

Michael Buß, Michael Darkow, Renate Ehlers, Hans-Jürgen Weiß, Karl Zimmer: Fernsehen und Alltag. Eine ARD/ZDF-Studie im Wahljahr 1980.- Frankfurt a.M.: Alfred Metzner Verlag 1984 (Schriftenreihe Media Perspektiven, Bd. 3, hrsg. von Klaus Berg und Marie-Luise Kiefer), 211 S., DM 19,80

Der Band gibt Konzeption und Ergebnisse eines Forschungsprojektes der ARD/ZDF-Medienkommission über den Einfluß der Massenmedien, speziell des Fernsehens, im Wahlkampf 1980 wieder. Dabei handelt es sich um einen Mehrmethodenansatz, bei dem über einen Zeitraum von rund acht Monaten Bedeutung und Wirkung von verschiedenen personalen und massenmedialen Kommunikationseinflüssen auf den Willensbildungsprozeß untersucht wurden. Das Forschungsdesign setzt sich im einzelnen aus den folgenden Methoden zusammen: einer repräsentativen Trendbefragung in sieben Wellen mit über 10.000 Befragten, einem Tagebuchpanel mit 359 jungen Wählern zwischen 25 und 35 Jahren sowie einer quantitativen Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung. Die Trendbefragungen umfaßten den Zeitraum zwischen Ende Mai und November 1980. Das Tagebuch erstreckte sich auf den Zeitraum vier Wochen vor und vier Wochen nach dem Wahltag. Die

Inhaltsanalyse erfaßte die Berichterstattung des Fernsehens und überregionaler sowie regionaler Tageszeitungen im September und Anfang Oktober. Auf eine Journalistenbefragung verzichtete man wegen "extremer Arbeitsbelastung der politischen Redaktionen".

Die Medienkommission erhielt die Anregung für die Studie durch Elisabeth Noelle-Neumanns Untersuchungen über den Wahlkampf 1976, in der diese einen Einfluß der politischen Fernsehberichterstattung auf die Erwartungen der Bürger über den Wahlausgang nachgewiesen hatte. Die langanhaltende und zum Teil sehr polemisch geführte Diskussion, vor allem seitens der betroffenen öffentlich-rechtlichen Anstalten, stimulierte dort offensichtlich zu einer Replizierung im darauffolgenden Wahlkampf.

Betrachtet man die wesentlichen Ergebnisse, dann kann das vermutliche Ziel der Studie, das Fernsehen von einem möglicherweise wahlentscheidenden Einfluß freizusprechen, als erreicht gelten. Die Pressemedien sind demnach eine deutlich stärkere Quelle für politische Informationen als das Fernsehen, die Parteiblöcke erhielten etwa gleichviel Redezeit in den Informationsprogrammen, wobei die Union sogar eine größere Chance zur Selbstdarstellung in Sendungen mit Wahlkampfbezug erhielt und weniger kritisiert wurde als die SPD. Im Verlaufe des Wahlkampfs gab es offensichtlich einen spürbaren Trend von einer SPD- zu einer CDU- oder FDP-Wahlabsicht und ausgerechnet die regelmäßigen Zuschauer von Fernsehmagazinen neigten deutlich häufiger zur CDU.

Zu den Kernaussagen gehört so die geringe Bedeutung des Fernsehens als Quelle für politische Informationen. Dieses Ergebnis wird im wesentlichen auf das Tagebuch-Panel gestützt, das freilich gerade für diesen Zweck eine denkbar ungeeignete Methode darstellt. Sieht man einmal von dem Panel-Effekt ab, daß persönliche Gespräche für die Befragten im Verlaufe der Untersuchung immer wichtiger wurden (vermutlich weil sie jeden Tag ihre Informationsaufnahme zu Papier bringen mußten), und auch von der Tatsache, daß das Sample offensichtlich nicht repräsentativ war, dann bleibt als entscheidender Einwand die Validität der Methode für einen Intermedia-Vergleich: Schlagzeilen in den Pressemedien, die die Panelisten wegen der Disponibilität des Mediums beim Ausfüllen des Tagebuchs vor sich liegen haben konnten, hatten eine weitaus größere Chance, als politische Information reproduziert zu werden als die flüchtigen Fernsehnachrichten. Schlüsse über die Bedeutung der beiden Medien als Informationsquelle lassen sich daraus nicht ziehen.

Zu den Kernaussagen gehört weiterhin das Ergebnis, daß das Fernsehen in keinem Zusammenhang mit der Wahlabsicht steht. Dies hatte zwar auch die erwähnte Studie von Noelle-Neumann nie behauptet (denn dort ging es ausschließlich um den Zusammenhang zwischen der Nutzung politischer Fernsehsendungen und der Wahlerwartung), aber die Bedeutung dieses Schlusses legt es nahe, sich eingehender mit der empirischen Begründung zu beschäftigen. Hierfür stützen sich die Autoren auf Ergebnisse der Trendbefragung und des Tagebuch-Panels. Beide Ergebnisse widersprechen sich, was jedoch die Verfasser nicht thematisieren.

Die sieben Wellen der Trendanalyse zeigen in der Tat einen Anstieg der CDU-Wähler unter denjenigen, die politische Informationen hauptsächlich aus dem Fernsehen beziehen. In der ersten Welle (Mai) sind es 31 Prozent, in der dritten (August) und fünften (September) jeweils 36 Prozent, während umgekehrt der Anteil der Personen mit SPD-Wahlabsicht zurückgeht. Merkwürdigerweise gibt es jedoch einen ähnlichen Verlauf bei den Befragten, die sich hauptsächlich aus dem Radio (Anstieg der CDU-Wähler zwischen August und September von 32 auf 44 Prozent) und aus der Zeitung informieren (Anstieg in derselben Zeit von 35 auf 41 Prozent). Bei allen drei Medien liegt dann aber der Anteil der CDU-Wähler in der Befragung nach der Wahl deutlich unter den Werten aus der Zeit vorher. Neben Zweifeln an der Güte der Stichprobe (EMNID hatte im Durchschnitt der Wellen 13 Prozent der Fälle 'gedoppelt') und der Vermutung eines Bandwagon-Effekts nach der Wahl, läßt sich aus diesen ungewöhnlich starken Schwankungen der eigenen Wahlabsicht nur ablesen, daß es offensichtlich einen spürbaren Trend zur CDU gegeben hat und zwar bei allen Wählern, unabhängig von ihrer wichtigsten Informationsquelle.

Anders ist dies beim Tagebuch-Panel. Dort zeigen die Vielseher eine starke, aber zwischen CDU und SPD - wie die Verfasser schreiben - ausgeglichene Fluktuation. Die Daten lassen andere Schlüsse zu: Der Wähler austausch geht sogar in eine andere Richtung als der Wahlabsichtstrend. Personen mit SPD-Wahlabsicht haben eine größere Stabilität bis zum Wahltag als CDU-Wähler (67 zu 64 Prozent); und: der "Trend zwischen beiden Parteien ist nicht gleich Null", sondern deutlich zugunsten der SPD verschoben, denn von ihr wechselten nur 9 Prozent der Vielseher zur CDU, während sie 16 Prozent der vielsehenden CDU-Wähler erhielt (S. 122, zu diesen Zahlen kommt man jedoch nur durch eigene Nachberechnungen). Aufgrund der Methode ist es sehr unwahrscheinlich, daß diese Ergebnisse überhaupt reliabel für die äußerst fragile Variable der Wahlabsicht sind, aber es ist zumindest bemerkenswert, wie hier ausgerechnet im inhaltlich bedeutendsten Abschnitt mit den Daten umgegangen wird.

Dies gilt auch für eine andere Kernaussage der Studie: die Ausgewogenheit der Fernsehberichterstattung. Zunächst ist interessant, kann aber hier nicht weiter verfolgt werden, daß man sich auf eine Inhaltsanalyse der Zeitungs-Titelseiten beschränkte und diese mit den Fernsehnachrichten verglich. Mit ihrer Kritik an genau diesem Verfahren wollten 1985 die Hörfunk-Chefredakteure der ARD, die die vorliegende Studie mitträgt, Kepingers Studie über die aktuelle Berichterstattung in Radio-Nachrichten und -Magazinen methodisch diskreditieren, in der ebenfalls die Zeitungsberichterstattung als Vergleich herangezogen wurde.

Bedeutsamer ist die Art und Weise, wie datentechnisch Ausgewogenheit hergestellt wird. Die Tabellen sind so aufbereitet, daß man wiederum erst durch mühsames Umrechnen herausfinden kann, daß gerade in den journalistisch stark beeinflussten Sendeformen Kommentar, Magazine und Wahlkampf-Sondersendungen, die auch die relativ meisten Wertungen über die Parteien enthalten, die CDU deutlich häufiger kritisiert wurde als die SPD, nämlich 113 mal im Vergleich zu 78 mal. Auffällig ist auch die Tatsache, daß die Ergebnisse für

"das Fernsehen" nie nach ARD und ZDF aufgeschlüsselt werden, obwohl die Fallzahlen dies ohne weiteres ermöglicht hätten. Dies nährt den Verdacht, daß sich die behauptete Ausgewogenheit nicht ganz so gleichmäßig auf die Programme verteilte.

Auch hierbei geht es weniger um den Sachverhalt (die Informationen über das Kategorienschema der Inhaltsanalyse sind zu spärlich, um sich ein Urteil über Validität und Reliabilität machen zu können), als um die Tendenz der Datenauswertung. Die Ergebnisse werden so selektiv und instrumentell präsentiert, daß man als kritischer Leser häufig den Eindruck einer sehr stark interessengeleiteten Forschung hat. Überdies steht die methodische Qualität, vor allem die Reliabilität der Trendbefragungen und die Validität des Tagebuch-Panels, in keinem Vergleich zur Reichweite der aus den Ergebnissen gezogenen Schlüsse. Ausgerechnet die Hypothesen der kritisierten Studien von 1976 werden gar nicht überprüft: Weder gibt es eine Analyse der Entwicklung von Wahlerwartungen, noch eine Inhaltsanalyse optischer Gestaltungsmittel in der Wahlkampfberichterstattung wie sie Kepplinger unter heftiger Kritik vorgelegt hatte. So bleibt als nachhaltigster negativer Eindruck nach der Lektüre, daß hier eine Art 'Abwehrforschung' des öffentlich-rechtlichen Rundfunksystems betrieben wurde, bei der Erkenntnis und Interesse offensichtlich viel enger miteinander verwoben sind, als es die Verfasser ihren Kritikern unterstellen, gegen die sie hier vorgegangen sind.

Wolfgang Donsbach