

Michael Chrapa

**Mediennutzung und Problembewusstsein
der Bevölkerung
in modernisierten Gesellschaften.
Chancen und Erschwernisse
für linke Politikansätze**

Berlin, November 2000

Manuskripte 10/2000

Michael Chrapa

Mediennutzung und Problembewusstsein der Bevölkerung
in modernisierten Gesellschaften.

Chancen und Erschwernisse für linke Politikansätze

Projekt "Analysen zur politischen Meinungsbildung"

Juni/August 2000

ISBN 3-320-02965-7

Inhalt

1. Problemaufriss	2
2. Öffentlichkeit, Kommunikation und Medien in modernisierten Gesellschaften	5
3. Wahrnehmung sozialer Probleme und Meinungsbildung	27
4. Politische Einstellungen im Wandel	34
5. Meinungsbildung und linke Politikansätze	41
6. Ausblick	50
Anhang:	
Ausgewählte Tabellen	51
Literatur	55
Autor	56

1. Problemaufriss

Die Untersuchung „geistiger Phänomene“ im Rahmen gegenwärtiger Gesellschaftsentwicklung stellt eine sehr komplizierte, aber gleichzeitig politisch immens wichtige Aufgabe dar. Das Hauptanliegen dieser Arbeit, deren zeitlicher Analyserahmen die 1990er Jahre und der Übergang ins neue Jahrzehnt ist, besteht vor allem darin, ausgewählte geistige Prozesse, insbesondere die der Wahrnehmung und Verarbeitung politisch-sozialer Probleme im Bewusstsein großer Menschengruppen, zu beleuchten. Dies soll im Zusammenhang mit den Wirkungen moderner Massenmedien erfolgen und dazu anregen, Orientierungen zu formulieren, die einen kritischen, selbstbestimmten Umgang mit Informationen bei der politischen Meinungsbildung befördern.

Eine so komplexe Thematik macht die Verknüpfung verschiedener Theorie-Linien erforderlich, wobei politische Theorien mit denen moderner Kommunikationswissenschaft und Sozialpsychologie ineinander greifen. Ferner bedarf es des genaueren Blicks auf gesellschaftliche Rahmenbedingungen für geistige Vorgänge. In dieser Hinsicht war das zurückliegende Jahrzehnt in Deutschland reich an deutlichen Veränderungen, die folgendermaßen skizziert werden können:

- *Wirtschaftliche Umbrüche*: Im Zuge der Globalisierung Konzentration von Großunternehmen und Ausweitung der Finanzmärkte mit neuen Regulationsmechanismen, verbunden mit der Herausbildung eines „Aktienkapitalismus“ (Klein u.a. 2000);
- *Technologisch-mediale Veränderungen*: Dynamisierung der Medienwelt und der Informationsvermittlung sowie -verarbeitung auf der Basis solcher technischen Innovationen wie extrem leistungsfähige Rechenbausteine, Satellitensysteme, Breitbandkabel, Digitaltechnik und globale Netzwerke, was insgesamt zu breitem TV-, Telefon-, PC- und Internet-Zugriff führt (Bühl 1997, Holtz-Bacha u.a. 1998);
- *Soziale Wandlungsprozesse*: Wachstum des gesellschaftlichen Reichtums, verknüpft mit der Tendenz zur Spaltung der Gesellschaft bei Vermehrung von Unsicherheit und Wechselhaftigkeit in den Lebensverhältnisse für große Bevölkerungsteile; Entstehung neuer sozialer Großgruppen (z.B. im Bereich der „Informations-Arbeiter“) und verschobener Grenzziehungen in der Gesellschaft (Hradil 1999, Glotz 1999, Beck 2000);
- *Veränderungen des „Politischen“*: Notwendige Neubestimmung der „Reichweite“ und Gestaltungsfähigkeit von Politik bei anwachsender Problematisierung des Verhältnisses der Bürger zur Politik und einer Dynamisierung des Wahlverhaltens (Beck 1998);
- *Fortbestehen und Ausformung einer innergesellschaftlichen deutschen Ost-West-Differenz*: Strukturell-institutionelle Einheit bei Fortexistenz von zwei Teilgesellschaften mit großer Widersprüchlichkeit auf bestimmten Gebieten und beachtlichen mental-kulturellen Differenzen der Bevölkerungen (Gensicke 1998).

Im Ganzen betrachtet, zeichnet sich das Bild einer Gesellschaft ab, die vor einem Auf- und Umbruch steht. Noch ist nicht genau abzusehen, wer zu den „Gewinnern“ und wer zu den „Verlierern“ künftiger Veränderungen zählen wird. All dies vollzieht sich vor dem Hintergrund de facto ungelöster gravierender sozialer und ökologischer „Großprobleme“, die verschiedenartige Armutformen, Naturzerstörung, Gefährdungen durch Klima und Krankheiten, die Folgen der Unterentwicklung des Südens, weiterhin nachweisbare Benachteiligung von Frauen, aber auch das Anwachsen von Gewalt, bis hin zu kriegerischen Auseinandersetzungen, betreffen.

Betrachtet man gegenwärtig die Mehrzahl der zugänglichen praktisch-politischen Analysen, Positionsbestimmungen und Strategieüberlegungen, so fällt auf, dass Aussagen zu „Bewusstseinsphänomenen“, zum Denken und Fühlen großer Menschengruppen, in Hinsicht auf politische Probleme relativ dünn gesät sind. Im Kontext linker Ansätze wäre sogar von beachtlichen Defiziten zu sprechen. Das Wissen darüber, wie und warum verschiedene

Personengruppen zu unterschiedlichen Meinungen kommen, scheint lückenhaft und wird nicht selten durch recht naive „Vorannahmen“ ersetzt. Eine solche Situation ist jedoch höchst problematisch: Der ungenügende Kenntnisstand über tatsächliche Denkweisen und zu den Mechanismen der Urteilsbildung verführt leicht dazu, „über die Köpfe der Menschen hinweg“ zu reden. Ebenso sind „Unterstellungen“ möglich, die sich auf die Meinungen und auf die mentale Befindlichkeit anderer beziehen. Solche Vorurteile beinhalten u.a. die extreme Position, die meisten Menschen seien doch eine „manipulierte gleichgültige Masse“, oder auch die eher naive Ansicht, linke Ideen würden „wie selbstverständlich“ aufgenommen. In ähnlicher Weise gehen die Meinungen zu den modernen Massenmedien auseinander. Für die einen sind es ausschließlich „Herrschaftsinstrumente“, die über Wahrheitsverdrehung und Trivialunterhaltung agieren, für andere stellen sie eher „notwendige Übel“ dar und nur für bestimmte Akteure verkörpern Medien nutzbare Gestaltungsfelder.

In einem solchen Spannungsbogen der Positionen ist die vorliegende Arbeit mehreren aktuellen Schwerpunkten gewidmet und soll einige begründete Antworten zu folgenden Fragen erbringen:

Politische Öffentlichkeit

Wie entwickelt sich „Öffentlichkeit“ im Kontext moderner Gesellschaften? Welche Formen von Öffentlichkeit existieren gegenwärtig? Worin bestehen wichtige Merkmale von öffentlicher Kommunikation in ausdifferenzierten Gesellschaften?

Massenmedien und Medieneffekte

Wie entwickeln sich gegenwärtig die „Massenmedien“ und welche „Medieneffekte“ sind nachweisbar? Was kann über die Mediennutzung in den alten und neuen Bundesländern ausgesagt werden? Auf welche Weise erfolgt Politikvermittlung über die Medien?

Medien und Politik

Wie beeinflussen die Medien-Effekte das politische Interesse und die politische Urteilsfähigkeit der Menschen? Kann von „Manipulation“ durch Medien gesprochen werden?

Soziale Probleme

Was sind „soziale Probleme“? In welcher Form wird die Wahrnehmung sozialer Probleme im Kontext von medienvermittelter Politik realisiert? Was bedeuten in diesem Zusammenhang Alltagserfahrungen?

„Problembewusstsein“ als neues Konstrukt

Lassen sich „Muster“ bei der Wahrnehmung von Problemlagen nachweisen? Welche Erkenntnisse und Anregungen kann das Konstrukt „Problembewusstsein“ vermitteln?

Veränderte Einstellungen und Meinungsbildung

Wie haben sich politische Grundeinstellungen in den 1990er Jahren entwickelt? Worin zeigen sich übergreifende Thematiken? Sind weiterführende Trends ablesbar?

Praktische Ansätze

Was ergibt sich aus den Analysen zur politischen Meinungsbildung für linke Politikansätze? Worin bestehen mögliche Missverständnisse und Fehldeutungen? Welche innovativen Herangehensweisen können vorgeschlagen werden?

Bei derart angelegten Analyse fällt erschwerend ins Gewicht, dass der Untersuchungsgegenstand eine überaus hohe Komplexität aufweist. Geistige Prozesse sind sowohl von ihrem Gegenstand als auch von ihren „Mechanismen“ her außerordentlich vielgestaltig. Eine notwendige Eingrenzung der behandelten Thematik beinhaltet deshalb folgende Aspekte:

Betrachtet werden vor allem Phänomene des „Massenbewusstseins“, hier in der Hauptsache verbreitete Meinungen und Einstellungen von großen Menschengruppen. Dabei bilden empirisch zugängliche – „messbare“ – Aussagen zu ausgewählten politischen Themen den Schwerpunkt. Es ist kaum bzw. oder nur in Ansätzen möglich, den Verlauf politischer Urteilsbildung auf der individuellen Ebene, gleichsam im Einzelfall, zu beleuchten. Als „Einflussvariablen“ auf die Formierung politischer Einstellungen bzw. Meinungen werden zum einen Faktoren der Politikvermittlung über die Massenmedien, zum anderen Elemente der Alltagserfahrung, des „Alltagsbewusstseins“, betrachtet.

2. Öffentlichkeit, Kommunikation und Medien in modernisierten Gesellschaften

Einleitend soll hier zunächst auf einige Faktoren eingegangen werden, die in besonderer Wechselwirkung mit den Aktivitäten der politischen Meinungsbildung stehen. Diese Faktoren verkörpern zum einen objektive Prozesse bzw. Gegebenheiten, zum anderen bilden sie übergreifende Muster für die Wahrnehmung und Bewertung der Umwelt. Betrachtet man die 1990er Jahre, dann fallen vor allem folgende Aspekte ins Gewicht:

„Hyperkomplexität“ der Gesellschaft

Die Ausdifferenzierung und die Bildung funktionaler Teilsysteme ist ein charakteristisches Merkmal moderner Gesellschaften. Wie die Realität zeigt, wirken Entwicklungsprozesse, die eine solche Tendenz befördern, nahezu ungebrochen weiter (Klein u.a. 2000: 17-60). Ob im wirtschaftlichen, im politischen oder im kulturellen Bereich – der einzelne Mensch ist in seiner konkreten gesellschaftlichen Wahrnehmung stets mit „Ausschnitten“ und Teilsystemen eines großen komplexen Ganzen konfrontiert. Die Gesellschaft in ihrer Gesamtheit zu denken und sie zu beurteilen erfordert somit beachtliche kognitive Anstrengungen.

„Entgrenzung“

Mit dieser Metapher werden zugleich mehrere Sachverhalte umrissen. Zum einen lassen sich damit die wirtschaftlichen, informationsvermittelnden und medialen Prozesse beschreiben, die in globalen Dimensionen verlaufen und bisherige „Grenzen“, d.h. vor allem die Fixierung auf nationalstaatliche Sozialräume, gleichsam nach Belieben überschreiten. All dies führt zu einer Ausweitung des Erfahrungshorizontes, der in der Geschichte wohl nicht seinesgleichen hat. Zum anderen steht der Begriff für die sozialen Veränderungsprozesse auch der inneren Struktur von Gesellschaften, in denen die Grenzsetzungen bisheriger Zustände (Arbeitsformen, Sozialsysteme, soziokulturelle Milieus, Lebensräume u.a.) häufig im Übergang begriffen sind. R. Sennet charakterisiert diese tendenzielle „Aufhebung“ raum-zeitlicher Zusammenhänge mit dem Begriff des Fehlens einer „gemeinsamen Erzählung“ im Leben vieler Menschen (Sennett 2000: 203). Das „Entgrenzungs-Syndrom“ betrifft faktisch alle Gesellschaftsmitglieder in irgendeiner Form und wird in unterschiedlicher Weise reflektiert.

„Beschleunigung“

Ebenso wie der „soziale Raum“ haben sich die „soziale Zeit“ und die in ihr wirkenden „Geschwindigkeiten“ in beachtlichem Maße verändert. Grundlage dafür bilden die dynamisierten Wirtschaftsprozesse, die Kombination und Rekombination wissenschaftlicher Erkenntnisse und die Beschleunigung von Informationsübertragungen. Auch wenn mit dem Bild einer „explodierenden Informationsgesellschaft“ zahlreiche Übertreibungen verknüpft sind, ist der Gesamttrend zweifellos existent (Bühl 1997).

In Verbindung damit lässt sich durchaus auch von höheren Geschwindigkeiten sozialer Prozesse sprechen, die ihrerseits weit in das Alltagsleben vieler Menschen hineinwirken bzw. durch „beschleunigtes Alltagshandeln“ getragen werden. Die so benannten Vorgänge bilden für einige Autoren sogar die Grundlage einer neuen Gesellschaftscharakteristik, wobei die persönliche Positionierung zum wirtschaftlich-sozialen Entwicklungstempo als Klassifizierungsmerkmal der Zugehörigkeit von Großgruppen angesehen wird (Glötz 1999).

„Risiko- und Möglichkeits-Gesellschaft“

Mit dem Begriff der „Risiko-Gesellschaft“ hatte U. Beck in den 1980er Jahren vor allem die Wirkungskomplexität gesellschaftlicher Entwicklungsprozesse, die tendenzielle Auflösung traditioneller Bindungssysteme und die mehrdeutige „Freisetzung“ der Individuen umschrieben (Beck 1986). Trotz aller kritischen Einwände gegen diesen Ansatz können viele seiner Thesen durch die Realität eher als bestätigt denn als widerlegt gelten (Hradil 1999). Die

gegenwärtigen Entwicklungen tragen – trotz aller „im Hintergrund wirkenden Großrisiken“ (soziale und ökologische Bedrohungen, Kriegsgefahr) – eher das Signum eines „Aufbruchs“. Vor allem auf der Basis von technologischen Durchbrüchen und in Verbindung mit hochleistungsfähigen, sich ständig erneuernden Informationstechniken sowie im Zeichen des modernen „Aktienkapitalismus“ entsteht, zumindest in der Wahrnehmung vieler Akteure, ein „Reich neuer Möglichkeiten“. An der Jahrtausendwende ist für diese „Möglichkeiten-Gesellschaft“ charakteristisch, dass eine genaue „Chancen-Risiko-Bilanz“ im Ungefähren verbleibt. Gerade diese Unschärfe macht einen großen Teil der Faszination der heutigen Gesellschaftstrends aus und verhilft ihnen zur Akzeptanz bei breiten Bevölkerungsteilen.

Neue Tendenzen bei Individualität und Subjektivität

Die bereits skizzierten Tendenzen lassen erkennen, dass gewachsene Komplexität und Vielschichtigkeit der Umweltfaktoren neue Anforderungen an das Individuum stellen. Dies betrifft zunächst die faktische Notwendigkeit, besondere Orientierungs- und Bewertungsleistungen zu erbringen sowie entsprechende Kompetenzen zu entwickeln, um sich im sozialen Raum erfolgreich zurecht finden zu können. Als empirischer Beleg für diese Entwicklungsrichtung können einige Resultate der modernen Jugendforschung gelten. Die Gesamtergebnisse der beiden letzten Shell-Studien (Shell 1997, 2000) unterstreichen, dass nach dominierenden „Verunsicherungsempfindungen“ in der Mitte der 1990er Jahre aktuell eine Wende zum „Orientierungspragmatismus“ stattgefunden hat. Im Zentrum jugendlicher Einstellungen stehen nunmehr Werte und Optionen, die zum einen klar zugänglich sind (Familienbindung) und zum anderen „Sicherheit“ bei der Lebensgestaltung versprechen (Beruf). Die aktuelle Shell-Analyse zeigt auf, dass der Rekurs auf pragmatische Ressourcen vor allem in der Größe „Individuelle Zukunftskompetenz“ besteht, die einen hohen Erklärungswert für viele andere Einstellungen besitzt. Diese Kompetenz bildet faktisch einen neu entstandenen Wert, der gleichsam in der zweiten Hälfte der 1990er Jahre entstanden ist (Shell 2000: 23-156).

Eine Tendenz zur Individualisierung und erhöhter Subjektivität wird auch auf anderen Feldern deutlich, wobei selbstverständlich der Einfluss äußerer Faktoren zum Tragen kommt. Wirtschaftliche Anforderungen werden unter dem Markenzeichen der „Eigenverantwortung“ und des „Selbstunternehmertums“ vertreten; Freizeitindustrie und Medienöffentlichkeit vermitteln in geradezu zwanghafter Weise die Werte von individuellem „Spaß“, „Genuss“ und „Glück“ im Kontext breitester Wahlmöglichkeiten (Schulze 2000, Müller-Schneider 2000). Insgesamt entsteht somit beachtlicher „Entscheidungsdruck“ für das Individuum, der wiederum den Zwang befördert, im Rückgriff auf persönliche Ressourcen Einschätzungen zu treffen und Verhaltensoptionen zu wählen. Hierin kommt auf besondere Weise auch das zum Ausdruck, was R. Sennet mit der Tendenz der „Tyrannei von Intimität“ bezeichnete (Sennet 1999).

Der Begriff der „politischen Meinungsbildung“ ist zwangsläufig mit der Kategorie „Öffentlichkeit“ verknüpft. Unter Öffentlichkeit kann – verkürzt ausgedrückt – jedes Kommunikationsforum verstanden werden, gleichsam jeder „Markplatz“, auf dem sich verschiedene Akteure oder Akteursgruppen begegnen (Faulstich 1999: 70). Damit soll bereits auf die Vielgestaltigkeit von Öffentlichkeit hingewiesen werden, die für die Betrachtung politischer Funktionen eine besondere Rolle spielt. Das durch kommunikativen Zusammenschluss gebildete besondere „Sozialsystem“ stellt ein Konstrukt dar, es ist im Vergleich zu anderen zumeist sehr beweglich, gleichsam „flüchtig“ und „oszillierend“ (Westerbarkey 1999: 150). Als Regulativ in den unterschiedlichen Formen von Öffentlichkeit – systemtheoretisch gesehen: als „Code“ – wirkt die Ressource „Aufmerksamkeit“ (Franck 1998).

Öffentlichkeit, darunter auch politische Öffentlichkeit, hat eine lange Geschichte, die in die der attischen Kulturen, des Mittelalters, der Reformation, des Absolutismus und der verschiedenen Abschnitte moderner Gesellschaften zu unterteilen wäre (Faulstich 1999).

Gerhards und Neidhart vertreten ein Dreiebenenmodell von Öffentlichkeit, das sowohl heuristische als auch historische Aspekte einschließt. Sie unterschieden die Dimensionen „Encounters“ (mit geringer Strukturierung, hoher Zufälligkeit, niedriger Reichweite, z.B. Arbeitsplatz, Kneipen, Klubs, Märkte), „Öffentlichen Veranstaltungen“ (mit Themensetzung und -strukturierung, z.B. Versammlungen, Proteste) und „Massenmedienkommunikation“ (mit hoher Differenzierung und Spezialisierung – Gerhards/Neidhart 1991). Zur genaueren Systematisierung können unter aktuellem Bezug folgende Typen von Öffentlichkeit benannt werden (Faulstich 1999: 70-72)

- *Personale Öffentlichkeit*,
in Form von verschiedenartigen face-to-face-Begegnungen;
- *Situative Binnen-Öffentlichkeit*,
in Kleingruppen unterschiedlicher Prägung (Stammtisch, Sportverein, Disco u.a.);
- *Arbeits-Öffentlichkeit*,
Sphären der Arbeitswelt und der Geschäftsbeziehungen;
- *Institutionalisierte Gruppen-Öffentlichkeit*,
Branchengemeinschaften, die Kirche, „scientific communities“ u.ä.;
- *Habitualisierte Freizeit-Öffentlichkeit*,
verschiedene Formen von Special-interest-Konsumbereichen, (z.B. literarische Öffentlichkeiten oder Rockkultur);
- *Publizistische Öffentlichkeit*,
hier vor allem als „Medienöffentlichkeit“;
- *Kulturelle Öffentlichkeit*,
im Kontext verschiedener „Kulturkreise“ (des „Westens“, „Ostens“ usw.);
- *Welt-Öffentlichkeit*,
diese schließlich geschaffen durch globale Kommunikation in Form verschiedener Netzwerke.

Festzuhalten wäre, dass jede Art von Öffentlichkeit, bedingt durch die Wahl der Themen und die Verhaltensweisen der Akteure, über eine spezifische Logik verfügt, die auch jeweils konkret zu analysieren und zu bewerten ist. Betrachtet man die historische Entwicklung der Kategorie „Öffentlichkeit“ im Ganzen, so werden vor allem zwei Momente deutlich. Zum einen steht die „Entfaltung“ von Öffentlichkeit, wie zahlreiche Autoren hervorheben, im engen Kontext zur Modernisierung von Gesellschaften (u.a. Habermas 1988). Die Entstehung weiterer sozialer Felder zur Meinungsäußerung und zum Austausch begleiten – symbolisch und real – die Herausbildung demokratischer Gesellschaftsstrukturen. Zum anderen muss gerade in den letzten Jahrzehnten von neuen Relationen zwischen den oben skizzierten Öffentlichkeitsebenen gesprochen werden. Etwas vereinfacht gesagt, haben vor allem die Bereiche der Medienöffentlichkeit und die der globalen Vernetzungen eine ungeheure Dynamik entwickelt und verkörpern eine außerordentlich hohes Einflusspotenzial. Damit entsteht das Problem, inwieweit Inhalt und Mechanismen dieser Felder in andere Bereiche hineinwirken bzw. die dort existierenden Logiken überlagern.

Bei der Betrachtung politischer Kommunikationsformen in der Öffentlichkeit gegenwärtiger Gesellschaften unterstreichen moderne kommunikationstheoretische Ansätze den komplexen Charakter der dort ablaufenden Prozesse und die aktive Rolle der Rezipienten. Frühere Modelle, die jedoch im Alltagsdenken noch stark verbreitet sind, beinhalteten eher die Vorstellung eines mehr oder weniger eindimensionalen Flusses von Informationen zwischen „Sendern“ und „Empfängern“. Demgegenüber stehen Ansichten, die ein neueres Paradigma des Kommunikationsvorganges zum Ausdruck bringen, dass sich in folgenden Thesen verdeutlichen lässt (vgl. Schulz 1997):

- *Vorhandensein von Interpretations- und Konstruktionsprozessen*

Hierunter ist zu verstehen, dass eintreffende Mitteilungen nicht allein auf dem bloßen Informationstransfer beruhen, sondern das Ergebnis individueller Bedeutungsverleihung („Konstruktion“) sind. Dies betrifft auch die Vorgänge von Selektion innerhalb des Nachrichtenstromes. Hinzu kommt, dass „Annahmen“ über die Rolle der verschiedenen Akteure im Kommunikationsprozess eigenständig ins Gewicht fallen. Mit einem solchen „transaktionalen Modell“ lassen sich beispielsweise die Phänomene der „Schweigespirale“ (Noelle-Neumann 1980) oder der „Third-Person-Effects“ logisch erklären: Durch die Beobachtung anderer Akteure und durch Einschätzungen zu „Fremdmeinungen“ wird die eigene Position mit beeinflusst.

- *Wirken kognitiver Schemata*

Hierbei wird zu Grunde gelegt, dass Informationsaufnahme und -verarbeitung beim Rezipienten der Steuerung durch gegebene Deutungsmuster („kognitiven Schemata“) unterliegt. Dies fällt gerade bei der Konfrontation mit einem Überschuss an vielfältigen und komplexen Informationen ins Gewicht (Winterhoff-Spurk 1999: 47ff.).

- *Eigenständige Botschaft des Mediums*

Aus aktueller Sicht bestätigt sich die McLuhan'sche Aussage „*Das Medium ist die Botschaft*“ (McLuhan 1968) in der Weise, dass die Mehrzahl der Rezipienten den spezifischen Codes und Darstellungsformen eines Mediums differente und separate Bedeutungen zumessen. Zu belegen wäre dies durch empirische Fakten über die (angenommene) unterschiedliche „Glaubwürdigkeit“ verschiedener Medien oder anhand der (oft unhinterfragten) Faszination, die neue Medien (z.B. das Internet) ausüben.

Den Massenmedien wird im Alltagsbewusstsein nicht selten eine geradezu magische Rolle zugeschrieben. Politische Meinungsbildung gänzlich ohne den Einfluss dieser Institution erscheint kaum vorstellbar. In pointiert-provokativer Form drückt N. Luhmann dies in dem Satz aus: „*Was wir über unsere Gesellschaft, ja, über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien*“ (Luhmann 1996: 9).

Charakteristisch für den Prozess der „Massenkommunikation“ und die darin eingebundenen Medien sind die Faktoren der Vermittlung (indirekt, über technische Hilfsmittel), der Mehrstufigkeit (über verschiedene Instanzen der „Informationsproduktion“), des Formalen (in Unterschied zur face-to-face-Kommunikation), der relativen Eingleisigkeit, des weiten und dispersen Rezipientenkreises sowie der breiten Verfügbarkeit (natürlich in Abhängigkeit von technischen Hilfsmitteln). Massenmedien wirken zunächst als technische Informationskanäle, sie stellen gleichzeitig komplexe soziale Systeme dar, die gesellschaftlich institutionalisiert sind und die – gleichsam ununterbrochen „in die Gesellschaft hinein produzieren“. Diese Produktion ist im Unterschied zu etlichen anderen Sozialsystemen an eine hohe Flexibilität gebunden. Zugespielt formuliert: Die Massenmedien müssen immer wieder aufs Neue „geistige Unikate mit kurzer Halbwertszeit“ hervorbringen, die um die Ressource „Aufmerksamkeit“ konkurrieren.

Im weiteren soll vor allem auf die Massenmedien eingegangen werden, deren Einfluss auf die politische Meinungsbildung als gesichert gelten kann (Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk, TV, Internet). Zahlreiche empirische Analysen haben bis zur Mitte der 1990er Jahre folgende allgemeine Wirkungstrends ermittelt (Kaase 1998: 38-41):

- Massenmedien haben eine hohe alltägliche Präsenz. Mit TV und Hörfunk werden täglich jeweils über 80 Prozent der deutschen Bevölkerung genutzt. Nur ein kleiner Anteil von ca. 2 bis 3 Prozent verbleibt außerhalb dieses Einflusses.
- Auf hohem Niveau der Nutzung kann von einer tendenziellen Zunahme des TV-Konsums gesprochen werden. Dabei existiert ein faktisches Gleichgewicht zwischen dem Einfluss öffentlich-rechtlicher und privater Sender (jeweils ca. 40 Prozent). Letztere finden zunehmend bei jüngeren Personen starken Zuspruch.
- Der Hörfunk in seiner Spezifik als „begleitendes Hintergrundmedium“ erreicht weiterhin – trotz einiger Untergangsprognosen – viele Menschen. Auch hier sind beachtliche Zuwendungen im Jugendbereich nachweisbar.
- Tageszeitungen, die im Ganzen stark genutzt werden, verlieren sichtbar an Einfluss bei Jüngeren. Dies betrifft vor allem die Gruppen der heute bis 25jährigen Personen.
- Die empirisch zugänglichen Aussagen über die „Glaubwürdigkeit“ von Medien zeigen gewisse Rückgänge bei Hörfunk und TV, was jedoch gerade den Fernsehkonsum keineswegs einschränkt. Tageszeitungen dagegen erhalten insgesamt einen tendenziell leicht ansteigenden Vertrauensbonus.
- Neue Medien, vor allem das Internet, sind in den letzten fünf Jahren im stetigen Vormarsch begriffen. Dies betrifft wiederum in hohem Maße die junge Generation (Täglicher Zugriff bis zu 30 Prozent – siehe Anhang Tabelle V).

Für das Jahr 1998 lässt sich anhand weiterer Erhebungsdaten folgende Fakten aufzeigen:

Tabelle 1: TV- und Hörfunkkonsum pro Tag (1998)

(Angaben in Prozent)

Fernsehgesamtdauer (in Minuten pro Tag)	West	Ost
Unter 60	4,7	1,5
60 bis 179	51,9	37,3
180 bis 359	36,5	52,8
360 bis 539	3,4	4,8
Über 540	0,5	1,4
Keine TV-Nutzung	2,8	2,3
Hörfunkgesamtdauer (in Minuten pro Tag)	West	Ost
Unter 60	11,8	7,5
60 bis 179	41,9	44,7
180 bis 359	27,9	30,5
360 bis 539	8,0	10,9
Über 540	3,4	2,3
Keine Radio-Nutzung	7,0	4,1

(Quelle: ALLBUS 1998, eigene Berechnungen)

Tabelle 2: Nutzung von Tages- und Wochenzeitungen (1998)

(Angaben in Prozent)

Häufigkeit des Lesens von Tageszeitungen pro Woche	West	Ost
Nie	7,4	5,8

Seltener	2,7	4,3
An einem Tag	3,2	2,8
An 2 oder 3 Tagen	7,2	6,6
An 4 oder 5 Tagen	9,4	7,8
An 6 Tagen	31,3	36,8
An allen 7 Tagen	38,8	35,8
Anzahl gelesener Wochenzeitungen		
Keine	31,2	39,5
1	25,5	24,3
2	21,0	21,6
3	11,8	10,7
4 und mehr	10,4	3,9

(Quelle: ALLBUS 1998, eigene Berechnungen)

Die Daten über die Nutzung der „großen“ Medien belegen zum einen ihren gewichtigen Einfluss und machen zum anderen auffallende Ost-West-Unterschiede deutlich. In den neuen Bundesländern ist eine stärkere TV- und Hörfunkorientierung und eine gewisse Distanz zum Medium „Zeitung“ nachweisbar.

Aussagen zur thematischen Ausrichtung der Konsumenten zeigen folgendes Bild, das wiederum beachtliche Differenzen sichtbar macht:

Tabelle 3: Interessenausrichtung bei TV-Sendungen (1998)

(Angaben in Prozent)

Fernsehinteresse	West		Ost	
	Sehr stark/stark	Wenig /Nicht	Sehr stark/stark	Wenig /Nicht
Shows, Quiz	31,4	36,5	30,7	30,6
Sport	35,8	38,9	36,2	36,3
Spielfilme	58,0	10,0	56,8	7,7
Nachrichten	79,3	3,5	74,5	6,3
Politische Magazine	36,5	33,6	31,4	36,2
Kunst und Kultur	21,4	53,3	18,0	53,7
Heimatfilme	27,7	55,1	28,6	51,7
Krimis	43,3	26,2	39,5	25,1
Actionfilme	26,7	51,5	27,7	49,2
Unterhaltungsserien	35,8	35,4	40,9	27,1

(Quelle: ALLBUS 1998, eigene Berechnungen)

Innerhalb der einzelnen Genres (bis auf Nachrichten) existieren sowohl gewichtige Gruppen der „Interessierten“ als auch recht umfangreiche Blöcke von „Desinteressierten“.

In ähnlicher Weise werden Interessendifferenz und Ost-West-Unterschiede der Leserschaften bei der Nutzung von Zeitungen deutlich. Das Ost-Publikum wirkt gegenüber Gelesenem im allgemeinen zurückhaltender; ein überdurchschnittlicher Konsum fällt allein beim Genre „Lokales“ ins Auge (Siehe Tabelle 4):

Tabelle 4: Interessenausrichtung bei der Zeitungsnutzung (1998)

(Angaben in Prozent)

Interesse an ...	West		Ost	
	Sehr stark/stark	Wenig /Nicht	Sehr stark/stark	Wenig /Nicht
Politik	41,8	22,5	35,7	23,1
Wirtschaft	35,0	30,0	33,7	25,7
Kultur	24,5	41,6	19,5	39,3
Sport	35,7	39,6	34,5	39,9
Lokalem	78,0	4,9	80,8	3,2
Ereignissen aus aller Welt	69,4	5,2	55,7	9,2
Werbung, Anzeigen	14,6	61,7	12,2	63,1

(Quelle: ALLBUS 1998, eigene Berechnungen)

Im weiteren soll der Frage nachgegangen werden, auf welchen Wegen sich mediale Politikvermittlung bewegt. Ein großer Einfluss dabei kommt den Zeitungen bzw. Zeitschriften verschiedener Ausrichtung zu. Geht man von einer Gesamtleserschaft von ca. 64 Mio Personen aus, so werden allein durch Tageszeitungen ca. 51 Mio Leser (80 Prozent) erreicht (Wilke 1998: 159). Im Überblick und unter Beachtung von Mehrfachnutzungen ließe sich einschätzen, dass von den Bürgerinnen und Bürger Deutschlands Ende der 1990er Jahre lesen:

- 71 Prozent regionale Abonnementszeitungen,
- 22 Prozent regionale Straßenverkaufszeitungen,
- 6 Prozent überregionale Abonnementszeitungen, dies vor allem im Kreis höher gebildeter Personen mit größerem Einfluss und in Führungspositionen.

Wochenzeitungen haben eine Reichweite von ca. 3 Prozent, politische Nachrichtenmagazine (wie Spiegel und Focus) finden einen Leserkreis, der zwischen 8 und 9 Prozent liegt.

Eine genauere Analyse dazu, welche Inhalte bevorzugt genutzt werden, macht im Zeitvergleich einen interessanten Trend deutlich. Trotz breiter Angebote sinkt in Tageszeitungen tendenziell die Zuwendung zu politischen Themen:

Tabelle 5: Gelesene Inhalte in Tageszeitungen im Zeitvergleich

(Bevölkerung ab 16 Jahre, Westdeutschland. Angaben in Prozent, gerundet)

Inhalte	Zeitraum				
	1955	1972	1981	1991	1997
Lokale Berichte aus dem Ort	72	80	82	78	81
Politische Berichte und Meldungen aus Deutschland	46	61	63	65	60
Politische Berichte und Meldungen aus dem Ausland	39	47	52	55	42

(Quelle: Wilke 1998: 160)

Diese Verschiebung könnte auch so interpretiert werden, dass der gewachsene Einfluss des Fernsehens – vor allem in Form der entstandenen Privatsender in den 1980er Jahren – veränderte Nutzungsgewohnheiten mit sich brachte. In der Ausrichtung der Programme zuschauerstarker Sender gab es in den letzten anderthalb Jahrzehnten allerdings sichtbare Verschiebungen der Angebote und damit verknüpft auch der Nutzungsgewohnheiten (Siehe Tabelle 6):

Tabelle 6: Programmstruktur der vier zuschauerstärksten Kanäle in der Gesamtsendezeit 1985 bis 1995

(Summe von ARD, ZDS, RTL, SAT.1, 6.00 bis 6.00 Uhr.

Sendedauer in Prozent und in Minuten pro Tag)

Sendungen	Zeitraum		
	1985	1990	1995
Information/Bildung	26,3	30,5	26,9
Fiction	33,1	40,7	37,7
Nonfictionale Unterhaltung	5,5	4,9	9,1
Sonstige Programmsparten	32,6	16,4	16,8
Werbung	2,5	7,6	9,4
Sendedauer (in Minuten)	2,890	4.444	5.481

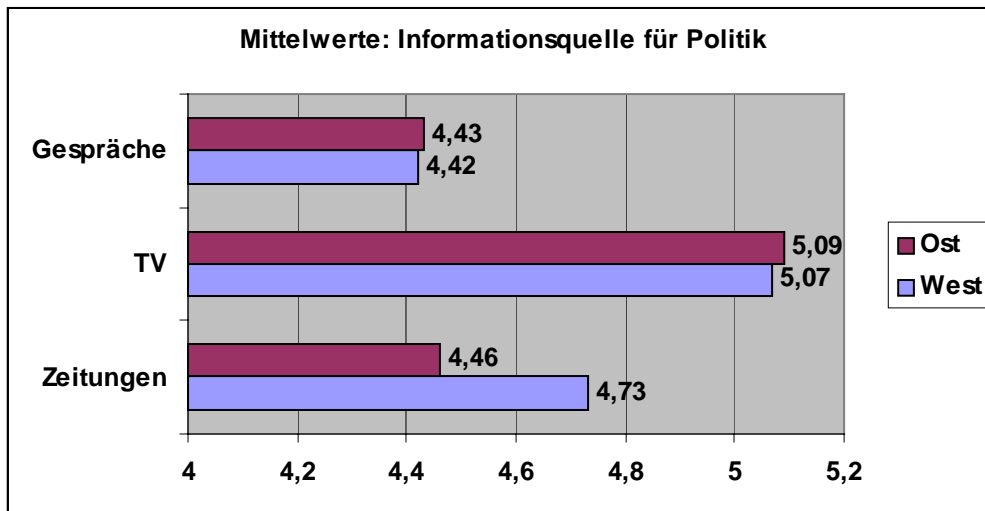
(Quelle: Marchinkowski 1998: 170)

Ins Auge fällt hier zunächst die deutliche Zunahme an „Ausstrahlungsmenge“. Das Fernsehen entwickelte sich unvermindert als „mächtiges“ Medium weiter. In den 1990er Jahren sank der Anteil von Informations- und Bildungssendungen, der von Unterhaltung und Werbung stieg spürbar an. Die Tendenz der „Unterhaltungs-Gesellschaft“ trat zu Tage.

Genauere Aussagen zur politischen Meinungsbildung sind in diesem Zusammenhang dann möglich, wenn auch die individuelle Hinwendung der Menschen zu Politik in den Medien in Betracht gezogen wird. Befragt nach wichtigen Informationsquellen vertreten Personen in den alten und neuen Bundesländern 1998 folgende Positionen:

Übersicht 1: Bedeutsamkeit von Informationsquellen für Politik

(Mittelwerte auf 7stufiger Skala, 1 = Überhaupt nicht, 7 = Sehr stark)



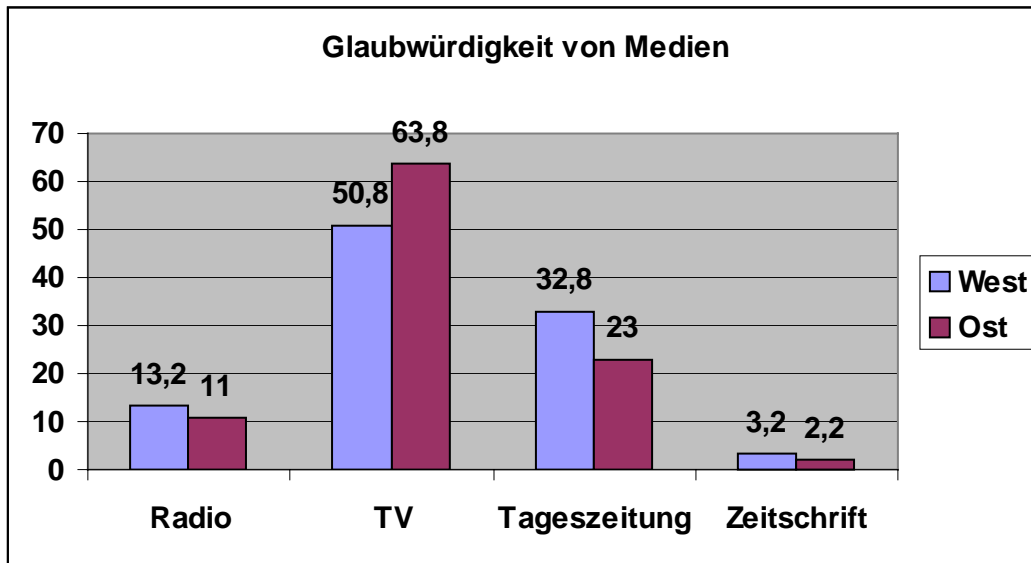
(Quelle: ALLBUS 1998, eigene Berechnungen)

Auch in den 1990er Jahren behält das Medium Fernsehen seinen Spitzenplatz bei der Beschaffung von Informationen. Die Bürgerinnen und Bürger in Ostdeutschland bleiben – wie oben bereits angedeutet – gegenüber Zeitungen reserviert. Für sie stellen „Gespräche“ eine fast ebenso wichtige Informationsquelle dar.

In ähnlicher Weise drücken sich Tendenzen aus, welche die subjektiv wahrgenommene „Glaubwürdigkeit“ von Medien betreffen. Insbesondere im Osten rangiert das Fernsehen weiterhin unangefochten an erster Stelle (Siehe Übersicht 2):

Übersicht 2: Glaubwürdigkeit von Medien

(Alternative Antwort auf die Frage: „Welches Medium ist für Sie am ehesten glaubwürdig?“ Angaben in Prozent)



(Quelle: ALLBUS 1998, eigene Berechnungen)

Weitere Tendenzen des Medieneinflusses können dann erfasst werden, wenn man davon ausgeht, dass das Nutzungsverhalten der Rezipienten bestimmte Regelmäßigkeiten aufweist. Dieser u.a. mit dem Begriff der „Fragmentierung des Publikums“ skizzierte Sachverhalt schließt die Existenz verschiedener „Nutzertypen“ mit mehr oder weniger charakteristischen Mediengewohnheiten ein. Aktuelle Forschungsergebnisse verweisen in Bezug auf das Fernsehverhalten auf folgende Entwicklungslinie:

Tabelle 7: TV-Nutzung nach Nutzertypen

(Pro durchschnittlicher Wochentag – Montag bis Sonntag, Angaben in Prozent, gerundet)

	Alte BL 1885	Alte BL 1995	Neue BL 1995	BRD gesamt 1995
Personen ohne TV-Konsum	4	2	1	2
Personen mit TV-Konsum	96	98	99	98
Davon:				
Informationsorientierte Nutzer	41	32	23	31
Unterhaltungsorientierte Nutzer	31	39	50	41
Mischnutzer	24	27	26	26

(Quelle: Marchinkowski 1998: 177)

Bei gegebenem großen Einfluss des Fernsehens sinkt der Anteil der überwiegend informationsorientierten Nutzer. Die Orientierung auf Unterhaltung drückt sich auch im gewachsenen Prozentsatz derer aus, die dieses Medium vorrangig zur Zerstreuung konsumieren. Die Eindeutigkeit dieser Tendenz wird auch dadurch belegt, dass der Anteil der „Mischnutzer“ nahezu konstant geblieben ist.

Für tiefere Untersuchungen wurden faktoranalytisch weitere Typen gebildet. Sie verkörpern die folgenden Einstellungen bzw. Verhaltensweisen:

- Typ „*In Medien an Politik Interessierte/Desinteressierte*“: Mit hoher bzw. geringer Zuwendung zu politischen Beiträgen in TV und Zeitungen;
- Typ „*Stark an Unterhaltung Interessierte*“: Mit großer Zuwendung zu Unterhaltungsbeiträgen, im TV „Unterhaltungssendungen“, „Heimatfilme“
- Typ „*Vielseher*“: Mit einem TV-Konsum von mindestens 240 Minuten am Tag;
- Typ „*Vielleser*“: Mit täglicher Zeitungsnutzung und der Hinwendung zu mindestens zwei Wochenzeitungen/Magazinen.

Die folgende Darstellung belegt anhand der Daten zu den „Nutzertypen“ mehrere charakteristische Tendenzen:

Tabelle 8: Nutzung von Informationsquellen und Glaubwürdigkeit von Medien im Vergleich verschiedener Nutzer-Typen

(Angaben in Prozent. Bei „Informationsquelle für Politik“: Wert = 6+7 auf 7stufiger Skala)

	Bevorzugte Informationsquelle für Politik:			Medium ist am ehesten glaubwürdig:			
	TV	Zeitungen	Gespräche	TV	Tageszeitung	Zeitschrift	Radio
Gesamtpopulation Deutschland 1998	48,1	35,7	29,4	54,9	29,7	2,9	12,5
West	47,2	38,0	28,8	50,8	32,8	3,2	13,2
Ost	50,0	30,5	30,6	63,2	23,0	2,2	11,0
Typ: „In Medien an Politik Interessierte“ – gesamt	63,0	65,9	46,6	45,8	39,8	5,1	9,3
West	60,1	68,0	45,0	41,0	43,7	6,1	9,2
Ost	71,7	59,6	51,5	60,4	28,1	2,1	9,4
Typ: „In Medien an Politik Desinteressierte“ – gesamt	24,9	12,0	19,6	68,1	18,4	1,6	11,9
West	25,2	12,5	19,8	62,7	18,2	2,7	16,4
Ost	24,4	11,4	19,2	76,0	18,7	0,1	5,3
Typ: Stark an Unterhaltung Interessierte gesamt	54,0	32,7	27,8	64,3	24,1	1,3	10,3
West	55,5	34,6	27,8	62,3	25,6	1,5	10,6
Ost	51,4	29,3	27,7	68,1	21,1	0,8	10,0
Typ: „Vielseher TV“ – gesamt	50,9	30,5	26,7	64,7	23,8	2,3	9,3
West	48,2	31,0	25,8	61,2	25,8	2,4	10,6
Ost	54,8	29,7	28,0	69,5	21,0	2,1	7,4
Typ: „Vielleser“ – gesamt	51,7	48,2	35,8	46,8	35,7	4,1	13,6
West	51,0	48,5	36,2	44,3	37,8	4,3	13,8
Ost	53,7	47,1	34,6	54,4	28,7	3,7	13,2

(Quelle: ALLBUS 1998, eigene Berechnungen)

Die „*Politisch Interessierten*“ nutzen die Medien recht breit, sind aber am stärksten den Zeitungen zugewandt. Verglichen mit der Durchschnittsbevölkerung besitzen in ihren Augen TV und Hörfunk eine geringere Glaubwürdigkeit. Personen mit geringer politischer Interessiertheit bleiben erwartungsgemäß der Politik gegenüber zurückhaltend; dies betrifft sowohl den Medienkontakt als auch Interaktionen. Wenn überhaupt, sind sie am ehesten über

persönliche Gespräche erreichbar. Auffallend ist aber, dass diese Rezipienten gerade dem TV eine sehr hohe Glaubwürdigkeit bescheinigen.

Für die „*Unterhaltungsorientierten*“ stellt eindeutig das Fernsehen das wichtigste Bezugsmedium dar, was mit einem großen Glaubwürdigkeitsverständnis einher geht. Die Personen mit hohem TV-Konsum („*Vielseher*“) nutzen diese Medium nur knapp überdurchschnittlich für politische Informationsgewinnung, vertrauen ihm aber mehr als anderen. Ein interessantes Verhalten legen die „*Vielleser*“ an den Tag: Sie nutzen alle Formen der genannten Medien überdurchschnittlich (also auch TV und Gespräche), und sie halten neben Tageszeitungen und Zeitschriften ebenso den Hörfunk für recht glaubwürdig.

Die Betrachtung des Ost-West-Unterschiedes verweist wiederum auf die stärkere TV-Orientierung im Osten und auf die dort anzutreffenden zurückhaltenden Positionen gegenüber Zeitungen. Bei den Typen weisen vor allem die „*Politisch Interessierten*“ die größten Unterschiedlichkeiten zwischen alten und neuen Bundesländern auf. Der „Spitzenwert“ einer Glaubwürdigkeitsbekundung für das Fernsehen ist bei den „*Politisch Desinteressierten*“ in Ostdeutschland zu finden.

Verallgemeinernd lässt sich festhalten:

(1) Die konkreten Möglichkeiten für politische Meinungsbildung werden in nicht geringem Maße durch innere Einstellungen beeinflusst. Diese wirken vor allem über die individuelle „Wahl“ von Medien, die für die Informationsgewinnung herangezogen werden. Aktuelle Studien zum Medienverhalten bestätigen die hier vorgelegten Befunde, dass vor allem das „politische Interesse“ einen starken selektiven Einfluss ausübt (Schulz 1997).

(2) Das Fernsehen dominiert zunehmend das politische „Angebot“. Innerhalb des TV-Spektrums ist die Tendenz zu anwachsender „Unterhaltung“ unverkennbar. Dies ist nicht nur hinsichtlich verbreiteter Sendungen zu erkennen, sondern beeinflusst auch die Nutzerstruktur des Publikums. Andere Öffentlichkeitsformen (Gespräche bei verschiedenen Gelegenheiten) behalten neben der großen Rolle der „publizistischen Öffentlichkeit“ („Medienöffentlichkeit“) dennoch ein bestimmtes Gewicht für die politische Meinungsbildung.

(3) Ost-West-Unterschiede des Medienverhaltens sind als Zeichen einer weiterhin differentiellen Lebenskultur zweier Teilgesellschaften in beachtlichem Maße ausgeprägt. Im Osten existiert die übergreifende Orientierung auf das Fernsehen als eine Art „Leitmedium“, hinter dem die Zuwendungen zu Zeitungen und Zeitschriften deutlich zurück bleiben.

Politische Meinungsbildung vollzieht sich somit im Kontext verschiedener Öffentlichkeiten, unter denen die Medienöffentlichkeit in mehreren Varianten eine besondere Rolle spielt. Dabei unterscheidet sich die mediale Öffentlichkeitsebene von der „Präsenzöffentlichkeit“ („Encounters“, „Versammlungen“ u.ä.) vor allem durch drei wesentliche Merkmale:

Zum einen beinhaltet die Medienöffentlichkeit eine klare Rollenverteilung, die auf der Trennung von „Akteuren“ und „Publikum“ beruht. Erstere bilden in sich ein Geflecht verschiedenster Rollen (nach inneren Strukturen der Medien), während die Publikums-personen als Rezipienten bei den großen Medien nur über eine geringe Möglichkeit der Rückkopplung und Einflussnahme verfügen.

Zweitens agiert das Publikum – im Unterschied von der Präsenzöffentlichkeit – weitgehend isoliert voneinander.

Drittens schließlich konstruieren die Handlungen der Medienöffentlichkeit einen scheinbar unbegrenzten „kommunikativen Raum“, der weder geographisch-örtlich noch zeitlich begrenzt ist. Moderne Speichertechniken tragen dazu bei, dass ein riesiger Informationsfundus zur Verfügung steht, aus dem – quasi nach Belieben – Weltausschnitte vorgeführt werden können.

Das Verhältnis von Massenmedien auf die Meinungsbildung und das Verhalten von Menschen unterliegt mitunter – z.B. im Kontext der Diskussion über Gewalt im Fernsehen – grob vereinfachenden Urteilen. Dabei wird zumeist postuliert, dass (fast ausschließlich) der Einfluss der Medien in gleichsam monokausal-geradliniger Weise ein bestimmtes Denken und Handeln hervorbrächte. Eine solche Annahme ist jedoch recht naiv und wirklichkeitsfremd, weil dabei sowohl die Komplexitäten der inneren Dispositionen der Menschen als auch die ihrer lebensweltlichen Außenbezüge und von Situationen unberücksichtigt bleiben. Soweit die „Medienwirkungen“ der empirischen Überprüfung zugänglich sind, können sie als Resultante von drei großen Faktoren beschrieben werden (Eisenstein 1994: 158-159):

- a) Massenmediale Kommunikationsangebote;
- b) interne Elemente (persönliche Präferenzen, Einstellungen, Erfahrungen, Erwartungen);
- c) externe Elemente (Kommunikationssituation, Medienverfügbarkeit, Einbindung in das soziale Gefüge, Gesellschaftsnormen).

Es versteht sich von selbst, dass diese Faktoren untereinander in Wechselwirkung stehen und vom Effekt her nur selten klar zu trennen sind. Dennoch kann von einem großen und aller Wahrscheinlichkeit wachsenden Einfluss der Massenmedien (und ihrer „Botschaften“) gesprochen werden, der nicht allein auf die überbordende Menge verbreiteter Informationen zurückzuführen wäre. Aktuelle Ergebnisse der kritischen Medienforschung belegen dies vor allem anhand des Zusammenwirkens der „Agenda-setting-Effekte“ und der Steuerungsfunktionen, die durch die „Nachrichtenfaktoren“/„Nachrichtenstruktur“ ausgeübt werden (vgl. Schulz 1997, Kepplinger 1998).

Bei der Agenda-setting-Theorie geht man davon aus, dass die (großen) Massenmedien bestimmen, welche Themen öffentliche Aufmerksamkeit erhalten und welche Priorität ihnen jeweils zugeschrieben wird. Die konkrete individuelle Bewertung dieser Themen („Deutung“ – siehe unten) erfolgt dann in Wechselwirkung mit den genannten internen und externen Faktoren.

Trotz zahlreicher kritischer Einwände kann die Agenda-setting-Theorie im Ganzen als empirisch bestätigt gelten. Eine weiterführende Brisanz erhält dieser Ansatz jedoch vor allem dann, wenn die Erkenntnisse der „Nachrichtenswert“-Forschungen hinzu gezogen werden. Die dem zugrunde liegenden theoretischen Annahmen implizieren, dass „Ereignisse“ erst über ihre Verwandlung in strukturierte „Nachrichten“ zur Wirkung kommen, wobei letztere bestimmte Merkmale aufweisen müssen, damit sich ihnen „Wert“ zuschreiben lässt.

Die wichtigsten Nachrichtenfaktoren sind in der Tabelle 9 dargestellt. Umfangreiche Untersuchungen, darunter die Studie „Massenkommunikation V“ (1995), belegen, dass Ereignisse (nur) dann stabil wahrgenommen (und einer relevanten Bewertung unterzogen) werden, wenn sie mit einer gewissen Häufigkeit in den Medien erscheinen und wenn sie über einen hohen Nachrichtenswert verfügen, der sich aus verschiedenen Nachrichtenfaktoren zusammensetzen kann. Der Kommunikationsforscher W. Schulz führt dazu aus: „1. Der Nachrichtenswert von Ereignissen (im Fernsehen) bestimmt deren Wahrnehmung durch die Bevölkerung und daher unmittelbar auch die Wahrnehmung der Themen, die sich in den Ereignissen konkretisieren; 2. entscheidend für die Ereigniswahrnehmung ist die Häufigkeit der Berichterstattung“ (Schulz 1997: 162).

Resultate der Printmedienforschung haben diese Befunde erhärtet und auf eine weitere Funktion der Nachrichtenfaktoren hingewiesen. Sie besteht vor allem darin, dass die Faktoren als Selektions- und Konstruktionskriterium dienen können und sich insbesondere bei Personen mit geringem politischem Vorwissen auswirken (Eilders 1997).

Tabelle 9: Übersicht zu den Nachrichtenfaktoren

Faktor	Definition	Operationalisierung
	Der Nachrichtenwert eines Ereignisses ist umso größer, ...	
Status		
Elite-Nation	je mächtiger die beteiligte(n) Nation(en)	Ständige Mitglieder des Sicherheitsrates, große Industrieländer
Elite-Institution	je mächtiger die beteiligten Institution(en)/Organisation(en)	Großorganisationen, Parteien, Kirchen, Massenmedien, Großunternehmen
Elite-Person	je mächtiger, einflussreicher, prominenter die beteiligten Akteure	Führungskräfte, Prominente in Politik, Wirtschaft, Kultur
Valenz		
Aggression	je mehr offene Konflikte oder Gewalttaten vorkommen	Gewalttaten, Krieg, Terrorismus, physische oder psychische Bedrohungen
Kontroverse	je kontroverser das Ereignis/Thema	Streit, Protest, Demonstration, Streik
Werte	je stärker allgemein akzeptierte Werte oder Rechte bedroht sind	Bedrohung/Verletzung von Völkerrecht/Grundgesetz
Erfolg	je ausgeprägter der Erfolg oder Fortschritt	Positive Veränderung in Politik, Wirtschaft oder Kultur
Relevanz		
Tragweite	je größer die Tragweite des Ereignisses	Geschehen mit Relevanz und größeren Folgen für viele Menschen
Betroffenheit	je mehr das Ereignis persönliche Lebensumstände Einzelner berührt	Geschehen berührt mögliche Lebensumstände
Identifikation		
Nähe	je näher das Geschehen – geographisch, politisch, kulturell	Abstufung der Distanz zwischen Ereignisort und Erscheinen des Mediums
Ethnozentrismus	je stärker die Beteiligung von Angehörigen der eigenen Nation	Deutsche sind am Geschehen beteiligt oder davon betroffen
Emotionalisierung	je mehr gefühlsbetonte Aspekte das Geschehen hat	Positive oder negative Äußerungen der Beteiligten
Konsonanz		
Thematisierung	je stärker die Affinität zu den wichtigsten Themen der Zeit	Geschehen im Kontext bedeutender Themen, z.B. Umweltschutz
Stereotypie	je eindeutiger und überschaubarer der Ereignisablauf	Geschehen entspricht Routineereignis, z.B. Pressekonferenz, Staatsbesuch
Vorhersehbarkeit	je mehr das Ereignis vorherigen Erwartungen entspricht	Eintreten des Ereignisses
Dynamik		
Frequenz	je mehr der Ereignisablauf der Periodik der Medien entspricht	Reines Tagesereignis oder ausgeprägter Tagesbezug
Ungewissheit	je ungewisser, offener der Ereignisablauf	Ereignis verweist auf Zukunft, Folgen sind nicht absehbar
Überraschung	je überraschender das Ereignis eintritt oder verläuft	Eintreten des Ereignisses widerspricht Erwartungen

(Quelle: SCHULZ 1997)

Die hier besprochenen Zusammenhänge können schematisch folgendermaßen aufgezeigt werden (Siehe Übersicht 3):

Übersicht 3: Nachrichtenstruktur und Politikwahrnehmung¹

¹ Vgl. Schulz 1997: 164



Relativierend muss hier vermerkt werden, dass diese Abläufe selbstverständlich nicht streng linear oder isoliert von den bereits genannten internen und externen Faktoren zu finden sind. Als kritisches Problem für die politische Meinungsbildung gilt allerdings: Das skizzierte Schema der Politikvermittlung unterstreicht in mehrfachem Sinne die immens große „Definitionsmacht“ der Medien. Sowohl die Verfügung über die Häufigkeit der Berichterstattung als auch die Einwirkung über den mit den Nachrichtenfaktoren verbundenen Selektions- und Konstruktionsprozess geben den Medienakteuren gewichtige Möglichkeiten in die Hand, „Realität zu formen“.

Auswahl- und Konstruktionsvorgänge der medialen Vermittlung von Nachrichten können sich problematisierend auf die politische Meinungsbildung auswirken; sie sind jedoch in gewisser Hinsicht durch die „Technik“ der Informationsverarbeitung bedingt. Diese Prozesse lassen sich nicht gänzlich ausschließen, die Frage ist, in welcher Weise sie gestaltet werden. Aktuelle Analysen der Medienwelt verweisen allerdings auf mehrere kritische Trends, die inhaltlich-struktureller Natur sind und in den neuen Technologien lediglich ihre bessere Ausformung finden. Eine hier vertretene These, die durch vertiefende Untersuchungen zu erhärten wäre, lautet, dass ein weiteres Anwachsen der im folgenden genannten Faktoren (vor allem im Massenmedium Fernsehen) die politische Urteilskraft großer Bevölkerungsteile ernsthaft gefährden kann. Diese fundamentalkritisch anmutende Auffassung soll nicht nur anhand empirischer Tatsachen, sondern auch durch mehrere theoretische Argumente belegt werden. Im einzelnen wären folgende Faktoren zu nennen:

(1) *Zunehmende Unterhaltung und Emotionalisierung sowie in breitem Umfang verlaufendes Emotionsmanagement*

Es wurde bereits darauf eingegangen, dass der Unterhaltungsanteil von TV-Sendungen in den letzten Jahren stetig im Ansteigen begriffen ist. Mehr aber als der wachsende Prozentsatz „reiner“ Unterhaltungsbeiträge fällt die qualitative Durchdringung vieler Sendeelemente mit auf Unterhaltung zielender Wirkung ins Gewicht. Die Begriffe des „Infotainment“, „Docutainment“, „Confrontainment“ und „Edutainment“ umreißen die Breite neu entstandener Genres. Von den Medienforschern Bente und Fromm werden mehrere Sparten des sogenannten „Affektfernsehens“ – gekennzeichnet durch die Merkmale Personalisierung, (scheinbare) Authentizität, Intimisierung und Emotionalisierung – benannt, deren massive Präsenz durch einen beliebigen Blick in ein durchschnittliches TV-Wochenprogramm belegbar wäre (Winterhoff-Spurk 1999: 59):

- Affekt-Talks (mit inszenierten „Streitgesprächen“ bewusst „unprominenter“ Personen zu persönlichen und/oder intimen Problemen);
- Beziehungs-Shows (mit der Vorführung von Beziehungsanbahnungen, -abschlüssen oder von „Versöhnungen“);

- Suchsendungen (zum Wiederauffinden „vermisster“ Personen und der Darstellung von Wiedersehenserlebnissen);
- Konfro-Talks (oft stark emotionalisierte und von der Moderation her zugespitzte Streitgespräche prominenter Personen);
- Infotainment-Sendungen (als Mischung von Informations- und Unterhaltungselementen mit sorgfältiger moderativer Kommentierung);
- Reality-TV (mit der Inszenierung von Unglücksfällen, kriminellen oder in der Nähe von Kriminalität befindlichen Vorgängen, oft mit emotional gefärbten Interviews von Betroffenen/Beteiligten verknüpft).

Mit dieser Charakteristik soll keineswegs von vornherein negativ über unterhaltende Elemente im Rahmen von künstlerischer Darstellungen geurteilt werden. Nahezu kein Massenmedium könnte seine Funktion erfüllen, wenn es nicht in irgendeiner Weise „unterhält“. Die politisch-kritische Relevanz der benannten Fakten erscheint jedoch in einem besonderen Licht, wenn man folgende emotionstheoretische Überlegungen heranzieht:

Emotionen gehören zur menschlichen „Grundausstattung“; in Wechselwirkung mit Kognition und Verhalten sind sie im individuellen Dasein faktisch ununterbrochen präsent. Moderne Überlegungen zur Natur der Emotionen gehen davon aus, dass diese „subjektiv gefärbten Zustände“ weit mehr verkörpern als nur genetisch gesteuerte Reaktions- oder Erregungsmuster. Vor allem die kognitiv-handlungstheoretischen Modelle bescheinigen den Emotionen, dass sie sowohl Anpassungen des Individuum an die Umwelt „regulieren“ als auch auf ihre Weise Wertungen über äußere Situationen vermitteln („Appraisal-Theorien“). In dieser Hinsicht hat der Begriff der „emotionalen Intelligenz“ durchaus seine Berechtigung (vgl. Golemann 1995).

Emotionsgeladene Unterhaltung bedient wichtige Grundbedürfnisse, die vor allem in der Abwechslungspräferenz und im Neugierverhalten begründet liegen („Sensation-seeking-Theorie“). Beides ist im hohem Maße optisch gesteuert, so dass es dem Medium Fernsehen relativ leicht fällt, auf solche Bedürfnisse einzugehen. Dem entsprechen zahlreiche empirische Befunde zum TV-Konsum, die als Motive „Vertreiben von Langeweile“, „Stressabbau“ oder „spaßige Zerstreuung“ konstatieren.

Bei nahezu allen Unterhaltungsformen im TV müssen Affekte ausgelöst werden, um Wirkungen zu erzielen. In zahlreichen Genres – klar nachgewiesen bei bestimmten Spielfilmen (Dörner 1999a: 308ff.) – wird ein besonderer Realitätsmodus der Unterhaltungswelten geschaffen, die A. Schütz mit dem Begriff der „Als-ob-Welt“ umriss. Diese ist in ihrer Struktur wenig(er) komplex, vermittelt angenehme, gelockerte Atmosphären und überbringt leicht verständliche (positive) Botschaften („Feel-good-Faktor“). Die aktuelle Situation im Mediengeschäft zeigt, dass diese Form der Unterhaltung längst nicht mehr auf „rein künstlerische“ Produkte beschränkt bleibt, sondern auch vom Thema her mit Gegenständen operiert, die unmittelbar politischen Charakter tragen. Insofern ist es eben kein Zufall, wenn die Musik des Spielfilms „Air force One“, der als gutes Beispiel für die oben benannten Tendenzen gelten kann, den Rahmen für das Auftreten Gerhard Schröders während des Wahlparteitages der SPD 1998 in Leipzig bildete (Dörner 1999b).

Diese Überlegung ließe sich auch in folgender Hinsicht weiterführen: Wenn man davon ausgeht, dass die meisten Menschen mit einem Reiz- und Informationsüberschuss von komplexer und in sich widersprüchlicher Natur konfrontiert werden, dann sind zur Bewältigung dessen beachtliche kognitive Leistungen und Kompetenzen nötig. In einer solchen Situation liegt es für viele Personen nahe, „sich vom Gefühl leiten zu lassen“, d.h. auf emotionale Bewertungsschemata zurück zu greifen. *„Emotionale Bilder,“* betont H.-B. Brosius, *„haben das Potential, die Thematisierung eines Sachverhaltes und seine wahrgenommene Wichtigkeit zu beeinflussen. Emotionale Bilder geben dem berichteten Sachverhalt einen anderen thematischen Schwerpunkt und lassen ihn bedeutsamer*

erscheinen.“ (Brosius 1995: 314-315) Es besteht kein Grund anzunehmen, dass dieser Mechanismus auf politisch „neutrale“ Themen beschränkt bleibt.

Die emotionalisierte Unterhaltung entwickelt ihre eigene Dynamik und fördert die Bindung an bestimmte Medien und Genres. Auf diese Weise wäre das Phänomen der medial gestützten „Spaß-Gesellschaft“ zu erklären, das sich seit Mitte der 1990er Jahre bis in die Gegenwart ausbreitete. Funktional lässt sich dies als Kombination von Rückgriff auf einfache Emotionen („Spaß als jedem zugängliche Ressource“), Anreiz durch Grenzüberschreitung (Intimisierung und Sexualisierung in der Darstellung) und der Vermittlung einfacher, entlastender Deutungsmuster (Ironisierung u.ä.) erklären. Letzteres hat dabei durchaus eine politische Dimension: *„Wer alles ironisiert, hat nichts mehr zu verlieren, schon gar keinen angreifbaren, also verteidigungswerten Standpunkt. ... Alles ist möglich, wenn nichts möglich ist.“* (Mohr 2000: 115).

(2) *Neuartige Konstruktion von Vorgängen, Visualisierung, Personalisierung und Inszenierung von (politischen) Ereignissen*

Jede mediatisierte Kommunikation beruht auf Konstruktionsprozessen. Auf der Grundlage moderner Medientechnologie, vor allem der Übertragungs-, Digital- und Speichertechniken, entstehen hierfür jedoch Möglichkeiten, die weit über Bisheriges hinaus gehen. In relativ einfacher Weise können Ereignisse aus einem Mix von (bearbeiteter) „live-Darstellung“, Archiv-Material und geeigneter Kommentierung zu einem Ganzen geformt werden, das dem Anschein nach unbedingte Authentizität aufweist.

Insbesondere auf dem politischen Feld verstärkt sich der Trend, visualisierte Ereignisse in Szene zu setzen (Jarren 1998a: 87-88). Imhof und Eisenegger bemerken dazu: *„Event-Inszenierungen ... entsprechen den Selektions- und Darstellungslogiken der Medien im öffentlichen Raum. Event-Produktion wird damit zu einem zentralen Mittel im Kampf um Aufmerksamkeit, dem knappsten Gut moderner Gesellschaften. ... Dadurch unterliegt die politische Kommunikation einer verstärkten Skandalisierung, Emotionalisierung und Personalisierung.“* (Imhof/Eisenegger 1999: 195-196) Im Rahmen von Issue-Management wird die sogenannte Event-Produktion von speziellen Beobachtungs- und Evaluations-Schritten, dem Issue-Monitoring, begleitet.

Die benannten Tendenzen, insbesondere die personenbezogene Inszenierung von Auftritten und Ereignissen im Feld der „Leitmedien“ treten insbesondere in Wahlkämpfen hervor und sind für die Zeit vor den Bundestagswahlen 1998 gut belegt (Müller 1999).

(3) *„Verflechtung“ der Medien mit politischen Eliten und „Ökonomisierung“ der Mediensphäre*

Einige Autoren vertreten die These der Ausdifferenzierung der Medien vom politischem System und von ihrer Einbindung in wirtschaftliche Systeme (Imhof/Eisenegger 1999: 195). Bei ersterem wäre wohl besser von einer neuartigen „Symbiose“ zu sprechen, in der es – unter den Bedingungen harter Konkurrenz – zu „Tausch-Allianzen“ zwischen Politikern/innen bzw. politischen Eliten und Journalisten/innen kommt. Getauscht werden Informationen oder Quellenzugriffe und die Ressource „Publizität“, die sich durch journalistische Vermarktung selbstverstärkend vergrößern kann (Saxer 1998: 65).

Die Verknüpfung des Mediensystems mit der Wirtschaft wird vor allem anhand der weiterhin steigenden, sehr hohen Werbeumsätze (sowohl in den Print- als auch in den elektronischen Medien) sichtbar. Über die Ökonomie der Werbung vollzieht sich hier eine Art systemische Rückkopplung zum Publikum (Schetsche 1996: 112-119). Einen zweiten Faktor stellt die Konzentration der Großunternehmen im Medienbereich dar. Die Einflussmächtigkeit der Medienkonzerne wirkt weltweit und kollidiert zunehmend mit Versuchen von Medien- und Konzentrationskontrolle (Kleinsteuber/Thomass 1998).

Der Einfluss von Massenmedien auf die politische Meinungsbildung stellt – wie bereits erwähnt – ein komplexes System von Vorgängen dar, die durch die Rezipienten aktiv

mitgestaltet werden. Dies erfolgt sowohl durch die mehr oder weniger gerichtete Hinwendung zu verschiedenen Medien (Auswahl von Medienarten und Beiträgen, differente Aufmerksamkeit) als auch durch die eigenständige „Verarbeitung“ der medial verbreiteten Informationen. Konstruktionsprozesse sind demnach nicht nur bei der Gestaltung der „Botschaften“ (Selektion, Inszenierung u.a.) vorzufinden, sondern ebenso bei der Aufnahme der Nachrichten. Eine zentrale, hier vertretene These lautet, dass die tatsächliche Wirkung von massenmedialen Einflüssen auf das (politische) Denken vieler Menschen nur adäquat erfasst werden kann, wenn

- a) die Nachrichtenrezeption im Kontext von „Alltagsrationalitäten“ betrachtet,
- b) die dabei ablaufenden Mechanismen als Form von individuellen und kollektiven „Deutungen“ mit entsprechenden „Deutungsmustern“ angesehen und
- c) dies mit dem Wirken von „Mythen“ (konkret: „politischen Alltags-Mythen“) in Verbindung gebracht wird.

Zur Bekräftigung dieser drei Aspekte liegen bereits einige Untersuchungsergebnisse vor, die jedoch eher neben dem Mainstream medienwissenschaftlicher Forschung angesiedelt sind. Der konkrete Einfluss von Massenmedien auf die Herausbildung von Deutungsmustern ist bislang nur in Ansätzen erschlossen. Der letztgenannte Aspekt könnte dazu anregen, sich einer „Theorie der politischen Mythen in der Gegenwart“ zu widmen.

In einigen aktuellen sozialwissenschaftlichen Arbeiten wird genauer analysiert, wie die praktische Nachrichtenverarbeitung verläuft. Mehrere Autoren stellen fest, dass die Überfülle von Informationen in Text und Bild letztlich nur durch den Rückgriff auf bestimmte kognitive Schemata zu bewältigen ist, wobei diese Schemata – so H.-J. Brosius – eher dem Modell der „Alltagsrationalität“ als dem der „wissenschaftlichen Rationalität“ entsprechen (Brosius 1995, Schulz 1997). Die alltagsrationale Nachrichtenverarbeitung ist vor allem durch folgende Elemente charakterisiert:

- Heuristische und schemageleitete statt systematischer und vollständiger Aufnahme²,
- Relativ schnelle Urteilsbildung, dies auch bei Vernachlässigung (Vergessen) von Informationen, wenn das Urteil – oft schon im Moment der Rezeption – geformt ist,
- Besondere Auswahl von aufgenommenen Informationen, vor allem nach dem Kriterium der Auffälligkeit (hier nicht selten auch: des „Negativismus“),
- Spezielle Glaubwürdigkeitsbewertung von Informationen, in der Regel mit höherer Zuschreibung von Glaubwürdigkeit bei „Einzelfällen“ gegenüber wissenschaftlich-statistischen Angaben.

Die in der Geistesgeschichte verschiedenartig aufgegriffene Kategorie „Mythos“ soll hier unter einem besonderen Blickwinkel betrachtet werden, der auf die Aspekte der „Alltäglichkeit von Mythen“, auf ihre politische Wirkung und auf „Ausweitung“ der Mythen in Verbindung mit ihrer massenmedialen Verstärkung Bezug nimmt. Der französische Philosoph R. Barthes hebt in seinen bereits auf die 1950er Jahre zurückreichenden Arbeiten vor allem die Breite des Mythos-Begriffes hervor: *„Der Mythos ist eine Aussage. ... (Er) wird nicht durch das Objekt seiner Botschaft definiert, sondern durch die Art und Weise, wie er diese ausspricht. ... (Er gibt) den Dingen eine Klarheit, die nicht die der Erklärung ist,*

² H.-J. Brosius führt dazu aus: „Dadurch werden berichtete Sachverhalte in ihrer Komplexität reduziert und in bereits bestehende kognitive Strukturen eingepasst. Diese allgemeinen Prinzipien menschlicher Informationsverarbeitung bewirken, dass Informationen und Nachrichten nicht einfach gelernt und damit isomorph im Gedächtnis gespeichert werden. Statt dessen wählen Rezipienten Informationen aus, die sie behalten und ergänzen nicht-präsentierte Informationen, die in ihre Schemata passen.“ (Brosius 1995: 305)

sondern die der Feststellung.“ (Barthes 1992: 85ff.)³ Mythen können sich somit auf die unterschiedlichsten Sachverhalte beziehen. Im Zusammenhang mit dem sogenannten „Verbrecher-Mythos“ führt H. Hess aus: „*Ein Alltagsmythos bietet einen Komplex von ausgewählten Informationen und Attitüden in Bezug auf ein bestimmtes Phänomen an, suggeriert, dass dieses Phänomen so, wie es in der Aussage erscheint, auch in der Realität existiere, als etwas Natürliches, So-Seiendes. Der Mythos unterschlägt, dass seine Aussage und das in dieser enthaltene etwas sozial Gemachtes sind, und er unterschlägt auch die unterschwellige Zielsetzung dieser sozialen Konstruktion von Wirklichkeit.*“ (Hess 1986: 26)

Mythen können als Kombination von Bildlichem (und damit leicht Vorstellbarem) und Erzählerischem (mit einer bestimmten Bedeutungsverleihung) verstanden werden. Allein aus der Tatsache heraus, dass das Bildhafte eines Mythos zu seiner Konstruktion gehört, ist bereits eine aktuelle Verbindung zur Welt der modernen Massenmedien gegeben. Dabei sind – thematisch betrachtet – auch den politischen Mythen kaum Grenzen gesetzt, sie reichen von narrativen Deutungsmustern von Nachrichtensendungen (Beispiel: Kriege mit den Mythen von „Gut“, „Böse“, „Wir“, die „Anderen“, „Retterpersonen“ usf.) bis zu Unterhaltungssendungen verschiedenster Spielarten. Das Charakteristische an Mythen ist eben auch, dass man ihnen gegenüber emotional nicht neutral bleiben will oder kann. A. Dörner kommt anhand von Untersuchungen amerikanischer Spielfilme und den dabei repräsentierten Mythen zu dem Schluss: „*Mythen sakralisieren die politische Wirklichkeit. Gleichzeitig reduzieren sie radikal die Komplexität des Realen und somit auch das Spektrum von Handlungsmöglichkeiten. Durch die Zuordnung von Sinnhaftigkeit können mythische Erzählungen einen Status Quo legitimieren oder aber auch delegitimieren. ... Mythen als politische Erzählungen enthalten immer auch Identitätsmodelle. Damit verbunden sind Rollenmuster, Verhaltensregeln und Normalitäten der Lebensführung, an die man sich zu halten hat. ... Die Inszenierung von Mythen in den Massenmedien der Gegenwartsgesellschaft ist eines der wichtigsten Elemente politischen Emotionsmanagements.*“ (Dörner 1999a: 310, 326)

Unter diesen Aspekten betrachtet, ließe sich die Analyse aktueller Medienwirklichkeit dahingehend vertiefen, dass die gewachsene Bedeutung von Emotionsmanagement geradezu mit Notwendigkeit die Produktion von Mythen verlangt und dass dem auch entsprochen wird. Ein solcher Ansatz – obwohl empirisch bislang eher nur durch Beobachtungen erhärtet – würde wesentlich zur Erklärung verschiedener massenhaft verbreiteter Denk- und Verhaltensmuster beitragen. Als einige gegenwärtig weit verbreitete (politische) Mythen können gelten:

- Mythos: „*Markt*“ (in Sonderheit „*Finanzmarkt*“): Zuschreibung solcher Eigenschaften und Werte wie Stärke, Wachstum, Unüberwindlichkeit, Neuartigkeit von Herausforderungen und Möglichkeiten für viele usf.
- Mythos „*Reichtum*“ und „*Reichtumschancen*“: In enger Verbindung mit dem „*Markt*“ zum einen die (alte) Faszination von Reichtum, Überfluss, Wunscherfüllung usw., zum anderen das Bild der ergreifbaren individuellen Chancen, die prinzipiell jedem offen stünden.
- Mythos „*Technologie*“ in mehrfacher Hinsicht: Als Grundmuster, dass nahezu alle „*Probleme*“ (im Grunde gleich welcher Art) im Prinzip durch wissenschaftlich-technologische Innovation gelöst werden können, dies verknüpft mit dem Mythos „*Information*“/„*Wissen*“ und den „*magischen*“ Wirkungen von Informationstechnik (vgl. Briefs 2000).
- Mythos „*Spaß*“ und „*Glück*“: Ebenfalls an „*alte*“, tiefverwurzelte Bestrebungen anknüpfend die Vermittlung der Vorstellung, dass Euphorie leicht und willentlich

³ Roland Barthes stellt in seiner Analyse zum einen solche „alltäglichen“ Sachverhalte wie das Automodell „Citroen“, das Gesicht von Greta Garbo und das Beefsteak, zum anderen auch bestimmte ideologische Richtungen („Rechts“ und „Links“) als Mythos vor.

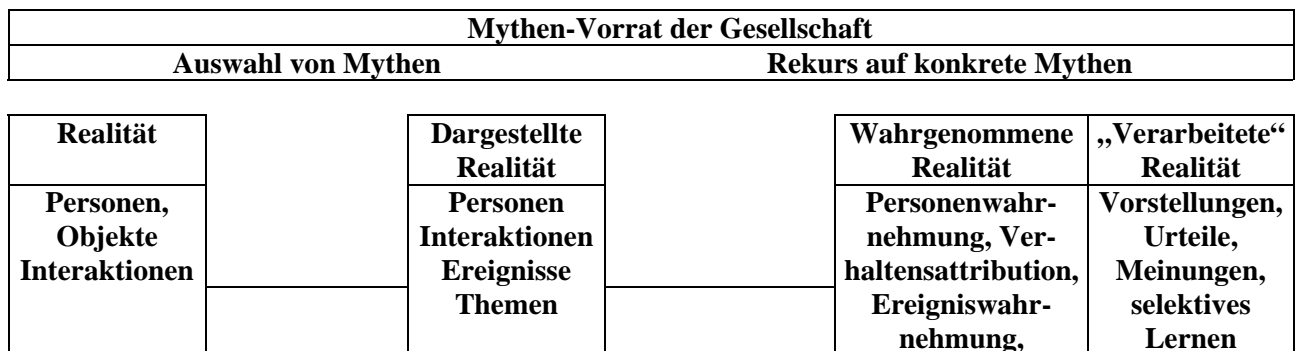
produzierbar ist, dies in (indirekter, aber gegebener) Abgrenzung zu denen, die das „nicht können“ (oder wollen).

- Mythos: „*Das Böse*“: Als unhinterfragte Zuschreibung wirkend, nach innen zumeist in der Variante „Gewaltverbrecher“/„Triebverbrecher“, nach außen in Form von „Terrorismus“ und „Diktatur“.

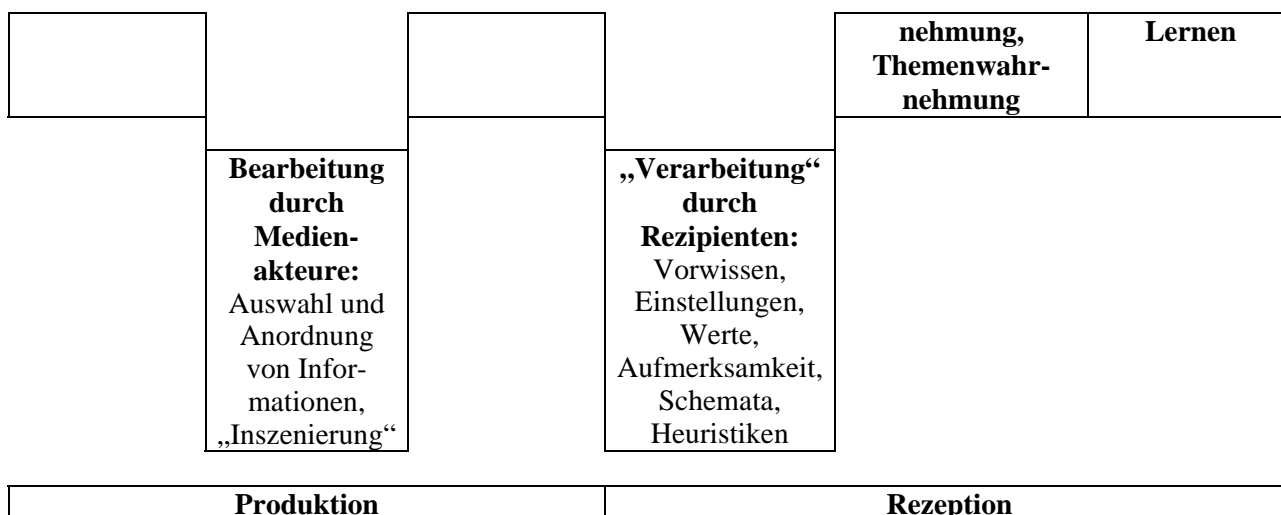
Alltagsmythen, so zeigt diese kurze Aufzählung, haben selbstverständlich einen bestimmten Realitätsgehalt und sind von ihren Gegenständen her keineswegs reine Fiktionen. Problematisch ist jedoch, inwieweit das soziale Konstrukt „Mythos“ die Struktur und Logik der realen Sachverhalte adäquat widerspiegelt und ob es dazu anregt, die Wirklichkeit zu hinterfragen. Gerade letzteres ist durch die Funktion des Mythos jedoch eher reduziert oder gar ausgeschlossen.

Zusammenfassend soll auf ein Modell der Nachrichtenverarbeitung unter Einschluss des Wirkens von (politischen) Alltagsmythen verwiesen werden:

Übersicht 4: Schema zur Nachrichtenvermittlung (vor allem im TV-Bereich)⁴



⁴ Vgl. Brosius 1995: 136, eigene Bearbeitung.



Das sogenannte „Alltagsbewusstsein“ als Quelle politischer Meinungsbildung bedarf der gesonderten Betrachtung, wobei diese Kategorie in Hinsicht auf mehrere Dimensionen zu erfassen wäre. Im Ganzen geht es um vielfältige geistige Prozesse des Denkens und Fühlens, die sich sozialräumlich auf die engere Umwelt, den lebendigen Erfahrungsraum vieler Menschen beziehen, die sozial-zeitlich mit Wiederholungen und Routinehandlungen verknüpft sind und die – erkenntnistheoretisch gesehen – besondere („alltagsrationale“) Heuristiken und Deutungsmuster einschließen. „Funktionen“ dieser Bewusstseinsform bestehen unter anderem darin, dass hier Individualität der Lebensgestaltung reflektiert wird und dass man die geistige Bewältigung äußerer Einflüsse und Belastungen über ein angestrebtes mentales Gleichgewicht realisieren kann.

Die Bedeutsamkeit des Alltagsbewusstseins für die politische Meinungsbildung lässt sich vor allem anhand der folgenden drei Faktoren herausarbeiten:

(1) Alltagsbewusstsein bildet eine unverzichtbare sinnlich-konkrete Erfahrungsquelle sowohl für das einzelne Individuum als auch für die verschiedensten politischen Akteure. Obwohl durch die jeweilige Einzelsituation geprägt und gefärbt, drücken sich darin Reflexionen und Stimmungen aus, die auf der Ebene politischer Abstraktion oftmals verloren gehen (müssen). Dies betrifft in starkem Maße die emotionale Seite von Widerspiegelungsprozessen. Insofern ist das Alltagsbewusstsein stets Abbild des „wirklichen Lebens“, dies allerdings in einer oftmals verwirrenden Unübersichtlichkeit.

(2) Gerade im Prozess des alltäglichen Lebens werden zahlreiche politische Informationen aufgenommen, wobei „Gespräche“ mit anderen Menschen neben der Nutzung von Massenmedien einen wichtigen Zugang bilden. Aktuelle Daten zu dieser Thematik in der Differenzierung nach verschiedenen Teilpopulationen zeigen mehrere Besonderheiten auf:

Tabelle 10: Nutzung von „Gesprächen“ als Informationsquelle im Vergleich verschiedener Gruppen

(Angaben in Prozent. Messung auf 7stufiger Skala: 7 = Sehr viel ... 1 = Überhaupt nicht.)

	Bundesgebiet					
	West			Ost		
	Sehr viel/Viel	Mittel	Nicht/Gar nicht	Sehr viel/Viel	Mittel	Nicht/Gar nicht
	(6+7)	(5-3)	(2+1)	(6+7)	(5-3)	(2+1)
Gesamtpopulation	28,8	56,8	14,4	30,6	53,4	16,0

Davon: Geschlecht						
Frauen	28,8	55,5	15,7	30,0	52,9	17,1
Männer	28,8	58,3	13,0	31,4	54,0	14,7
Davon: Altersstufen						
18-29 Jahre	26,8	59,1	14,1	41,8	45,1	13,1
30-44 Jahre	29,7	55,6	14,7	32,7	53,6	13,7
45-59 Jahre	32,0	56,7	11,3	28,8	56,7	14,6
60 Jahre und mehr	26,4	56,9	16,8	24,0	54,8	21,2
Davon: Bildungs- /Schulabschluss						
Ohne	17,3	65,4	17,3	21,4	42,9	35,7
Hauptschule	26,5	57,7	15,8	21,7	54,2	24,1
Realschule	29,6	57,8	13,0	33,1	54,2	12,7
FHS-Reife	36,6	54,5	8,9	32,0	56,0	12,0
HS-Reife/Abitur	35,1	52,3	12,6	44,9	49,3	5,9
Davon: Individuelles. Haushaltseinkommen						
Bis 2000 DM/Monat	26,2	57,0	16,8	27,9	54,9	17,3
2000-4000 DM/Monat	27,9	54,9	17,2	31,1	54,2	14,7
Über 4000 DM/Monat	29,9	57,9	12,3	31,8	51,5	16,7
Davon						
Voll erwerbstätig	29,1	58,4	12,5	34,9	52,8	12,3
Länger arbeitslos	33,3	57,8	8,9	25,0	61,4	13,6
Davon Wohnortgröße (in Tausend Einwohner)						
Bis 5000 TEW	25,1	58,0	17,0	26,8	53,4	19,8
5 bis 50 TEW	29,8	55,9	14,3	28,6	54,5	16,7
50 bis 500 TEW	32,5	54,8	12,7	35,1	55,5	9,4
Über 500 TEW	23,6	61,1	15,3	37,6	44,1	18,3

(Quelle: ALLBUS 1998, eigene Berechnungen)

Diese Daten lassen folgende Schlüsse zu:

- Gespräche als politische Informationsquelle haben einen beachtlichen Stellenwert. Nur etwa ein Siebentel der erwachsenen Bevölkerung steht dieser Möglichkeit ablehnend gegenüber.
- Soziodemographisch gesehen sind keine Unterschiede im Kommunikationsverhalten der Geschlechtergruppen feststellbar. Im Osten wirkt sich der Altersfaktor signifikant aus. Jüngere Menschen nutzen Gespräche in weit stärkerem Maße als ältere.
- Eine höhere Bildung und ein größeres Einkommen stehen mit der Gesprächsbereitschaft im positiven Zusammenhang. In den neuen Bundesländern sind – im Unterschied zum Westen – Arbeitslose politischen Gesprächen weniger zugeneigt. Als weitere Ost-Besonderheit kann gelten, dass politische Diskussionen in größeren Sozialräumen (Städten) deutlich mehr zum Tragen kommen.

(3) Eine primäre Funktion der Massenmedien besteht darin, dass sie zunächst Informationen liefern. Die Bewertung dieser Nachrichten erfolgt auf der Grundlage individueller Deutungsmuster, die zum einen – so eine These dieses Beitrages – ebenfalls durch die Medien geprägt sind (Mythen u.a.), die zum anderen aber durch Kommunikationen des Individuum mit seinem Umfeld realisiert werden. Lange Zeit war man dabei von einem dominierenden Einfluss der „Meinungsführer“ als Verbreitungsfaktor ausgegangen, was sich vor allem im „Two-step-flow-Modell“ niederschlug. Neuere medienwissenschaftliche Forschungen

hingegen vertreten den Standpunkt, dass breitere Interaktionen in Netzwerken und Gruppen wirksamerer Kommunikationen die herbeiführen („Multi-step-flow-Modell“). Aktuelle Studien haben belegt, dass bestimmte Themen (z.B. „Wiedervereinigung“) infolge ihrer Resonanz in Netzwerk-Diskussionen zeitgleiche andere Themen (z.B. „Gewerkschaftliche Auseinandersetzungen“, „Panama-Konflikt“) von der wahrgenommenen Bedeutsamkeit her gleichsam verdrängten, obwohl letztere Thematiken in den Medien breit präsent waren (Eisenstein 1994; Schenk 1998).

Die Rolle, die persönliche Bezugsgruppen bei der Meinungsbildung innehaben, ist nicht zuletzt deshalb so bedeutsam, weil der soziale enge Kontakt als Wert bzw. Grundeinstellung im Verlauf der letzten Jahre auf der Prioritätsskala vieler Menschen einen unverändert hohen Rang einnimmt (Siehe Abschnitt 4).

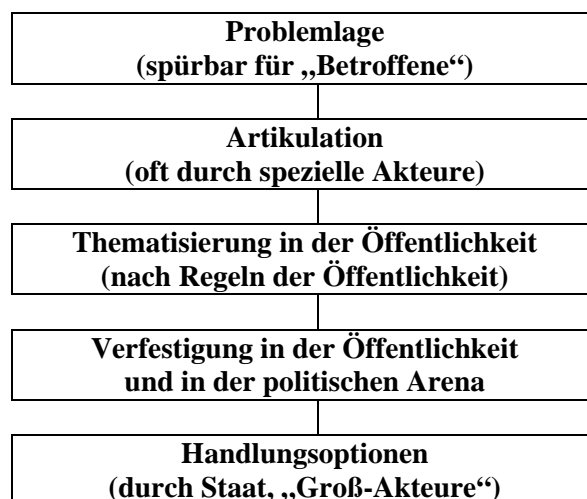
3. Wahrnehmung sozialer Probleme und Meinungsbildung

Es scheint nahe zu liegen, dass soziale Probleme eng mit Vorgängen bei der politischen Meinungsbildung verknüpft sind. Dieser Zusammenhang stellt sich bei genauerer Betrachtung allerdings als komplizierte Beziehung dar, die weitreichende theoretische und empirisch aufzuklärende Fragen enthält.

Der Begriff „Soziales Problem“ wird in der wissenschaftlichen Forschung unterschiedlich gehandhabt und dementsprechend mit mehr als einem Dutzend Definitionen besetzt (vgl. Handbuch 1999: 16-17). Je nach Ansatz werden dabei sozialpathologische Entwicklungen, funktionale Störungen, Kultur- und Wertkonflikte oder akteurszentrierte Situationslagen betrachtet. Weitgehende Übereinstimmung besteht jedoch darüber, dass im sozialen Problem „objektive“ widersprüchliche Faktoren, subjektive Widerspiegelungen (der „Betroffenen“ und Akteure) in einem Prozess der „Definition“ des Problems zusammen fallen. Im Ganzen handelt es sich dabei um einen Konstruktionsvorgang, der eng mit politischen Aspekten verflochten ist: *„Soziale Probleme stellen ein Bindeglied zwischen sozialen Lebenslagen, kollektiven Handlungsmustern und dem politischen System bzw. zwischen dem gesellschaftlichen und dem politischen Diskurs dar. Die Definition und Konstitution von Themen und damit auch von Konflikten und Konfliktparteien ist eine fundamentale Form von politischer Macht und sozialer Kontrolle.“* (Groenemeyer 1999: 21)

Als eine aussagekräftige Bestimmung sozialer Probleme kann die folgende gelten: *„Soziale Probleme sind Phänomene, die 1) größere Gruppen von Gesellschaftsangehörigen (bis hin zur Gesamtbevölkerung) in ihrer Lebenssituation beeinträchtigen, 2) öffentlich als veränderungsbedürftig definiert und 3) zum Gegenstand spezieller Programme und Maßnahmen gemacht werden.“* (Stallberg/Springer 1983: 14) Ein solches Herangehen verweist darauf, dass soziale Probleme nicht von vornherein gegeben sind, sondern sich prozesshaft „entfalten“, wobei hier das Wirken verschiedenster Akteure und Akteursgruppen in der Öffentlichkeit zum Tragen kommt. In Anlehnung an verschiedene Karriere-Modelle ließe sich die Entwicklung eines sozialen Problems folgendermaßen umreißen:

Übersicht 5: **Entwicklung eines sozialen Problems**



Es ist demnach davon auszugehen, dass an einem sozialen Problem stets differente Gruppen und Akteure beteiligt sind. M. Schetsche benennt hierzu „Betroffene“, „Advokaten“, „Experten“, „Problemnutzer“ (darunter auch: Parteien, Verbände), Soziale Bewegungen, „Moralunternehmer“, Massenmedien und den Wohlfahrtsstaat (Schetsche 1996: 39-40). Im jeweiligen Zusammenwirken dieser Gruppierungen erfolgt die Rezeption sozialer Probleme, ihre Einbindung in Diskursstrategien und die Verknüpfung mit bestimmten Handlungs-

optionen. Wie die Realität zeigt, schließt dies ein, dass zahlreiche Probleme auch verdrängt, umgedeutet oder entsprechend den Interessen starker Akteursgruppen instrumentalisiert werden können.

Der Zusammenhang zwischen sozialen Problemen und politischer Meinungsbildung stellt sich zum einen über die Artikulation von Problemlagen in der Öffentlichkeit, vor allem in den Massenmedien, und zum anderen durch die individuelle „Verarbeitung“ her. Auf einige der dabei wirkenden Mechanismen wurde bereits eingegangen. Zum tieferen Eindringen in diese Problematik scheint es jedoch erforderlich, einen weiteren und neuen theoretischen Aspekt ins Auge zu fassen. Mehrere empirische Untersuchungen haben die Aufmerksamkeit auf die Fragen gelenkt, inwieweit beim Individuum relativ stabile Muster von Problemwahrnehmungen vorhanden sind und welche Schlüsse daraus gezogen werden können (FOKUS 1996, 1998, 1999).

Um darauf einzugehen, sollen deshalb einige Gedanken zu einem neu zu konstituierenden theoretischen Konstrukt, dem „*Problembewusstsein*“ von Menschen, angeführt werden. Dieser Ansatz beruht zunächst auf folgenden Grundannahmen:

- Wohl nahezu alle Menschen sind im Alltag mit einer Vielzahl von Sachverhalten konfrontiert, die sie als „problematisch“ ansehen. Diese „Probleme“ sind sowohl sinnlich-konkret erlebbar als auch über mediale Vermittlungen zugänglich. In verschiedenen sprachlichen Darstellungen, darunter nicht zuletzt in der Umgangssprache weist die Existenz eines „Problems“ auf einen „in Spannung befindlichen“, „offenen“, widersprüchlichen und „schwierigen“ Zustand hin.
- Bei der Wahrnehmung und mentalen „Speicherung“ eines Problems werden Selektions- sowie Konstruktionsprozesse wirksam. Der Umfang von „angenommenen“ bzw. verinnerlichten Problemen ist begrenzt.
- Wie alltäglich im Umgang mit anderen Menschen überprüfbar, stellt sich der „Problemhorizont“ von Personen weder homogen, noch zufällig oder gar beliebig dar. Gleiche oder ähnliche Sachverhalte sind für die einen nur eine geringes, für andere ein dauerhaftes und eventuell schwerwiegendes „Problem“. Ebenso unterschiedlich kann die „Problemdefinition“ bzw. die Erklärung, warum oder für wen etwas problematisch sei, verlaufen. Diese Differenz ist jedoch keineswegs nur individuentypisch. Um ein Beispiel zu nennen: Die Gruppe lebenslang abgesichert-beschäftigter Menschen (z.B. Beamte) hat in ihrer Summe ein anderes Verständnis zum Thema „Arbeitslosigkeit“ als eine gleichstarke Population von 40 bis 50-jährigen auf Erwerbstätigkeitssuche.

Als verallgemeinerter Hintergrund zur Entwicklung des Konstruktes „*Problembewusstsein*“ kann auf mehrere Theoriestränge verwiesen werden:

Mit dieser Kategorie werden in besonderer Weise „Objektives“ (Sachverhalte, Gegebenheiten, Beziehungen) und „Subjektives“ (Einstellungen, Werte) miteinander verknüpft. Hier schließt sich ein Rückgriff auf die Habitus-Theorie von P. Bourdieu an. Problembewusstsein ließe sich durchaus als eines der nicht-zufälligen, charakteristischen, und verinnerlichten „Wahrnehmungsschemata“ des Habitus begreifen (Bourdieu 1987). Bourdieu beschreibt dies u.a. wie folgt: *„Der Begriff Habitus bezeichnet im Grunde eine recht simple Sache: wer den Habitus einer Person kennt, der spürt oder weiß intuitiv, welches Verhalten dieser Person versperrt ist. Wer z.B. über einen kleinbürgerlichen Habitus verfügt, der hat eben auch, wie Marx einmal sagt: Grenzen seines Hirns, die er nicht überschreiten kann. Deshalb sind für ihn bestimmte Dinge einfach undenkbar, unmöglich, gibt es Sachen, die ihn aufbringen oder schockieren.“* (Hervorhebung v. Verf. – Bourdieu 1989: 26f.).

Eine weitere Begründung der Kategorie ist in den auf I. Goffman fußenden Überlegungen zu den „frames“ und „Deutungsmustern“ zu finden (Neidhardt/Rucht 1993, Peters 1994). In diesem Zusammenhang wird zum einen betont, dass – wie bereits schon erwähnt – Problemwahrnehmungen „schemageleitet“ erfolgen und dass sich dies zum anderen in

kollektiver Form, dabei vor allem auf der Grundlage gemeinschaftlich geteilter Wertvorstellungen, vollzieht bzw. vollziehen kann.

Aktuelle Untersuchungen der Lebensstil- und Milieuforschung vertiefen diesen Ansatz dahingehend, dass „Lebensstile“ bestimmte „Politisierungsformen“ befördern, wobei letztere auf unterschiedlichen Auffassungen über Umweltkonstruktionen und dabei auftretende Probleme beruhen (Ritter 1997: 58-72). Verschiedenartige Milieus, so M. Vester, befördern besondere „Politik-Stile“, denen auch und gerade spezifisch differente Problemauffassungen und -deutungen eigen sind (Vester u.a. 1993).

Die an die benannten Theorieansätze anschließende, hier aber neu entwickelte Kategorie könnte man inhaltlich folgendermaßen bestimmen: *„Problembewusstsein stellt ein individuelles und kollektives ‚geistiges Muster‘ dar, das im Kontext von Realitätswahrnehmungen entsteht bzw. hervortritt, wenn bestimmte Sachverhalte mit eigenen Werten und Zielen verglichen werden und auf eine Diskrepanz stoßen“*. Im Unterschied zu „reinen Deutungsmustern“ oder allgemein zu Denkweisen in verschiedenen Sozialmilieus wäre dabei der Blick vor allem auf folgende Aspekte zu lenken:

Problembewusstsein ist im Alltag vieler Menschen verwurzelt, umgangssprachlich erschließbar und anhand zahlreicher Gebiete sowie Gegenstände empirischen Messungen prinzipiell zugänglich. Die Kategorie eine markiert eine Art „Bindeglied“ zwischen Werten und Praxis. Problembewusstsein drückt gleichsam die *„mit der gesellschaftlichen Praxis ‚konfrontierte‘ individuelle und kollektive Wertstruktur“* aus. Insofern gerät damit auch die Nähe zum Handeln bzw. zur Handlungsbereitschaft ins Blickfeld.

Das hier skizzierte Herangehen ist bislang nur wenig praktiziert und empirisch erprobt. Erschwernisse liegen dabei u.a. darin begründet, dass das Konstrukt vieldeutig und nicht leicht zu operationalisieren ist. Dies betrifft sowohl die unterschiedlichen Attributionen der wahrgenommenen Probleme als auch die Breite des Gegenstandsbereiches, der sich in Messungen selbstverständlich nie vollständig erfassen lässt. Solche Probleme treten allerdings auch bei anderen empirischen Ansätzen (z.B. bei der Untersuchung von Werthaltungen) zu Tage.

Andererseits bietet der Umgang mit einer Variable „Problembewusstsein“ auch gewichtige Vorteile, die insbesondere aus der Praxisrelevanz des Konstruktes resultieren. Schon vom Ansatz her geht es vor allem darum, Ungelöstes und Kritisches zu bestimmen, was in enger Verbindung zu der Herausbildung politischer Meinungen steht. Dies verbindet sich zumindest mit der Möglichkeit, weiterführende Untersuchungen zur Medienwirksamkeit zu initiieren, vor allem solche, die die „Annahme“ medial übermittelter Problemmuster in Denkweisen der Rezipienten zum Inhalt haben.

Die umrissenen Einschränkungen verweisen auf neue Aufgaben im „Anfangsstadium“ der Arbeit mit dem vorgeschlagenen Konstrukt. Dennoch sind mit seiner Hilfe anhand empirischer Daten bereits einige interessante Erkenntnisse gewonnen worden, die allerdings zunächst auf Ostdeutschland beschränkt bleiben. Mit Hilfe von ausgewählten Items, die Problemwahrnehmungen im Kontext unterschiedlicher Sozialräumen ermittelten, konnte man feststellen (Siehe Tabelle 11):

Tabelle 11: Problemwahrnehmungen in verschiedenen Sozialräumen
(Bundesland Sachsen-Anhalt, 1999. Angaben in Prozent, gerundet)

Ich sehe als ein gewichtiges ungelöstes Problem an ...	in/für Gesellschaft			in meinem Umfeld			für mich persönlich		
	Ja	Teils	Nein	Ja	Teils	Nein	Ja	Teils	Nein
Schutz vor Kriminalität	80	16	4	64	28	8	64	25	11
Einigermaßen guter/Sicherer Arbeitsplatz	82	14	4	67	26	7	55	16	29
Erleben sozialer Gerechtigkeit	67	25	8	50	40	10	55	29	16
Ausreichender/s Verdienst/Einkommen	53	40	7	52	40	8	50	27	23
Politische Mitbestimmung der Bürger/innen	56	35	9	38	47	15	44	35	21
Schutz von Natur und Umwelt	57	36	7	32	52	16	44	32	24
Solidarische Beziehungen zwischen den Menschen	59	35	6	33	51	16	34	37	29
Konfrontation mit Rechtsextremismus	59	29	12	36	37	27	38	24	38
Aktive Gesundheitsfürsorge	49	49	11	34	50	16	39	35	26
Viel Zeit für andere Menschen zu haben	42	43	15	29	55	16	34	39	27
Chancen für beruflichen Aufstieg.	34	55	11	32	56	12	32	31	37
Ausreichend Freizeit zu haben	32	47	21	35	49	16	37	29	34
Freundliches Zusammenleben in Familie/ Partnerschaft	42	44	14	29	48	23	34	15	51
Zusammenleben mit Ausländern/innen	48	40	12	28	42	30	18	28	54

(Quelle: FOKUS 1999)

Insgesamt zeigen sich beachtlich große Problemwahrnehmungen, die eine gewisse innere Struktur aufweisen. Mehrheitlich, bis in die persönliche Sphäre hinein, werden Probleme der Sicherheit („Schutz vor Kriminalität“) und Problemlagen mit sozialer Dimension („Arbeit“, „Soziale Gerechtigkeit“, „Verdienst“) artikuliert.

Die unterschiedliche Problemwahrnehmung der einzelnen Themenkomplexe in den jeweiligen Sozialräumen (Gesellschaft, Umfeld, Person) lässt sich günstig anhand der Mittelwertvergleiche illustrieren (Siehe Tabelle 12):

Tabelle 12: Mittelwertvergleich der Problemwahrnehmungen in verschiedenen Sozialräumen

(Bundesland Sachsen-Anhalt, 1999. Mittelwerte zwischen 1 = Ja, 2 = Teils, 3 = Nein)

Problem in/für ...	Mittelwerte			Mittelwertdifferenzen		
	Gesellschaft	Umfeld	Person	Diff. M	Diff. M	Diffe. M
	G	U	P	P-G	P-U	U-G
Schutz vor Kriminalität	1,24	1,44	1,47	0,23	0,03	0,20
Sicherer Arbeitsplatz	1,54	1,40	1,73	0,19	0,33	-0,14
Soziale Gerechtigkeit	1,40	1,60	1,61	0,21	0,01	0,20
Ausreichender Verdienst	1,54	1,57	1,73	0,19	0,16	0,03
Politische Mitbestimmung	1,53	1,77	1,77	0,24	0	0,24
Umweltschutz	1,51	1,85	1,80	0,29	-0,05	0,33
Solidarische Beziehungen	1,48	1,83	1,95	0,47	0,12	0,35
Rechtsextremismus	1,53	1,90	2,00	0,47	0,10	0,37
Gesundheitsfürsorge	1,62	1,81	1,87	0,25	0,06	0,19
Zeit für andere Menschen	1,74	1,87	1,94	0,20	0,07	0,13
Beruflicher Aufstieg	1,77	1,80	2,05	0,28	0,25	0,03
Ausreichend Freizeit	1,90	1,80	1,97	0,07	0,17	0,10
Gutes Zusammenleben in Familie/Partnerschaft	1,72	1,94	2,18	0,46	0,24	0,22
Zusammenleben Ausländer	1,65	2,02	2,36	0,71	0,34	0,37

(Quelle: FOKUS 1999)

Die meisten Probleme (bis auf „Umweltschutz“ und „Freizeit“) werden am stärksten in der Gesellschaft, schwächer im Umfeld und deutlich geringer im privaten Bereich erfasst. Einige der Problemlagen mit politischer Färbung („Kriminalität“, „Gerechtigkeit“, „Mitbestimmung“, „Solidarität“, „Rechtsextremismus“, „Zusammenleben mit Ausländern“) erscheinen besonders aus individueller Sicht weniger schwerwiegend, was sich auch so interpretieren ließe, dass hier eigene Gestaltungspotenziale zum Tragen kommen. Im Feld „rein privater“ Probleme („Gutes Zusammenleben in Familie/Partnerschaft“) sehen nur ein Siebentel in der Gesellschaft, aber mehr als die Hälfte bei sich selbst keine Probleme.

Die Problemreflexion ist – je nach Lebenslage – zumeist unterschiedlich ausgeprägt. Menschen in materiell-beruflich schwierigen Situationen artikulieren Probleme zumeist überdurchschnittlich (Siehe Anhang Tabelle I).

Die Existenz von „Mustern“ bei der Problemwahrnehmung wird noch deutlicher belegt, wenn man Korrelationsbeziehungen der Aussagen zu den einzelnen Themen ins Verhältnis setzt (Siehe Tabelle 13):

Tabelle 13: Korrelationsbeziehungen bei verschiedenen Problemwahrnehmungen(Geordnet nach Pearson-Koeffizient ab R größer 0,3, *Fett-Kursiv* = R größer 0,4, **Fett** = R größer 0,5)

Problem	in/für Gesellschaft mit	in/für Umfeld mit	für Person mit
Schutz vor Kriminalität	<i>Sicherer Arbeitsplatz</i>	Gesundheitsfürsorge	Gesundheitsfürsorge
	Soziale Gerechtigkeit	Solidarität der Menschen	Soziale Gerechtigkeit
		Soziale Gerechtigkeit	Solidarität der Menschen
			Sicherer Arbeitsplatz
Sicherer Arbeitsplatz	<i>Schutz Kriminalität</i>	<i>Ausreichend. Verdienst</i>	Ausreichend. Verdienst
	Soziale Gerechtigkeit	Schutz Kriminalität	Beruflicher Aufstieg
	Ausreichender Verdienst	Soziale Gerechtigkeit	Soziale Gerechtigkeit
	Solidarität der Menschen	Beruflicher Aufstieg	Gesundheitsfürsorge
			Zusammenleben Familie
			Schutz Kriminalität
Soziale Gerechtigkeit	<i>Solidarität der Menschen</i>	Solidarität der Menschen	Sicherer Arbeitsplatz
	Sicherer Arbeitsplatz	Sicherer Arbeitsplatz	Ausreichender Verdienst
	Schutz vor Kriminalität	Schutz Kriminalität	Gesundheitsfürsorge
	Viel Zeit für andere	Beruflicher Aufstieg	Schutz Kriminalität
	Beruflicher Aufstieg		Solidarität der Menschen
	Ausreichender Verdienst		Beruflicher Aufstieg
	Gesundheitsfürsorge		
Ausreichender Verdienst	Beruflicher Aufstieg	<i>Sicherer Arbeitsplatz</i>	Sicherer Arbeitsplatz
	Sicherer Arbeitsplatz	Beruflicher Aufstieg	Beruflicher Aufstieg
	Soziale Gerechtigkeit		Soziale Gerechtigkeit
			Zusammenleben Familie
			Gesundheitsfürsorge
Politische Mitbestimmung	/	/	/
Umweltschutz	/	/	Solidarität der Menschen
			Zusammenleben Familie
Solidarische Beziehungen	<i>Soziale Gerechtigkeit</i>	Gesundheitsfürsorge	<i>Gesundheitsfürsorge</i>
	Zeit für andere	Soziale Gerechtigkeit	Zusammenleben Familie
	Sicherer Arbeitsplatz	Schutz Kriminalität	Soziale Gerechtigkeit
		Zusammenleben Familie	Umweltschutz
			Schutz Kriminalität
			Zeit für andere
Rechtsextremismus	/	/	/
Gesundheitsfürsorge	Beruflicher Aufstieg	Solidarität der Menschen	<i>Solidarität d. Menschen</i>
	Soziale Gerechtigkeit	Schutz Kriminalität	Zusammenleben Familie
			Schutz Kriminalität
			Soziale Gerechtigkeit
			Sicherer Arbeitsplatz
			Beruflicher Aufstieg
Zeit für andere Menschen	Solidarität der Menschen	/	Ausreichend Freizeit
	Soziale Gerechtigkeit	/	Zusammenleben Familie
			Solidarität der Menschen
Beruflicher Aufstieg	Ausreichender Verdienst	Sicherer Arbeitsplatz	Ausreichend. Verdienst
	Gesundheitsfürsorge	Soziale Gerechtigkeit	Sicherer Arbeitsplatz
	Soziale Gerechtigkeit	Ausreichender Verdienst	Gesundheitsfürsorge
			Soziale Gerechtigkeit
Ausreichend Freizeit	/	/	Zeit für andere
Gutes Zusammenleben Familie/Partnerschaft	/	Solidarität der Menschen	Solidarität der Menschen
			Gesundheitsfürsorge
			Ausreichender Verdienst
			Sicherer Arbeitsplatz
			Zeit für andere
			Umweltschutz
Zusammenleben Ausländer	/	/	/

In ihrer Gesamttendenz zeigen diese Daten auf:

- Es existieren vor allem bei den „starken“ Problemwahrnehmungen enge Zusammenhänge hinsichtlich des Verständnisses von (öffentlicher) Sicherheit und sozialer Sicherheit (insbesondere in Hinsicht auf Berufstätigkeit). Darin eingebunden ist die klar ausgeprägte Artikulation zum Thema „Gerechtigkeit“ und sowie zu menschlichen Beziehungen. Die Verknüpfung dieser inhaltlichen Komplexe stellt sich für große Menschengruppen somit als hoch bedeutsam dar. Die überwiegend „politisch gefärbten“ Probleme, wie Mitbestimmung, Umgang mit Rechtsextremismus oder das Zusammenleben mit Ausländern, sind allem Anschein nach weniger in dieses mentale Netz eingebunden.
- Wie Differenzierungen belegen (Siehe Anhang Tabelle II), bildet der Faktor „Erleben sozialer Gerechtigkeit“ eine besondere Einstellung. Je nach Ausprägung werden andere Problemsichten deutlich „aufgespalten“.
- Als weiterer Nachweis für das Wirken von „Problemmustern“ kann gelten, dass die Vernetzung von Problemreflexionen im Bereich der personenbezogenen Wahrnehmung besonders deutlich hervortritt. Dies wird durch die Vielzahl der vorgefundenen Korrelationen (Siehe Tabelle 13, Sp. 4) belegt.

Zusammenfassend kann betont werden, dass die theoretische Präzisierung des Konstruktes „Problembewusstsein“ und seine Anwendung in weiterführenden empirischen Analysen lohnend erscheinen. Möglicherweise ließen sich mit seiner Hilfe umfassendere Aussagen zu Handlungsbereitschaft von Menschen im Kontext sozialen Wandels bzw. zur Legitimierung sozialer Ordnungen treffen. Als Hypothese kann gelten, dass „Art“ und „Summe“ des Problembewusstseins in der Bevölkerung in beachtlichem Maße darüber entscheiden, ob die Gesellschaft als Ganzes an der Schwelle einschneidender Veränderungen steht oder ob sie sich, lediglich mit „Alltagsproblemen“ ausgestattet, in einem relativen Gleichgewicht befindet (vgl. Merkel 1999).

4. Politische Einstellungen im Wandel

Im weiteren gilt es, das mentale Umfeld für politische Meinungsbildung zu betrachten, wobei zum einen wichtige allgemeine Einstellungen gegenüber der Gesellschaft erfasst und zum anderen politisch-geistige Veränderungen im Zeitraum zwischen der ersten und zweiten Hälfte der 1990er Jahre dargestellt werden.

Hinsichtlich der Zukunftsbewertung zeigt sich im Vergleich von West- und Ostdeutschland ein angleichender Trend. Im Osten nimmt die Skepsis gegenüber künftigen Entwicklungsmöglichkeiten allerdings sichtbar zu. Man könnte schlussfolgern, dass auf eine solche Unsicherheit mental sowohl mit Ängsten als auch mit Verdrängung, z.B. durch Lebensweise und -planung, die auf kurze Zeiträume eingestellt sind, reagiert wird.

Tabelle 14: Grundeinschätzungen zu den (jeweils) zukünftigen Lebensbedingungen in Deutschland

(Angaben in Prozent, gerundet)

	West			Ost		
	1988	1993	1998	1990	1993	1998
In 5 Jahren schlechter als heute	18	36	26	15	17	26
In 5 Jahren wie heute	60	42	48	25	33	44
In 5 Jahren besser als heute	22	22	26	61	51	30

(Quelle: Datenreport 1999: 449)

Die Reflexion der Lebensverhältnisse in ihrer Gesamtheit durch die Bevölkerung lässt sich anhand von Bewertungen zu wichtigen Rechten, Prinzipien und Chancen in der Gesellschaft aufzeigen. Eine solche Betrachtung ist hinsichtlich der politischen Meinungsbildung besonders aussagekräftig, weil sie gleichsam die wichtigsten Zufriedenheits- und Unzufriedenheitspotenziale erfasst:

Tabelle 15: Grundbewertung von Lebensverhältnissen in Deutschland:

Ausmaß der wahrgenommenen Realisierung von Rechten, Prinzipien und Chancen (Stand 1998)

(Angaben in Prozent, gerundet)

	West		Ost	
	Realisiert	Nicht realisiert	Realisiert	Nicht realisiert
Freiheitsrechte				
Glaubensfreiheit	96	4	94	6
Meinungsfreiheit	80	20	69	31
Freiheit der Lebensgestaltung	72	28	69	31
Freie Berufswahl	78	22	32	68
Realisierung von Schutz und Sicherheit				
Schutz des Eigentums	85	15	70	30
Umweltschutz	62	38	64	36
Soziale Sicherheit	63	37	33	67
Öffentliche Sicherheit	50	50	29	71
Chancengleichheit und Gerechtigkeit				
Gleichstellung von Frau und Mann	65	35	52	48
Solidarität mit Hilfebedürftigen	49	51	37	63
Chancengleichheit	45	55	23	77
Gerechte Verteilung des Wohlstandes	29	71	8	92

(Quelle: Datenreport 1999: 603-608)

Insgesamt wird hier deutlich:

- Bei mehreren „Freiheitsrechten“ und „Schutzgewährungen“ (Eigentum, Umweltschutz) drücken Mehrheiten in Ost und West Zufriedenheit aus. Allerdings existieren insgesamt erkennbare Differenzen in der Meinungsäußerung der Bevölkerung in den alten und neuen Bundesländern.
- Bei der Betrachtung von Schutz und Gerechtigkeit in sozialen Belangen liegen deutliche, zum Teil extrem in die Augen fallende Unterschiede zwischen Ost und West vor, wobei in den neuen Bundesländern eine kritischere Sicht dominiert. Vom Sozialen ausgehend, wird auch die „Freiheit der Berufswahl“ nur teilweise als realisiert eingeschätzt.
- Im Osten sind negativere Bewertungen auf dem Gebiet der „Öffentlichen Sicherheit“ vorzufinden, was auch durch zahlreiche andere aktuelle Untersuchungen belegt wird (Siehe Tabelle 11). Dieser Befund wäre kaum kriminologisch, nur anhand von Delikthäufigkeiten, zu erklären. Aller Wahrscheinlichkeit nach kommt hier eine Art mentales „Ohnmachts-Syndrom“ zum Tragen, was auf die Vorstellung, Opfer eines Verbrechens zu werden, besonders heftig reagieren lässt.

Veränderungen des geistigen Lebens in den 1990er Jahren sind ferner anhand von Wert-Untersuchungen belegbar. Hier zeigte sich (Siehe Tabelle 16):

Tabelle 16: Wertorientierungen im Zeitvergleich

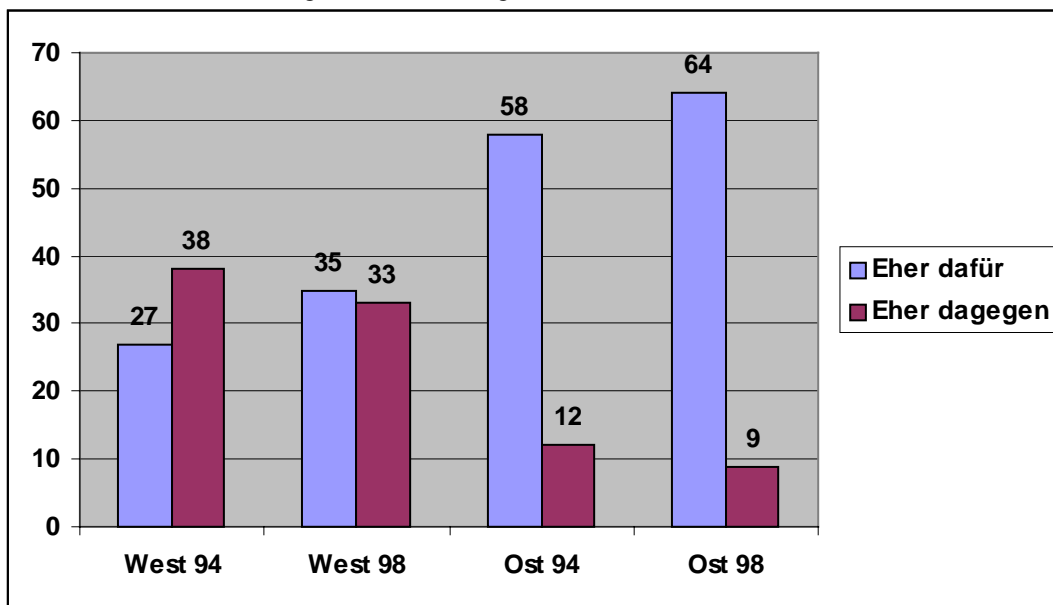
(Angaben in Prozent, gerundet. Ja = Wert 1+2 auf 7er Skala,

Meinung ...		ja	nein				ja	nein		
„Einkommensdifferenz erhöht Motivation“										
Ost	10	34	35	21	2,67	7	36	29	28	2,77
West	19	43	28	10	2,28	18	45	24	13	2,32
„Rangunterschiede sind akzeptabel“										
Ost	9	26	39	26	2,82	4	23	39	34	3,02
West	15	43	30	12	2,39	14	38	32	16	2,50
„Soziale Unterschiede sind gerecht“										
Ost	2	10	42	46	3,33	1	9	36	54	3,43
West	10	36	38	16	2,61	7	27	38	28	2,86

(Quelle: ALLBUS 1994, 1998, eigene Berechnungen)

Die hier getroffenen Aussagen lassen sich faktoranalytisch zusammenfassen und drücken die Einstellungsentwicklung zu diesem Thema unmissverständlich aus:

Übersicht 6: Grundpositionen zum Konstrukt „Soziale Gerechtigkeit“
(Angaben in Prozent, gerundet)



(Quelle: ALLBUS 1994, 1998, eigene Berechnungen)

Es wird zum einen deutlich, dass das Problem sozialer Gerechtigkeit zu einer der entscheidenden Fragen in den 1990er Jahren geworden ist, deren Zuspitzung auch in den alten Bundesländern erfolgt. Zum anderen fallen die weiterhin großen Unterschiede zwischen Ost und West ins Auge. Besonders im Osten Deutschlands stellt sich soziale Gerechtigkeit als ein ausgeprägtes, mental übergreifendes Wahrnehmungsmuster dar.

Die Vertiefung sozialer Konflikte wäre noch genauer zu veranschaulichen, wenn nach den Konsequenzen für die „einfachen Leute“ sowie nach Merkmalen des politischen Klimas und der sozialen Beziehungen gefragt wird. Insgesamt sind hier kritische Sichtweisen zu erkennen, die vor allem im Westen das „Aufbrechen“ sozialer Ängste in Bezug auf die Lebenslagen unterer Schichten betreffen. Ein solcher Befund wird in anderen Untersuchungen durch das Entstehen größerer Konfliktwahrnehmungen zum Thema der „Arm-Reich-Unterschiede“ bekräftigt (vgl. Gesellschaftskritische Potenziale 1998).

Tabelle 18: Bewertung von Aussagen zur Perspektive „einfacher Leute“ in Deutschland

(Angaben in Prozent, gerundet.)

Aussage	West				Ost			
	1991		1996		1991		1996	
	Ja	Nein	Ja	Nein	Ja	Nein	Ja	Nein
„Lageverschlechterung für einfache Leute ist zu erwarten.“	59	41	85	15	66	34	87	13
„Bei dieser Zukunft sollte man keine Kinder mehr haben.“	29	71	36	64	45	55	57	43
„Die Politiker sind uninteressiert an einfachen Leuten.“	70	30	81	19	74	26	89	11
„Die Mehrheit ist uninteressiert an ihren Mitmenschen.“	75	25	78	22	71	29	79	21

(Quelle: ALLBUS 1991, 1996, eigene Berechnungen)

Im Kontext politischer Aussagen und Bewertungen spielen die Meinungen zur erlebten Demokratie eine besondere Rolle. Es wurde bereits ausgeführt, dass demokratische Rechte und Freiheiten eine hohe Wertschätzung erhalten (Siehe Tabelle 15). Meinungen zur Demokratie schließen jedoch einen Komplex von Bewertungen ein, die sich sowohl auf die demokratische Struktur als auch auf Resultate demokratischer Prozesse („Demokratische Performance“) beziehen (Fuchs 1997). Wie vor allem einige Untersuchungen in Ostdeutschland belegen, sind die Positionen der Bevölkerung zur „praktischen Demokratie“ in den 1990er Jahren deutlich kritischer geworden (Priller 1997). Ein Vergleich beider Bundesgebiete verweist auf die übergreifende Tendenz einer geringer gewordenen Demokratie-Zufriedenheit:

Tabelle 19: Zufriedenheit mit der erlebten Demokratie im Zeitvergleich

(Angaben in Prozent, 1 = Sehr zufrieden, 6 = Sehr unzufrieden)

Mit der Demokratie in der BRD bin ich ...	West		Ost	
	1991	1998	1991	1998
Sehr zufrieden	13,1	7,9	2,9	0,9
Ziemlich zufrieden	52,6	41,3	30,3	20,1
Etwas zufrieden	16,7	25,0	28,7	32,5
Etwas unzufrieden	11,3	15,9	20,0	24,3
Ziemlich unzufrieden	4,6	6,9	13,8	15,3
Sehr unzufrieden	1,7	2,9	4,3	6,9
Mittelwert	2,74	3,25	2,81	3,54

(Quelle: ALLBUS 1991, 1998, eigene Berechnungen)

Damit verknüpft sind veränderte Positionen zu gewünschten Grundrichtungen der Politikgestaltung:

Tabelle 20: Politische Wertorientierungen im Zeitvergleich

(Angaben in Prozent, gerundet. Angaben = Platzierung auf 4 möglichen Rängen)

Politische Wertorientierung	West				Ost			
	1992		1998		1992		1998	
	1.Pl.	2.Pl.	1.Pl.	2.Pl.	1.Pl.	2.Pl.	1.Pl.	2.Pl.
„Notwendig ist/sind ...“								
„Ruhe und Ordnung“	37	23	42	25	50	28	47	28
„Bürgereinfluss“	31	25	27	25	35	25	33	25
„Freie Meinungsäußerung“	20	25	20	30	5	17	9	17

(Quelle: ALLBUS 1992, 1998, eigene Berechnungen)

In den westlichen Bundesländern verstärkt sich die Orientierung auf „Ruhe und Ordnung“, während die Wertschätzung der „Sicherung von Bürgereinfluss“ zurück geht. Im Osten nimmt die erstgenannte Orientierung – auf bedeutend höherem Niveau als im Westen – etwas ab, bleibt aber gewichtig. Hier kommt es tendenziell zu einer stärkeren Betonung des Wertes „Freie Meinungsäußerung“.

Eine völlig widerspruchsfreie Interpretation dieses Phänomens wird nicht möglich sein. Manches spricht jedoch dafür, dass die relative Geringschätzung des „Politischen“ – mitunter auch als „Politikverdrossenheit“ benannt – weniger auf einer generellen „Abwertung“ von Politik, sondern eher auf dem doch verbreiteten Gefühl von Einflusslosigkeit und Ohnmacht beruht bzw. damit verknüpft ist. Stellen sich für Bürgerinnen und Bürger realistische (und bestimmbare) Einflussmöglichkeiten dar, dann könnten bedeutende Aktivitätspotenziale zutage treten. Diese These würde durch einige Daten aus Ostdeutschland bekräftigt werden, die einer Untersuchung vom Sommer 1998 im Bundesland Sachsen-Anhalt entstammen.

Tabelle 21: Einstellungen zu politischen Veränderungen

(Angaben in Prozent, gerundet)

Aussage	Entspricht meiner Meinung:		
	Ganz genau	Ganz genau + Überwiegend	Eigentlich nicht +Überhaupt nicht
„Ich glaube, die Gesellschaft muss sich in Zukunft grundlegend ändern.“	46	78	7
„In der Gesellschaft etwas verändern zu wollen, ist sowieso zwecklos.“	11	22	53
„Es gibt doch eine Menge Möglichkeiten, sich politisch einzubringen und etwas zu verändern.“	10	21	49
„Ich würde mich schon engagieren, aber nur dort, wo ich weiß, dass es sich lohnt.“	25	42	34
„Ich lebe mein Leben, alles andere ist mir egal.“	3	7	77

(Quelle: FOKUS 1998)

Dennoch scheinen die „Blockaden“ für politische Veränderungen Spuren im Massenbewusstsein zu hinterlassen. Dies wird vor allem deutlich, wenn man die Entwicklung des politischen Interesses im Verlauf der 1990er Jahre betrachtet (Siehe Tabelle 22).

Tabelle 22: Politisches Interesse im Zeitvergleich

(Angaben in Prozent, 1 = Sehr stark, 5 = Überhaupt nicht)

Aussage	West		Ost	
	1992	1998	1992	1998
Ich bin politisch interessiert ...				
Sehr stark	11,4	7,7	11,2	6,7
Stark	21,8	20,5	18,4	19,7

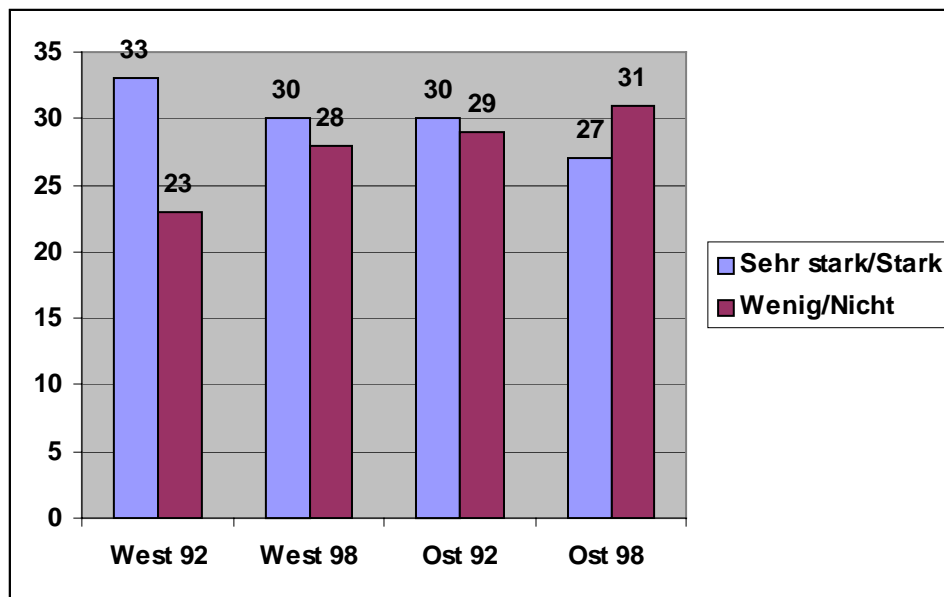
Mittelmäßig	44,0	43,9	41,1	43,1
Wenig	17,1	20,4	21,4	21,2
Überhaupt nicht	5,7	7,5	7,9	9,3
Mittelwert	2,84	2,97	2,99	3,07

(Quelle: ALLBUS 1992, 1998, eigene Berechnungen)

Die übereinstimmende Tendenz in den alten und neuen Bundesländern lässt sich in der folgenden Darstellung demonstrieren. Hier bestätigt sich auch, was bereits bei der Untersuchung von Werteumbrüchen zu finden war (Siehe Tabelle 16).

Übersicht 7: Grundpositionen zum Konstrukt „Politisches Interesse“

(Angaben in Prozent, gerundet)



(Quelle ALLBUS 1992, 1998, eigene Berechnungen)

Zusammenfassend wäre festzuhalten:

* Im Verlauf von zehn Jahren deutscher Einheit sind im Kontext des Wirkens der Massenmedien und der Alltagserfahrungen beachtliche mentale Veränderungen zu Tage getreten. Neben der positiven Reflexion zu realisierten Grundrechten und Freiheiten gibt es unverkennbar das Aufbrechen sozialer Konflikte und die Verarbeitung dessen im Massenbewusstsein. Dies vollzieht sich tendenziell in Ost und West, ist aber in den neuen Bundesländern bedeutend stärker als im westlichen Bundesgebiet ausgeprägt.

* In der Sphäre des Politischen kann von einer gewachsenen Distanz zu „öffentlichen“ Politik-Formen gesprochen werden. Unterschwellig existieren dennoch beachtliche Bedürfnisse nach gesellschaftlicher Veränderung und demokratischer Mitwirkung.

5. Meinungsbildung und linke Politikansätze

Mit Blick auf linke und linkssozialistische Politikbestrebungen im Kontext von Medienwirkungen und Problemwahrnehmungen lassen sich vor allem die folgenden sechs Überlegungen hervorheben:

(1) Betrachtet man die Faktoren, die Einfluss auf die politische Meinungsbildung ausüben, so entsteht bereits beim Herangehen an dieses Thema das methodische und geistig-politische Problem einer ausgewogenen Positionsbestimmung. Wie herausgearbeitet wurde, handelt es sich bei den Vorgängen politischer Meinungsbildung um komplexe und widersprüchliche Prozesse, die sehr unterschiedliche Standpunkte und Reaktionen befördern können. Das „euphorische Extrem“ der Sichtweisen schließt hauptsächlich diejenigen ein, für die aktuelle Medien- und Technikentwicklungen sowohl ein hohes Maß an Freiheitlichkeit und Selbstbestimmung als auch Gewinne durch gesteigerte Lebensfreude und berufliche Chancen verkörpern. Für solche Haltungen sind beispielsweise die Meinungen charakteristisch, dass die Merkmale der „Spaß-Gesellschaft“ vor allem leicht erreichbare „Glücksrealisation“ darstellen oder dass die Ausbreitung des Internet mit großer Sicherheit wirtschaftliche Probleme der Zukunft lösen wird.

Menschen, die dem „kulturpessimistischen Extrem“ zuneigen, betonen vor allem denkbare oder reale Negativwirkungen in der medialen Entwicklung und – damit verknüpft – im Bewusstsein der Bevölkerung. Dementsprechend werden Unterhaltungstrends als Vormarsch kultureller Degradation, als „Sieg der Trivialkultur“ oder neue Medientechnologie als isolationsfördernd, beziehungsstörend und gesellschaftsspaltend interpretiert.

Beide Standpunkte stützen sich auf Tatsachen, bergen aber gleichermaßen Stereotypisierungen und Überzeichnungen in sich. Ein kritisch-linkes Herangehen, das auf dem Streben nach Gesellschaftsveränderung und auf emanzipatorischen Werten fußt, muss die Gefahren der einen wie der anderen Extremhaltung berücksichtigen, was auch Überlegungen einschließt, warum nicht wenige Menschen solchen Übertreibungen anheim fallen. Gerade weil die Prozesse der Meinungsbildung eben nicht durch vereinfachende Floskeln adäquat beschrieben werden können, ist *konsequenter Realismus* als Grundprinzip der Erkenntnisgewinnung und des Handelns angesagt. Realismus bei der Betrachtung von Medienentwicklungen und Meinungsbildungsprozessen schließt hier ein:

- Die ungeschminkte Betrachtung des „Faktischen“, in Form des Erfassens wirklich gegebener medientechnologischer Ausstattungen und Nutzungsformen.
- Die gezielte Frage nach Möglichkeiten und Wirkungen von modernen Medien und Informationsvermittlungen, was auch dazu führen kann, auf die „Offenheit“ und Widersprüchlichkeit von Antworten bzw. Resultaten zu stoßen.
- Im Zusammenhang damit das Erfassen sozialer Faktoren im Kontext der Medienentwicklung, die Einordnung in soziale Zusammenhänge und Konsequenzen.
- Die Akzeptanz der Tatsache, dass sich linke Ideen nicht „an sich“ durchsetzen, sondern in ihrer Vermittlung stets auch durch die Mechanismen der Medienübertragung und der menschlichen Interaktionsbeziehungen geprägt sind.

(2) Wie im Rahmen dieser Untersuchung bereits mehrfach betont, gilt es, die *aktuellen Mechanismen der Meinungsbildung in ihrer Mehrdimensionalität und Wechselwirkung* aufzufassen. Dabei fallen hauptsächlich folgende Faktoren ins Gewicht:

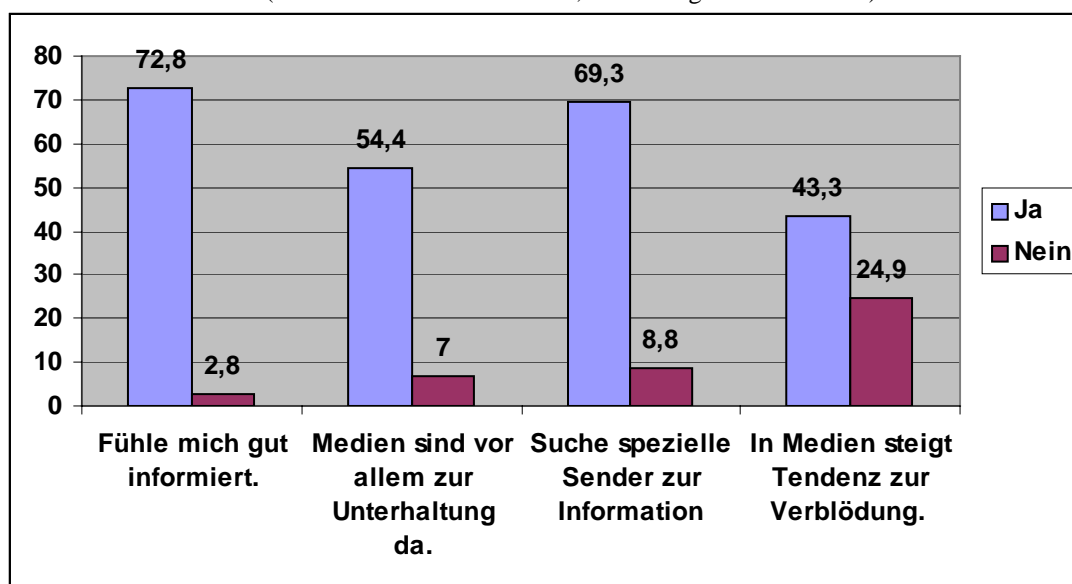
- Auf der Grundlage entfalteter Marktwirtschaft und hochentwickelter medientechnologischer Ausstattungen (im Print- und elektronischen Bereich) existiert ein faktisches „Überangebot“ an Informationen (im weiten Sinne: Reizen), was die Konkurrenz um die Ressource „Aufmerksamkeit“ insgesamt verschärft.
- Auszugehen ist von einem mehr oder weniger ausgeprägten, aber im Ganzen gegebenen aktiven Selektions- und Wahrnehmungsverhalten der Rezipienten. Daraus folgen

sowohl Entscheidungen bei der Medien- als auch bei der Inhaltsauswahl. Eine Reihe von Fakten zur Spezialisierung des Medienangebotes unterstützt die These von einer zumindest teilweisen „Fragmentierung“ des Publikums (Hasebrink 1998: 355ff).

- Fundierte Belege sprechen für komplexe „Verarbeitungsprozesse“ von Informationen (verschiedenster Art), vor allem in Form von „Aufnahme“ und Primärdeutung“ im Kontext der medialen Übermittlung sowie im weiteren durch Diskussions- und Vergleichsschritte im sozialen Umfeld.

Aus diesen Überlegungen können zwei Schlussfolgerungen gezogen werden, die vor allem den monokausalen Deutungen zur Meinungsbildung entgegen stehen: Zum einen erfolgt die Informationsgewinnung zumeist aus unterschiedlichen Quellen, so dass auch die Hinwendung zu verschiedenen Medien als aktiver Selektionsprozess anzusehen ist. Zum anderen ist die Struktur der Einstellungen den Medien gegenüber vielgestaltig und komplex. Informations- und Unterhaltungsbedürfnisse (und die darauf beruhende Bereitschaft, mit Medien umzugehen) bilden in ein und derselben Person einen besonderen „Mix“. Empirische Fakten, die im Rahmen dieser Untersuchung gesammelt werden konnten, belegen diese Einstellungsvielfalt.

Übersicht 8: Grundsätzliche Meinungen zu Medien
(Bundesland Sachsen-Anhalt, 1999. Angaben in Prozent)



(Quelle: FOKUS 1999)

Wie sich zeigt, sind sowohl Zufriedenheiten mit dem Informationsangebot, Unterhaltungsorientiertheit, aktives Suchverhalten als auch medienkritische Positionen gleichermaßen mehrheitlich oder annähernd mehrheitlich ausgeprägt. Noch deutlicher wird die hier bezeichnete Mehrdimensionalität in den Einstellungen, wenn man die verschiedenen Positionen zueinander ins Verhältnis setzt (Siehe Tabelle 23).

Tabelle 23: Vergleich der Positionen zu den Medien

(Lies 1. Zeile: Von 100 Personen, die sich gut informiert fühlen, stimmen 46% „ganz genau“ und 70% „ganz genau+ überwiegend“ der Aussage zu: „Ich suche spezielle Sender zur Information“ usw.)

	Ich fühle mich gut informiert.	Ich suche spezielle Sender zur Information.	In den Medien steigt die Tendenz zur Verblödung.	Die Medien sind vor allem zur Unterhaltung da.
Ich fühle mich gut informiert.	100 (100)	46 (70)	16 (35)	33 (56)
Ich suche spezielle Sender zur Information.	29 (75)	100 (100)	28 (46)	20 (49)
In den Medien steigt die Tendenz zur Verblödung.	12 (59)	36 (75)	100 (100)	14 (53)
Die Medien sind vor allem zur Unterhaltung da.	47 (76)	46 (63)	24 (42)	100 (100)

Bei den einzelnen Gruppen vermischen sich faktisch die Motivlagen und Bewertungen in Bezug auf die Medien. Starkes Unterhaltungsbedürfnis und das „Gefühl, gut informiert zu sein“, stehen für viele keineswegs in einem Widerspruchsverhältnis, was allerdings hier nur die subjektive Einschätzung über die Informationslage und nicht die tatsächliche Informiertheit ausdrückt. Ein gewisses Muster zeigt der Zusammenhang zwischen aktiver Sendersuche und erfülltem Informationsbedürfnis auf.

(3) Als ein schwieriges Problem kann die Antwort auf die Frage gelten, ob oder in welchem Umfang bei der politischen Meinungsbildung in der Gegenwart „*Manipulation*“ oder „manipulative Tendenzen“ zur Wirkung kommen. Zunächst wäre zu betonen, dass auch an diese Thematik keineswegs eindimensional herangegangen werden kann. Eine angemessenere Betrachtungsweise wäre die Überlegung, *welche Faktoren in welchem Zusammenspiel Verzerrungen* (durchaus auch mit manipulativ-beeinflussendem Charakter) hervorrufen können. Als ein theoretischer Vorschlag zur Diskussion des Problems soll das folgende Schema dienen (Siehe Übersicht 9):

Übersicht 9: Problematische Wirkungen bei der Medienrezeption

Komplexität und

--



Die hier verdeutlichten Zusammenhänge, die als reale Gefährdungen für die Rationalität politischer Meinungsbildung in größerem Umfang gelten können, sind insbesondere in dieser Weise zu belegen:

Im Ganzen betrachtet, kann die Zunahme bzw. Verstärkung der oben genannten Einflussfaktoren auf die politische Meinungsbildung empirisch als bestätigt gelten. Die faktische Reizüberflutung, realisiert auf hohem technischem Niveau, der Trend zum Entertainment in verschiedenen Formen und die Existenz von modernen Alltagsmythen, die den Charakter einer „Zivilreligion“ annehmen, lassen sich in der Realität nachweisen. Im Bereich der politischen Nachrichtenverbreitung (bis hin zum Wahlkampf⁵) wirken zunehmend „Inszenierungsmechanismen“.

Als Gegenstück (und als Resultat) dessen wäre festzuhalten, dass die „rationale politische Meinungsbildung“ deutlich erschwert ist. Die Hyperkomplexität der Gesellschaft, die Informationsmengen und die Geschwindigkeit der Themenwechsel (die Tendenz zum „Fast Thinking“⁶ fördernd) schaffen eine Situation, in der die „Orientierungs- und Bewertungskosten“ für den Einzelnen immens steigen. P. Bourdieu vergleicht anhand aktueller Studien die Ausprägung der Fähigkeit, eine (wirkliche) politische Meinung vertreten zu können, mit der Bereitschaftshäufigkeit von Museumsbesuchen und führt ferner aus: „Viele wissenschaft-

⁵ Vgl. Müller 1999.

⁶ Vgl. Bourdieu 1998a: 37-40.

liche Arbeiten, vor allem die Analyse der Antwortverweigerungen in Meinungsumfragen haben gezeigt, wie ungleich die Möglichkeiten verteilt sind, eine ausdrückliche Meinung zu äußern. „Meinen heißt sprechen“, hat Platon gesagt. Nun ist aber nichts ungleicher verteilt als diese Fähigkeit, und natürlich stört eine solche Feststellung das gute demokratische Gewissen: alle Leute sind gleich, so lautet das Dogma. Doch zu behaupten, alle Leute seien vor der Meinung gleich, ist ein Irrtum, ein politischer Fehler. Nicht alle verfügen über die Mittel zur Produktion einer persönlichen Meinung. Die persönliche Meinung ist ein Luxus. Es gibt in der gesellschaftlichen Welt Leute, die „gesprochen werden“, für die man spricht, weil sie selbst nicht sprechen, für die man Fragen stellt, weil sie selbst sie nicht stellen können. Im großen Spiel der demokratischen Mystifikation geht man heute soweit, ihnen Gelegenheit zu geben, auf Fragen zu antworten, die sie selbst nicht hätten aufwerfen können. Man veranlasst sie damit zu falschen Antworten, die vergessen lassen, dass sie keine Fragen haben.“ (Bourdieu 1993: 216, 1998b: 72-73)

Zur unmissverständlichen Klarstellung dieser Argumente wäre hinzuzufügen: Bei den hier benannten kritischen Überlegungen handelt es sich weder um eine kulturpessimistische „Verdammung“ von Lebensfreude u.ä. noch um pädagogistische Urteile darüber, wie viele Menschen denn politisch „mündig“ seien. Ein wirklich realistisches Herangehen kann sich jedoch den charakterisierten kritischen Tendenzen, die in der Tat größere Menschengruppen erfassen und die im Zusammenwirken vieler Faktoren oft nicht klar sichtbar sind, kaum entziehen. Dieser Trend wirkt deshalb schwer, weil moderne Demokratie aktive und urteilsfähige Akteure benötigt und weil Formen geistiger Vereinfachungen in Konfliktsituationen dehumane Gefährdungen, wie Rassismus oder Kriegsverherrlichung, ermöglichen bzw. befördern.

(4) Der *Umgang mit Informationen und Medien* stellt sich somit keineswegs als selbstverständlich, sondern als *eigenständige und komplizierte Aufgabe* dar. Anhand der Resultate dieser Untersuchung wäre dabei besonders auf folgende Schwerpunkte, Konfliktlinien und Möglichkeiten hinzuweisen:

- *Mediennutzung erfordert Eigenaktivität*, selbständige Perspektiveneinnahme und individuelle „Suchstrategien“. Die ungeheuer großen, produktiven Möglichkeiten moderner Medien kommen vor allem dann zum Tragen, wenn vom Bemühen einer „systematischen Selbststeuerung“ ausgegangen wird. Dies schließt ein, den Erfahrungsquellen „Alltag“ und „sozialem Nahraum“ einen hohen Stellenwert zuzuweisen.
- *Mediennutzung erfordert kritisches Hinterfragen*. Dies betrifft sowohl das Reflektieren über die Verlässlichkeit von Quellen und den Medienvergleich als auch Überlegungen darüber, welche Themen in den Medien nicht oder nur randständig behandelt werden.⁷ Wie sich zeigt, gibt es durchaus brisante Probleme, die nach Meinung eines repräsentativen Publikums in viel zu geringem Maße in den Medien auftauchen (Siehe Tabelle 24). Erkennbar sind dabei übrigens auch Standpunkte von Personengruppen im Anteil von über 30 Prozent, die sich für ein Überangebot von Themen aussprechen (z.B. „Sport“, „Künstler/Prominente“). Nicht zuletzt belegen die empirischen Fakten auch, dass die Problemnachfragen bestimmten Mustern folgen, die mit dem Typ der Mediennutzung und der politischen Verortung in Beziehung stehen (Siehe Anhang Tabelle IV).

Tabelle 24: **Wünsche zur Berichterstattung in Massenmedien und Differenzierung nach Nutzer-Typen**

(Bevölkerung Bundesland Sachsen-Anhalt 1999, Angaben in Prozent)

Themenbereich	Berichter-	Gesamt-	Davon:	Davon:	Davon: Typ
---------------	------------	---------	--------	--------	------------

⁷ Neil Postman demonstriert eine besondere „Fragetechnik“, in dem er - hier in Bezug auf den Technologie-Mythos - die Fragen formuliert: *Was ist das Problem, für das diese Technologie die Lösung bietet? Wessen Problem ist es? Welche Leute und Institutionen werden durch eine neue technologische Lösung am stärksten geschädigt?* (Postman 1999: 55-59). Zu „Sokratischen Fragen“ vgl. auch Bourdieu 2000: 75-80.

	stattung: In Massenmedien wird berichtet...	population	Typ Gut Informierte	Typ Unterhaltungsorientierte	Vielleser von Zeitungen Zeitschriften
über ...					
Hintergründe politischer Entscheidungen	Zu wenig	52,6	51,5	44,9	46,7
	Ausreichend	39,3	42,6	45,9	41,0
	Zu viel	8,1	5,9	9,2	12,3
Arbeitsmarktsituation	Zu wenig	42,6	46,6	40,4	50,0
	Ausreichend	55,6	52,4	59,6	49,2
	Zu viel	1,8	1,0	0	0,8
Neues aus Wissenschaft und Technik	Zu wenig	38,0	37,6	40,0	31,6
	Ausreichend	58,6	56,4	56,0	61,5
	Zu viel	3,4	6,0	4,0	6,9
Situation von Frauen in Beruf und Alltag	Zu wenig	44,2	51,0	51,0	49,2
	Ausreichend	45,4	42,0	38,8	44,9
	Zu viel	10,4	7,0	10,2	5,9
Wirtschaftliche Entwicklung	Zu wenig	35,9	30,0	31,0	27,7
	Ausreichend	59,1	65,0	64,0	69,6
	Zu viel	5,0	5,0	5,0	2,7
Umweltprobleme	Zu wenig	32,1	36,2	32,7	34,1
	Ausreichend	61,3	61,9	63,3	63,4
	Zu viel	6,6	1,9	4,0	2,4
Probleme der Europaentwicklung	Zu wenig	34,9	40,2	29,6	30,9
	Ausreichend	56,7	51,5	64,3	59,1
	Zu viel	8,4	8,3	6,1	10,0
Gesunde Lebensweise	Zu wenig	27,2	29,5	37,6	30,7
	Ausreichend	63,2	61,0	53,5	60,6
	Zu viel	9,6	9,5	8,9	8,7
Außenpolitische Ereignisse	Zu wenig	15,2	16,5	11,9	9,3
	Ausreichend	76,0	77,7	77,2	81,4
	Zu viel	8,8	5,8	10,9	9,3
Gewalt/Kriminalität	Zu wenig	24,5	27,8	27,0	30,1
	Ausreichend	46,3	42,6	49,0	42,8
	Zu viel	29,2	29,6	24,0	27,1
Trends in Mode/Musik	Zu wenig	10,7	7,2	16,2	10,7
	Ausreichend	62,1	66,3	64,6	68,6
	Zu viel	27,2	26,5	19,2	20,7
Sport	Zu wenig	4,4	5,9	6,0	6,6
	Ausreichend	60,5	69,6	52,0	65,3
	Zu viel	35,1	24,5	42,0	28,1
Künstler/Prominente	Zu wenig	6,3	5,0	6,9	6,7
	Ausreichend	42,8	48,5	34,7	47,1
	Zu viel	50,9	46,5	58,4	46,2

(Quelle: FOKUS 1999)

- *Mediennutzung erfordert Auseinandersetzung.* Eng mit den bereits genannten Argumenten sollte vor allem das Thema der „politischen Alltagsmythen“ ins Zentrum kritischer Betrachtungen gestellt werden. Gelingt es beispielsweise bei einem Begriff wie der „Wissensgesellschaft“ in klärenden Debatten zwischen Faktenlage, damit verbundenen sicher bestimmbareren (oder auch denkmöglichen) Tendenzen und dem „Mythos des Begriffes“ zu unterscheiden, dann wäre ein wichtiger Schritt zum souveränen Umgang mit diesem Problem

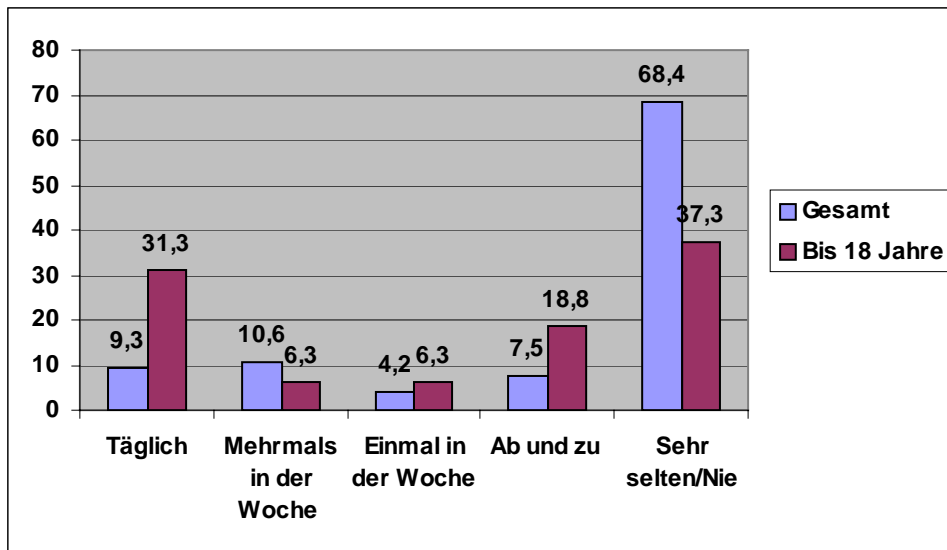
getan. Die kritische „Entzauberung“ führt nicht zuletzt auch dazu, sprachlich-semantische Aspekte der Begriffsbildung zu diskutieren (Chomsky 1999, Schneider 1999).

(5) Moderne Gestaltung von Kommunikation schließt ein *offenes Verhältnis gegenüber den neuen Medien* und ihre aktive Nutzung ein. Dabei fällt vor allem der Umgang mit dem Internet in seinen verschiedenen Anwendungsformen ins Gewicht. Das Internet bietet gegenwärtig mindestens folgende, nahezu unbestrittene und gewissermaßen „irreversible“ Möglichkeiten, die ganz ohne Zweifel gewichtige Vorteile repräsentieren (Bühl 1997; Jarren 1998b):

- Weitgefaster und technisch einfacher Datenzugriff auf eine Vielzahl von Informationen, darunter staatlich-politischer Dokumente, aktueller Veröffentlichungen, persönlicher Stellungnahmen usf.
- Global und mit hoher Geschwindigkeit mögliche Kommunikation und Gemeinschaftsbildung, was sowohl themenorientierte Diskussion als auch Verständigung zu abgestimmtem Handeln einschließt.
- Relativ leichter und kostengünstiger Zugang.

Die Resultate aktueller empirischer Untersuchungen zeigen eindeutig die Zunahme der Internetnutzung, vor allem bei jungen Menschen, auf. Im Zeitraum zwischen Ende 1999 und März 2000 stieg die Zahl der Internet-Anschlüsse in der Bundesrepublik von 10,3 auf ca. 13 Millionen (Kneip 2000: 19-27). Während im Kreis der 14 bis 29jährigen Personen Anfang 1999 deutschlandweit etwa 7 Prozent einmal in der Woche im Netz surfen (Freizeitstudie 1999), waren es am Ende des Jahres (auch in Ostdeutschland) in der Gruppe der bis 18jährigen über 40 Prozent (davon 31 Prozent täglich - Siehe Übersicht 10).

Übersicht 10: Internet-Nutzung im Altersvergleich
(Bundesland Sachsen-Anhalt, 1999. Angaben in Prozent)



(Quelle: FOKUS 1999)

Die soziodemographische Analyse der Nutzerpersonen macht aber auch deutlich, dass es neben den Altersdifferenzen beachtliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern und in Hinsicht auf materielle Aspekte der Lebenslage gibt. Ebenso gibt zu denken, dass größere

Teile des linksorientierten Wählerpotenzials (z.B. Anhängerschaften der PDS und der SPD) dem Internet dem Anschein nach eher reserviert gegenüber stehen (Siehe Anhang Tabelle V).

Im Kreis der medienkritischen Stimmen, die sich auf das Internet beziehen, haben weniger die Argumente Gewicht, in denen Isolation und eventuelle pathologische Schädigungen der Nutzerpersonen prophezeit werden. Ernst zu nehmen sind hingegen sowohl die Probleme der Datensicherheit (einschließlich der Möglichkeit, „Datenkontrolle/-überwachung“ vorzunehmen) oder Illusionen, die sich mit der Verklärung des Internets zum Mythos verknüpfen. Dazu zählen u.a.

- die Annahme, die breite Anwendung des Internets in der Gesellschaft würde gleichsam automatisch wichtige soziale Großprobleme (z.B. der Erwerbstätigkeit) lösen;
- die Überlegung, die Netzkommunikation könne andere Kommunikationsformen ohne Defizite ersetzen;
- das „Glaubwürdigkeits-Problem“ in Gestalt der besonders unter Jugendlichen verbreiteten naiven Vorstellung, dass Beiträge im Netz allein schon durch diese Platzierung einen garantierten Wahrheitsgehalt besäßen.

(6) Praxisorientierte Ansätze linker Akteure für den Umgang mit Informationen und Medien in der Meinungsbildung sind mit *zahlreichen Möglichkeiten* verknüpft. Drei Felder scheinen hier besonders wichtig:

Zum *einen* geht es darum, eine ausgeprägte und kenntnisgestützte Medienkompetenz anzustreben und zu entwickeln. Die betrifft sowohl die aktive „Offenheit“ gegenüber Medienentwicklungen und die Befähigung zum Umgang mit modernen Instrumenten der Medienwelt als auch die konsequente Verknüpfung von politischen Handlungsansätzen mit der Medienöffentlichkeit. Der „Öffentlichkeitszugriff“ verkörpert in der Tat eine besondere Komponente, die – wie die Erfahrungen von Umwelt- oder Menschenrechtsgruppen zeigen (vgl. Imhof/Eisenegger 1999: 195ff.) – bei der Planung und Organisation politischer Schritte gleichsam „automatisch mitzudenken“ sind, wenn sich Erfolg einstellen soll.

Zweitens kann ein spezifischer linker Ansatz darin bestehen, die „nicht aufgeworfenen Fragen“ zu stellen und an die Öffentlichkeit zu bringen. Hierbei kann es um die Meinungen „stimmloser Betroffener“ (z.B. Menschen in extremer Armut, Migrantinnen/Migranten) gehen und ebenso darum, faktisch tabuisierte Zusammenhänge oder Hintergrundeffekte – im Kontrast zu den „offiziell“ formulierten Fragestellungen – zu beleuchten. Im Sinne P. Bourdieus, der dieses Herangehen u.a. in seiner Arbeit „Das Elend der Welt“ demonstrierte, hieße das: „*Deshalb müssen wir noch weiter gehen, gleichzeitig an der Zertrümmerung falscher und an den echten Fragen arbeiten, kollektiv und organisiert und dadurch effektiv und autorisiert.*“ (Bourdieu 1998b: 73)

Drittens schließlich wäre es als wichtiges Feld linker Akteure anzusehen, den Kampf um die Deutung sozialer Probleme als eine zentrale Aufgabe ihres Wirkens zu betreiben. Dies bedeutet nicht zuletzt, theoretisch genauer in die Mechanismen von „Problemkonstruktionen“ und „Problemwahrnehmungen“ einzudringen, was sowohl die Einflüsse der Medien als auch die der Alltags- und Lebenswelt betrifft. Probleme, die mit solchen brisanten Kategorien wie „soziale Gerechtigkeit“, „soziale Sicherheit“ oder „Demokratie“ verknüpft sind, unterliegen in der Realität zumeist verschiedenen, oft interessenbedingt konträren Deutungen, sie wirken sich aber in beachtlichem Maße auf Handlungsbestrebungen vieler Menschen aus. Wie die hier vorgelegte Untersuchung zeigt, gibt es gerade im Bereich der „Problemmuster sozialer Fragen“ zahlreiche Ansatzpunkte für politische Einflussnahme. Die dazu erarbeitete Kategorie „Problembewusstsein“ soll die wissenschaftliche Debatte in dieser Hinsicht anregen. Ein weiterführender Schritt könnte darin bestehen, bei der Deutung von Kategorien durch Analyse und genauere Charakterisierung die „auftretenden Unschärfen“ zu reduzieren. Die

Begriffe „Risiko“ und „Chancen“ beispielsweise bleiben inhaltsleer, wenn sie nicht im Kontext konkreter sozialer Situationen möglichst präzise fixiert werden. Dementsprechend wäre, um beim Beispiel zu bleiben, die Kategorie „soziale Gerechtigkeit“ mit der „Berechnung` von Chancengerechtigkeit“ zu verbinden.

6. Ausblick

Das Feld der politischen Meinungsbildung wird sich im Kontext wirtschaftlich-sozialer Wandlungen und medientechnologischer Umbrüche weiter verändern. Diese Bewegung betrifft sowohl die technische Entwicklung der Medien selbst als auch die Möglichkeit neuer Tendenzen in der inhaltlichen Darstellung. Im Bereich der Internet-Anwendung beispielsweise präzisieren sich allmählich Vorstellungen darüber, ob oder in welchem Maße auf elektronischem Wege Formen „neuer Demokratie“ gestaltbar wären (Jarren 1998b: 13-21). In Erwägung gezogen wird ferner die Schaffung eines (besser gesicherten) „Parallel-Netzwerkes“ neben dem bislang praktizierten Internet.

Im TV-Sektor verweisen u.a. Informationen der Kölner Fernseh-Messe 2000 auf die Möglichkeiten neuer inhaltlicher Trends in den nächsten Jahren. Im gewissen Kontrast zum inszenierten Fun-TV könnten sich Beiträge eines „neuen Realismus“, z.B. verschiedene Formen von (inszenierter) live-Darstellung, stärker durchsetzen (SPIEGEL 2000). Veränderungen des Rundfunk-Mediums (u.a. in Gestalt des Internet-Radios) sind im Fluss, scheinen aber bislang die anfängliche Euphorie nicht zu bestätigen.

Politische Ereignisse in der Mitte des Jahres 2000, die im Zeichen rechtsextemer Übergriffen und Bedrohungen standen, haben mit Nachdruck auf grundlegende Fragen ethischer Verantwortung der Medien und auf Widersprüche in der massenmedialen Darstellung sozialer Probleme aufmerksam gemacht. Die Berichterstattungen zu dieser überaus ernsten Thematik standen (zumindest in den Wochen der „Problemaufgreifens) zumeist unter dem Zeichen einer eher schrillen Skandalisierung und Emotionalisierung. TV-Berichte, aber auch zahlreiche Zeitungsdarstellungen, bedienten eher die Klischees von „rücksichtslosen, scheinbar unbesiegbaren rechten Schlägern“, von „hilflosen Polizeibeamten“ und von „eingeschüchternen oder im Fall von Zivilcourage benachteiligten Bürgerinnen und Bürgern“. Tatsächlicher Mut, die Bereitschaft, sich mit zäher Entschlossenheit auf lange Sicht der rechten Gefahr entgegen zu stellen, wurde nur in Ausnahmefällen thematisiert. Letztendlich entsteht dadurch, nach dem Muster der „self-fulfilling-prophecy“ ein verzerrtes, die Passivität von Menschen beförderndes und der wirklichen Gefahr in die Hände arbeitendes „Problembewusstsein“. Exemplarisch machen diese Ereignisse deutlich, dass die tatsächlich konstruktive „Bearbeitung“ schwerwiegender und komplizierter Probleme ein mediales Herangehen erfordert, dass allein durch marktwirtschaftlich orientierte Medienpraxis nicht gegeben ist.

Auf jeden Fall werden die Vielfalt der Medien, die komplexen Nutzungsgewohnheiten der Konsumenten und die Fragen von „Deutungsmacht“ über soziale Probleme weiterhin aktuelle Themen für gesellschaftliche Debatten darstellen. Daraus ergeben sich auch neue Fragestellungen für die engagierte sozialwissenschaftliche Forschung. Auf dem Gebiet empirischer Untersuchungen wären es Themen wie „*Medienwirkungen im Zusammenspiel technisch hochgerüsteter Systeme*“, „*Probleme der Meinungsbildung in sozialen Netzwerken*“ oder „*Wechselbeziehungen zwischen mediengestützter Meinungsbildung und politischer Handlungsbereitschaft*“, die in den nächsten Jahren besonders lohnend erscheinen.

Ausgewählte Tabellen:

Tabelle I: Problemwahrnehmungen in verschiedenen Sozialräumen und Differenzierung nach subjektiv reflektierter Lebenslage

(Bundesland Sachsen-Anhalt, 1999. Angaben in Prozent, gerundet)

Ich sehe als ein gewichtiges ungelöstes Problem an ...	in/für Gesellschaft			in meinem Umfeld			für mich persönlich		
	Ja	Teils	Nein	Ja	Teils	Nein	Ja	Teils	Nein
Schutz vor Kriminalität	80	16	4	64	28	8	64	25	11
<i>Berufli.-finanziell gute Lebenslage</i>	65	31	4	49	38	13	45	38	17
<i>Berufli.-finanz. schlechte Lebenslage</i>	73	20	7	65	25	10	69	26	6
Guter/Sicherer Arbeitsplatz	82	14	4	67	26	7	55	16	29
<i>Berufli.-finanziell gute Lebenslage</i>	73	25	2	56	33	11	41	16	43
<i>Berufli.-finanz. schlechte Lebenslage</i>	86	7	7	75	20	5	91	4	5
Erleben sozialer Gerechtigkeit	67	25	8	50	40	10	55	29	16
<i>Berufli.-finanziell gute Lebenslage</i>	51	40	9	30	50	20	34	34	32
<i>Berufli.-finanz. schlechte Lebenslage</i>	73	15	12	59	29	12	78	13	9
Ausreichender Verdienst	53	40	7	52	40	8	50	27	23
<i>Berufli.-finanziell gute Lebenslage</i>	44	44	12	38	43	19	25	27	48
<i>Berufli.-finanz. schlechte Lebenslage</i>	61	32	7	66	29	5	82	13	5
Politische Mitbestimmung	56	35	9	38	47	15	44	35	21
<i>Berufli.-finanziell gute Lebenslage</i>	60	30	10	33	49	18	38	39	23
<i>Berufli.-finanz. schlechte Lebenslage</i>	56	35	9	44	41	15	51	32	17
Schutz von Natur und Umwelt	57	36	7	32	52	16	44	32	24
<i>Berufli.-finanziell gute Lebenslage</i>	57	34	9	34	53	13	44	37	19
<i>Berufli.-finanz. schlechte Lebenslage</i>	52	41	7	27	60	13	48	34	18
Solidarische Beziehungen	59	35	6	33	51	16	34	37	29
<i>Berufli.-finanziell gute Lebenslage</i>	54	35	11	28	47	25	29	36	35
<i>Berufli.-finanz. schlechte Lebenslage</i>	64	29	7	41	45	14	43	34	23
Konfrontation Rechtsextrem.	59	29	12	36	37	27	38	24	38
<i>Berufli.-finanziell gute Lebenslage</i>	50	35	15	34	34	32	31	23	46
<i>Berufli.-finanz. schlechte Lebenslage</i>	51	32	17	27	37	36	36	25	39
Aktive Gesundheitsfürsorge.	49	49	11	34	50	16	39	35	26
<i>Berufli.-finanziell gute Lebenslage</i>	34	40	26	22	45	33	20	37	43
<i>Berufli.-finanz. schlechte Lebenslage</i>	47	44	9	41	45	14	55	29	16
Viel Zeit für andere Menschen	42	43	15	29	55	16	34	39	27
<i>Berufli.-finanziell gute Lebenslage</i>	32	48	20	27	53	20	33	38	29
<i>Berufli.-finanz. schlechte Lebenslage</i>	43	34	23	23	58	19	38	32	30
Chancen für berufl. Aufstieg	34	55	11	32	56	12	32	31	37
<i>Berufli.-finanziell gute Lebenslage</i>	27	54	19	18	57	25	19	39	42
<i>Berufli.-finanz. schlechte Lebenslage</i>	46	44	10	41	46	13	58	27	15
Ausreichend Freizeit zu haben	32	47	21	35	49	16	37	29	34
<i>Berufli.-finanziell gute Lebenslage</i>	28	41	31	39	41	20	42	26	32
<i>Berufli.-finanz. schlechte Lebenslage</i>	28	52	20	34	54	12	32	39	29
Gutes Zusammenleben Familie	42	44	14	29	48	23	34	15	51
<i>Berufli.-finanziell gute Lebenslage</i>	34	47	19	23	49	28	22	14	64
<i>Berufli.-finanz. schlechte Lebenslage</i>	43	45	12	33	52	15	48	19	33
Zusammenleben m. Ausländern	48	40	12	28	42	30	18	28	54
<i>Berufli.-finanziell gute Lebenslage</i>	49	37	15	26	34	40	15	19	66
<i>Berufli.-finanz. schlechte Lebenslage</i>	50	30	20	33	45	22	22	36	42

(Quelle: FOKUS 1999)

Tabelle II: Problemwahrnehmungen und Differenzierung nach Ausprägung des Problembewusstseins (PB) zum Thema „Soziale Gerechtigkeit“
(Bundesland Sachsen-Anhalt, 1999. Angaben in Prozent, gerundet)

Problemlage		Politische Meinung:		
		Ist reales und bedrohliches Problem.	Wir werden es schon packen.	Problem wird übertrieben.
Kriminalität im Alltag	Ges	83	12	5
<i>Davon: Starkes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		85	12	3
<i>Davon: Geringes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		81	11	8
Hohe Arbeitslosigkeit	Ges	79	18	3
<i>Davon: Starkes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		89	10	1
<i>Davon: Geringes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		78	17	5
Soziale Spaltung der Gesellschaft	Ges	68	26	6
<i>Davon: Starkes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		83	14	3
<i>Davon: Geringes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		57	31	12
Sicherung auskömmlicher Renten für alle	Ges	56	39	5
<i>Davon: Starkes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		65	31	4
<i>Davon: Geringes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		51	41	7
Beziehungen zwischen „reichen“ und „armen“ Ländern	Ges	58	29	13
<i>Davon: Starkes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		63	26	11
<i>Davon: Geringes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		48	28	24
Umweltbelastung	Ges	45	45	10
<i>Davon: Starkes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		50	42	8
<i>Davon: Geringes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		35	39	26
Krieg in Europa	Ges	49	28	23
<i>Davon: Starkes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		56	25	19
<i>Davon: Geringes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		49	21	30
Situation im Straßenverkehr	Ges	42	44	14
<i>Davon: Starkes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		49	39	12
<i>Davon: Geringes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		45	35	20
Benachteiligung von Frauen	Ges	35	38	27
<i>Davon: Starkes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		44	37	19
<i>Davon: Geringes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		30	37	33
Übergang zur „Informationsgesellschaft“	Ges	18	49	33
<i>Davon: Starkes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		23	46	31
<i>Davon: Geringes PB „Soziale Gerechtigkeit“</i>		12	46	42

(Quelle: FOKUS 1999)

Tabelle III: Meinungen zu Medien und Differenzierung nach Parteianhängerschaften

(Bevölkerung Bundesland Sachsen-Anhalt 1999, Angaben in Prozent)

Aussage		Gesamt- population	Anhängerschaften politischer Parteien					
			B/Gr	CDU	DVU	F.D.P.	PDS	SPD
„Ich fühle mich durch die Medien gut informiert.“	Trifft eher zu	72,8	75,0	85,7	65,2	80,0	69,6	83,5
	Teils, teils	24,4	21,9	13,6	30,4	20,0	24,9	14,3
	Trifft nicht zu	2,8	3,1	0,7	4,3	0	5,5	2,2
„Ich suche spezielle Sender, um mich zu informieren“	Trifft eher zu	69,3	78,1	84,2	66,7	85,0	63,3	71,4
	Teils, teils	21,9	18,8	11,3	23,8	10,0	27,2	20,9
	Trifft nicht zu	8,8	3,1	4,5	9,5	5,0	9,5	7,7
„Rundfunk und TV sind vor allem zur Unterhaltung und Entspannung da“	Trifft eher zu	54,4	54,8	63,6	71,4	42,1	56,9	62,2
	Teils, teils	38,6	29,0	31,1	23,8	42,1	36,5	30,0
	Trifft nicht zu	7,1	16,2	5,3	4,8	15,8	6,6	7,8
„Die Tendenz zur Verblödung in den Medien nimmt zu.“	Trifft eher zu	43,3	58,0	44,4	60,9	55,0	44,6	43,9
	Teils, teils	31,8	32,3	23,0	17,4	20,0	36,7	26,8
	Trifft nicht zu	24,9	9,7	32,6	21,7	25,0	18,7	29,3

(Quelle: FOKUS 1999)

Tabelle IV: Wünsche zur Berichterstattung in Massenmedien und Differenzierung nach Parteianhängerschaften

(Bevölkerung Bundesland Sachsen-Anhalt 1999, Angaben in Prozent)

Themenbereich	Berichterstattung:	Gesamt-population	Anhängerschaften politischer Parteien					
			B/Gr	CDU	DVU	F.D.P.	PDS	SPD
Über ...								
Hintergründe politischer Entscheidungen	Zu wenig	52,6	53,1	40,6	50,0	65,0	58,0	48,8
	Ausreichend	39,3	40,6	50,4	45,5	35,0	34,0	45,6
	Zu viel	8,1	6,3	9,0	4,5	0	8,0	5,6
Arbeitsmarkt-situation	Zu wenig	42,6	31,3	25,2	40,9	30,0	60,3	47,3
	Ausreichend	55,6	68,7	71,7	54,5	65,0	39,1	50,5
	Zu viel	1,8	0	3,1	4,6	5,0	0,6	2,2
Neues aus Wissenschaft und Technik	Zu wenig	38,0	43,8	39,7	45,5	40,0	39,3	36,3
	Ausreichend	58,6	53,1	55,1	45,5	60,0	56,2	61,5
	Zu viel	3,4	3,1	5,2	9,0	0	4,5	2,2
Situation von Frauen in Beruf und Alltag	Zu wenig	44,2	57,6	25,8	25,0	15,0	60,6	35,3
	Ausreichend	45,4	33,3	50,0	35,0	45,0	31,4	51,8
	Zu viel	10,4	9,1	24,2	40,0	40,0	8,0	12,9
Wirtschaftliche Entwicklung	Zu wenig	35,9	32,3	36,1	30,0	50,0	40,8	30,7
	Ausreichend	59,1	67,7	53,4	45,0	40,0	55,2	58,0
	Zu viel	5,0	0	10,5	25,0	10,0	4,0	11,3
Umweltprobleme	Zu wenig	32,1	62,5	26,1	20,0	20,0	40,1	35,2
	Ausreichend	61,3	37,5	64,2	65,0	55,0	56,0	58,2
	Zu viel	6,6	0	9,7	15,0	25,0	3,9	6,6
Probleme der Europa-Entwicklung	Zu wenig	34,9	38,7	30,5	30,0	35,0	38,5	36,8
	Ausreichend	56,7	61,3	53,5	45,0	55,0	54,0	52,9
	Zu viel	8,4	0	16,0	25,0	10,0	7,5	10,3
Gesunde Lebensweise	Zu wenig	27,2	24,2	35,4	15,0	15,0	26,9	23,1
	Ausreichend	63,2	69,7	49,6	60,0	65,0	65,4	65,9
	Zu viel	9,6	6,1	15,0	25,0	20,0	7,7	11,0
Außenpolitische Ereignisse	Zu wenig	15,2	31,3	17,3	10,0	20,0	25,8	16,6
	Ausreichend	76,0	68,7	67,7	60,0	80,0	68,0	75,6
	Zu viel	8,8	0	15,0	30,0	0	6,2	7,8
Gewalt/Kriminalität	Zu wenig	24,5	15,6	26,1	33,3	40,0	24,6	20,7
	Ausreichend	46,3	59,4	50,7	57,2	15,0	36,6	51,1
	Zu viel	29,2	25,0	23,2	9,5	45,0	38,8	28,2
Trends in Mode/Musik	Zu wenig	10,7	15,2	20,7	25,0	10,0	5,1	9,2
	Ausreichend	62,1	45,4	50,4	45,0	55,0	60,8	52,9
	Zu viel	27,2	39,4	28,9	30,0	35,0	34,1	37,9
Sport	Zu wenig	4,4	0	6,6	19,0	0	4,0	13,3
	Ausreichend	60,5	65,6	58,1	57,1	50,0	58,8	56,7
	Zu viel	35,1	34,4	35,3	23,9	50,0	37,2	30,0
Künstler/Prominente	Zu wenig	6,3	9,4	14,6	15,0	10,0	6,1	9,0
	Ausreichend	42,8	50,0	45,4	35,0	10,0	37,0	38,2
	Zu viel	50,9	40,6	40,0	50,0	80,0	56,9	52,8

(Quelle: FOKUS 1999)

Tabelle V: Internet-Nutzung und Differenzierung nach soziodemographischen Merkmalen, Lebenslagen und Parteianhängerschaften

(Bevölkerung Bundesland Sachsen-Anhalt 1999, Angaben in Prozent)

Population	Im Internet surfen ...				
	Täglich	Mehrmals in der Woche	Etwa ein- mal in der Woche	Ab und zu	Sehr selten /Nie
Gesamt	9,3	10,6	4,2	7,5	68,4
Davon: Personen					
Männlich	10,7	15,1	3,6	6,3	64,3
Weiblich	7,7	6,9	5,4	9,0	71,0
Bis 18 Jahre	31,3	6,3	6,3	18,8	37,3
19-24 Jahre	15,5	12,7	11,3	26,8	33,78
25-30 Jahre	15,7	20,6	4,9	9,8	49,0
31-40 Jahre	8,7	12,6	6,0	6,6	66,1
41-50 Jahre	11,3	10,6	3,8	6,9	67,4
51-60 Jahre	6,3	9,1	2,1	2,8	79,7
61-65 Jahre	0	4,2	0	1,4	94,4
66 Jahre und älter	1,3	1,3	1,3	1,3	94,8
Davon: Personen in Lebenslage					
Beruflich-finanz. sehr gut	17,9	12,8	6,4	11,5	51,3
Beruflich-finanz. ziemlich schlecht	3,0	7,6	4,5	3,0	81,8
Davon: Partei- Anhängerschaften					
Bündnis 90/Grüne	14,3	9,5	14,3	14,3	47,6
CDU	19,4	15,3	5,6	8,3	51,4
DVU	23,1	7,7	15,4	7,7	46,2
F.D.P.	12,5	18,8	6,3	6,3	56,3
PDS	2,5	11,0	5,9	7,6	72,9
SPD	2,0	8,2	2,0	12,2	75,5

(Quelle: FOKUS 1999)

Literatur

ALLBUS, 1991, 1992, 1994, 1996, 1998: Daten der Allgemeinen Bevölkerungsumfrage in Deutschland.

Barthes, Roland, 1992: Mythen des Alltags. Frankfurt am Main.

Beck, Ulrich, 1986: Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main.

Beck, Ulrich, 1998: Das Demokratie-Dilemma im Zeitalter der Globalisierung. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. B 38/98. Bonn, S. 3-11.

Beck, Ulrich (Hrsg.), 2000: Die Zukunft von Arbeit und Demokratie. Frankfurt am Main.

Bourdieu, Pierre, 1987: Die feinen Unterschiede. Frankfurt am Main.

Bourdieu, Pierre, 1989: Satz und Gegensatz. Über die Verantwortung des Intellektuellen. Berlin.

Bourdieu, Pierre, 1993: Soziologische Fragen. Frankfurt am Main.

Bourdieu, Pierre, 1998a: Über das Fernsehen. Frankfurt am Main.

Bourdieu, Pierre, 1998b: Vom Gebrauch der Wissenschaft. Konstanz.

Bourdieu, Pierre, 2000: Fragen an die wahren Herren der Welt. In: Z. Zeitschrift für marxistische Erneuerung. 41/2000, Frankfurt am Main, S. 75-80.

Briefs, Ulrich, 2000: Mythos „Informationsgesellschaft“. In: Z. Zeitschrift für marxistische Erneuerung. 41/2000, Frankfurt am Main, S. 81-93.

Brosius, Hans-Bernd, 1995: Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption. Ein Modell zur Wahrnehmung und Verarbeitung von Nachrichteninhalten. Opladen.

Bühl, Achim, 1997: Die virtuelle Gesellschaft: Ökonomie, Politik und Kultur im Zeichen des Cyberspace. Opladen.

Chomsky, Noam, 1999: Sprache und Politik. Berlin.

Datenreport, 1999: Zahlen und Fakten über die Bundesrepublik Deutschland. Bonn.

Dörner, Andreas, 1999a: Medien und Mythen. Zum politischen Emotionsmanagement in der populären Medienkultur am Beispiel des amerikanischen Films. In: Klein, Ansgar/Nullmeier, Frank, 1999: Masse - Macht - Emotionen. Zu einer politischen Soziologie der Emotionen. Opladen.

Dörner, Andreas, 1999b: Politik im Unterhaltungsformat. Zur Inszenierung des Politischen in den Bildwelten von Film und Fernsehen. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. B 41/99, S. 17-25.

Eilders, Christiane, 1997: Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information. Opladen.

Eisenstein, Cornelia, 1994: Meinungsbildung in der Mediengesellschaft. Eine Analyse zum Multi-step Flow of Communication. Opladen.

Faulstich, Werner, 1999: Der Öffentlichkeitsbegriff. Historisierung - Systematisierung - Empirisierung. In: Szyska, Peter (Hrsg.), 1999: Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation. Opladen.

FOKUS 1996, Studie: „Halbzeit“. Einstellungen der Bürgerinnen und Bürger zu den Aktivitäten politischer Parteien im Bundesland Sachsen-Anhalt Mitte der Legislaturperiode 1994-1998. Forschungsgemeinschaft für Konflikt und Sozialstudien (FOKUS). Halle.

FOKUS 1998, Studie: „Lebenslagen, Konfliktwahrnehmungen und Demokratiebewertung von Bürgerinnen und Bürgern in Sachsen-Anhalt“. Forschungsgemeinschaft für Konflikt und Sozialstudien (FOKUS). Halle.

FOKUS 1999, Studie: „Politische Landschaft“ Einstellungen und Meinungen der Anhängerschaften verschiedener Parteien und Organisationen zu ausgewählten Politik-

Komplexen im Bundesland Sachsen-Anhalt Ende des Jahres 1999. Forschungsgemeinschaft für Konflikt und Sozialstudien (FOKUS). Halle.

Franck, Georg, 1998: Ökonomie der Aufmerksamkeit. München, Wien.

Fuchs, Dieter, 1997: Kriterien demokratischer Performanz in Liberalen Demokratien. Wissenschaftszentrum Berlin, FS III 97-203. Berlin.

Freizeitstudie 1999: Umfrage der Zeitschrift Super-Illu. In: Nr. 31/1999.

Gensicke, Thomas, 1998: Die neuen Bundesbürger. Eine Transformation ohne Integration. Opladen.

Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm, 1991: Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie. In: Müller-Doohm, Stefan/Neumann-Braun, Klaus (Hrsg.) 1991: Öffentlichkeit – Kultur – Massenkommunikation. Oldenburg.

Gesellschaftskritische Potenziale, 1998: Studien zur Entwicklung von gesellschaftskritischen Potenzialen in Deutschland. Berlin/Halle.

Glutz, Peter, 1999: Die beschleunigte Gesellschaft. Kulturkämpfe im digitalen Kapitalismus. München.

Goleman, Daniel, 1995: Emotionale Intelligenz. München.

Groenemeyer, Axel, 1999: Soziale Probleme, soziologische Theorie und moderne Gesellschaften. In: Handbuch Soziale Probleme, 1999. Opladen.

Habermas, Jürgen, 1988: Theorie des kommunikativen Handelns. Frankfurt am Main.

Handbuch Soziale Probleme, 1999. Opladen.

Hess, Henner, 1986: Kriminalität als Alltagsmythos. In: Kriminologisches Journal, 1. Beiheft, S. 24-44.

Holtz-Bacha, Christina u.a. (Hrsg.), 1998: Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben. Opladen.

Hradil, Stefan, 1999: Soziale Ungleichheit in Deutschland. Opladen.

Imhof, Kurt/Eisenegger, Mark, 1999: Politische Öffentlichkeit als Inszenierung. Resonanz von „Events“ in den Medien. In: Szyska, Peter (Hrsg.), 1999: Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation. Opladen.

Jarren, Otfried, 1998a: Medien, Mediensystem und politische Öffentlichkeit im Wandel. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.), 1998: Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Opladen.

Jarren, Otfried, 1998b: Internet – neue Chancen für die politische Kommunikation? In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. B 40/98, S.13-21.

Kaase, Max, 1998: Demokratisches System und die Mediatisierung von Politik. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.), 1998: Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Opladen.

Kepplinger, Hans Martin, 1998: Der Nachrichtenwert der Nachrichtenfaktoren. In: Holtz-Bacha, Christina u.a. (Hrsg.), 1998: Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben. Opladen.

Klein, Dieter/Steinitz, Klaus/Dellheim, Judith/Bischoff, Joachim/Weiß, Florian/Schneider, Bernd, 2000: Reformalternativen – sozial, ökologisch, zivil. Berlin.

Kleinstaubner, Hans J./Thomass, Barbara, 1998: Politikvermittlung im Zeitalter von Globalisierung medientechnischer Revolution. Perspektiven und Probleme. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.), 1998: Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Opladen.

Kneip, Ansbert, 2000: Wer nicht drin ist, ist draußen. Die Internet-Deutschen. SPIEGEL-Studie über die neue Zwei-Kl@ssen-Gesellschaft. In: SPIEGEL-reporter, 08/2000. Hamburg.

Luhmann, Niklas, 1996: Die Realität der Massenmedien. Opladen.

Marcinkowski, Frank, 1998: Politikvermittlung durch Fernsehen und Hörfunk. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.), 1998: Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Opladen.

McLuhan, Marshall, 1968: Die magischen Kanäle. Düsseldorf.

Merkel, Wolfgang 1999: Systemtransformation. Opladen.

Mohr, Reinhard, 2000: Der totale Spaß. In: Der Spiegel, 23/2000, Hamburg.

Müller, Albrecht, 1999: Von der Parteiendemokratie zur Mediendemokratie. Beobachtungen zum Bundestagswahlkampf 1998 im Spiegel früherer Erfahrungen. Opladen.

Müller-Schneider, Thomas, 2000: Die Erlebnisgesellschaft – der kollektive Weg ins Glück? In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. B 12/2000, Bonn, S. 24-30.

Neidhardt, Friedhelm/Rucht, Dieter 1993: Auf dem Weg in die `Bewegungsgesellschaft`. In: Soziale Welt, 44.

Noelle-Neumann, Elisabeth, 1983: Die Schweigespirale . Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut. München.

Peters, Hans Peter, 1994: Der Sinn von Öffentlichkeit. In: Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegung. Opladen.

Postman, Neil, Die zweite Aufklärung. Berlin.

Priller, Eckhard, 1997: Ein Suchen und Sichfinden im Gestern und Heute. Verändern die Ostdeutschen ihre Einstellungen und Haltungen zur Demokratie und gesellschaftlichen Mitwirkung? Wissenschaftszentrum Berlin, FS III 97-411. Berlin.

Ritter, Claudia, 1997: Lebensstile und Politik. Zivilisierung. Politisierung. Vergleichsgültigkeit. Opladen.

Saxer, Ulrich, 1998: Mediengesellschaft: Verständnisse und Missverständnisse. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.), 1998: Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Opladen.

Schenk, Michael, 1998: Mediennutzung und Medienwirkung als sozialer Prozess. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.), 1998: Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Opladen.

Schetsche, Michael, 1996: Die Karriere sozialer Probleme. München.

Schneider, Wolf, 1999: Wörter machen Leute. Magie und Macht der Sprache. München.

Schulz, Winfried, 1997: Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. Opladen.

Schulze, Gerhard, 2000: Was wird aus der Erlebnisgesellschaft? In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. B 12/2000, Bonn, S. 3-6.

Sennett, Richard, 1999: Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität. Frankfurt am Main.

Sennett, Richard, 2000: Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus. Berlin.

12. Shell-Studie, 1997: Jugend '97. Zukunftsperspektiven. Gesellschaftliches Engagement. Politische Orientierungen. Opladen.

13. Shell-Studie 2000: Jugend 2000. Opladen.

SPIEGEL 2000: Überdosis Realität. In: Der Spiegel, 33/2000. Hamburg.

Stallberg, Friedrich Wilhelm/Springer, Wolfgang, 1983: Soziale Probleme. Grundlegende Beiträge zu ihrer Theorie und Analyse. Neuwied.

Vester, Michael/von Oertzen, Peter/Geiling, Heiko/Hermann, Thomas/Müller, Dagmar, 1993: Soziale Milieus im gesellschaftlichen Strukturwandel. Köln.

Westerbarkey, Joachim, 1999: Öffentlichkeit und Nicht-Öffentlichkeit. Thesen, Paradoxien und Folgerungen. In: Szyska, Peter (Hrsg.), 1999: Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation. Opladen.

Wilke, Jürgen, 1998: Politikvermittlung durch Printmedien. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.), 1998: Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Opladen.

Winterhoff-Spurk, Peter, 1999: Medienpsychologie. Stuttgart.

Dr. Michael Chrapa

Sozialwissenschaftler, Wahlforscher

Vorsitzender der „Forschungsgemeinschaft für Konflikt- und Sozialstudien e.V.“ Halle (FOKUS-Institut)

Leiter des Projektes „Analysen zur politischen Meinungsbildung“
bei der Rosa-Luxemburg-Stiftung

Kontakt:

Willy-Lohmann-Str. 9, 06114 Halle/Saale

Fon: 0345-5223181/0172-3548059, e-mail: chrapa@aol.com