

**Hans-Peter Kuhn: Mediennutzung und politische Sozialisation:
Eine empirische Studie zum Zusammenhang zwischen Mediennutzung
und politischer Identitätsbildung im Jugendalter**

Opladen: Leske + Budrich 2000, 234 S., ISBN 3-8100-2742-1, DM 48,-

Politik wird heutzutage grösstenteils über die Medien erfahren. Deshalb ist die politische Sozialisation bzw. die politische Identitätsbildung von Jugendlichen in hohem Maße von der Art der Mediennutzung beeinflusst. Über die Rolle des Fernsehens, das das bedeutendste von allen Massenmedien für die Jugendlichen heute ist, scheiden sich jedoch die Geister: Im Gros werden die dysfunktionalen Auswirkungen des Fernsehens betont, die die politische Identitätsbildung behindern. Nach Enzensberger – salopper ausgedrückt – kann man die einflussreichsten Theorien folgendermaßen zusammenfassen: Fernsehen verblödet. Das Verdienst der vorliegenden Dissertation des Pädagogen Hans-Peter Kuhn liegt darin, dass die Pauschalkritik am Fernsehen abgelehnt wird und der Versuch gestartet wird, den Zusammenhang zwischen Mediennutzung und politischer Sozialisation empirisch (und sehr differenziert) zu untersuchen.

Kuhn kommt zum Ergebnis, dass, erstens, Jugendliche tatsächlich Massenmedien verwenden, die auf deren Einstellungen zur Politik und zur eigenen Rolle als Bürger einwirken. Zweitens entdeckt er überwiegend funktionale Auswirkungen der Massenmedien. Medien tragen positiv zur politischen Identitätsbildung bei.

Die politische Identitätsbildung wird durch das allgemeine politische Interesse, die interne politische Effektivität (Überzeugung, selbst etwas bewirken zu können), die externe politische Effektivität (Überzeugung, dass Politiker auf die Präferenzen der Bürger eingehen) sowie die politische Partizipation gekennzeichnet. Diese Spielarten des mündigen Bürgers verwendet Kuhn als die abhängigen Variablen, die in vier multiplen Regressionen in Korrelation zu Sozialdaten, der Kommunikation über Politik im Elternhaus sowie zu den Arten der Mediennutzung (Fernsehen, Lesen) gebracht werden. Indikatoren für das Fernsehen sind Vielsehen, Unterhaltungssehen, Eskapismus, Informationssehen und aufmerksame Nutzung der Fernsehnachrichten. Für das Lesen werden die Indikatoren Tageszeitungsleser sowie anspruchsvolle unterhaltende Buchlektüre herangezogen.

Für Fernsehen und Tageszeitung konnte bestätigt werden, dass Jugendliche, die diese Medien nutzen, im Vergleich zu anderen sich mehr für Politik interessieren, sich politisch kompetenter fühlen und stärker der Überzeugung sind, politisch etwas bewirken zu können. Die Hypothese des positiven Einflusses auf die externe politische Effektivität bzw. das politische Vertrauen musste verworfen werden. Dies bedeutet aber auch nicht, dass Massenmedien einen negativen Einfluss ausüben: Vielmehr tragen sie - signifikant - weder negativ noch positiv zur politischen Vertrauensbildung bei. Ein interessanter Punkt bei den Ergebnissen ist, dass sich gemäß Studie Fernsehen und Tageszeitung ergänzen: sie tragen unabhängig voneinander zur Sozialisation von Jugendlichen bei. Ein positiver Einfluss des Bücherlesens konnte jedoch nicht nachgewiesen werden.

Die These der dysfunktionalen Auswirkungen der Massenmedien konnte nicht bestätigt werden: Vielsehen, Unterhaltungssehen und Eskapismus haben auf keinen der vier Indikatoren für politische Identitätsbildung einen signifikanten Einfluss. Unterhaltung per se ist demzufolge nicht verwerflich und muss nicht zu unmündigen Bürgern führen.

Kuhn betont auch in seiner Studie, dass es, wie in vielen anderen empirischen Untersuchungen, bedeutende geschlechtsspezifische Unterschiede gibt. Die in der Studie befragten Mädchen waren unpolitischer als die Jungen. Statistisch signifikant war jedoch nur eine Hypothese: Nur bei Mädchen gab es einen Zusammenhang zwischen einer häufigen Zuwendung zum Unterhaltungsangebot im Fernsehen und einem Ohnmachtsgefühl im politischen Bereich.

Die vorliegende Studie von Kuhn zeigt eindrucksvoll, dass die Stigmatisierung des Mediums Fernsehen in pauschaler Weise nicht gerechtfertigt ist. So kommt Kuhn auch zur pädagogischen Empfehlung, dass Heranwachsende nicht vom Fernsehen abzuhalten seien, wenn sie sich über Politik informieren wollen. Problematisch bleibt jedoch die Frage nach der Kausalität. Kuhn thematisiert dies selbst: Was war zuerst da, das Interesse an Politik oder die häufigere Zuwendung zu Polit-Sendungen im Fernsehen? Hierzu fehlt aber auch der kommunikationswissenschaftliche theoretische Unterbau. Ein Lösungsangebot bietet Margot

Berghaus („Wie Massenmedien wirken“, in: *Rundfunk und Fernsehen*, Nr.2, 1999, S.181-199) mit der Hierarchie möglicher Medienwirkungen. Die Wirkungspotentiale nehmen in diesem Schema von oben nach unten ab: soziales Umfeld versus Massenmedien, Medium versus Medieninhalt und Themen, Informationen versus Meinungen, Einstellungen. Durch diese Hierarchisierung lassen sich auch empirisch überprüfbare Hypothesen ableiten und Kausalitäten besser nachzeichnen. Einen ersten Hinweis bietet Kuhn selbst: Nur beim Indikator ‚Politisches Interesse‘ ist der Familieneinfluss statistisch signifikant.

Gerald Hosp (Freiburg im Üechtland)