einem Mißverständnis vorgebeugt: Mit der These, das Fernsehen sei eine – wichtige – politische Sozialisationsinstanz unter anderen, meine ich nicht, daß es kurzfristig Wahlen entscheiden kann, wie Elisabeth Noelle-Neumann in den siebziger Jahren entgegen aller damaligen Skepsis gegenüber Medienwirkungen behauptet hat.¹⁵ Vielmehr unterstelle ich dem Fernsehen über lange Zeiträume hinweg einen allmählichen und tiefgreifenden Einfluß auf politische Einstellungen und Handlungsweisen der Bevölkerung.

Um über diesen Einfluß etwas Konkretes herauszubekommen, erweist es sich als notwendig, auch die erste Variante der eingangs zitierten Definition zu berücksichtigen. Das Fernsehen überträgt seine politischen Inhalte nicht einfach auf das Publikum, sondern der Rezipient eignet sich politische Einstellungen und Verhaltensweisen über das Medium an, indem er dessen Informations- und Meinungsangebot interpretiert. Zwischen dem, was Medien mit Menschen, und dem, was Menschen mit Medien machen, bestehen überdies Wechselwirkungen.

LEGITIMITÄTSPROBLEME IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

In der Bundesrepublik Deutschland ist, dafür sprechen viele Beobachtungen, das Vertrauen der Bevölkerung in den Staat und die Herrschaftselite von Anfang an schwach gewesen. Die Deutschen hatten mit dem Staat besonders schlechte Erfahrungen gemacht. Dem deutschen Bürgertum war es nie wie dem englischen, nordamerikanischen oder französischen gelungen, den politischen Institutionen seines Landes durch eine Revolution dauerhaft ein demokratisches Gepräge zu geben. Auch die deutsche Arbeiterbewegung in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts hatte dem Obrigkeitsstaat kaum etwas anhaben können. Das Verhältnis vieler Menschen zu dieser Autorität war distanziert und ängstlich, was sich einerseits in symbolischer Überidentifikation, andererseits in unpolitischer Subversivität ausdrückte. Der ungebrochene Obrigkeitsstaat und ein »Drittes Reich«, das sich in seiner Tradition verstand oder zumindest darstellte, haben dann im zwanzigsten Jahrhundert zweimal unermessliches Leid herbeigeführt, das mit der Teilung des Landes bis heute anhält. Ernsthafte Bemühungen, die Bevölkerung mit dem Staat zu versöhnen, waren nach den beiden Kriegen vor allem von außen inspiriert.

Vor diesem geschichtlichen Hintergrund ist es wenig überraschend, daß Almond und Verba bereits Anfang der sechziger Jahre in vergleichenden empirischen Studien zur politischen Kultur verschiedener Länder¹⁶ in der Bundesrepublik Deutschland auf ein größeres Mißtrauen gegenüber dem Herrschaftssystem und der politischen Elite stießen: »Im Gegensatz zu Großbritannien und den USA war in der Bundesrepublik nur eine Minderheit der Befragten der Auffassung, man könne gegen ungerechte administrative Entscheidungen auf der örtlichen und überörtlichen Ebene etwas unternehmen... Zusätz-

Wahlbeteiligung der Wahlberechtigten (in v. H.)	Tabelle 1			
	1987	1986	1983	1982
Bayern		70,1		78,0
Bundestag	84,3		89,1	
Hessen	80,3		83,5	86,4
Hamburg	79,5	77,8		84,0
Rheinland-Pfalz	77,0		90,4	
Bremen	75,6		79,7	
Schleswig-Holstein	76,6		84,8	

lich fanden die amerikanischen Forscher heraus, daß in den USA 85% und in Großbritannien 63%, in der Bundesrepublik aber nur 7% der Befragten auf die politischen Institutionen des Landes »stolz« waren und darin eine Bereitschaft zur Identifikation mit den Strukturen und Einrichtungen des politischen Systems offenbarten.«¹⁷

Das für die Bundesrepublik Deutschland charakteristische Legitimitätsdefizit ist mit der Festigung der parlamentarischen Institutionen und mit dem Wechsel der Generationen nicht geringer geworden; im Gegenteil: Anfang der siebziger Jahre vertiefte sich das Mißtrauen, vermutlich nicht zuletzt infolge der 68er Studentenbewegung: »1970 wurde ... vom Allensbacher Institut die provozierende Frage gestellt: »Man hört oft die folgende Meinung: bei uns kann zwar jeder alle Jahre mal wählen, aber im Grunde kümmern sich die Politiker doch gar nicht darum und tun doch nur das, was sie wollen. Würden Sie sagen, das stimmt voll und ganz, teilweise oder stimmt nicht?« 22% der Befragten stimmten »voll und ganz«, 51% der Befragten »teilweise« zu – eine enorme Menge von Menschen also, die insgesamt drei Viertel der Befragten ausmachten. Im Jahre 1971 hatte sich ... bei einer Wiederholungsbefragung der Prozentsatz der ganz oder teilweise Zustimmenden noch weiter angehoben. Er lag nunmehr bei 25% bzw. 58% und war insgesamt auf 83% der Befragten hochgeklettert.«¹⁸

Ein Indiz für Legitimitätsschwund war auch das Aufkommen der Bürgerinitiativen in den siebziger Jahren; immer mehr Menschen wollten die Vertretung ihrer Interessen und Anliegen nicht mehr den parlamentarischen Institutionen und etablierten Parteien überlassen, sondern selbst in die Hand nehmen. Einen Höhepunkt erreichte diese Entwicklung mit dem Einzug der Alternativ-Partei »Die Grünen« Anfang der achtziger Jahre in die Parlamente. Das wachsende Mißtrauen gegenüber den politischen Institutionen hatte das scheinbar festgefügte westdeutsche Parteiensystem durcheinandergebracht. Immerhin lassen sich die Stimmengewinne und die zeitweilige Regierungsbeteiligung der Grünen in Hessen noch als Beleg für die Offenheit und Leistungsfähigkeit des parlamentarischen Systems deuten.

Dies ist kaum noch möglich bei dem Phänomen, in dem sich der offenbar weiter fortschreitende Legitimitätsschwund neuerdings niederschlägt. Trotz des tiefsitzenden Mißtrauens gegenüber Staat und Politik war die Wahlbeteiligung bis in die achtziger Jahre hoch und im großen und ganzen sogar noch steigend. Neuerdings hat sich die Tendenz umgekehrt. Bei den letzten Landtags- und Bundestagswahlen ging die Beteiligung der Stimmbürger durchgehend zurück (vgl. Tabelle 1).¹⁹

Das »Institut für angewandte Sozialwissenschaft« (infas) hat die seit 1949 niedrigste

Wahlbeteiligung sowie die gleichzeitigen Verluste der beiden großen Parteien CDU/CSU und SPD bei der Bundestagswahl am 25. Januar 1987 als »Zurückhaltung gegenüber dem politischen System« interpretiert.²⁰ Das ist vor dem Hintergrund historischer Überlegungen und früherer Daten naheliegend. Ein weiteres Anzeichen für das verbreitete Mißtrauen ist der offenkundige Unwille eines erheblichen Teils der Bevölkerung, an den Volkszählungen 1983 und 1987 teilzunehmen.

Was hat nun die Sozialisationsinstanz Fernsehen mit dieser Legitimitätskrise in der Bundesrepublik Deutschland zu tun? Die zunehmende Politikverdrossenheit, die man noch gar nicht richtig zur Kenntnis genommen, geschweige denn auf ihre bedrohlichen Folgen hin überdacht hat, ist sicher nicht zuletzt eine Folge des politischen Geschehens selbst. Seit Ende der siebziger Jahre häufen sich in der Bundes- und Landespolitik die Skandale, wobei die Parteispendenaffäre, der Kießling-Skandal und die Affäre Barschel/Pfeiffer als Beispiele genügen sollen. Obwohl in den meisten Fällen schuldhaftes, wenn nicht kriminelles Verhalten der politisch Verantwortlichen ans Licht kam, wurden nur selten politische oder persönliche Konsequenzen gezogen.

Eine nicht unerhebliche Rolle dürfte auch spielen, daß mit Arbeitslosigkeit und Umweltgefährdung zwei für jeden Bürger unmittelbar wahrnehmbare soziale Probleme andauern oder sich verschärfen, für deren Bewältigung die politischen Parteien sich in ihren Programmen und Wahlaussagen als zuständig erklären. Den Regierungswechsel 1982 haben CDU/CSU und FDP im Bundestag hauptsächlich mit der Notwendigkeit begründet, die Arbeitslosigkeit in den Griff zu bekommen; der Anteil der Arbeitslosen an der Bevölkerung ist seitdem jedoch nicht gesunken. Auch die ökologische Rhetorik der Parteien wird durch das Fortdauern des Waldsterbens, die Zunahme von Atemwegerkrankungen oder spektakuläre Chemieunfälle fortwährend Lügen gestraft. Außerdem verfolgt die Bundesregierung mit dem Festhalten an der Atomtechnologie eine Politik, die eine deutliche Mehrheit der Bevölkerung ablehnt, wenn man die Ergebnisse einschlägiger Umfragen zugrunde legt.

Gleichwohl: Vorausgesetzt, das Fernsehen ist eine wichtige Instanz der politischen Sozialisation, dann stellt sich die Frage, ob und wie es möglicherweise zur Politikverdrossenheit beiträgt. Auch wenn sich der Legitimitätsschwund erst neuerdings in einer für das politische System der Bundesrepublik Deutschland bedrohlichen Weise verschärft, widerlegt dies nicht die Annahme einer Mitverursachung durch das Fernsehen, da wie gesagt die Wirkungen des Mediums auf die politische Kultur eher lang- als kurzfristig zu veranschlagen sind. Auch das in Deutschland traditionelle Mißtrauen gegenüber dem Staat spricht nicht gegen, sondern eher für das Fernsehen als eine Ursache unter anderen; da der Rezipient Massenmedien nach Maßgabe seines Vorverständnisses selektiv wahrnimmt, können legitimitätsgefährdende Botschaften des Fernsehens gerade in Deutschland ihre verstärkende Wirkung erzielen.

Im folgenden habe ich Überlegungen aus der bisherigen Forschung zusammengetragen, aus denen hervorgeht, wie und warum das Fernsehen möglicherweise zur Legitimitätskrise in der Bundesrepublik Deutschland beiträgt. Dabei geht es nicht um intendierte Effekte, sondern um unbeabsichtigte Einflüsse des Fernsehens auf die politische Kultur, die sich ohne oder sogar gegen den Willen von Politikern und Journalisten durchsetzen. Im übrigen handelt es sich bei diesen Überlegungen nicht um abgesicherte Forschungsergebnisse, sondern um Thesen, die empirisch zu überprüfen bleiben.

VERFÜHRUNG ZU NICHT ERFÜLLBARER VERANTWORTUNGSÜBERNAHME

Naheliegend und auch tatsächlich oft geäußert worden ist der Verdacht, die Massenmedien, allen voran das Fernsehen, würden den Staat und die maßgeblichen Politiker allzu negativ darstellen. Als Gründe dafür geben Kritiker die Orientierung am Nachrichtenfaktor Sensationalität, die Fixierung publizistischer Intellektueller auf Konflikte oder ein »emanzipatorisches«, gesinnungsethisches, auf Weltverbesserung zielendes Selbstverständnis bei der Mehrheit der Journalisten an, der nur eine Minderheit gegenüberstehe, die sich als »objektiver Berichterstatter« begreift.²¹

In diese Richtung argumentiert auch Helmut Klages. Um das Vertrauen in den Staat zu fördern, empfiehlt er u. a., »gegenüber der unlimitierten Parteien- und Verbandskonkurrenz einen Minimalkonsens aufzubauen«²², und fährt dann fort: »Auch ich möchte an dieser Stelle nochmals das Stichwort der *Medien* aufgreifen, die offenbar ihren Ort in der freien pluralistischen Gesellschaft noch nicht endgültig gefunden haben und in denen fälschlicherweise oft Freiheit mit dem unbeschränkten Recht auf Kritik und Tabuzerstörung identifiziert und verwechselt wird.«²³ An anderer Stelle behauptet er, die Bürger würden das negative Bild des Staates »über *Medien* zugeführt erhalten, die vom politischen System selbst wenig kontrolliert werden. Literatur, Presse, Rundfunk und Fernsehen genießen bei uns den Sonderstatus freier Meinungsbildner.«²⁴ Wie die Ergebnisse der empirischen Medienforschung allerdings zeigen, ist tatsächlich eher das Gegenteil der Fall, zumindest beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk und damit bei den Fernsehprogrammen, auf die die politischen Parteien über ihre Vertreter in den Aufsichtsgremien erheblichen Einfluß haben.

Heribert Schatz und Mitarbeiter haben 1977 die Nachrichtensendungen »Tagesschau« (ARD) und »heute« (ZDF) analysiert und bestätigt gefunden, daß die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland gegenüber dem politisch-administrativen System nur eine geringe Autonomie besitzen und von den etablierten politischen Parteien stark kontrolliert und gesteuert werden. Die politische Berichterstattung der Fernsehnachrichten zeichnet dieser Untersuchung zufolge keineswegs ein negatives Bild vom Staat und den Spitzenpolitikern, sondern dort »entsteht das Bild einer stark personalisierten politisch-administrativen Oligarchie mit hoher Sachkompetenz und Krisenbewältigungsfähigkeit«.²⁵ Andere Untersuchungen kommen zu ähnlichen Ergebnissen. Nach einer Inhaltsanalyse der Nachrichtensendungen im zeitlichen Umfeld der Bundestagswahl von 1980 wurden die CDU/CSU und ihre potentielle Regierungsmannschaft in beiden Fernsehsystemen in der überwiegenden Mehrzahl der einschlägigen Meldungen sehr positiv (47 v. H.), positiv (30 v. H.) oder zumindest neutral (18 v. H.) dargestellt, während negative (2 v. H.) oder sehr negative (3 v. H.) Bewertungen selten waren.²⁶ Eine affirmative Darstellung der Parteien und Spitzenpolitiker ist also offenbar für die Nachrichtensendungen typisch. Für politische Magazine, die stärker als die Nachrichtensendungen eine Kritik- und Kontrollfunktion wahrzunehmen haben, mag anderes gelten, worauf ich später noch zurückkommen will.

Wenn also Klages' Behauptungen über den Beitrag der Medien zur Politikverdrossenheit offenbar auch unzutreffend sind, enthält sein Ansatz doch einen wichtigen Gedanken, der gemeinsam mit dem von Schatz und anderen erhobenen Befund eines außerordentlich positiven Bildes der Herrschaftselite in den Fernsehnachrichten zu einer ersten These

darüber führt, auf welche Weise das Medium möglicherweise zur Legitimitätskrise in der Bundesrepublik Deutschland beitragen könnte. Klages' besonderes Interesse gilt der Selbstdarstellung des Staates, und zwar, soweit diese von den politischen Repräsentanten unbeabsichtigt ist und unbewußt gestaltet wird. Seine zentrale These lautet: Die Politiker neigen dazu, in ihrer nicht-intendierten Selbstdarstellung die Zuständigkeit für Probleme zu übernehmen, für die sie gar nicht verantwortlich sind. Auf diese Weise wecken sie Erwartungen in den Staat, die zu erfüllen er nicht in der Lage ist, was langfristig die Unzufriedenheit mit dem politischen System vertieft. Klages exemplifiziert diesen Gedanken an der ökonomischen Prosperität, für die sich der Wohlfahrtsstaat durch seine »auf Verantwortlichkeitsübernahme zielende Selbstdarstellung«²⁷ zuständig mache. Sicher läßt sich die These, die Politiker würden sich in ihrer Selbstdarstellung übernehmen, auch auf andere Problemfelder wie die innere Sicherheit, die Friedenssicherung oder neuerdings den Umweltschutz übertragen.

Ein Grund für diese unrealistische Selbstdarstellung des Staates ist zweifellos, daß es für die Politiker verführerisch ist, sich als Urheber von Entwicklungen darzustellen, solange diese positiv verlaufen. Vollbeschäftigung, Wohlstand und Frieden sind günstige Umstände, an denen alle Parteien partizipieren wollen, auch wenn sie weltwirtschaftlich oder weltpolitisch verursacht sind. Dies muß sich in dem Augenblick gegen die Parteien und das politische System kehren, in dem Massenarbeitslosigkeit eintritt oder Wohlstand und Frieden gefährdet sind – auch wenn dies wiederum weltwirtschaftliche oder weltpolitische Ursachen hat. In diesem Zusammenhang ist das dreistufige parlamentarische System der Bundesrepublik Deutschland, in dem die Parteien und ihre Spitzenpolitiker praktisch kontinuierlich um Wählerstimmen konkurrieren müssen, von Bedeutung, weil es ihnen fortwährende Selbstwerbung abverlangt.

Von den Massenmedien geht eine zusätzliche Verführung zur nichterfüllbaren Selbstdarstellung der Politik aus. Verwunderlich wäre es, wenn die Parteien nicht versuchten, Presse und Rundfunk als Vehikel ihrer Eigenwerbung zu gebrauchen. Das gilt zumal für das aktuelle Bilder-Medium Fernsehen, dem das Publikum besonders traut und das besonders wirksam ist. Es gehört eine gehörige Portion Selbstbewußtsein dazu, vor Kamera und Mikrophon Ratlosigkeit einzugestehen, auch oder gerade wenn man ratlos ist. Im übrigen beginnt die Inszenierung der unrealistischen Verantwortungsübernahme im Fernsehen schon lange, bevor die Sendung selbst beginnt: Die Parteien schicken mit Vorliebe diejenigen Politiker zum Interview und innerhalb der Parteien haben vor allem diejenigen Chancen, in Spitzenpositionen aufzusteigen, die auch noch in schwierigsten Situationen glaubwürdig Kompetenz zu demonstrieren vermögen.

Ein Beispiel aus jüngster Zeit, an dem auch der Zusammenhang mit Politikverdrossenheit und Legitimitätskrise deutlich wird, war das falsche Fernseh-Ehrenwort des schleswig-holsteinischen Ministerpräsidenten Uwe Barschel im September 1987, nichts mit den Wahlmanipulationen zu tun gehabt zu haben, die von seiner Staatskanzlei ausgegangen waren. Hätte Barschel dieses Ehrenwort auch ohne das Fernsehen gegeben, wenn also nicht die Möglichkeit gelockt hätte, das zentrale Medium dieser Gesellschaft zu benutzen, um das eigene Image wieder aufzupolieren? Und hätten Barschel, mit ihm seine Partei und mit ihr das parlamentarische System insgesamt denselben verheerenden Vertrauensverlust in der Öffentlichkeit erlitten, wenn er den schmutzigen Machenschaften gegen den Oppositionsführer nicht auch noch jenes falsche öffentliche Ehrenwort hinzugefügt hätte?

Meine erste These lautet: Insbesondere die Nachrichtensendungen des Fernsehens tragen zum Legitimitätsschwund bei, indem sie den vom parlamentarischen System ausgehenden Stimulus zu einer Selbstdarstellung der Politiker noch verstärken, die der Bevölkerung mehr verspricht, als Parteien und Staat leisten können. Als Instanz der politischen Sozialisation vermittelt das Medium damit ein zutiefst negatives Bild von den Repräsentanten des demokratischen Staates. Indem es sie zu Angebern macht, die vor der Kamera den Mund zu voll nehmen, fördert es ihnen gegenüber eine Einstellung, als seien sie auch bei ihren politischen Entscheidungen verantwortungslose Angeber.

Ein sehr langfristiger Einfluß der politischen Sozialisationsinstanz Fernsehen liegt möglicherweise auch darin, daß die Verführung zur Vollmundigkeit nicht ohne Wirkung auf die politische Sprache geblieben ist: »Die selbstdarstellungswirksame politische Sprache ist . . . auf eine gefährliche Weise aus den Fugen geraten. Es gibt insbesondere eine Ziel- und Programmdarstellungsterminologie, die naiv gläubige Zukunftshoffnungen ermutigt und somit an die tiefsten Gefrierkammern des Prinzips Hoffnung rührt, die gerade damit jedoch eine Mechanik der Enttäuschung und der Frustration in Gang setzt, der eindeutig inhumane Züge anhaften.«²⁸

FREMDE ODER BELANGLOSE RITUALE

Staaten neigen dazu, Herrschaftssymbole wie Fahnen, Uniformen, Hoheitsabzeichen, Orden oder Waffen zur Schau zu stellen. In ihrer Selbstdarstellung gibt sich Politik gern als Ritual des kompetenten und daher legitimen Herrschaftsvollzuges. Die Ritualisierung der Politik ist in Demokratien zwar schwächer ausgeprägt als in autoritären Staaten – etwa im nationalsozialistischen Regime mit seiner geradezu orgiastischen Symbolik. Aber auch in Demokratien ist sie keineswegs verschwunden: Die Stirnwand des Deutschen Bundestages ziert ein überdimensionaler Wappen-Adler, zu dessen Füßen die Abgeordneten ihre Reden halten. Als auf den Präsidenten Ronald Reagan im Jahre 1981 ein Attentat verübt worden war, unterzeichnete er am folgenden Tag, noch im Krankenbett, ein Gesetz über Milchpreissubventionen und ließ sich dabei für die Öffentlichkeit fotografieren: eine Geste, die dazu bestimmt war, uneingeschränkte Regierungsfähigkeit symbolisch unter Beweis zu stellen.²⁹ Typisch für solche Selbstpräsentation der Herrschaft ist der Vorrang der Oberfläche vor der Substanz: Der Inhalt der Politik wird zur Nebensache.

Hervorragend geeignet zur Vermittlung optischer und akustischer Herrschaftssymbole ist das Medium Fernsehen: Es bringt bewegte, von Originalton begleitete Bilder und kann hohe Authentizität beanspruchen. Die Politiker legen der Präsentation von Herrschaftsritualen auf dem Bildschirm deshalb außerordentliche Bedeutung bei. Insbesondere die Nachrichtensendungen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens sind zu bevorzugten Zielobjekten der »Öffentlichkeitsarbeit« von Parteien und Regierungen geworden, die sie als Transportmittel benutzen möchten, um sich ein positives Image zu verschaffen. Das Ergebnis solcher Bemühungen: »Die Nachrichten im Fernsehen, wichtigstes Gefäß für veröffentlichte Politik, sind weniger Informationssendungen als vielmehr ein zentrales . . . Ritual«³⁰, das auf Vertrauensbildung und Loyalitätssicherung beim Publikum gerichtet ist. Dabei werden die symbolischen Gesten und Sprechweisen, deren sich die Politiker bedienen, teilweise auch vom Fernsehen adaptiert und imitiert. Journalisten passen sich, oft ohne es zu bemerken, den politischen Ritualen an, über die sie eigentlich nur berichten sollen. Seit einiger Zeit häufen sich offene Einwirkungsversuche von Politikern auf den

öffentlich-rechtlichen Rundfunk, den das Bundesverfassungsgericht ausdrücklich »staatsfern« haben will. Einige hochrangige Fernsehjournalisten und Intendanten haben sich solchem Druck gebeugt;³¹ das spielt gewiß für die zunehmende Amalgamierung von Politik und Fernsehen eine Rolle. Mindestens ebenso folgenreich sind aber auch die professionellen filmischen Konventionen darüber, was als »fernsehgerechte« Information zu gelten hat.

Will Teichert hat einige der Rituale skizziert, in denen Politik und Fernsehjournalismus sich entgegenkommen und miteinander verschmelzen. Dazu gehört z. B. das stereotype Erscheinen von Experten bei heiklen Themen und ungelösten Fragen auf dem Bildschirm. »Die Informationsgeschwindigkeit im Fernsehen spreizt notwendigerweise die Schere zwischen Information und Sinnverstehen. So fällt den Medien oft die sie überfordernde Funktion der Sinndeutung zu, und so stellen sie zu jedem Sachverhalt die Experten und Autoritäten bereit.«³² Denen obliegt es dann, »das Fragmentarische des Gezeigten und Gesagten vergessen zu lassen.«³³ Das Experten-Ritual zielt also auf Entlastung des Publikums von eigenen Denkanstrengungen, die Skepsis gegenüber politischen Aussagen und Entscheidungen begründen könnten, und damit auf blinde Loyalität.

Ein zweites Ritual der Präsentation von politischem Geschehen im Fernsehen nennt Teichert das »Prinzip der Schlüsselbegriffe«: »Ein »integriertes Entsorgungskonzept« schmückt das Dilemma der Sicherung nuklearer Abfallprodukte, »Strahlenexposition« kaschiert Verseuchungsrisiken, »Sozialpartnerschaft« signalisiert Harmonien, wo doch mit harten Bandagen gerungen wird.«³⁴ Nach diesen Beispielen erscheint es selbst ein wenig euphemistisch, hier von »Schlüsselbegriffen« zu reden. Angebracht ist es, dies das Ritual der Phrasen zu nennen, die das Aufkommen öffentlicher Kritik behindern, indem sie problematische Sachverhalte gar nicht erst zum Bewußtsein kommen lassen. Bemerkenswert ist übrigens, daß diese beschönigenden Phrasen sich nicht selten in akademischer Schwerverständlichkeit gefallen und damit gegen journalistische Standards verstoßen, die die Verantwortlichen gerade neuerdings sonst im Rundfunk sehr hochhalten.

Ein drittes, von Teichert nicht erwähntes Ritual der Politikpräsentation, das es ebenfalls schon vorher gab, das das Fernsehen aber weiter verbreitet und verstärkt, spekuliert auf »human interest«: Es gibt viele Politiker, die sich im Fernsehen gern als Privatpersonen mit alltäglichen Eigenschaften und Empfindungen zeigen lassen. Für die Nachrichtensendungen, jedenfalls die hoch verdichteten und besonders offiziell wirkenden Hauptausgaben, mag das weniger gelten, wenn man nicht auch das dort oft gezeigte Ritual des Händeschüttelns zwischen Staatsmännern dazurechnet. Aber welche Unterhaltungsshow im Fernsehen ist heute ohne politische Prominenz, die über ihre Hobbies, ihre Familie, ihre Kindheit, ihre Vorlieben und Abneigungen plaudert oder die – wie bei der alljährlich im Südwestfunk übertragenen Preisverleihung eines privaten Medienkonzerns – einfach nur im Publikum sitzt und sich amüsiert: der »Landesvater« einmal ganz entspannt, und hier tritt dann auch die »Landesmutter« als Vorsitzende einer karitativen Stiftung politisch in Erscheinung. Das Human-Interest-Ritual zielt auf Loyalität, indem es die Herrschenden als Menschen zeigt, die Gefühle und Probleme wie wir alle haben und die schon deshalb Vertrauen verdienen.

Ein viertes Ritual wird vom Fernsehen nicht nur transportiert, sondern ist durch das Medium und die Aufmerksamkeit, die die Politiker ihm schenken, überhaupt erst entstanden: die stereotype Ausgewogenheit. Unter dem Druck der beiden großen konkurrieren-

den politischen Lager haben sich die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und insbesondere ihre Nachrichtenredaktionen angewöhnt, kaum noch die politische Auffassung eines der beiden Lager zu Wort kommen zu lassen, ohne daß nicht auch eine Stellungnahme des anderen zum selben Thema zitiert oder erwähnt wird. Dabei ist weniger das inhaltliche Gewicht solcher Stellungnahmen entscheidend, als daß sie überhaupt gebracht werden.

Im zeitlichen Umfeld der Bundestagswahl von 1980 folgte in 81 von 182 untersuchten Nachrichtensendungen (44,4 v. H.) direkt auf eine Stellungnahme der Regierung eine Erwiderung der Opposition oder umgekehrt, bei »heute« vom ZDF waren es sogar 62 von 91 untersuchten Sendungen (68,1 v. H.).³⁵ Eine ähnliche Tendenz zur rituellen Ausgewogenheit zeigt sich bei politischen Fernsehdiskussionen. »Während nach einem gängigen Verständnis von Diskussion derjenige das Wort erhält, der etwas zum Fortgang beizutragen hat, bekommen die Politiker in Fernsehdiskussionen das Rederecht nach dem Proporz zugeteilt: Jeder soll gleich oft und gleich lang sprechen dürfen, möglichst in einer bestimmten Reihenfolge.«³⁶ Das Ausgewogenheitsritual erweckt den Eindruck, als ob Politik eine Art Gesellschaftsspiel zwischen etwa gleich starken Gegnern wäre, bei dem es gerecht, jedenfalls aber nach festen Spielregeln zugeht. Hierin liegt ein auf Loyalität zielendes Moment.

Wieso können diese Rituale der Präsentation von Politik im Fernsehen, die doch gerade auf *Loyalitätssicherung* gerichtet sind, zum *Legitimitätsschwund* beitragen? Vermutlich deshalb, weil das Publikum sich die ritualisierte Politik im Verlauf der politischen Sozialisation anders aneignet, als dies Politiker und Fernsehjournalisten unterstellen: »Möglicherweise ... unterschätzen die Akteure der inszenierten Politik die Sensibilität der Zuschauer. Die Null-Meldungen der Politik, so mutmaßte Hans Magnus Enzensberger in einem Spiegel-Gespräch, hätten wesentlich zur Erosion des Vertrauens, zum Schwund politischer Autorität beigetragen.«³⁷

Ich sehe zwei Argumente, die die These plausibel machen, daß die ritualisierte Politikdarstellung im Fernsehen kontraproduktiv ist, also langfristig gerade das Gegenteil dessen bewirkt, was ihre Regisseure und Hauptdarsteller damit erreichen wollen. Das erste betrifft die Experten-Strategie und das Prinzip der beschönigenden Fremdwort-Phrasen: Die Sprachregelungen dieser Rituale bleiben einem Großteil des Publikums vermutlich unverständlich, das daher auf lange Dauer den Eindruck gewinnen muß, Politik sei etwas Fremdes, weit Entferntes, in sich Abgeschlossenes; eben eine Sache von Experten, die mit der eigenen Wirklichkeit wenig zu tun hat. Dieser fremden Realität gegenüber, von der man ausgeschlossen bleibt, bildet sich verständlicherweise Mißtrauen.

Das andere Argument betrifft die Human-Interest- und Ausgewogenheits-Rituale. Dort, wo Politik sich als nett und brav, aber letztlich belanglos darstellt, muß der Bürger sie eines Tages auch für belanglos halten. Zumindest in der Vorstellungswelt derjenigen Zuschauer, die diese Rituale rational oder emotional durchschauen, müssen sie über Jahre hinweg den Eindruck hinterlassen, Politik sei ein inszeniertes Show-Geschäft oder ein abgekartetes Spiel, bei dem ohnehin schon immer alles hinter den Kulissen entschieden ist, bevor die Öffentlichkeit etwas davon erfährt. Die Alltagssprache hält dafür abschätzige Begriffe wie »Kungelei«, »Klüngel« oder »Schiebung« parat, mit denen Politik in der Tat oft belegt wird.

Von da zu der in Deutschland traditionellen Vorstellung, Politik sei ein schmutziges

Geschäft, von dem man besser die Finger läßt, ist es nicht weit. Eben diese Einstellung ist gemeint, wenn von Politikverdrossenheit die Rede ist. Die Einsicht, daß Politik keineswegs das belanglose Gesellschaftsspiel ist, als das sie das Fernsehen darstellt, sondern mehr oder minder bitterer Ernst, der uns alle existentiell betrifft, droht auf diese Weise verlorenzugehen.

Wenn es trotz aller auf Loyalität zielenden Politik-Rituale im Fernsehen offenbar zum Legitimitätsschwund kommt, so gibt dies einen weiteren Hinweis darauf, daß die Rezeptionsweisen des Publikums wichtigere und eigenständigere Faktoren bei der politischen Sozialisation durch Fernsehen sind, als dies die »Medienwirkungsforschung« meistens unterstellt.

KONZENTRATION AUF DIE KRITIK DER PARTEIEN ANEINANDER

Der dritte Aspekt, den ich – ohne Anspruch auf Vollständigkeit – hier behandeln möchte, betrifft vor allem die politischen Magazine des öffentlich-rechtlichen Fernsehens. Walter Ruhland³⁸ hat vor neun Jahren dem empirischen Befund publiziert, daß die Redaktionen innenpolitischer Magazine, die mit Ausnahme von »Report« (Baden-Baden) in den siebziger Jahren deutliche politische Affinitäten zu bestimmten Bundestagsparteien zeigten (»Monitor« zur FDP; »Panorama« zur SPD; »Report« [München] und »ZDF-Magazin« zur CDU/CSU³⁹), ihre Berichterstattung auf den politischen Gegner der Partei konzentrieren, mit der sie selbst sympathisieren: Die Spitzenpolitiker und Wahlkampflogos der damaligen Regierungsparteien SPD und FDP wurden 1976 in den CDU/CSU-nahen Magazinen erheblich häufiger genannt als die Spitzenpolitiker und Slogans der Union – und umgekehrt.⁴⁰ Diese häufigen Nennungen des parteipolitischen Gegners erfolgten, so kann man annehmen, überwiegend in einem kritischen Zusammenhang.

Als Erklärung für diesen Befund⁴¹ biete ich an: Auch die Redakteure und Autoren der politischen Magazine sind dem immer wieder von Medienwissenschaftlern konstatierten und von Journalisten beklagten Anpassungsdruck ausgesetzt, mit dem alle in den Landesparlamenten vertretenen Parteien vor allem über die von ihnen dominierten Aufsichtsgremien auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und besonders dessen Fernsehprogramme⁴² einzuwirken versuchen. Umstrittener als die Frage, ob und wie dieser Druck, zu dem sich die Politiker ja offen bekennen⁴³, ausgeübt wird, ist die Frage, wie die Rundfunkjournalisten darauf reagieren. Der Anpassungsdruck zumal der Regierungsparteien steht ja nicht nur in Widerspruch zur vorgeschriebenen Staatsferne des Rundfunks, sondern auch zum journalistischen Selbstverständnis. Dieses scheint in der Bundesrepublik Deutschland stärker als in den angelsächsischen Ländern an emanzipatorischen Zielen und weniger an der Leitidee der objektiven Berichterstattung orientiert zu sein, jedenfalls wenn man Untersuchungen glaubt, die das Institut für Publizistik der Universität Mainz vorgenommen hat.⁴⁴ Die ihnen zugrunde gelegte Dichotomie »emanzipatorisch« versus »objektiv« enthält freilich einen methodischen Fehler, denn das Aufdecken von Mißständen schließt eine wahrheitsgetreue Berichterstattung nicht aus. Gleichwohl ist anzunehmen, daß die Mitarbeiter der politischen Magazine sich stärker als z. B. die Redakteure der Nachrichtensendungen an emanzipatorischen Aufgaben wie Sozialkritik und Machtkontrolle orientieren, die den Medien und besonders den publizistischen Formen der Meinungsäußerung, zu denen die Magazinsendungen gehören, gemäß der Demokratietheorie zukommen.⁴⁵

Auf den ersten Blick erscheinen der Anpassungsdruck der Parteien einerseits und das

emanzipatorisch-demokratische Berufsverständnis andererseits für den einzelnen Journalisten unvereinbar. Tatsächlich existiert aber ein Ausweg, um beiden an sich konträren Anforderungen gleichermaßen gerecht zu werden oder sich dies jedenfalls einbilden zu können. Er hat damit zu tun, daß die politische Elite in der Bundesrepublik Deutschland nicht monolithisch ist, sondern grob gesehen in zwei große, miteinander konkurrierende und sich permanent gegenseitig kritisierende Blöcke zerfällt. Kritik zu übernehmen, die das eine Lager am anderen übt, ist deshalb gleichzeitig Anpassung an eins von ihnen. Eine Berichterstattung, die sich darauf konzentriert, die gegenseitige Kritik der Parteien darzustellen oder nachzuahmen, wird insgesamt den Eindruck wachsamer Kontrollbereitschaft erwecken; sie ist aber kein Indiz für die Unabhängigkeit des Fernsehens von der Herrschaftselite insgesamt, da sie stets den Interessen einer ihrer Fraktionen entgegenkommt und möglicherweise auf deren Einfluß zurückzuführen ist.

Die bequeme Möglichkeit, den Anpassungsdruck der Parteien auf diese Weise mit dem kritischen Selbstverständnis unter einen Hut zu bringen, scheint mir die entscheidende Ursache für die Konzentration der politischen Magazine auf das jeweilige gegnerische Lager zu sein. Diese Berichterstattung mag als Faktor der politischen Sozialisation langfristig in doppelter Hinsicht zur Politikverdrossenheit beitragen: Erstens neigt jeder der großen Parteienblöcke dazu, die Politiker des anderen als inkompetent bloßzustellen. Wenn man den Zuschauern vor allem diese auf die Konkurrenz bezogene Hälfte der Politikdarstellung – nicht zuletzt aufgrund des Einflusses der Parteien selbst – übermittelt, muß ihnen die Herrschaftselite im Fernsehen insgesamt als inkompetent erscheinen. In diesem Sinne und bezogen auf die Magazinsendungen hat es tatsächlich seine Berechtigung, wenn Politiker sich über eine allzu negative Berichterstattung der Medien beklagen. Der zweite Gesichtspunkt ist, daß das Fernsehen auf diese Weise die publizistische Aufgabe verfehlt, die Herrschaftselite frühzeitig mit Problemen zu konfrontieren, die der politischen Bearbeitung bedürfen. In komplexen Gesellschaften braucht Politik eine Kritik, die außerhalb der Machtsphäre steht, in diesem engen Sinne also »unpolitisch« ist.⁴⁶ Denn gerade mit dem Politikerberuf sind »déformations professionnelles« verbunden, die für die ganze Gesellschaft folgenreiche Fehlleistungen nach sich ziehen können.⁴⁷ Wenn sich alle Bundestagsparteien lange Zeit zu wenig um den Umweltschutz gekümmert haben, weil das Allgemeininteresse daran im Unterschied zu den Sonderinteressen der umweltverschmutzenden Industrien keine Lobby hatte, dann wäre es Sache der (Fernseh-)Publizistik gewesen, von sich aus auf ökologische Gefahren hinzuweisen, damit Politiker sie, durchaus auch im Hinblick auf Wählerstimmen, wahr- und ernstgenommen hätten. Eine Berichterstattung, die sich auf die gegenseitige Kritik der Parteien beschränkt, konnte dies nicht leisten, weil ökologische Versäumnisse in dieser gegenseitigen Kritik lange Zeit kein Gewicht hatten.⁴⁸

Einer nur an die innerprofessionelle Kritik der Politiker angelehnten Berichterstattung fehlt es an innovativer Kraft, so kritisch sie erscheinen mag. Damit verfehlen die politischen Magazine ihre mögliche Frühwarnfunktion. Das Fernsehen läßt nicht nur ein negatives Bild der Herrschaftselite entstehen, es trägt auch seinen Teil zu tatsächlichen Versäumnissen der Politik bei, was zu weiteren Frustrationserfahrungen und damit zu weiterer Politikverdrossenheit in der Bevölkerung führt.

Die drei Wirkungsweisen der politischen Sozialisationsinstanz Fernsehen, von denen hier die Rede war, sind in der komplexen Realität des Rezeptionsprozesses nicht voneinander isoliert; vielmehr ergänzen und verstärken sie einander. Wer immer wieder die Erfahrung macht, daß Politiker ihre vor Mikrofon und Kamera gegebenen Versprechungen nicht einhalten können, und wer immer wieder aus den vorhersehbaren Ritualen der Nachrichtensendungen den Eindruck gewinnt, daß Politik ein abgekartetes Spiel ist, auf das er selbst keinen Einfluß hat, dem liefert die auf die gegenseitige Kritik der Parteien konzentrierte Berichterstattung der Magazine einen expliziten Grund für sein Mißtrauen: Politiker, so muß er glauben, sind generell inkompetent und verantwortungslos, denn man zeigt ihm dort ja vorwiegend, daß sie das übereinander behaupten.

Was könnten die Politiker gegen die durch das Fernsehen verstärkte Politikverdrossenheit tun? Unter allen drei Aspekten, die ich hier behandelt habe, stellen sich die legitimitätsgefährdenden Sozialisationswirkungen des Mediums vor allem als unbeabsichtigte Nebenfolgen der Anstrengungen heraus, die sich Politiker aller Parteien um das Fernsehen machen: sei es als Interviewter vor der Kamera oder Teilnehmer einer Fernsehdiskussion, sei es als Rundfunkratsmitglied, das die Ausgewogenheit in Personalstruktur und Programminhalt kontrolliert, sei es als Konkurrent, der hofft, seine Kritik am politischen Gegner ins Programm zu bringen.

Durch das außerordentliche Interesse, das die Politiker dem Fernsehen kurzfristiger Image-Vorteile wegen entgegenbringen, schaden sie sich und dem politischen System der Bundesrepublik Deutschland unabsichtlich selbst, weil das Fernsehen eben nicht nur ein Instrument vordergründiger Image-Pflege ist, sondern eine tief und langfristig wirkende Sozialisationsinstanz, die die Grundeinstellungen gegenüber Politik und Staat beeinflusst. Wenn der Herrschaftselite daran gelegen ist, der Politikverdrossenheit entgegenzuwirken, ist ihr zu raten, sich weniger um das Fernsehen zu kümmern. Ein unabhängigeres Fernsehen könnte durchaus zur Aufhellung des düsteren Bildes beitragen, welches viele Bürger von ihrem Staat haben. Vielleicht wirkt sich die Einführung des privaten Fernsehens in dieser Richtung aus. Allerdings würde auch dieser umgekehrte Prozeß lange Zeit in Anspruch nehmen, da es sich eben nicht um kurzfristige Wirkungen, sondern um politische Sozialisation handelt.

ANMERKUNGEN

- 1 Sylvia Greiffenhagen: Politische Sozialisation. In: Martin Greiffenhagen / Sylvia Greiffenhagen / Rainer Prätorius (Hrsg.): Handwörterbuch zur politischen Kultur der Bundesrepublik Deutschland. Opladen 1981, S. 334-343, hier S. 334.
- 2 Joseph T. Klapper: *The Effects of Mass Communication*. Glencoe 1960, S. 8, zitiert nach Rainer Geißler: Wandel durch Massenmedien. Die Verstärker-Doktrin neu durchdacht. In: *Communications*., Jg. 1981 / Hef 7, S. 169-185.
- 3 vgl. Joseph T. Klapper: Die gesellschaftlichen Auswirkungen der Massenkommunikation. In: Wilbur Schramm (Hrsg.): *Grundfragen der Kommunikationsforschung*. München 1968, S. 85-98. Klapper spricht hier selbst Einschränkungen der Verstärkerhypothese an.
- 4 vgl. Rainer Geißler: a. a. O., sowie Rainer Geißler: Welchen Einfluß haben Massenmedien auf politisches Bewußtsein und politisches Handeln? In: Bernhard Claußen / Klaus Wasmund (Hrsg.): *Handbuch politischer Sozialisation*. Braunschweig 1982, S. 84-103.
- 5 vgl. Horst Pöttker: Zum demokratischen Niveau des Inhalts überregionaler westdeutscher Tageszeitungen. *Wissenschaftstheorie und Methodologie - Normative Demokratietheorie - Quantitative Inhaltsanalyse*. Hannover 1980, S. 16-21.
- 6 vgl. Rainer Geißler: Welchen Einfluß haben Massenmedien. a. a. O., S. 98.
- 7 vgl. ebenda, S. 92.
- 8 vgl. ebenda.

- 9 vgl. zu diesem Komplex Horst Pöttker: Gutgläubigkeit. Zum Objektivitäts-Image des Mediums Fernsehen. In: *medium*, 17. Jg. 1987 / Heft 3, S. 55–60.
- 10 vgl. Franz Dröge / Rainer Weißenborn / Henning Haft: Wirkungen der Massenkommunikation. Frankfurt/Main ²1973, S. 104ff.
- 11 Das Wort „politisch“ verwende ich in diesem Aufsatz traditionell; es meint die Herrschaftsinstitutionen und das darauf bezogene Handeln.
- 12 Zum Problem dieser Übersetzungs-Aufgabe der Massenmedien in einer äußerst komplexen Gesellschaft vgl. Horst Pöttker: Was erwartet der Leser von der Zeitung? In: Walter Dirks (Hrsg.): Überlegungen zum Selbstverständnis journalistischer Arbeit. München 1984, S. 32–46.
- 13 vgl. Marie-Luise Kiefer: Massenkommunikation 1964–1980. Trendanalyse zur Mediennutzung und Medienbewertung. In: *Media Perspektiven*, Jg. 1981 / Heft 4, S. 261–286, hier S. 271 und S. 278. Erst Mitte der 80er Jahre hat das Fernsehen seine Spitzenposition beim Publikum als Mittler politischer Information an den Hörfunk abgegeben. Vgl. Marie-Luise Kiefer: Massenkommunikation 1964–1985. Trendanalyse zur Mediennutzung und Medienbewertung. In: *Media Perspektiven*, Jg. 1987 / Heft 3, S. 137–148, hier S. 141: »Die Fähigkeit des Bildermediums, politisches Desinteresse zu überwinden, hat nachgelassen.« Das gilt insbesondere für die jüngeren Altersgruppen. »Allerdings läßt die 1985 sehr stark zurückgegangene Bindung an das politische Informationsangebot des Hörfunks gerade der Radiohörer am Stichtag Zweifel aufkommen, ob insbesondere die hohe Nachrichtenreichweite des Mediums sehr viel mehr widerspiegelt als den zeitlich extensiven Gebrauch des Mediums.«
- 14 Peter Reichel definiert politische Kultur zusammenfassend als »die Verteilung von pol[itischen] Kenntnissen, pol[itischen] Wertüberzeugungen, pol[itischen] Einstellungen und pol[itischen] Verhaltensweisen innerhalb der Bevölkerung einer Ges[ellschaft] zu einem bestimmten Zeitpunkt«; vgl. Peter Reichel: Politische Kultur. In: Martin Greiffenhagen / Sylvia Greiffenhagen / Rainer Prätorius (Hrsg.): a. a. O., S. 319–328, hier S. 322.
- 15 vgl. Elisabeth Noelle-Neumann: Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut. München 1980, S. 227–248.
- 16 vgl. Gabriel Almond / Sidney Verba: *The Civic Culture. Political Attitudes in Five Nations*. New York 1963.
- 17 Helmut Klages: Unbeabsichtigte Folgen staatlicher Selbstdarstellung als gesellschaftliches Stabilitätsrisiko. In: Helmut Klages: *Überlasteter Staat – verdrossene Bürger? Zu den Dissonanzen der Wohlfahrtsgesellschaft*. Frankfurt/Main 1981, S. 38–54, hier S. 42.
- 18 ebenda, S. 44f.
- 19 Daten nach fernmündlicher Auskunft des Statistischen Bundesamtes in Wiesbaden vom 2. 12. 1987.
- 20 »Badische Zeitung« vom 27. 1. 1987.
- 21 vgl. z. B. Wolfgang Donsbach: Aus eigenem Recht: Legitimitätsbewußtsein und Legitimitätsgründe von Journalisten. In: Hans Mathias Kepplinger (Hrsg.): *Angepaßte Außenseiter*. Freiburg/Brsg. 1979, S. 29–48.
- 22 Helmut Klages: a. a. O., S. 53.
- 23 ebenda.
- 24 ebenda, S. 39.
- 25 Heribert Schatz / Klaus Adamczewski / Klaus Lange / Ferdinand Nüssen: *Fernsehen und Demokratie. Eine Inhaltsanalyse der Fernsehnachrichtensendungen von ARD und ZDF vom Frühjahr 1977*. Opladen 1981, S. 102.
- 26 vgl. Viktor van Gemmeren: *Wahlkampf und Fernsehen. Zur Beziehung CDU/CSU – ZDF*. Magisterarbeit am Institut für Soziologie der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg/Brsg. (unv. Manuskript), S. 56f.
- 27 Helmut Klages: a. a. O., S. 49.
- 28 ebenda, S. 53.
- 29 vgl. Will Teichert: In Ritualen erstarrt? Polemische Anmerkungen zur Politik im Fernsehen. Referat anlässlich der VI. Tutzingener Medientage, 30. März – 1. April 1987 (unv. Manuskript), S. 2f.
- 30 ebenda, S. 11.
- 31 So wurde Anfang Dezember 1987 auf Veranlassung des bayerischen Ministerpräsidenten Strauß der designierte ZDF-Chefredakteur Klaus Bresser als Moderator einer politischen Fernsehdiskussion durch den Intendanten ausgetauscht; in derselben Woche erhielt Bundeskanzler Kohl auf eigene Veranlassung zum ersten Mal die Gelegenheit, in der ARD-»Tagesschau« ein von der Redaktion nicht bearbeitetes und verantwortetes Statement abzugeben, wobei die Bundesflagge Schwarz/Rot/Gold neben ihm auf dem Tisch aufgestellt war. Gegenstand dieses Statements war nicht etwa eine besondere Situation in der Bundesrepublik Deutschland, die eine schnelle und ernstzunehmende Handlungsanweisung an die Bevölkerung erforderlich gemacht hätte, sondern die Unterzeichnung des Abrüstungsvertrages über Mittelstreckenraketen zwischen der UdSSR und den Vereinigten Staaten von Amerika. Offenbar wollte die Bonner Regierung an diesem großen Erfolg der beiden Weltmächte wenigstens symbolisch partizipieren.
- 32 Will Teichert: a. a. O., S. 19.
- 33 ebenda, S. 20.
- 34 ebenda.
- 35 vgl. Viktor van Gemmeren / Horst Pöttker / Andrea Schuler: *Fernsehnachrichten und Bundestagswahl 1980. Zur weiteren Klärung der Steuerungsthese*. In: *Communications*, 13. Jg. 1987 / Heft 3, S. 31–45, hier S. 35.
- 36 Werner Holly / Peter Kühn / Ulrich Püschel: *Politische Fernsehdiskussionen. Zur medien-spezifischen Inszenierung von Propaganda als Diskussion*. Tübingen 1986, S. 200.
- 37 Will Teichert: a. a. O., S. 22.
- 38 Walter Ruhland: *Fernsehmagazine und Parteien. Die Darstellung der Parteien in den innenpolitischen Magazinen des deutschen Fernsehens im Bundestagswahljahr 1976*. Berlin 1979.
- 39 *Cum grano salis* dürfte auch 1988 noch gelten: »Report« (München) und »ZDF-Magazin« sympathisieren mit den heutigen Regierungsparteien, vor allem mit der CDU/CSU, »Monitor« und »Panorama« mit den heutigen Oppositionsparteien, vor allem mit der SPD.

- 40 vgl. Walter Ruhland: a. a. O., S. 296–307.
- 41 vgl. dazu ausführlicher: Horst Pöttker: Das Fernsehen und die Krise der Parteien. Inhaltsanalysen als Beiträge zur politischen Soziologie. In: *Publizistik*, 30. Jg. 1985 / Heft 2–3, S. 330–345.
- 42 Der Hörfunk scheint von den Parteien für weniger wichtig gehalten zu werden und deshalb ihrem Druck weniger ausgesetzt zu sein. Vgl. Michael Heiks: Politik im Magazin. Empirische Analyse zur Entstehung und Darstellung politischer Realität am Beispiel der WDR-Hörfunksendung *„Das Morgenmagazin“*. Frankfurt/Main 1982, sowie meine Rezension dieses Buches in: *Publizistik*, 32. Jg. 1987 / Heft 3, S. 394ff.
- 43 vgl. zahlreiche mündliche und schriftliche Äußerungen der Bundesgeschäftsführer und Wahlkampfmanager Peter Radunski (CDU) und Peter Glotz (SPD). Der kleine, aber nicht ganz unwichtige Unterschied zwischen ihren Äußerungen besteht darin, daß Peter Glotz nach dem Eingeständnis, seine Partei übe Druck auf den Rundfunk aus, meistens noch den Wunsch hinzugefügt hat, die Journalisten möchten diesem Druck widerstehen.
- 44 Kürzlich z. B. wieder Wolfgang Donsbach: Journalismusforschung in der Bundesrepublik: Offene Fragen trotz *„Forschungsboom“*. In: Jürgen Wilke (Hrsg.): *Zwischenbilanz der Journalistenausbildung*. München 1987, S. 105–142.
- 45 Wenn angelsächsische Journalisten sich weniger häufig explizit zu diesen Aufgaben bekennen als deutsche, hat das vermutlich nicht zuletzt mit kulturellen Unterschieden zu tun. Die *„essentials“* der Demokratie haben in der politischen Kultur dieser Länder seit über zweihundert Jahren Wurzeln geschlagen und sind zur selbstverständlich gelebten Realität geworden, während sie in Deutschland, das ohne erfolgreiche bürgerlich-demokratische Revolution geblieben ist, vor allem als *„normative Theorie“* existieren, an der gemessen die politische Praxis einen eklatanten Nachholbedarf zeigt. Im übrigen gibt es kulturelle Unterschiede, die schon an den Begriffen hängen, die dem Ausdruck *„objektiv“* jeweils zugeordnet werden. Die Deutschen haben mit Objektivitätsansprüchen in ihrer Geschichte durchgehend schlechte Erfahrungen gemacht, die schlechteste mit jenem totalen, den die nationalsozialistische Ideologie erhoben hat. In der angelsächsischen Tradition ist stärker bewußt, daß Objektivität nie als Substanz, sondern immer nur als suchende Annäherung zu verwirklichen ist.
- 46 vgl. dazu Theodor Geiger: *Aufgaben und Stellung der Intelligenz in der Gesellschaft*. Stuttgart 1949, S. 39–80.
- 47 vgl. dazu Horst Pöttker: *Was erwartet der Leser von der Zeitung?*, a. a. O.
- 48 Um die Bundestagswahl von 1980 beschäftigte sich etwa ein halbes Prozent der Nachrichten des deutschen Fernsehens mit Umweltfragen (vgl. Viktor van Gemmeren u. a.: a. a. O., S. 36); sechs Jahre später, vor der Wahl im Januar 1987, waren es nach einer eigenen Erhebung bereits 7,5 Prozent. Diese sprunghafte Zunahme der Umweltberichterstattung kann man kaum allein auf die ökologischen Gefahren selbst zurückführen, die 1980 bereits deutlich erkennbar waren und von namhaften Fachleuten benannt wurden. Auffällig ist, daß *„Die Grünen“* in dieser Zeit in die Parlamente eingezogen sind und die *„alten“* Bundestagsparteien sich seitdem der ökologischen Thematik verstärkt annehmen. Die Zunahme der Umweltberichterstattung gerade in diesem Zeitraum entspricht somit durchaus der These, daß die Parteien die Medienberichterstattung steuern.

Publizistik

Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung

Zeitschrift für die Wissenschaft von Presse · Rundfunk · Film · Rhetorik ·
Öffentlichkeitsarbeit · Werbung · Meinungsbildung

Herausgegeben von

WILMONT HAACKE · WOLFGANG R. LANGENBUCHER ·
FRANZ RONNEBERGER · ULRICH SAXER

in Verbindung mit

DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR PUBLIZISTIK- UND KOMMUNIKATIONS-
WISSENSCHAFT

ÖSTERREICHISCHE GESELLSCHAFT FÜR PUBLIZISTIK- UND
KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

SCHWEIZERISCHE GESELLSCHAFT FÜR KOMMUNIKATIONS- UND
MEDIENWISSENSCHAFT

Redaktion: WALTER J. SCHÜTZ

Verlag: Universitätsverlag Konstanz GmbH

PUBLIZISTIK 33. Jahrgang 1988 · Heft 2-3 · April-September 1988

Inhalt

SOZIALISATION DURCH MASSEN MEDIEN

Zu diesem Heft. Vorbemerkungen des Herausgebers (*Ulrich
Saxer*) 195

Ulrich Saxer, Zürich

Zur Sozialisationsperspektive in der Publizistik-/
Kommunikationswissenschaft 197

EPISTEMOLOGIE, THEORIENBILDUNG, METHODOLOGIE

Dieter Baacke / Uwe Sander / Ralf Vollbrecht, Bielefeld

Sozialökologische Jugendforschung und Medien. Rahmen-
konzept, Perspektiven, erste Ergebnisse 223

<i>Jan-Uwe Rogge, Bargteheide</i> Gefühl, Verunsicherung und sinnliche Erfahrung. Zur Aneignung von populären Medien im Prozeß der Zivilisa- tion	243
<i>Marie-Luise Kiefer, Frankfurt</i> Freizeitsozialisation und Fernsehen	264
<i>Peter Vitouch, Wien</i> Der Einfluß von Sozialisations- und Lebensbedingungen auf das Mediennutzungsverhalten	277
<i>Michael Charlton / Klaus Neumann, Freiburg</i> Mediensozialisation im Kontext. Der Beitrag des Kontex- tualismus und der Strukturanalyse für die Medienforschung .	297

SOZIALISATIONSANGEBOTE

<i>Kurt Luger, Wien</i> Aufwachsen nach 1945. Mediensozialisation der österrei- chischen Nachkriegsjugend	316
<i>Józef Mądry, Kattowitz</i> Potentielle Sozialisationskraft der heutigen polnischen Lo- kalpresse	337
<i>Els de Bens, Brüssel</i> Der Einfluß eines großen ausländischen Programmangebo- tes auf die Sehgewohnheiten. Belgische Erfahrungen mit einer dichten Verkabelung	352
<i>Joachim Drengberg / Holger Rust, Hamburg</i> Mittelfristige Konsequenzen der zunehmenden Diversifizie- rung des Hörfunkmarktes. Empirische Einzelbefunde im Licht der Sozialisationsperspektive	366
<i>Ludwig J. Issing / Martina Wichmann, Berlin</i> Bildschirmtext – ein Spielfeld für Kinder?	387

SOZIALISATIONSINSTANZEN UND -KONTEXTE

<i>Franz Ronneberger, Nürnberg</i> Sozialisation der Journalisten-Elite	395
--	-----