DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit:

Jugend und Politik in der Mediendemokratie Österreich

Eine Analyse der Rahmenbedingungen politischer Kommunikation vor dem Hintergrund der Wahlaltersenkung

Verfasser:

Markus Fritzer

Angestrebter Akademischer Grad:

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im November 2008

Studienkennzahl lt. Studienblatt:	A 300
Studienrichtung lt. Studienblatt:	Politikwissenschaft
Betreuer:	Univ.-Doz. Dr. Peter A. Ulram

Danksagung:

Das Verfassen dieser Diplomarbeit war ein langes und mitunter beschwerliches Unterfangen. Umso wichtiger war es für mich, Begleiter zu haben, die mich unterstützten und mir dabei halfen, das Ziel nicht aus den Augen zu verlieren.

In diesem Sinne gilt mein besonderer Dank meinem Diplomarbeitsbetreuer Dr. Peter A. Ulram für seine wertvolle Unterstützung, die aufmunternden und richtungsweisenden Hilfestellungen sowie die außerordentliche Geduld im Zuge der Betreuung.

Ebenso bedanke ich mich bei meinem Vater August Fritzer für die mittlerweile jahrzehntelange finanzielle und moralische Unterstützung sowie seine Hilfe, meine Sinne für das Wesentliche zu schärfen.

Mein herzlichster Dank gilt auch meinen Geschwistern Anton, Judith, Conny, Ruth und Martina, die mir jeder/jede auf seine bzw. ihre Art wertvolle Stützen im Leben waren und sind, mich förderten, verwöhnten und unterstützten und mit denen ich stets sowohl Freude als auch Trauer teilen konnte.

Lore Streibl danke ich aus tiefstem Herzen dafür, mein Leben mit so viel Wärme und Freude bereichert und mir damit in einer schwierigen Phase neue Motivation geschenkt zu haben.

Ebenso bedanke ich mich bei Johannes Webhofer, der mir als Studienkollege ein entscheidender Begleiter war, für viele anregende fachliche Diskussionen und dafür, seit vielen Jahren ein echter Freund zu sein.

Schließlich gilt mein Dank meinem Mitbewohner Georg Thaler für ein stets erfreuliches Wohn- und Arbeitsklima und seine Vorbildwirkung hinsichtlich Konsequenz und Zerstreuung.

In liebevoller Erinnerung an meine viel zu früh verstorbene Mutter Kornelia Fritzer, die mich in meinem Herzen stets begleitet.

Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG 7

PROBLEMSTELLUNG 7

1.1. FORSCHUNGSINTERESSE 8

1.2. FORSCHUNGSFRAGEN 8

1.3. HYPOTHESEN 9

1.4. METHODE 9

1.5. AUFBAU DER ARBEIT 10

2. WAHLRECHTSREFORM 2007 13

2.1. HERABSETZUNG DES WAHLALTERS 13

3. POLITISCHE KULTUR IN ÖSTERREICH IM WANDEL 17

3.1. LAGERMENTALITÄT UND PARTEIBINDUNGEN 17

3.2. WAHLVERHALTEN 22

3.2.1. Traditionelle Muster des Wahlverhaltens (späte 1950er bis frühe 1970er Jahre) 22

3.2.2. Wandel des Wahlverhaltens in den 1990er Jahren 22

3.2.3. Aktuelles Wahlverhalten (Nationalratswahlen 2002 bis 2008) 23

4. POLITISCHE SOZIALISATION 25

4.1. SOZIALISATION 25

4.2. POLITISCHE SOZIALISATION 27

4.2.1. Die kognitiven Voraussetzungen Jugendlicher 28

4.3. POLITISCHE SOZIALISATIONSINSTANZEN 31

4.3.1. Familie 32

4.3.2. Schule 34

4.3.3. Gleichaltrige/peer group 36

4.3.4. Massenmedien und politische Sozialisation 38

5. VERHÄLTNIS ÖSTERREICHISCHER JUGENDLICHER ZUR POLITIK 41

5.1. POLITIK – EINE BEGRIFFSKLÄRUNG 41

5.1.1. Politikbegriffe 42

EXKURS POLITIKVERDROSSENHEIT: 44

5.2. KONTAKT MIT POLITIK – INDIKATOREN POLITISCHER SOZIALISATION 46

5.2.1. Politisches Interesse *46*

5.2.2. Politische Information *48*

5.2.3. Politisches Wissen/politische Bildung *52*

5.2.4. Politische Effektivität *53*

5.2.5. Vertrauen in Politiker, Parteien und Institutionen *56*

5.2.6. Zufriedenheit mit der Politik *58*

5.2.7. Politische Partizipation *60*

6. POLITIK UND MEDIEN 67

6.1. MEDIEN IM VERMITTLUNGSPROZESS MODERNER GESELLSCHAFTEN 67

6.2. DIE TRANSFORMATION DER POLITISCHEN KOMMUNIKATION 69

6.3. BEZIEHUNGEN IM POLITISCHEN KOMMUNIKATIONSPROZESS 70

6.3.1. Mediendependenz der Politik *71*

6.3.2. Determination der Medien *72*

6.3.3. Interdependenz von Politik und Medien *72*

6.3.4. Konkurrenz und strategische Allianz *72*

6.3.5. Interessensgegensätze und Interessensgemeinschaft *73*

6.4. MEDIENWIRKUNGSFORSCHUNG 75

6.4.1. Lerntheoretische Ansätze *75*

6.4.2. Kognitionstheoretische Ansätze *78*

6.4.3. Stärke von Medienwirkungen *79*

7. MEDIALE POLITIKVERMITTLUNG 83

7.1. RAHMENBEDINGUNGEN JOURNALISTISCHER ARBEIT 83

7.1.1. Nachrichtenwert-Theorie und politische Berichterstattung *83*

7.1.2. Journalistischer Anspruch vs. Kommerzialisierung *85*

7.2. PRAXIS REDAKTIONELLER POLITIKVERMITTLUNG 90

8. MEDIEN IN ÖSTERREICH/MEDIENNUTZUNG 93

8.1. PRINTMEDIEN 95

8.1.1. Tageszeitungen *96*

8.1.2. Zeitschriften und Magazine *98*

8.2. ELEKTRONISCHE MEDIEN 100

8.2.1. Fernsehen *100*

8.2.2. Radio *105*

8.3. INTERNET UND NEUE MEDIEN 107

9. SCHLUSS 111

9.1. ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE – HYPOTHESENÜBERPRÜFUNG 111

9.2. RESÜMEE 115

TABELLENVERZEICHNIS 117

ABBILDUNGSVERZEICHNIS 117

LITERATURVERZEICHNIS 118

ANHANG 132

Vorbemerkungen:

Zu Gunsten der leichteren Lesbarkeit wird auf eine geschlechtsspezifische Schreibweise, insbesondere das „Binnen-I“, verzichtet. Sofern nicht anders angeführt, stehen die männlichen Formen stets stellvertretend für beide Geschlechter, wobei die Leserinnen und Leser dieser Arbeit ersucht werden, die jeweiligen weiblichen Entsprechungen mitzudenken.

Wenn im Folgenden von „Jugendlichen“ die Rede ist, so ist damit in der Regel die Gruppe der 16-18jährigen als zukünftig neue Gruppe von Wahlberechtigten gemeint. Sollte sich der Begriff auf eine andere Altersspanne beziehen, so findet dies ausdrückliche Erwähnung.

1. Einleitung

Problemstellung

Die Senkung des aktiven Wahlalters auf 16 Jahre wurde in Österreich schon seit geraumer Zeit kontrovers diskutiert. Demokratiepolitischen Überlegungen zur Beteiligung Jugendlicher am politischen Prozess standen dabei zumeist Argumente entgegen, die auf eine vermeintliche Politikverdrossenheit der Jugend und deren politisches Desinteresse, Unreife und politische Unmündigkeit sowie ein zu erwartendes radikales Wahlverhalten abzielten.[1] Nichtsdestotrotz wurde – nach zuvor erfolgten regional beschränkten Senkungen des Wahlalters auf kommunaler Ebene und Landesebene in einigen Bundesländern – schließlich im Juni 2007 das allgemeine Wahlalter in Österreich auf 16 Jahre herabgesetzt. Somit sind nunmehr bei sämtlichen Wahlen in Österreich 16jährige wahlberechtigt. Anzumerken gilt es freilich, dass Österreich damit in Europa eine Vorreiterrolle zukommt, und auch im internationalen Vergleich eines von wenigen Ländern mit einem ähnlich niedrigen Wahlalter ist. Vor diesem Hintergrund erscheint die Frage besonders interessant, warum gerade den österreichischen Jugendlichen – trotz der oben erwähnten Vorbehalte – bereits in diesem Alter eine ausreichende politische Kompetenz zu verantwortungsbewussten Wahlentscheidungen zugetraut wird. Unter der wenig gewagten Annahme, dass es sich hierbei nicht um eine, den österreichischen Jugendlichen eigene, politische „Entwicklungsakzeleration“ handeln kann, bilden als verbleibende variable Faktoren die Rahmenbedingungen, unter denen politische Sozialisation in Österreich von statten geht, den Schwerpunkt der folgenden Analyse. Hierbei liegt der Fokus vor allem auf der politischen Kommunikation (im Sinne der Vermittlung staatlicher Politik) durch die Massenmedien, als in diesem Zusammenhang wichtigster Sozialisationsfaktor. Besondere Beachtung finden dabei die Ausprägungen spezifischer Indikatoren politischer Sozialisation, wie politisches Interesse, politisches Wissen und politische Partizipation, wobei dem Bezug auf die möglichen fördernden bzw. hemmenden Einflüsse der politischen Kommunikationspraxis erhöhte Aufmerksamkeit geschenkt wird.

[1] Vgl. Kromer/Zuba 2006, S. 52-57.

1.1. Forschungsinteresse

Ziel der Diplomarbeit ist es, vor dem Hintergrund der Wahlaltersenkung in Österreich, einen Blick auf den Bezug österreichischer Jugendlicher zur Politik zu werfen. Besondere Berücksichtigung soll dabei die Gruppe der 16-18jährigen (als nunmehr Wahlberechtigte) erfahren. Von grundlegender Bedeutung erscheinen dabei einerseits allgemeine Überlegungen zur politischen Sozialisation Jugendlicher sowie andererseits die konkreten Rahmenbedingungen, unter denen diese in Österreich stattfindet. Diese implizieren sowohl die Transformationsprozesse der österreichischen politischen Kultur als auch insbesondere die Spezifika massenmedialer Politikvermittlung als maßgeblichste Form politischer Kommunikation.

Vorrangig geht es dabei nicht um eine (nunmehr müßige) normative Bewertung der Wahlaltersenkung im Sinne der Diskussion befürwortender bzw. kritischer Argumente, sondern es interessiert vielmehr die deskriptive Darstellung der konkreten Bedingungen, unter denen der Integrationsprozess der österreichischen Jugendlichen in den politischen Prozess von statten geht. Dabei sollen sowohl jugendspezifische Interessens- und Problemlagen als auch maßgebliche Einflussfaktoren von außen Berücksichtigung finden, die eine positive Entwicklung Jugendlicher hin zu politisch mündigen und verantwortungsbewussten Bürgern fördern bzw. hemmen.

Schließlich sollen in jenen Bereichen, in denen derzeit suboptimale Verhältnisse herrschen, wünschenswerte Entwicklungslinien aufgezeigt werden.

1.2. Forschungsfragen

Das eben dargestellte Forschungsinteresse umfasst eine Reihe von Fragen, die durch die folgende Analyse weitestgehend beantwortet werden sollen. Exemplarisch sind im Folgenden ein paar der interessantesten davon konkretisiert:

- Welchen Einfluss haben die Massenmedien auf das Verhältnis Jugendlicher zur Politik?
- Fördert die Medienlogik die als „Politikverdrossenheit“ verkannte Parteien- und Politikerverdrossenheit?

- Inwieweit erfolgt die Vermittlung politischen Wissens durch die verschiedenen politischen Sozialisationsinstanzen, insbesondere die Massenmedien, in einem zufriedenstellenden Ausmaß?
- Auf welche Weise beeinflusst der Wandel der politischen Kultur in Österreich das Politikverständnis der Jugendlichen?

1.3. Hypothesen

Die damit zusammenhängenden Hypothesen, die im Zuge dieser Arbeit vorrangig überprüft werden sollen, lauten wie folgt:

- Die Vermittlung von politischer Information und politischem Wissen durch die entsprechenden Sozialisationsinstanzen ist mangelhaft und tendenziell rückläufig.
- Massenmedien sind der wichtigste Einflussfaktor bei der Herausbildung des Verhältnisses (Parameter: Interesse, Wissen, Beteiligung, Information, genereller Kontakt) Jugendlicher zur Politik.
- Der Wandel in der politischen Kultur fördert die zentrale Stellung der Massenmedien im politischen Prozess.
- Die Medienlogik wirkt einer positiven Einstellung gegenüber Politikern und Parteien entgegen.

1.4. Methode

Die Bearbeitung der Forschungsfragen und die Überprüfung der damit zusammenhängenden Hypothesen basiert methodisch auf einschlägigen, interdisziplinären politik- und kommunikationswissenschaftlichen Theorien und theoretischen Konstrukten. Diese umfassen neben der Betrachtung des Verhältnisses von Medien und Politik insbesondere Sozialisations- und Medienwirkungstheorien und sollen als vorrangiger Bezugsrahmen dienen. Daneben soll eine historisierende, deskriptive Darstellung der österreichischen politischen Kultur sowie der Medienlandschaft dabei helfen, die Rahmenbedingungen politischer Sozialisation und politischer Kommunikation zu beleuchten.

Hinzu kommt eine Sekundärdatenanalyse der Ergebnisse aktueller österreichischer und

internationaler Jugendstudien. Ebenso werden die Ergebnisse und Erfahrungen der kommunalen und regionalen Wahlen, bei denen in Österreich bereits 16jährige wahlberechtigt waren, dargestellt und diskutiert.

Von der Durchführung einer eigenen empirischen Studie wurde aus unterschiedlichen Gründen abgesehen. Einerseits erschien es schwierig bis unmöglich - mit den mir zur Verfügung stehenden Ressourcen - etwa mittels einer Befragung zu Erkenntnissen zu kommen, die über jene der bereits verfügbaren Jugendstudien hinausgehen, andererseits erachtete ich eine theoretisch fundierte Metaanalyse zur Bearbeitung der konkreten Themenstellung auch als wesentlich sinnvoller.

1.5. Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in neun Kapitel. Nach der *Einleitung (1)*, die das Forschungsinteresse und die damit verbundenen Forschungsfragen und Hypothesen sowie die methodische Herangehensweise skizziert und mit einem Überblick über die Gliederung der Diplomarbeit schließt, erfolgt im Abschnitt *Wahlrechtsreform 2007 (2)* zunächst eine Darstellung ebendieser in ihrer konkreten Ausformung. Ebenso wird in diesem Kapitel die Entwicklung des Wahlalters in der Zweiten Republik skizziert und eine internationale Einordnung vorgenommen. Hinzu kommen eine kurze Nachzeichnung der Argumentationslinien der (allesamt die Senkung befürwortenden) Parteien sowie ein Blick auf die möglichen absoluten Auswirkungen des Wahlverhaltens der neuen Wählerschicht auf das Gesamtergebnis.

Im anschließenden Kapitel *Politische Kultur in Österreich im Wandel (3)* wird das Hauptaugenmerk auf die Spezifika des österreichischen politischen Systems der Zweiten Republik und die sich vollziehenden Wandlungen desselben gelegt. Hierbei wird herausgearbeitet wie und warum sich im Laufe der Zweiten Republik die bestehenden Lagermentalitäten und Parteibindungen zunehmend auflösten und sich das System von einer Konkordanzdemokratie zu einer Konkurrenzdemokratie wandelte. Analog dazu wird ein Blick auf die damit verbundenen historischen und aktuellen Muster des Wahlverhaltens geworfen.

Der vierte Abschnitt der Arbeit über die *Politische Sozialisation (4)* spannt den Bogen der Analyse hin zu den Jugendlichen. Zunächst wird dabei erläutert was man unter politischer Sozialisation verstehen kann, wie diese abläuft und ab welchem Entwicklungsstadium

Jugendliche in der Regel dazu befähigt erscheinen, sinnvoll und verantwortungsbewusst am politischen Prozess teilzunehmen. Dabei werden Rolle und Bedeutung der verschiedenen Sozialisationsinstanzen untersucht und dargestellt, wobei den Massenmedien als wichtigste politische Sozialisationsinstanz im weiteren Verlauf der Analyse noch gesonderte Aufmerksamkeit geschenkt wird.

Gleichermaßen zur Veranschaulichung der aktuellen Situation wie als Bezugspunkt für theoretische und praktische Erklärungsansätze, wird im nächsten Kapitel das *Verhältnis österreichischer Jugendlicher zur Politik (5)* dargestellt. Nach einer Begriffsdefinition von Politik im hier verwendeten Sinn sowie einem Exkurs auf die vielzitierte und häufig mit Jugendlichen in Verbindung gebrachte „Politikverdrossenheit“, werden die zentralen Indikatoren politischer Sozialisation, die den Kontakt der Jugendlichen zur Politik messen (politisches Interesse, politische Information, politisches Wissen/politische Bildung, politische Effektivität, Vertrauen in politische Institutionen, Zufriedenheit mit der Politik, politische Partizipation), veranschaulicht. Die Ergebnisse werden dabei – soweit das möglich ist – in Relation zu vergleichbaren Daten Jugendlicher aus anderen europäischen Ländern gestellt. Ebenso werden auffällige Abweichungen bezüglich der genannten Parameter im Vergleich zur österreichischen Gesamtbevölkerung bzw. anderen Alterskohorten veranschaulicht sowie stellenweise zur besseren Einordnung auch historische Entwicklungstendenzen berücksichtigt.

Im sechsten Kapitel *Politik und Medien (6)* wird näher auf Theorien und Modelle bezüglich des Verhältnisses dieser beiden Systeme eingegangen, die zusammen die Rahmenbedingungen der wichtigsten Form politischer Kommunikation bilden. Nach einer Darstellung der außerordentlichen Rolle der Massenmedien im Vermittlungsprozess moderner Gesellschaften im Allgemeinen und in der verwandelten Praxis politischer Kommunikation im Speziellen, werden dabei die drei vorherrschenden Paradigmen – Autonomie der Systeme, Abhängigkeit von dem bzw. Beeinflussung durch das jeweils andere(n) System, Symbiose der Systeme – dargestellt und deren Folgen für den politischen Kommunikationsprozess diskutiert. Hinzu kommt die Einbindung der Rezipienten – als Adressaten beider Systeme – in dieses Verhältnis.

Daraufhin folgt im Abschnitt *Medienlogik (7)* eine Nachzeichnung der durch verschiedene externe und interne Faktoren determinierten Produktionslogik von Massenmedien. Neben den systemimmanenten Regeln, die etwa mit Hilfe der Nachrichtenwerttheorie

nachvollziehbar werden, liegt der Fokus dabei vor allem auf den sich verändernden externen Produktionsbedingungen. Der Wandel des Mediensystems, der vor allem in der Kommerzialisierung und Technologisierung seinen Ausdruck findet, zeitigt Erscheinungen wie ökonomischen Druck, einen verstärkten Kampf um Quoten oder neue und erhöhte Anforderungsprofile für Journalisten; kurz: eine zugespitzte Wettbewerbssituation, die ein Spannungsverhältnis zu klassischen publizistischen Ansprüchen, Qualitätsansprüchen oder auch dem öffentlich-rechtlichen Auftrag evoziert, und sich auf die Inhalte des medialen Angebots auswirkt. Daraufhin folgt ein Blick darauf, wie sich diese veränderten Rahmenbedingungen journalistischer Arbeit auf die Praxis redaktioneller Politikvermittlung niederschlagen.

Damit verbunden gibt das anschließende Kapitel *Medien in Österreich/Mediennutzung (8)* zunächst einen Aufschluss über die Spezifika des österreichischen Medienmarktes (z.B.: Konzentration am Printsektor) und die mit dessen Entwicklung – insbesondere seit den 80er Jahren (deutsches Privatfernsehen, Öffnung für Privatradios und terrestrisches Privatfernsehen…) einhergehenden Veränderungen. Dem folgen eine Darstellung der wichtigsten politischen Informationsangebote in österreichischen on- und offline-Medien sowie eine vergleichende Nutzungsdarstellung von Jugendlichen und Erwachsenen.

Beispielhaft für die Entwicklung der Medieninhalte wird etwa die Entwicklung der Informationsangebote durch die Programmreform des ORF 2007 untersucht.

Den *Schluss (9)* bildet eine Darstellung der gewonnenen Erkenntnisse hinsichtlich der gestellten Forschungsfragen und eine Überprüfung der Ausgangshypothesen. Dabei wird natürlich besonderes Augenmerk auf die in Österreich vorherrschenden Rahmenbedingungen (insbesondere der politischen Kommunikation) für eine positive Beschäftigung Jugendlicher mit Politik gelegt.

2. Wahlrechtsreform 2007

2.1. Herabsetzung des Wahlalters

Am 5. Juni 2007 wurde im Nationalrat eine Reform des Wahlrechts auf Bundesebene beschlossen. Zentraler Bestandteil der Reform war dabei, neben der Einführung der Briefwahl im Inland und der Verlängerung der Legislaturperiode des Nationalrats auf fünf Jahre, die für diese Arbeit besonders interessante Senkung des aktiven Wahlalters von 18 auf 16 Jahre sowie des passiven Wahlalters von 19 auf 18 Jahre (für die Kandidatur zum Bundespräsidenten bleibt die Altersgrenze bei 35 Jahren).

Gesetzestechnisch wurde die Wahlrechtsreform durch eine *Änderung der Bundesverfassung*[2] und ein *Wahlrechtsänderungsgesetz*[3] umgesetzt, mit dem die neuen Bestimmungen in den einzelnen Wahlgesetzen, etwa der Nationalrats-Wahlordnung und der Europawahlordnung, verankert wurden. Dadurch wurde sichergestellt, dass "Wählen mit 16" nunmehr nicht nur – wie zum Teil bereits bisher – bei Landtagswahlen und Gemeinderatswahlen möglich ist, sondern auch bei Nationalratswahlen, Bundespräsidentenwahlen, Europawahlen, Volksabstimmungen und Volksbefragungen. Ebenso wird 16jährigen eine Teilnahme an Volksbegehren und die Abgabe von Unterstützungserklärungen für wahlwerbende Gruppen ermöglicht.[4]

Mit einem Blick auf die Tendenzen der Zweiten Republik, und dabei vor allem der letzten Jahre, kam die Senkung des Wahlalters dabei alles andere als überraschend. Waren das aktive Wahlalter 1949 etwa noch mit 20 Jahren und das passive Wahlalter mit 26 Jahren festgelegt, folgten bereits 1968 (19 bzw. 25 Jahre) und 1992 (18 bzw. 19 Jahre) schrittweise Senkungen.

Schließlich kam es seit 2000 in einigen Bundesländern auf Gemeinde-, Bezirks- und Landesebene bereits zu Senkungen des aktiven Wahlalters auf 16 Jahre. In Kärnten und im Burgenland dürfen seit 2000 16jährige bei Gemeinderatswahlen wählen, wenngleich sich die erste Möglichkeit auch tatsächlich an Wahlen teilzunehmen erst 2002 (Burgenland) bzw. 2003 (Kärnten) ergab. 2002 wurde in Wien das aktive Wahlalter auf Landes-,

---

[2] Österreichisches Parlament: Regierungsvorlage betreffend Änderung der Bundesverfassung; in: http://www.parlament.gv.at/pls/portal/url/page/PG/DE/XXIII/I/I_00094/, 14.10.2008.
[3] Österreichisches Parlament: Regierungsvorlage betreffend Wahlrechtsänderungsgesetz 2007; in: http://www.parlament.gv.at/pls/portal/url/page/PG/DE/XXIII/I/I_00088/, 14.10.2008.
[4] Vgl. Österreichisches Parlament: Presseaussendung zur Debatte über Wahlrechtsänderung; in: http://www.parlinkom.gv.at/PG/PR/JAHR_2007/PK0439/PK0439.shtml, 14.10.2008.

Gemeinde- und Bezirksebene auf 16 Jahre gesenkt. 2004 folgten schließlich Salzburg und die Steiermark mit einer Senkung des Wahlalters auf 16 Jahre auf Gemeindeebene, die in Salzburg (ebenso wie im Burgenland) 2005 auf Landesebene ausgeweitet wurde.[5]

Mit der Wahlrechtsreform 2007 werden künftig 16jährige Jugendliche auch in allen anderen Bundesländern auf Landesebene wahlberechtigt sein, da gemäß Artikel 95 Abs. 2 B-VG (wahlrechtliches Homogenitätsprinzip) die Landtagswahlordnungen die Bedingungen des aktiven und passiven Wahlrechtes nicht enger ziehen dürfen, als dies die Bundesverfassung für Wahlen zum Nationalrat tut.[6]

Bemerkenswert ist, dass die Senkung des Wahlalters dabei bei allen im Parlament vertretenen Parteien Zustimmung fand. Während andere Teile der Wahlrechtsreform von Seiten der Opposition teilweise heftig kritisiert wurden, herrschte in diesem Punkt eine seltene Einigkeit quer durch die Parteienlandschaft. Die Wahlaltersenkung wurde seitens der Parteien sogar scheinbar auch als eine Art Prestigeprojekt angesehen. Es kam zwischen den Parteien regelrecht zu einem „*positiven Vaterschaftsstreit*“ um die Idee „Wählen mit 16“. So verwies in der Parlamentsdebatte zur Wahlrechtsreform Glawischnig-Piesczek auf zahlreiche diesbezügliche Anträge der Grünen in der Vergangenheit, Strache auf zwei Anträge zur Wahlaltersenkung seitens der FPÖ im Jahr 1999 und Grossmann (SPÖ) stellte fest, dass es sich dabei um eine alte Forderung ihrer Partei handle.[7] Dies ist vor allem insofern interessant, weil davon auszugehen ist, dass nicht alle Parteien gleichermaßen von der Senkung des Wahlalters profitieren werden und diese somit parteipolitischen Interessen zuwider laufen kann. So meinen etwa Kromer/Zuber, dass bei der Diskussion um die Senkung des Wahlalters innerparteiliche Interessen der Wählerstimmenmaximierung ein wichtiges Kriterium für ein Engagement dafür oder dagegen darstellen.[8]
Der Zuspruch, den die jeweiligen Parteien bei den nächsten Nationalratswahlen von den Jugendlichen erwarten können, lässt sich wohl am besten anhand der bisherigen Ergebnisse

---

[5] Vgl. Demokratiezentrum Wien: Wahlrechtsentwicklung in Österreich 1848 bis heute; in: http://www.demokratiezentrum.org/de/startseite/themen/demokratiedebatten/wahlen/wahlrechtsentwicklung_in_oesterreich_1848_bis_heute.html, 14.10.2008.
[6] Bundeskanzleramt – Rechtsinformationssystem: Artikel 95 B-VG; in: http://www.ris2.bka.gv.at/Dokumente/Bundesnormen/NOR40087992/NOR40087992.html, 14.10.2008.
[7] Vgl. Österreichisches Parlament: Presseaussendung zur Debatte über Wahlrechtsänderung; in: http://www.parlinkom.gv.at/PG/PR/JAHR_2007/PK0439/PK0439.shtml, 14.10.2008.
[8] Vgl. Kromer/Zuber 2006, S. 52.

bei jenen Gemeinderats- und Landtagswahlen erahnen, bei denen die 16-18jährigen bisher wahlberechtigt waren (siehe Kapitel 5.2.7). Demzufolge dürften vor allem die Grünen mit ihrer verhältnismäßig jungen Wählerschaft von einer Wahlaltersenkung profitieren. So ließen beispielsweise die Nationalratswahlen 2006 deutliche Präferenzen der jüngeren Wählerschicht zu Gunsten der Grünen sowie auch der FPÖ erkennen, wobei vor allem die SPÖ hier unterdurchschnittlich abschnitt. Während lediglich 25% der unter 30jährigen ihre Stimme für die SPÖ abgaben, was im Vergleich zur Gesamtwählerschaft ein Minus von 10% bedeutete, konnten die Grünen mit 19% (plus 8%) sowie die FPÖ mit 17% (plus 6%) bei den jüngeren Wählern deutlich bessere Ergebnisse erzielen als in der Gesamtwählerschaft.[9] Analysen zu den aktuellen Nationalratswahlen 2008 zeichnen ein ähnliches Bild, wobei die FPÖ bei den unter 30jährigen sogar vergleichsweise am Besten abschneidet (und hier sogar stimmenstärkste Partei wird), wohingegen die Grünen in der jungen Wählerschicht dieses Mal nicht so überproportional gut abschnitten wie gewohnt.[10] Fest steht jedoch, dass selbst größere Abweichungen des Wahlverhaltens der Jugendlichen und ihrer Parteipräferenz, auf Grund der geringen Größe dieser Gruppe, für das Gesamtwahlergebnis lediglich weitgehend vernachlässigbare Veränderungen bedeuten würden. So werden durch die Absenkung des Wahlalters bei den künftigen Wahlen auf Bundesebene knapp 200.000 16- und 17jährige auf Bundesebene zusätzlich wahlberechtigt sein.[11]

In Relation zur Gesamtwählerschaft (Wahlberechtigte bei der Nationalratswahl 2008: 6.333.109)[12] entspricht dies in etwa einem Anteil von drei Prozent. Dies bedeutet, dass selbst signifikante Abweichungen des Wahlverhaltens der Jugendlichen von jenem der restlichen Wählerschaft lediglich zu Veränderungen des Wahlergebnisses im Zehntel-Prozent-Bereich führen würden.

Ob die Befürwortung der Senkung des Wahlalters durch jene Parteien, die davon wohl nicht profitieren werden, ausschließlich demokratiepolitischen Überlegungen, im Sinne

---

[9] Vgl. Filzmaier/Hajek 2007, S. 73.

[10] Vgl. SORA – Institute for Social Research and Analysis: Analyse Nationalratswahl 2008; in: http://www.sora.at/images/doku/SORA_ISA_Analyse_NRW_2008.pdf; 14.10.2008.

[11] Vgl. Statistik Austria: Jahresdurchschnittsbevölkerung 2007; in: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/bevoelkerungsstruktur/bevoelkerung_nach_alter_geschlecht/023428.html, 10.10.2008.

[12] Vgl. Bundesministerium für Inneres: Österreichische Nationalratswahlen 2008; in: http://wahl08.bmi.gv.at/, 16.10.2008.

einer festen Überzeugung von der Sache an sich, folgte, oder aus taktischem Kalkül in Hinsicht auf folgende Wahlen zu Stande kam, soll und kann hier nicht beurteilt werden.

Die wichtigsten Argumente, die die Parteien für die Senkung des Wahlalters vorbrachten, waren die Einbindung der Jugendlichen und ihrer Anliegen in den politischen Prozess und ihr damit gesteigertes politisches Interesse, positive Erfahrungen bezüglich der Partizipation der 16-18jährigen bei Landtagswahlen, die mit 16 Jahren häufig bereits stark ausgeprägte gesellschaftliche und wirtschaftliche Involvierung und Verantwortung, eine bereits ausreichend ausgeprägte Fähigkeit zur Beurteilung politischer Vorgänge sowie ein demokratiepolitischer Gewinn.
Zugleich wurde aber auch die Notwendigkeit festgehalten, Jugendliche mittels spezieller Angebote – eventuell auch der Einführung eines Unterrichtsfachs „Politische Bildung“ – stärker für die Politik zu interessieren.[13]
Die einheitlich positive Bewertung der Wahlaltersenkung mag, wie bereits erwähnt, mit einem Blick auf die Wahlrechtsentwicklungen in der Zweiten Republik zwar nicht verwunderlich erscheinen, betrachtet man jedoch die Ausgestaltung des Wahlrechts in anderen Ländern, so ist die Senkung auf 16 Jahre doch bemerkenswert. So liegt das allgemeine Wahlalter derzeit in keinem anderen europäischen Land auf Bundesebene unter 18 Jahren. Lediglich in Slowenien und Kroatien ist es möglich, bereits mit 16 an Wahlen teilzunehmen, allerdings ist das Wahlrecht in diesem Alter dort an ein Beschäftigungsverhältnis geknüpft.
Auch im außereuropäischen Vergleich ist ein Wahlalter unter 18 Jahren eine Rarität. Lediglich in Brasilien, Kuba und Nicaragua dürfen Jugendliche, wie nunmehr in Österreich, bereits mit 16 wählen, in Nordkorea und auf den Seychellen beträgt das Wahlalter 17 Jahre, ebenso in Indonesien, wobei dort verheiratete Personen unabhängig von ihrem Alter wahlberechtigt sind.[14]
Diese Sonderstellung, die Österreich dadurch in Zukunft im internationalen Vergleich einnimmt, bringt zwangsläufig die Fragen nach der Sinnhaftigkeit und etwaigen Gefahrenpotentialen der Wahlaltersenkung mit sich. Genauer gesagt muss sowohl nach

---

[13] Vgl. Österreichisches Parlament: Presseaussendung zur Debatte über Wahlrechtsänderung; in: http://www.parlinkom.gv.at/PG/PR/JAHR_2007/PK0439/PK0439.shtml, 14.10.2008.
[14] Central Intelligence Agency: The World Factbook; in: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/, 16.03.2008.

den konkreten Rahmenbedingungen, die von den für die politische Sozialisation Jugendlicher entscheidenden Instanzen zur Herausbildung eines politisch mündigen Verhaltens geschaffen werden, als auch nach der allgemeinen Erwartbarkeit der sinnvollen Teilnahme 16jähriger am politischen Prozess gefragt werden (siehe dazu Kapitel 4). Soweit es den zweiten Punkt betrifft, kann vorweggenommen werden, dass einschlägige Studien der Sozialisationsforschung übereinstimmend zu dem Ergebnis kommen, dass Jugendliche im Alter von 16 Jahren über sämtliche kognitive Voraussetzungen verfügen, die einen politisch mündigen Bürger idealerweise kennzeichnen. Ob sich diese unter den spezifischen Gegebenheiten in Österreich auch optimal entfalten können, wird im Folgenden untersucht. Ein erster Schritt dazu ist die Darstellung der politischen Kultur des Landes, die quasi den Hintergrund vorgibt, vor dem politische Sozialisationsprozesse ablaufen.

3. Politische Kultur in Österreich im Wandel

„Die politische Kultur eines Systems ist das spezifische Muster individueller Einstellungen und Orientierungen der Systemmitglieder gegenüber Politik. Sie besteht aus mehreren Komponenten: (1) aus politischen Kenntnissen und Überzeugungen, (2) aus der affektiven Beziehung zu politischen Institutionen oder Akteuren, also z.B. Parteien oder Politikern, und (3) aus Urteilen und Meinungen.“[15]

Über weite Strecken der Zweiten Republik (und zum Teil auch heute noch) weist das österreichische politische System im Vergleich mit anderen liberalen Systemen einige Besonderheiten auf, die sich auf die oben genannten Komponenten politischer Kultur niederschlugen. Dabei nimmt mit dem Wandel des politischen Systems auch dessen Prägekraft für die jeweiligen Faktoren ab.

3.1. Lagermentalität und Parteibindungen

Die Zweite Republik war und ist ein Parteienstaat, in dem – wie in allen liberalen Systemen – den Parteien einerseits die *„zentrale Funktion für die Rekrutierung des politischen Führungspersonals, also für die Parlamente und Regierungen des Bundes, der*

[15] Schulz 2008, S. 43.

Länder und Gemeinden“[16] zukommt, andererseits ist sie aber auch in dem Sinn ein Parteienstaat, dass die Parteien in Österreich (vor allem SPÖ und ÖVP) darüber hinaus *„Rekrutierungsaufgaben für Führungspersonal jenseits des politischen Systems im engeren Sinne wahrnahmen: für Banken und Industrieunternehmen, für das Schulsystem und den Verfassungsgerichtshof.“*[17]

Diese besonders weit gefasste Parteienstaatlichkeit gründet dabei auf Tradition und Protektion: Tradition in dem Sinn, dass in Österreich mehrere Generationen in ihrer politischen Sozialisation entscheidend von den politischen Lagern, in die sie hineingeboren wurden, geprägt wurden. Sie empfanden eine Bindung an das Lager (und somit die Partei) sowie eine feste Loyalität gegenüber demselben als Selbstverständlichkeit, was sich auch durch die hohe Organisationsdichte der Parteien sowie ein stabiles Wahlverhalten bemerkbar machte.[18] So waren 1969 27% des Elektorats Mitglied in einer Partei (nach Mitgliederstatistiken der Parteien), drei Viertel der Wahlberechtigten gaben an, sich mit einer Partei zu identifizieren.[19]

Die außerordentliche Stabilität tief verankerter Parteibindungen kann dabei als Ausdruck der drei Hauptspannungslinien (cleavages), die die österreichische Gesellschaft besonders in den 50er und 60er Jahren strukturierten, gesehen werden. Diese cleavages waren *„die konfessionelle Konfliktachse (aktives katholisches bzw. konfessionell gebundenes Milieu versus laizistisches, kirchenfernes Milieu), die wohlfahrtsstaatliche Konfliktlinie (sozialstaatliche Sicherheits- und Regelungserwartungen versus stärker marktwirtschaftlich, auf individuelle Initiativen und Risken abgestellte Orientierungen) sowie eine – wenn auch deutlich abgeschwächte – deutschnationale versus Österreichnationale Spannungslinie.“*[20] Nachdem die deutschnationale vs. Österreichnationale Spannungslinie in den frühen 50er Jahren mit der österreichischen Nationsbildung verschwand, formierten sich die Wähler entlang der verbliebenen Hauptspannungslinien: der konfessionellen (konfessionell gebunden/nicht gebunden) und der wohlfahrtsstaatlichen (sozialstaatliche/marktwirtschaftliche Orientierungen).[21]

---

[16] Pelinka/Rosenberger 2003, S. 59-61.
[17] Ebd., S. 61.
[18] Vgl. Pelinka/Rosenberger 2003, S. 61.
[19] Vgl. Plasser/Ulram 2006, S. 555.
[20] Ebd., S. 550.
[21] Vgl. Plasser/Ulram 2006, S. 550.

Zusammen mit den traditionellen Spannungen zwischen Stadt und Land definierten sie weitgehend die Grenzen der dominanten Lager:

- ÖVP: konfessionell gebunden, marktwirtschaftlich orientiert, Unternehmer und Bauern, Land
- SPÖ: kirchenfern, sozialstaatlich orientiert, (gewerkschaftlich organisierte) Arbeiter, Stadt

Zudem wurden Parteibindung und -loyalität durch parteiliche Protektionsfunktionen, die Einbindung in sozioökonomische Berufslagen und deren Interessensvertretung, politisch-moralische Milieus, kulturelle Deutungsmuster und politische Symbolwelten gestützt.[22]
Durch die oben genannte Kolonialisierung von Verwaltung, öffentlicher Wirtschaft sowie des Bildungswesens war die Mitgliedschaft in einer Partei in vielen Bereichen gleichbedeutend mit einer Erhöhung der individuellen Berufschancen.[23]

Besonders seit den 1980er Jahren ist jedoch ein massiver Rückgang der Organisationsdichte der Parteien und der Parteibindungen sowie damit einhergehend eine zunehmende Unberechenbarkeit des Wahlverhaltens zu beobachten:

> *„Während der Anteil an emotional gebundenen Wählern (Parteiidentifizierern) in den drei Jahrzehnten zwischen 1954 und 1986 von drei Viertel auf 60 Prozent zurückgeht, fällt er in den nächsten eineinhalb Jahrzehnten in Richtung der 50 Prozent-Marke. Im gleichen Zeitraum halbiert sich die Zahl der Parteimitglieder. Die Mobilitätsbereitschaft steigt von zwölf Prozent 1969 auf etwa die Hälfte der Wahlberechtigten und die faktischen Parteiwechsler bei Nationalratswahlen steigen auf über 20 Prozent.“*[24](siehe Tabelle 1).

Dieser Rückgang der Parteibindungen lässt sich nicht zuletzt durch die fortschreitende Abschwächung bzw. Auflösung der traditionellen cleavages als Lagerdeterminanten erklären. Der religiöse Säkularisierungsprozess, der sich zum Beispiel durch die rapide Abnahme der Kirchgangshäufigkeit beobachten lässt, mindert die Bedeutung der

[22] Vgl. ebd., S. 554.
[23] Vgl. etwa Pelinka/Rosenberger 2003, S. 61, oder Plasser/Ulram 2006, S. 550.
[24] Ulram 2006, S. 513f.

konfessionellen Konfliktachse entscheidend, der Strukturwandel der Arbeitsgesellschaft bewirkt Ähnliches bezüglich der wohlfahrtsstaatlichen Konfliktlinie.

„Modernisierung, sozio-ökonomischer und sozio-kultureller Wandel verändern die soziale Basis der ‚Lager'; postmaterialistische Werte, neue Themen und neue Konflikte (wie Ökologie/Ökonomie), Europäisierung und Globalisierung, rechtspopulistischer Protest gegen Einrichtungen und AkteurInnen des politischen Establishments verändern das Wahlverhalten, den politischen Wettbewerbsraum und das Parteiensystem."[25]

Die Etablierung und der folgende kontinuierliche Stimmenzuwachs der Grünen sowie der rasante Aufstieg der FPÖ seit 1986 (bis 2002, aber auch aktuell) können dabei auch als Ausdruck dieser Veränderungen gesehen werden, die nach Plasser/Ulram ein *Dealignment (*strukturelle Abschwächung traditioneller Parteiloyalitäten) der österreichischen Wählerschaft in drei Phasen bewirkten:[26]

- *graduelles Dealignment*: späte 1960er Jahre bis Ende 1970er Jahre:
  Personen mit mäßiger oder schwacher Parteiidentifikation werden durch den sozioökonomischen Wandel sowie die Modernisierung der Produktionsstrukturen in Verbindung mit erhöhter geografischer und sozialer Mobilität sogenannten „cross pressures" ausgesetzt, da sie nun gleichzeitig Gruppen mit unterschiedlichen Wahlnormen angehören.
- *affektives Dealignment*: späte 1970er Jahre bis Mitte 1980er Jahre:
  Es kommt zu einer Zunahme der Parteienverdrossenheit sowie zu einem scharfen Anstieg der Parteien- und Elitenkritik, die durch politische Skandale, Unzufriedenheit mit den Regierungsparteien und dem Auftauchen neuer (oben genannter) cleavages verstärkt werden.
- *Wählerprotestkultur*: seit Mitte der 1980er Jahre:
  In Folge kommt es zu einer Veränderung der politischen Kultur in Richtung Wählerprotestkultur, die neben dem Zerfall traditioneller Parteibindungen, erhöhter Mobilität und Wechselbereitschaft mit einer substanziellen Schwächung der Kernwählerschichten von ÖVP und SPÖ einhergeht.

---

[25] Pelinka/Rosenberger 2003, S. 177.
[26] Vgl. Plasser/Ulram 2006, S. 552f.

Die Auswirkungen dieser drei Dealignment-Phasen werden am gestiegenen Wechselwähleranteil besonders deutlich: lag deren Anteil bei der Nationalratswahl 1975 lediglich bei drei Prozent, so war es bei der Nationalratswahl 2002 mit 24% fast ein Viertel der Wählerschaft.[27]

Tabelle 1: Abnahme von Parteibindung, organisatorische Dekomposition und steigende Wählermobilität[28]

In Prozent	**1954**	**1969**	**1970er Jahre**	**1980er Jahre**	**1990er Jahre**	**1999-2002**
Parteiidentifikation	73	75	62	60	48	52
Parteimitglieder	28	23	22	23	15	15
Mobile Wähler		12		26	40	47
faktische Wechselwähler (NRW)			5	13	19	21

Quelle:Fessel-GfK, Politische Indikatoren (1954-2001)
Fessel-GfK, Repräsentative Wahltagsbefragung (1975-1983)
Fessel-GfK, Exit Polls (1986-2002)

Diese Indikatoren einer zunehmend schwindenden Bindung der Wähler an eine bestimmte (d.h. nur eine) Partei finden auch in Tabelle 2 Ausdruck. Hierin wird ersichtlich, dass sich der seit den 80er Jahren verstärkt einsetzende Trend der Loslösung von Traditionsmotiven bei der Wahlentscheidung offenbar auch im neuen Jahrtausend fortsetzt bzw. sich sogar noch zu verstärken scheint.

So verringerte sich der Anteil der Stammwähler an der Gesamtwählerschaft bei den Nationalratswahlen 2006 im Vergleich zu jenen 2002 bei sämtlichen Parteien massiv – zwischen 12% bei der SPÖ und 18% bei den Grünen (siehe Tabelle 2).

[27] Vgl. Plasser/Ulram 2006, S. 553.
[28] Ulram 2006, S. 514.

Tabelle 2: Motivlagen in den Nationalratswahlen 2002 und 2006 im Vergleich[29]

	SPÖ		ÖVP		FPÖ		GRÜNE	
Gestützte Motivabfrage	2002	2006	2002	2006	2002	2006	2002	2006
Stammwähler/Tradition	55	43	44	28	36	21	34	16

Angaben in Prozent der jeweiligen Parteiwähler
Quelle: Österreichische Gesellschaft für Marketing (OGM)/Donau-Universität Krems, Zeit im Bild Wahltagsbefragung im Auftrag des ORF.

3.2. Wahlverhalten

3.2.1. Traditionelle Muster des Wahlverhaltens (späte 1950er bis frühe 1970er Jahre)

Analog zu den hohen Organisationsdichten der Parteien und den stark ausgeprägten Parteibindungen und –loyalitäten, spiegelte auch das Wahlverhalten in dieser Phase die – die österreichische politische Kultur prägende – Lagermentalität, in Form von enormer Stabilität und Konstanz des Wahlverhaltens, wider.
So war die politische Landschaft in Österreich in dieser Zeit durch die absolute Dominanz der beiden Großparteien ÖVP und SPÖ geprägt, die von den Nationalratswahlen 1956 bis zu jenen 1983 jeweils mindestens 89% der Wählerstimmen auf sich vereinten; am Zenit 1975 sogar 93,4%. Daneben war lediglich die FPÖ als Kleinpartei im Parlament vertreten.
Geschlechts- bzw. altersspezifische Differenzen im Wahlverhalten waren dabei kaum feststellbar und spielten keine Rolle. [30]

3.2.2. Wandel des Wahlverhaltens in den 1990er Jahren

Mit der Wahl von Jörg Haider zum Parteiobmann der FPÖ und der gleichzeitigen Etablierung der Grünen in der politischen Landschaft im Jahr 1986 wird in Österreich die Metamorphose des politischen Systems von einem Zweieinhalb-Parteiensystem zu einem Mehrparteiensystem eingeleitet. Der FPÖ gelang, durch einen relativ radikalen Kurswechsel von einer an liberalen Grundsätzen orientierten zu einer rechtspopulistischen

[29] Filzmaier/Hajek 2007, S. 78.
[30] Vgl. Plasser/Ulram 2006, S. 553.

und nationalistischen Partei, der Aufstieg von einer Kleinpartei zur zweitstärksten Kraft in Österreich, die 1999 einen Stimmenanteil von 26,9% auf sich vereinen konnte. Den Grünen gelang in dieser Periode stets der Einzug in den Nationalrat mit einem zwischen 4,8% und 7,4% schwankenden Stimmenanteil. Daneben schaffte bei den Nationalratswahlen 1994 und 1995 auch das Liberale Forum (LIF) den Einzug ins Parlament. Parallel zum Aufstieg der Kleinparteien verloren ÖVP und SPÖ massiv an Wählerstimmen und konnten 1999 schließlich gemeinsam nur noch 60,1% auf sich vereinen, während es 1986 immerhin noch 84,4% gewesen waren. [31]

Seit 1986 kristallisierte sich auch, vor allem bei FPÖ und Grünen, ein ausgeprägtes geschlechtsspezifisches Wahlverhalten heraus. Während die „Männerpartei“ FPÖ bei männlichen Wählern ein deutliches Übergewicht vorzuweisen hatte, votierten für alle anderen Parteien, mehr oder weniger deutlich, mehrheitlich die Frauen; Grüne und LIF galten als „Frauenparteien“.[32]

Während die Wählerschaft von ÖVP und SPÖ zusehends veraltete, konnten die Oppositionsparteien in den 1990er Jahren bei den unter 30jährigen herausragende Ergebnisse erzielen. So erreichte die FPÖ etwa 1999 bei den unter 30jährigen Wählern 30% der Stimmen, Grüne und LIF gemeinsam rund ein Viertel der Stimmen unter 30jähriger Frauen.[33]

3.2.3. Aktuelles Wahlverhalten (Nationalratswahlen 2002 bis 2008)

Bei den Nationalratswahlen 2002 könnte auf den ersten Blick ein Revival der klassischen Großparteien SPÖ und ÖVP angenommen werden. Immerhin konnten sie gemeinsam wieder einen Wähleranteil von 78,8% erreichen, was einem Zuwachs von 17,7% gegenüber den Wahlen 1999 und das höchste Ergebnis seit 1986 bedeutete. Genauer betrachtet erklärt sich dieser Erfolg der beiden Großparteien jedoch hauptsächlich durch die innerparteilichen Schwierigkeiten der FPÖ im Anschluss an den Knittelfelder Parteitag. So resultierten die Zugewinne von ÖVP und SPÖ fast ausschließlich aus den Verlusten der FPÖ, während die Grünen ebenso leicht zulegen konnten, was auf die Weiterführung des Trends der 90er Jahre – Tendenz zu politischer Diversifizierung – schließen lässt.

[31] Vgl. Plasser/Ulram 2006, S. 560.
[32] Vgl. Pelinka/Rosenberger 2003, S. 178.
[33] Vgl. Plasser/Ulram 2006, S. 558.

Verstärkt wird diese Annahme durch die Betrachtung der Wahlergebnisse 2006 und vor allem 2008. 2006 bestätigten die Grünen ihren Aufwärtstrend, die FPÖ stabilisierte sich und deren Abspaltung, das Bündnis Zukunft Österreich (BZÖ), schaffte den Einzug in den Nationalrat. Die beiden Großparteien verzeichneten Einbußen und kamen gemeinsam nur noch auf 69,8% der Stimmen.[34] 2008 erlitten ÖVP und SPÖ erneut herbe Verluste und fuhren jeweils ihr schlechtestes Ergebnis der Zweiten Republik ein. Mit gemeinsam nur noch 55,3% wurden sie zu Mittelparteien degradiert, während FPÖ und BZÖ (mit Jörg Haider an der Spitze) deutliche Zugewinne erzielen konnten, und die Grünen in etwa auf dem Niveau von 2006 blieben.[35] Obwohl abzuwarten bleibt, wie sich der Tod Haiders auf die innenpolitischen Entwicklungen in naher Zukunft niederschlagen wird, lässt sich somit sagen, dass sich im aktuellen Wahlverhalten – abgesehen vom Sonderfall FPÖ/Haider – im Großen und Ganzen eine Fortführung des Trends der 1990er Jahre feststellen lässt. Dies gilt insbesondere auch für die Entwicklung der Parteimitgliedschaften (2004 15%), Parteiidentifikation (2004 50%), Wählermobilität (2002 24% Wechselwähler) und altersspezifische (Überalterung der ÖVP und SPÖ Wählerschaft) und, mit Einschränkung, geschlechtsspezifische Präferenzen im Wahlverhalten.[36]

Die für diese Arbeit wichtigste Folge dieses Wandels der politischen Kultur der Zweiten Republik stellt die drastisch erhöhte Parteienkonkurrenz dar. War für den Erfolg einer Partei bei Wahlen bis zu den 1980er Jahren in erster Linie entscheidend, wie gut es gelang das eigene Lager, also die Parteisympathisanten und potentiellen Wähler, zu mobilisieren (der Anteil der potentiellen Wechselwähler war ja sehr gering), rückt seither, durch die Abnahme der Parteibindungen und –loyalität, der Kampf um die – zumindest gelegentlichen – Wechselwähler (2002 53%!)[37] immer mehr in den Mittelpunkt des Interesses. Das Parteienspektrum hat sich entscheidend vergrößert. Seit 1986 sind stets mindestens vier – aktuell sogar fünf – Parteien im Parlament vertreten. Bei den vorgezogenen Nationalratswahlen 2008 traten sogar zehn Listen bundesweit an, von denen wiederum fünf den Einzug ins Parlament schafften. In Verbindung mit der abnehmenden

---

[34] Vgl. Bundesministerium für Inneres: Österreichische Nationalratswahlen 2006; in: http://wahl06.bmi.gv.at/, 14.10.2008.
[35] Vgl. Bundesministerium für Inneres: Österreichische Nationalratswahlen 2006; in: http://wahl08.bmi.gv.at/, 14.10.2008.
[36] Vgl. Plasser/Ulram 2006, S. 555.
[37] Vgl. Plasser/Ulram 2004b, S. 382.

festgefügten Parteiidentifikation der Wählerschaft ergeben sich daraus erhöhte Anforderungen für den Wähler bei der Wahlentscheidung. Die Wahlentscheidung wird letztlich durch die veränderten Rahmenbedingungen erst faktisch ihrem Namen gerecht – nämlich eine Entscheidung zu sein. Für mehr als die Hälfte der Wählerschaft (wobei der Anteil bei den jüngeren Wählern noch höher liegt) steht nicht per se fest, für welche Partei sie ihre Stimme abgibt. Die Einbindung in ein gewisses Lager hat an Bedeutung verloren und determiniert dementsprechend weniger häufig die Wahlentscheidung. Umso wichtiger werden demzufolge andere Faktoren, die diese Entscheidung beeinflussen. Diese können bei der jüngeren Wählerschicht wohl weitgehend mit den wichtigsten politischen Sozialisationsfaktoren gleichgesetzt werden: Familie, Schule, Freundeskreis (peer group) und in erster Linie die Massenmedien als primäre Akteure politischer Vermittlungsprozesse (siehe Kapitel 4).

Das Ausmaß, in dem diese Sozialisationsfaktoren das politische Verhalten der jüngsten Wählerschicht der 16-18jährigen prägen, wird im Laufe dieser Arbeit noch dargestellt.

4. Politische Sozialisation

Folgt man Preisers wohl anstandslos zuzustimmender Einschätzung, sollten sich Jugendliche *"spätestens mit dem Erreichen des Wahlalters […] für Politik interessieren, politische Sachverhalte differenziert beurteilen und kompetent politische Ziele verfolgen können"*.[38]

Die Frage, inwieweit 16jährige in der Lage sind, in solcherlei Weise sinnvoll am politischen Prozess teilzunehmen, ist untrennbar mit jener nach dem Ablauf der politischen Sozialisation im Allgemeinen verbunden.

Die politische Sozialisation ist ein Teilbereich der allgemeinen Sozialisation, weswegen zunächst ein Überblick darüber gegeben wird, was unter Sozialisation zu verstehen ist.

4.1. Sozialisation

Nach einer heute gängigen Definition von Klaus Hurrelmann bezeichnet Sozialisation *„den Prozess der Entstehung und Entwicklung der menschlichen Persönlichkeit in*

[38] Preiser 2002, S. 874.

wechselseitiger Abhängigkeit von der gesellschaftlich vermittelten sozialen und dinglich-materiellen Umwelt.“[39]

Sie ist dabei als ein das ganze Leben andauernder Prozess zu verstehen, der auf dem komplexen Zusammenwirken von *„unterschiedlichen konstitutionellen, genetischen, physiologischen, psychischen, ökologischen, sozialen und kulturellen Faktoren“* beruht.[40]

Eingebettet in *„historisch vermittelte, kultur- und sprachgemeinschaftliche Kontexte“* lernen die Einzelnen ihre Aktivitäten auf die verschiedenen Erwartungen ihrer Bezugspersonen und des jeweiligen sozialen Umfeldes einzustellen. Dies geschieht auf der Grundlage der *„subjektiven Auseinandersetzung des Einzelnen mit den vorgefundenen Umweltbedingungen“*, welche an und für sich keine objektiven Gegebenheiten darstellen, sondern in Abhängigkeit von den individuellen Vorerfahrungen jeweils unterschiedlich interpretiert werden können.[41]

Sozialisation kann folglich zusammenfassend als ein Prozess beschrieben werden, in dem drei Faktoren entscheidend sind: (1) das Subjekt in Form eines Menschen, der aktiv mit seiner Umwelt interagiert und somit seine eigene Sozialisation mitbestimmt, (2) die Kultur, also das Deutungs- und Bedeutungssystem einer Gesellschaft oder Gruppe, welchem der Mensch ausgesetzt ist und das er sich aneignet, und (3) die gesellschaftlichen Institutionen, welche eben jene Werthaltungen und Kulturtechniken vermitteln.[42]

Letztere werden gemeinhin als Sozialisationsinstanzen bezeichnet, denen durch ihre vermittelnde Rolle zwischen der jeweiligen (in diesem Fall politischen) Kultur bzw. Gesellschaft und dem Individuum, dessen Eingliederung in ebendiese (bei gleichzeitiger Entwicklung seiner Individualität) Resultat gelungener Sozialisation sein soll, für den Prozess der Sozialisation zentrale Bedeutung zukommt.

Im Sozialisationsprozess Jugendlicher gelten gemeinhin Familie, Schule, Gleichaltrige (peer groups) und Massenmedien als einflussreichste Sozialisationsinstanzen.[43] Natürlich sind diese Instanzen auch für die politische Sozialisation im Konkreten besonders relevant, wobei ihre jeweilige Bedeutung diesbezüglich nachfolgend noch betrachtet wird. Zunächst wird jedoch der Begriff der politischen Sozialisation konkretisiert.

---

[39] Hurrelmann 2006, S. 70.
[40] Vgl. Veith 2008, S. 15.
[41] Vgl. Veith 2008, S. 15f.
[42] Vgl. Zimmermann 2006, S. 15.
[43] Vgl. Kuhn 2000, S. 19.

4.2. Politische Sozialisation

Nach Greiffenhagen kann politische Sozialisation als ein Lernprozess definiert werden, innerhalb dessen ein Individuum sich jene Persönlichkeitsmerkmale, Kenntnisse, Fähigkeiten, Normen und Werte aneignet, welche politisches Bewusstsein und politisches Verhalten strukturieren und lenken, also politisch relevant sind. [44]

Darüber hinaus soll das Individuum im Rahmen der politischen Sozialisation zu einem Mitglied der Gesellschaft werden, welches auch selbst aktiv agiert und dadurch an der Gestaltung der politischen Umwelt beteiligt ist.[45]

In ähnlicher Weise sieht Claußen politische Sozialisation als die *„Entstehung und Entfaltung all derjenigen individuellen Persönlichkeitsmerkmale, welche die Menschen als staatsbürgerliche Wesen im Raume der Regelung öffentlicher Angelegenheiten im engeren und weiteren Sinne konstituieren sowie vermittels häufigen Vorkommens und/oder Verdichtung in gesellschaftlichen Verhältnissen kollektive Bedeutung erlangen.“*[46]

Wie durch diese Definitionen deutlich wird, basiert politische Sozialisation Jugendlicher – wie auch Sozialisation im Allgemeinen – auf zwei wesentlichen Elementen: der persönlichen Individuation einerseits sowie der sozialen Integration andererseits.

Unter sozialer Integration wird dabei verstanden, Mitglied in einer politischen Gesellschaft zu werden und die jeweilige zugeteilte Rolle zu übernehmen. Individuation meint hingegen das Erlangen von Kenntnissen und Fertigkeiten, um politische Sachverhalte zu verstehen und diese beurteilen zu können. Dadurch soll die Entwicklung einer individuellen Meinung erreicht und ein entsprechendes politisches Verhaltensrepertoire aufgebaut werden. Anzumerken gilt es dabei, dass sich der Prozess der politischen Sozialisation nicht auf die direkte Auseinandersetzung oder Konfrontation des Individuums mit dem politischen System beschränkt, sondern grundlegende Verhaltensmuster und Werteorientierungen auch indirekt in verschiedenen Alltagssituationen angeeignet werden.[47]

Als Resultat politischer Sozialisation lassen sich schließlich drei Dimensionen bestimmen, deren Ausprägungen sich entwickeln:

- politische Orientierungen: als Identifikation des Einzelnen mit den Normen, Strukturen und Institutionen des politischen Systems

---

[44] Vgl. Greiffenhagen 2002, S. 408.
[45] Vgl. Buhl 2003, S.16.
[46] Claußen 1996, S. 15.
[47] Vgl. Buhl 2003, S.16f.

- Parteinahme: als wertende Einstellungen zu Personen, Gruppen und Ideologien
- politische Partizipation: als Herausbildung und Umsetzung politischer Verhaltensdispositionen.[48]

Inwieweit Jugendliche im Alter von 16 Jahren schon in der Lage sein können, den eben dargestellten und relativ komplexen kognitiven Anforderungen gelungener politischer Sozialisation – was, wie eingangs erwähnt eine wünschenswerte, wenn nicht unabdingbare Voraussetzung für eine sinnvolle Teilnahme am politischen Prozess darstellt – gewachsen zu sein, wird im Folgenden untersucht.

4.2.1. Die kognitiven Voraussetzungen Jugendlicher

In der Forschung zur politischen Sozialisation Jugendlicher besitzt die Annahme, dass die wichtigste Voraussetzung für die Erlangung eines politischen Bewusstseins und der Fähigkeit, reflektiert und differenziert politische Ziele verfolgen zu können, die Entwicklung des abstrakten, schlussfolgernden Denkens ist, relativ unumstrittene Anerkennung. Folgt man Piaget, erlangen Jugendliche etwa im Alter von 12 Jahren diese höchste Stufe kognitiver Entwicklung: *„Etwa zeitgleich mit dem Beginn der Pubertät, löst sich das Denken der Jugendlichen aus seinen konkreten Gegenstandsbindungen. Zusammenhänge können nun abstrakt betrachtet werden. Dadurch wird es möglich, auf der Grundlage umkehrbarer logischer Operationen, Hypothesen zu bilden und gedanklich verschiedene Situationsmodelle oder Handlungsalternativen durchzuspielen.“*[49]

Dies bildet die Voraussetzung für ein ausgeprägtes politisches Verständnis, dessen einsetzende Entwicklung auch Adelson im gleichen Alter ansiedelt. 16jährigen bescheinigt er schließlich in der Regel einen weitgehenden Abschluss dieses Prozesses und folglich ein gut entwickeltes politisches Denken:

> *„Die Jahre der frühen Adoleszenz, von zwölf bis sechzehn, sind die entscheidenden Jahre für das Entstehen politischen Denkens. Gewöhnlich kann der junge Mensch zu Beginn der Adoleszenz kein komplexes politisches Gespräch führen – d.h., er bleibt bei vielen Fragen stumm, und wenn nicht stumm, dann undifferenziert, anfängerhaft, Phantasien unterworfen und unfähig, ganz in den Bereich politischer*

[48] Vgl. Kevenhörster 2003, S. 73.
[49] Piaget, Jean (1983): Meine Theorie der geistigen Entwicklung; Frankfurt am Main; Fischer Taschenbuch Verlag; zit. nach Veith 2008, S. 63.

> *Ideen einzudringen. Am Ende dieser Periode zeigt sich eine dramatische Veränderung; das Verständnis des jungen Menschen für die politische Welt ist jetzt erkennbar das eines Erwachsenen. Er bewegt sich gedanklich ganz gewandt auf dem Terrain der politischen Begriffe, er hat sich abstraktes und differenziertes Denken und sogar ein gewisses Feingefühl für politische Strukturen angeeignet; er steht an der Schwelle zur Ideologie und ringt um die Formulierung einer moralisch kohärenten Anschauung davon, wie die Gesellschaft ist und wie sie geordnet werden könnte und geordnet werden sollte.“*[50]

Die kognitiven Voraussetzungen Jugendlicher entsprechen in diesem Alter also bereits jenen der Erwachsenen. Zudem kann der politische Sozialisationsprozess ebenso wie bei Erwachsenen als zumindest weitgehend abgeschlossen angesehen werden – weitgehend deswegen, da dieser (wie der Sozialisationsprozess im Allgemeinen), wie bereits erwähnt, das ganze Leben lang andauert. Die grundlegenden Kenntnisse und Fähigkeiten wurden jedoch bereits erworben.

Dennoch erscheint es fragwürdig, ob Jugendliche, allein auf Grund der eben genannten kognitiven Kompetenzen, bereits ein ebenso gut entwickeltes und gereiftes politisches Verständnis besitzen bzw. zu fundierten Entscheidungen fähig sind, wie dies bei Erwachsenen idealerweise der Fall ist. Zwar beobachtet Wasmund bei 16jährigen ein voll entwickeltes Konfliktverständnis (wobei der Konflikt als zentrales Element der Politik gesehen wird)[51] und auch Oerter gesteht zu, dass die intellektuellen Fähigkeiten Jugendlicher durchaus bereits so weit entwickelt sind, um sinnvoll am politischen Prozess teilzunehmen: Urteilsfähigkeit, schlussfolgerndes Denken oder die Geschwindigkeit der Informationsverarbeitung haben bereits ein mit jenem der Erwachsenen vergleichbares Niveau erreicht. Jedoch ortet Oerter eine Gefahr darin, dass differenziertes politisches Denken zu einem nicht unwesentlichen Teil auch vom individuellen Wissensbestand abhängig ist. Dies entspricht auch dem oben erwähnten Konzept der Individuation bei Buhl als eine der beiden Dimensionen politischer Sozialisation. Politisches Wissen ist also als wichtiger Aspekt politischen Denkens zu verstehen, der naturgemäß meist bei Jugendlichen nicht in einer vergleichbaren Form wie bei Erwachsenen vorhanden ist.[52]

---

[50] Adelson, Joseph (Hg.) (1980): Handbook of Adolescent Psychology, S. 272; zit. nach: Hopf/Hopf 1997, S. 80.
[51] Vgl. Wasmund 1982, S.145f.
[52] Vgl. Oerter 1998, S. 38.

Oerter unterscheidet in diesem Zusammenhang zwischen *fluider* und *kristalliner Intelligenz*, wobei erstere in etwa Piagets Klassifizierung der Fähigkeit zu formalen Operationen entspricht. Kristalline Intelligenz ist hingegen als die Wissenskomponente zu verstehen und bezeichnet einen *„lebenslangen Entkulturationsprozeß“*, der mit dem Alter stetig steigt und der die Auflösung von Widersprüchen erleichtert.[53] Damit beinhaltet kristalline Intelligenz auch diese *„Elemente komplexen Denkens, das für reife politische Entscheidungen nötig ist.“*[54]
Dadurch sieht Oerter Jugendliche hinsichtlich ihrer politischen Kompetenz trotz gleicher kognitiver Entwicklungsstufe und Voraussetzungen im Normalfall Erwachsenen unterlegen, *„weil die Wissensbasis für politisches Handeln kleiner ist und damit auch (entsprechend der Experten-Novizen-Forschung) die diesbezügliche Urteilskapazität Grenzen hat.“*[55] Politisches Wissen nimmt demzufolge für die Beurteilung politischer Prozesse eine ganz wesentliche Rolle ein, weswegen ihm im weiteren Verlauf dieser Arbeit auch noch besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden wird.

Zusammenfassend lässt sich jedoch sagen, dass trotz gewisser Vorbehalte hinsichtlich mangelnden politischen Wissens Jugendlicher, diesen doch weitgehend zugestanden wird, auf Grund ihrer kognitiven Entwicklung ein ausgeprägtes politisches Verständnis haben zu können. Preiser sieht dabei gelingende politische Sozialisation im Jugendalter in folgenden Faktoren begründet:

- Die kognitive Entwicklung ermöglicht abstraktes, hypothetisches und komplexes Denken. Dadurch wird das Verständnis für komplexe politische Prozesse und Systeme gefördert.
- Gesellschaftliche Normen und Prinzipien werden stärker beachtet (moralische Entwicklung).
- Die Konfrontation mit politischen Themen vor allem in der Schule, in Jugendgruppen, unter Gleichaltrigen und über die Medien wird immer mehr und kann auch Teil der Identitätsfindung sein.

[53] Vgl. ebd., S. 34.
[54] Vgl. ebd. S. 37.
[55] Oerter 1998, S. 44.

- Das Erreichen des Wahlalters und der Strafmündigkeit steigert im Normalfall das Interesse am Rechts- und Gesellschaftssystem.[56]

Betrachtet man diese Punkte, so stechen die Sozialisationsinstanzen dabei als variable Komponente der Rahmenbedingungen politischer Sozialisation Jugendlicher ins Auge. Aus diesem Grund sollen sie nachfolgend hinsichtlich ihrer konkreten Bedeutung und Ausprägung im politischen Sozialisationsprozess österreichischer Jugendlicher skizziert werden.

4.3. Politische Sozialisationsinstanzen

Wie bereits erwähnt, gelten heute klassischerweise Familie, Schule, Gleichaltrige (peer groups) sowie Massenmedien als wichtigste Sozialisationsinstanzen und damit auch als bedeutendste Faktoren in der politischen Sozialisation Jugendlicher. Die spezifische politische Kultur Österreichs als Parteienstaat machte zudem die Parteien lange Zeit zu einem wichtigen Element in diesem Prozess, dessen Bedeutung heute zwar nicht vollständig verschwunden ist, sich jedoch stark verringert hat. So konstatieren Filzmaier/Ingruber für Österreich über weite Strecken der Zweiten Republik ein Primat der Parteien in der politischen Sozialisation gegenüber den anderen klassischen Sozialisationsfaktoren Schule und Familie. In der Tradition der Entwicklung vor 1914, als sozialistische, katholische und deutschnationale peer groups, Jugendverbände, Freizeit- und Kulturorganisationen jedweder Art die wichtigsten Instanzen der politischen Sozialisation bildeten, übernehmen die Parteien nach 1945, gestützt durch öffentliche Mittel für (partei)politische Bildungsarbeit, wieder ihre alten Sozialisationsfunktionen. Mit dem Verschwinden der traditionellen Parteibindungen und der Auflösung der Lagermentalität (siehe Kapitel 3.1.) seit Mitte der 80er Jahre, verlieren die Parteien und ihre Akademien jedoch an Bedeutung. Neue Faktoren, wie der weltweite gesellschaftliche Wandel durch das Phänomen der Globalisierung und die Entstehung neuer, insbesondere internetbasierter Medien, verändern die Rahmenbedingungen politischer Sozialisation grundlegend. Dabei gewinnen vor allem die Massenmedien auf Kosten traditioneller

[56] Vgl. Preiser 2002, S. 874.

Institutionen politischer Bildungsarbeit (Parteien, Religionsgemeinschaften, Jugendorganisationen) an Bedeutung.[57]

Auffallend in der Einschätzung von Filzmaier und Ingruber ist insbesondere auch hier die Fokussierung auf die politische Bildung bzw. die Vermittlung politischen Wissens als zentrales Element des politischen Sozialisationsprozesses. Diese Wissenskomponente, die, wie bereits erwähnt, auch von Oerter als zentraler Unterschied hinsichtlich der politischen Kompetenzen von Jugendlichen und Erwachsenen ausgemacht werden kann, wird somit auch im Mittelpunkt der nachfolgenden Darstellung der zentralen politischen Sozialisationsinstanzen stehen.

4.3.1. Familie

Die Familie nimmt als erste Sozialisationsinstanz im Entwicklungsprozess des Menschen eine herausragende Stellung ein, da sie derjenige Ort ist, der für die Herausbildung grundlegender Gefühle und Wertorientierungen, kognitiver Schemata, Kompetenzen sozialen Handelns, Leistungsmotivation, etc. der zentrale soziale Ort ist.[58] Familie meint dabei für unsere Zwecke aus sozialisationstheoretischer Sicht jene relativ weitgefasste Sonderform einer sozialen Gruppe, die mindestens ein Kind und einen Elternteil umfasst und sich durch ganz spezifische Rollenverteilungen unter den Mitgliedern auszeichnet. Sozialisation gehört hierbei neben Fortpflanzung, Existenzsicherung und Erziehung zu den institutionellen und unabdingbaren Kernfunktionen der Familie.[59]

Besondere Bedeutung für die politische Sozialisation wird der Familie dabei von den Vertretern des Modells des frühen Lernens (*primacy model*) zuerkannt. Dieses Modell sieht die wichtigsten Einflüsse politischer Sozialisation in der Kindheit angesiedelt, da die hier erworbenen Orientierungen, wie politische Loyalitäten, Wertmaßstäbe und Identifikationen mit Symbolen und Institutionen des politischen Systems, zukünftiges Lernen strukturiere.[60]

Dafür erscheint es gar nicht zwingend notwendig, dass die Auseinandersetzung mit politischen Themen einen zentralen Stellenwert in der innerfamiliären Kommunikation einnimmt. So verweisen Hopf/Hopf darauf, dass die Familie geradezu als *Gegenmilieu* zu

---

[57] Vgl. Filzmaier/Ingruber 2001, S. 9f.
[58] Vgl. Zimmermann 2006, S. 84.
[59] Vgl. Veith 2008, S. 33f.
[60] Vgl. Kevenhörster 2003, S. 77.

den öffentlichen Bereichen Politik und Beruf gesehen werden kann, und dass der Politik tatsächlich ein vergleichsweise geringer Stellenwert im Familienleben zukommt. Wenn jedoch über Politik gesprochen wird, spielt die Familie für die Jugendlichen dabei allerdings sehr wohl eine wichtige Rolle.[61] (siehe auch Kapitel 5.2.2.). Dies könnte als Grundlage für die zumindest scheinbare Bestätigung der *Transmissionsthese* angesehen werden. Jene sieht die hohe Übereinstimmung von politischen Orientierungen und Verhaltensweisen zwischen Eltern und Kindern als Beleg dafür, dass die Jugendlichen maßgeblich von ihren Eltern beeinflusst, also politisch sozialisiert werden. Empirische Untersuchungen deuten zumindest in Bezug auf die Parteipräferenzen sowie die politische Beteiligung durchaus in diese Richtung, wenngleich anzumerken ist, dass dies auch als Ergebnis *umgekehrter Sozialisation*, also als Resultat des Einflusses der Jugendlichen auf die Eltern gesehen bzw. übereinstimmenden familienexternen Einflüssen zugeschrieben werden kann.[62]

Ferner gilt es zu beachten, dass die Bedeutung der Familie für die politische Sozialisation untrennbar mit der Entwicklung von Familien im Allgemeinen verbunden ist. So erkennt etwa Zimmermann seit den 1960er Jahren einen kontinuierlichen Rückgang der *Familialisierung* in Form klassischer Familien (Ehepaar mit Kindern). Diese traditionelle Familienform als vorherrschende Form des Zusammenlebens und Kern der Gesellschaft wurde seither zunehmend durch eine Pluralisierung und Individualisierung der Lebensformen abgelöst. Es kommt zu weniger Eheschließungen, die Scheidungsrate steigt ebenso wie die Anzahl kinderloser Ehen oder alleinerziehender Eltern. Zudem sinkt die Fertilitätsrate, wodurch heute immer mehr Kinder ohne Geschwister aufwachsen.[63]

Diese Entwicklungen lassen sich dabei unter anderem auf die geänderten Motivlagen bei der Entscheidung für eine Familie bzw. für ein Kind zurückführen. Spielten früher Überlegungen wie die Weitergabe des Familiennamens bzw. die Altersvorsorge eine wichtige Rolle, so steht heute der Wunsch nach Sinnerfüllung des eigenen Lebens im Vordergrund. [64]

Dadurch sieht Zimmermann (wie auch Beck[65]) in den letzten Jahren auch die Eltern-Kind-Beziehung einem entscheidenden Wandel unterzogen, der sich, durch die zentrale

---

[61] Vgl. Hopf/Hopf 1997, S. 134.
[62] Vgl. ebd., S. 136-140.
[63] Zimmermann 2006, S. 96.
[64] Vgl. ebd., S. 99.
[65] Vgl. Beck 1998, S. 64.

Bedeutung dieses Verhältnisses für den familiären Sozialisationsprozess, auch auf die politische Sozialisation niederschlägt. Er erachtet die geänderten Motivlagen zur Entscheidung für ein Kind als Grundlage dafür, dass Jugendliche von den Eltern früher als eigenständige Personen mit eigenen Interessen und Bedürfnissen anerkannt und gewünscht werden. Die Beziehung zwischen Eltern und Jugendlichen löst sich durch den so entstandenen stärker partnerschaftlichen Charakter demnach früher von der klassischen, auf einem rigiden Autoritätsverhältnis beruhenden, Rollenverteilung.[66] In Bezug auf die politische Sozialisation bedeutet diese frühere und verstärkte hierarchische Annäherung zwischen den beiden Generationen, dass politische Sozialisation heute wohl weniger durch politisches Lernen der Jugendlichen von den Eltern, als vielmehr als Ergebnis eines Aushandlungsprozesses und diffundierender Wirkungen zwischen beiden Generationen gesehen werden kann.

So verweist etwa Bertram, trotz nach wie vor vorhandener Korrelationen, auf die wachsende Unabhängigkeit von Jugendlichen und Eltern in der Auswahl politischer Einflüsse aus der sozialen Umwelt, die sich in unterschiedlichen politischen Orientierungen der beiden Generationen manifestiert.[67] Diese theoretisch durch die *Individualisierungsthese*[68] (Jugendliche sind heute mehr auf sich bezogen als frühere Generationen) gestützte Entwicklung kommt einerseits der eigenständigen politisch-moralischen Urteilsbildung der Jugendlichen zugute, mindert aber gleichzeitig die Bedeutung der Familie für die politische Sozialisation.

4.3.2. Schule

Als konkurrierende Alternative zum primacy model sieht das Modell der späten Kindheits- und Jugendphase (*intermediate period model*)[69] diese als die wichtigste im Prozess der politischen Sozialisation. Hier werden demnach die Fähigkeiten herausgebildet, die zum Verständnis komplexer politischer Ereignisse und Konzeptionen notwendig sind und dadurch dauerhafte Einstellungen und Verhaltensweisen begründen. Im Unterschied zum

---

[66] Vgl. Zimmermann 2006, S. 99f.
[67] Vgl. Bertram, Hans: Jugend heute. Die Einstellungen der Jugend zu Familie, Beruf und Gesellschaft; München 1987; zit. nach: Kevenhörster 2003, S. 76.
[68] Vgl. Beck 1998 S. 60-62.
[69] Anm.: Das Modell des späten politischen Lernens (*recency model*) wird an dieser Stelle ausgeklammert, da es sich auf die politische Sozialisation im Erwachsenenalter beschränkt und daher für die hier verfolgte Analyse nicht von Relevanz ist.

primacy model dient diese Phase politischer Sozialisation idealerweise nicht mehr hauptsächlich der Vermittlung grundlegender Einstellungen und Wertorientierungen, sondern vielmehr der Herausbildung wirklichkeitsnaher, differenzierter Wahrnehmungsmuster.[70] Der konkrete Bezug zur Politik und folglich die Aneignung politischen Wissens rückt also in den Mittelpunkt, wobei diesbezüglich in dieser Lebensphase der Schule zentrale Bedeutung zukommt.

Die wichtigste Funktion der Schule in Bezug auf die politische Sozialisation Jugendlicher liegt darin, dass dieser zur Erhaltung der Stabilität der Gesellschaft und des politischen Systems die Aufgabe zukommt, *„…die Schüler in einer Weise zu beeinflussen, dass sie die bestehenden politischen Verhältnisse erkennen, sie akzeptieren und sich ihren Forderungen gemäß verhalten lernen“*.[71]

Dies geschieht in Österreich auf zwei Ebenen: einerseits durch den – abhängig vom Schultyp – mehr oder weniger einschlägigen Unterricht zur Geschichte und Politik des Landes, andererseits als Nebenprodukt der Vermittlung von Wertorientierungen.

Solche von der Gesellschaft als positiv erachtete Wertorientierungen, wie etwa Erfolg durch Leistung, Gehorsam, Einordung in eine Gruppe oder Verinnerlichung von Geboten, wirken neben anderen Elementen des Schulalltages, wie Schulordnungen, Schulfeiern, Ritualen, etc. in Form eines *heimlichen Lehrplans* als Legitimations- und Integrationsfaktoren des politischen Systems.[72]

Was die Intensität der Vermittlung politischen Wissens an österreichischen Schulen betrifft, so können diesbezüglich zwischen den verschiedenen Schultypen rein lehrplanmäßig zum Teil erhebliche Unterschiede festgestellt werden.

So ist politische Bildung in Volks- und Hauptschulen sowie in AHS-Unterstufen generell nicht als eigenständiges Fach Teil des Lehrplans, wobei jedoch der Pflichtgegenstand „Geschichte und Sozialkunde“ einen maßgeblichen Bezug zur politischen Bildung haben soll. In Polytechnischen Schulen und in Berufsschulen ist die Vermittlung politischen Wissens in den Fächern „Politische Bildung und Wirtschaftskunde“ bzw. „Politische Bildung“ verpflichtend vorgesehen. Ebenso ist „Politische Bildung“ in berufsbildenden mittleren Schulen (BMS) verpflichtender Teil des Lehrplans. In allgemeinbildenden höheren Schulen (AHS) ist politische Bildung im Fach „Geschichte und Sozialkunde“

---

[70] Vgl. Kevenhörster 2003, S. 77.
[71] Fend 1974, S. 174.
[72] Vgl. Zimmermann 2006, S. 122-124.

obligatorisch vorgesehen (jedoch erst ab der 6. Klasse zwei Wochenstunden). In berufsbildenden höheren Schulen (BHS) schließlich scheint „Politische Bildung“ – mit diversen unterschiedlichen Ergänzungen – durchwegs als Pflichtgegenstand auf. Auffällig und für diese Arbeit besonders interessant ist hierbei jedoch, dass die einschlägigen Lehrpläne dieses Fach stets erst in den jeweils letzten Jahren verpflichtend vorsehen. Das neunte und zehnte Schuljahr bleibt hingegen (wie auch in vielen BMS) weitestgehend ausgespart.[73] Somit erfolgt die gezielte Vermittlung von konkretem politischem Wissen in weiterführenden Schulen fast ausschließlich nach der Vollendung des 16. Lebensjahres, also erst nachdem das nunmehrige Wahlalter erreicht wurde. Die Schule erfüllt ihre politische Sozialisationsfunktion bis dahin also hauptsächlich auf sekundäre Weise durch die Vermittlung von Wertorientierungen. Dadurch wird deutlich, dass die Schule, gerade in der Phase vor dem Erreichen des Wahlalters, als politischer Sozialisationsfaktor entscheidend an Bedeutung verliert und die angenommene Wissenskluft zwischen Jugendlichen und Erwachsenen nicht in einem gewünschten Ausmaß zu schließen vermag. Dies ist besonders schade, da das Bedürfnis nach politischem Wissenserwerb bei den Jugendlichen durchaus vorhanden ist. So finden 2007 64% der 14-24jährigen, dass im Bereich politische Bildung zu wenig getan wird und sogar 71% der Jugendlichen äußern den Wunsch nach einem eigenen Unterrichtsfach „Politische Bildung“, das nicht in Kombination mit anderen Fächern stattfindet. Dieses sollte nach Ansicht der Jugendlichen dabei das Hauptaugenmerk auf die traditionelle Wissensvermittlung über den Staat und seine Institutionen legen.[74]

4.3.3. Gleichaltrige/peer group

Der Begriff *peer group* geht ursprünglich auf Charles H. Cooley zurück und bezeichnet eine Gruppe von gleichaltrigen Jugendlichen bzw. eine Gruppe von Gleichgestellten, die zu Bezugs- oder gar Primärgruppen für die Jugendlichen werden können und folglich einen entscheidenden Einfluss (der sogar wichtiger ist als jener der Eltern) auf ihre Sozialisation ausüben.[75] Insofern erscheint es naheliegend, dass peer groups auch für die politische

[73] Vgl. Zentrum Polis – Politik lernen in der Schule: Lehrpläne zur politischen Bildung an Österreichs Schulen; in: http://www.politik-lernen.at/content/site/basiswissen/politischebildung/lehrplaene/index.html, 03.06.2008.
[74] Vgl. Filzmaier 2007b, S. 12-16.
[75] Vgl. Schäfers/Lehmann 2006, S. 100.

Sozialisation Jugendlicher eine wichtige Rolle spielen. Zugrunde liegt auch hier die Annahme, dass sich politische Einstellungen und politisches Interesse (im Sinne des *intermediate period model*) erst relativ spät in der Jugendphase stabilisieren und die Eltern hier keinen allzu großen Einfluss mehr ausüben.[76] Hinzu kommen gesellschaftliche Veränderungen (Bildungsexpansion, Wohlstandsentwicklung, Änderungen in der Eltern-Kind-Beziehung), die insofern zu einem Wandel der Jugendphase geführt haben, dass sich Jugendliche verstärkt in einer *Gesellschaft der Altersgleichen* als wichtigstes Bezugselement wiederfinden. Schließlich spricht für die Bedeutung der peer groups im Sozialisationsprozess auch noch ihr *öffentlicher* Charakter, der den Erwerb *öffentlicher Kompetenzen* mit sich bringt. Im Gegensatz zum familiären Umfeld besteht nämlich in der Gleichaltrigen-Gruppe die Notwendigkeit zur Aushandlung von Rollen und Bezugsverhältnissen; Durchsetzungsfähigkeit und Kompromissbereitschaft sind ebenso erforderlich wie der Kampf um Anerkennung in der Gruppe.[77]

Bezogen auf die politische Sozialisation in peer groups ist es daher sinnvoll, neben der *manifesten* Sozialisation die eben beschriebene *latente* Sozialisation zu beachten.

So stellt auch Hurrelmann fest, dass peer groups bereits zu einem frühen Zeitpunkt in der Jugendphase politisch sozialisierende Funktionen übernehmen, indem *„…sie ihren Mitgliedern gruppenbezogen vollwertige Teilnahmechancen gewähren, um so Erfahrungen in einem als relevant empfundenen sozialen Raum zu gestatten, die ihnen in anderen gesellschaftlichen Handlungsbereichen verwehrt bleiben.“*[78] Daraus folgert er, dass in der Gleichaltrigen-Gruppe das Potential liege, zum dominierenden Orientierungs- und Handlungsfeld im Jugendalter zu werden, wenn dies von der Lebenslage und Interessenorientierung der Jugendlichen aus angesteuert wird. Das Individuum lernt innerhalb der peer groups neue Autoritätsbeziehungen kennen und wirkt am Prozess der Autoritätsverteilung selbst mit, was einen entscheidenden Unterschied zur Familie darstellt. Die sozialen Regelungen werden innerhalb der peer groups selbst definiert und können durch Kommunikation und Aktion (auch gegen andere Interessen) verändert werden.[79]

---

[76] Vgl. Schneider 1995, S. 330.
[77] Vgl. Hopf/Hopf 1997, S. 155f.
[78] Hurrelmann 1985, S. 70.
[79] Vgl. ebd. 1985, S. 70f.

Ob es neben dieser latenten politischen Sozialisation auch zu einer manifesten kommt, hängt nach Ansicht von Oerter/Höfling nicht zuletzt davon ab, wie sehr bzw. wie stark diese Gruppe politisch orientiert ist: *„Ist die Peer Group politisch im weitesten Sinne desinteressiert und nur an aktueller Unterhaltung und Bedürfnisbefriedigung orientiert, so kann von dieser Seite kein politisches Verantwortungsgefühl erwartet werden.“*[80] Dieser Auffassung nach können peer groups erst dann zur manifesten politischen Sozialisation beitragen, wenn sie aus einer politischen Motivation heraus entstanden sind (z.B. Bürgerinitiativen) oder innerhalb der Gruppe politisch relevante Kommunikation stattfindet. Da nur ein geringer Teil der Jugendlichen sich auch tatsächlich in politisch orientierten peer groups bewegt, beschränkt sich die Bedeutung ebendieser für die politische Sozialisation jedoch hauptsächlich auf latente Sozialisationsprozesse, während manifeste politische Sozialisation durch peer groups die Ausnahme bleibt. Auch hier liegt folglich – wie schon bei den zuvor beschriebenen Sozialisationsinstanzen Familie und Schule – die Leistung für den politischen Sozialisationsprozess vorwiegend in der Vermittlung von Einstellungen und Wertorientierungen bzw. der Akzeptanz von bestimmten Spielregeln, Rollen und Verhaltensmustern. Jener Teil der politischen Sozialisation, der als politisches Lernen im Sinne der Aneignung von spezifischem Wissen von ganz zentraler Bedeutung ist (und wie bereits beschrieben etwa von Oerter als Hauptunterschied in der politischen Kompetenz Jugendlicher und Erwachsener gesehen wird), kommt auch hier zu kurz. Weder die Familie, noch die Schule (für unter 16jährige), noch die peer group stellen somit im Normalfall die optimalen Voraussetzungen zum Erwerb von politischem Wissen, Kenntnissen und Fähigkeiten bereit. Ob dies im Falle der Massenmedien – als einzig verbleibende zentrale Sozialisationsinstanz – anders ist, wird nunmehr untersucht.

4.3.4. Massenmedien und politische Sozialisation

Die Bedeutung der verschiedenen Sozialisationsinstanzen für die politische Sozialisation Jugendlicher ist unterschiedlich ausgeprägt und war zudem in den letzten Jahrzehnten einem starken Wandel unterzogen, woraus Zimmermann folgert:

---

[80] Oerter/Höfling 2001, S. 41.

„Sozialisation im neu beginnenden Jahrhundert kann im großen Maße auch als mediatisierte, bzw. medienvermittelte Sozialisation gekennzeichnet werden.“[81]

Möchte man diese auch in dieser Arbeit vertretene These belegen, so ist es hilfreich, sich neben den medialen Entwicklungen der letzten Jahrzehnte die Veränderungen in den Lebenswelten Jugendlicher vor Augen zu führen.

Hurrelmann erkennt diesen Wandel in der Lebenssituation Jugendlicher dabei vor allem in folgenden Punkten:

- Frühere Ablösung von den Eltern
- Höhere Ansprüche an einen hohen Schulabschluss
- Größere Bedeutung der Gleichaltrigen-Gruppe
- Der Freizeit- und Konsumbereich nimmt eine zentrale Stellung ein.[82]

Vor diesem Hintergrund lässt sich die Verschiebung der Bedeutung der verschiedenen Sozialisationsinstanzen relativ einfach nachvollziehen:

Der Wandel des klassischen Familienverständnisses und die damit verbundene *frühere Ablösung von den Eltern* zeitigen, wie bereits gezeigt wurde, ein verändertes innerfamiliäres Rollenverständnis. Das schon früher entwickelte partnerschaftliche Verhältnis vermindert die Orientierung an den Eltern und führt zu einer wachsenden Unabhängigkeit hinsichtlich der politischen Einflüsse (siehe Kapitel 4.3.1.) bei gleichzeitig steigendem Bedürfnis nach mehr Bildung (*höhere Ansprüche an einen hohen Schulabschluss*) und der Befriedigung des (auch politischen) Informationsdurstes. Daraus ergibt sich eine wachsende Kluft zwischen dem Bedürfnis nach politischem Wissen und dessen Bereitstellung durch die Familie. Diese Kluft vermag jedoch auch das längere Verbleiben in der Schule nicht annähernd zufriedenstellend zu schließen, da die Art und Weise, in der die Schule ihrer politischen Sozialisationsfunktion in Österreich nachkommt, gerade im Bezug auf die Wissensvermittlung alles andere als zufriedenstellend ist (siehe Kapitel 4.3.2.).

---

[81] Zimmermann 2006, S. 213.
[82] Vgl. Hurrelmann 1999.

Die *größere Bedeutung der Gleichaltrigen-Gruppe* stellt zwar potentiell einen interessanten Faktor für die politische Sozialisation dar, da dieser jedoch nur bei den eher raren politisch orientierten peer groups wirklich zur Geltung kommt, stellt auch sie im Regelfall keine ausreichenden politischen Orientierungsmuster zur Verfügung (vgl. Kapitel 4.3.3.). Somit verbleiben als zentrale politische Informations- und Orientierungsinstanz nur mehr die Massenmedien als alternative Quellen. Deren Bedeutung wird, durch *die Zentralität der Stellung des Freizeit- und Konsumbereiches* im Leben der Jugendlichen, ausgeweitet.

Betrachtet man in diesem Zusammenhang die Ergebnisse der JIM-Studie[83] 2006, so wird deutlich, dass für deutsche Jugendliche (und es ist anzunehmen, dass dies für österreichische Jugendliche weitgehend übernommen werden kann) der Mediennutzung die größte Bedeutung innerhalb dieses Bereiches zukommt. Lediglich das Treffen mit Gleichaltrigen als wichtigste nicht-mediale Freizeitbeschäftigung erreicht in etwa die Werte des Radio-, Fernseh- oder Internetgebrauchs.[84]

Dass die Einflüsse der politischen Mediennutzung auf die politische Sozialisation dementsprechend stark sind, argumentiert auch Kuhn anhand einer Metaanalyse diesbezüglicher Studien äußerst überzeugend. So streicht er neben der eben erwähnten Tatsache, dass Politik fast ausschließlich über Massenmedien erfahren wird (auch weil Politik im Alltag in der Regel von nebensächlicher Bedeutung ist), und sie folglich auch für Jugendliche die Hauptquellen politischer Information sind (siehe auch Kapitel 5.2.2.), ihre hohe Glaubwürdigkeit bei den Rezipienten heraus. Hinzu kommen ihre Omnipräsenz und ihre Themensetzungsfunktion (siehe auch Kapitel 6.4.), die zusammen das Wissen und Denken der Rezipienten zwangsläufig strukturieren. Schließlich schreiben auch Jugendliche selbst den Massenmedien einen großen Einfluss auf ihre politischen Meinungen zu.[85]

Darüber hinaus kommt den Medien auch bei der sozialen Integration bzw. der latenten politischen Sozialisation, als zweitem Hauptelement des politischen Sozialisationsprozesses, ebenso wie den anderen Sozialisationsinstanzen, große Bedeutung

---

[83] Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12-19jähriger in Deutschland.
[84] Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2006. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12-19jähriger in Deutschland; S. 6-12. in: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf06/JIM-Studie_2006.pdf, 15.06.2008.
[85] Vgl. Kuhn 2000, S. 99-103.

zu. Die von George Gerbner und seinen Mitarbeitern entwickelte *Kultivierungsthese* konstatiert den Medien, und dabei vor allem dem Fernsehen, die diesbezügliche Bedeutung durch die Kultivierung grundlegender Meinungen, Einstellungen und Vorstellungen bezüglich der sozialen Realität. Anders ausgedrückt, erlernen die Rezipienten durch den Konsum von (gleichermaßen) Informations- und Unterhaltungssendungen, themen- wie situationsadäquate gesellschaftliche Verhaltensmuster. Der Grad der Einflussnahme der Medieninhalte ist dabei von der Dauer ihrer Nutzung abhängig. Langfristig entfaltet sich eine vereinheitlichende Wirkung des Fernsehens auf die Meinungen, Einstellungen und Verhaltensweisen der Zuschauer (Mainstreaming), der neben integrativen Effekten auch einen Pluralitätsverlust mit sich bringt.[86]

Zusammenfassend kann den Medien eine herausragende Stellung im Prozess der politischen Sozialisation Jugendlicher bescheinigt werden. Inwieweit dies für die politische Sozialisation österreichischer Jugendlicher zuträglich ist, wird anhand der vorherrschenden massenmedialen Praxis politischer Kommunikation noch analysiert. Zunächst soll jedoch der Status quo des Verhältnisses österreichischer Jugendlicher zur Politik, als Indikator der politischen Sozialisation, anhand der Erkenntnisse aktueller Studien untersucht sowie ein adäquater Bezugsrahmen erstellt werden.

5. Verhältnis österreichischer Jugendlicher zur Politik

5.1. Politik – Eine Begriffsklärung

Wenn in dieser Arbeit das Verhältnis Jugendlicher zur Politik analysiert werden soll, so ist es zunächst sinnvoll zu klären, was genau unter Politik zu verstehen ist bzw. welche Aspekte von Politik konkret gemeint werden. Der Begriff Politik ist nämlich keineswegs selbsterklärend und eindeutig, sondern zeichnet sich geradezu durch das Nebeneinander unterschiedlicher Konzeptionen aus. Neben einer allgemeinen Begriffserläuterung soll im Folgenden also herausgearbeitet werden, welches Politikverständnis für diese Arbeit bedeutsam ist.

[86] Vgl. Kepplinger/Noelle-Neumann 2002, S. 624f.

5.1.1. Politikbegriffe

Wie bereits erwähnt, gibt es keine einzelne, allgemeingültige und alles umfassende Definition von Politik. Vielmehr gibt es ein Nebeneinander unterschiedlicher Politikbegriffe. Diese betonen jeweils unterschiedliche Aspekte des Politischen und können etwa nach Alemann/Forndran in *gouvernementale* (auf den Staat bezogen) vs. *partizipatorische* (auf das Individuum bezogen), *normative* (Sollzustand) vs. *deskriptive* (Seinszustand), *konfliktorientierte* vs. *konsensbezogene* sowie *historisierende* vs. *ahistorische* Ansätze gegliedert werden (siehe Tabelle 3).

Tabelle 3: Politikbegriffe und Definitionen von Politik[87]

Gouvernementale Vor allem auf den Staat bezogen, der traditionellen „Wissenschaft vom Staat“ angenähert	**Partizipatorische** Politikbegriffe Vor allem auf das Individuum bezogen, entspricht eher der „Politikwissenschaft ohne Staat“
Normative Wertbezogen, an einem Sollzustand orientiert	**Deskriptive** Politikbegriffe Beschreibend, an einem Seinszustand orientiert
Konfliktorientierte Betonen die Tatsache der Verknüpfung von Politik und Konflikt	**Konsensbezogene** Politikbegriffe Betonen eine mögliche Ausgleichs- und Friedensfunktion der Politik
Historisierende Stellen die gesellschaftliche Abhängigkeit und Veränderbarkeit in den Mittelpunkt	**Ahistorische** Politikbegriffe Betonen Zeitlosigkeit und Unveränderbarkeit der Politik

„Für die Diskussion von Politik ist jedoch insbesondere die Unterscheidung zwischen einem ‚engen‘ und einem ‚weiten‘ Politikbegriff wesentlich.“[88] Ersterer steht in der Tradition des gouvernementalen Politikverständnisses und klammert breite Bereiche der Gesellschaft aus, während ein weiter Politikbegriff keine gesellschaftlichen Bereiche

[87] Vgl. Alemann/Forndran 1974: Methodik der Politikwissenschaft, Stuttgart; zit. nach: Pelinka 2000, S. 19.
[88] Pelinka 2000, S. 19f.

kennt, die von vornherein *unpolitisch* wären, sondern alle Sektoren der Gesellschaft als zumindest potentiell politisch betrachtet.[89]

Für die vorliegende Arbeit erscheint es dabei praktikabel, einen grundsätzlich ziemlich eng gefassten Politikbegriff zu verwenden, wobei aber auch ausgewählte Elemente eines weiteren Politikverständnisses eine Rolle spielen. Dies mag zunächst widersprüchlich erscheinen; die Notwendigkeit einer solchen Konzeption lässt sich jedoch plausibel erklären:

In dieser Arbeit sollen bekanntlich die Rahmenbedingungen politischer Kommunikation – als *„der zentrale Mechanismus bei der Formulierung, Aggregation, Herstellung und Durchsetzung kollektiv bindender Entscheidungen“*[90] – in Österreich untersucht werden. Gemeint ist damit in erster Linie die Kommunikation traditioneller staatlicher Politik und ihrer Akteure.

Schließlich soll der Fokus der Analyse ja darauf gelegt werden, inwieweit das Umfeld, in dem sich die Vermittlung von Politik abspielt – in einer streng dem gouvernementalen Politikverständnis folgenden Konzeption – der Teilnahme Jugendlicher am politischen Prozess zuträglich ist bzw. dieser entgegenwirkt. Es geht also um die vorwiegend von Parteien und Politikern „gemachte“ Politik im Sinne eines Alltagsverständnisses. Diesem folgend charakterisiert sich Politik wohl am ehesten durch den Willen zur Gestaltung des öffentlichen Lebens (besonders im staatlichen Bereich) in Verbindung mit dem Streben nach Macht (durch einen entsprechenden Zuspruch in der Bevölkerung bzw. bei Wahlen) zur Durchsetzung der jeweiligen gegenläufigen Interessen. Somit wird die Sinnhaftigkeit der Verwendung eines sehr engen Politikbegriffes bezüglich der Vermittlung von Politik deutlich.

Wenn jedoch von der Teilnahme Jugendlicher am politischen Prozess die Rede ist, ist es augenscheinlich, dass ein so eng gefasstes Politikverständnis hier zu kurz greift. Eine Verkürzung des politischen Prozesses auf die oben angeführten Kerncharakteristika staatlicher Politik würde dem Sinn der angestrebten Analyse nämlich nur bedingt gerecht werden. So könnten zentrale Parameter des Verhältnisses Jugendlicher zur Politik, die über das Interesse an Parteipolitik und die Teilnahme an Wahlen hinausgehen, weitestgehend

---

[89] Vgl. Pelinka 2000, S. 20.
[90] Jarren/Donges 2006, S. 22.

nicht berücksichtigt werden. Um jedoch ein einigermaßen umfassendes Bild des Verhältnisses Jugendlicher zur Politik (in einem allgemeineren, weiteren Begriffssinn) erhalten zu können, erscheinen viele zusätzliche Faktoren interessant. So sind etwa das grundsätzliche Interesse zur (Mit)Gestaltung des eigenen unmittelbaren Umfeldes, der Grad der Mitwirkung an unkonventionellen politischen Beteiligungsformen oder entwicklungspsychologische Aspekte betreffend politischer Sozialisation ebenso interessant wie Fragen nach dem Interesse an traditioneller staatlicher Politik und dem Wissen über politische Vorgänge oder politisches Informationsverhalten – einerseits weil erstere Faktoren mit letzteren interagieren, andererseits weil dadurch mögliche altersspezifische Prädispositionen hinsichtlich der Bereitschaft zu politischer Aktivität im weiteren Sinne beleuchtet werden können.

Wie bereits erwähnt, ergibt sich daraus eine zwiespältige Definition von Politik für diese Arbeit:

- Soweit die (hauptsächlich massenmedialen) Vermittlungsprozesse von Politik gemeint sind, wird diese eng gefasst, also vorwiegend auf den Staat und die staatlichen Akteure und somit dem gouvernementalen Politikverständnis folgend gesehen.
- Wenn jedoch von den Beziehungen Jugendlicher zur Politik die Rede ist, muss der Politikbegriff weiter gefasst werden und eher einem partizipatorischen Verständnis folgen.

Exkurs Politikverdrossenheit:

In enger Verbindung mit dem Politikbegriff steht naturgemäß der im Grunde nicht wissenschaftliche, aber dafür medial beliebte, und im Zusammenhang mit Jugendlichen häufig strapazierte, Begriff „Politikverdrossenheit“. Preiser sieht darin einen *„umgangssprachlichen Begriff, der Misstrauen, Unzufriedenheit und Interesselosigkeit gegenüber dem politischen System beinhaltet. Sie [die Politikverdrossenheit; Anm. M.F.] äußert sich in Desinteresse, sinkender Wahlbeteiligung, fehlendem Nachwuchs für die Parteien und nachlassender Bindung an Parteien.“*[91]

[91] Preiser 2002, S. 875.

Dimensionen und Konzepte, mit Hilfe derer die Ausprägung der „Politikverdrossenheit“ dennoch wissenschaftlich operationalisierbar wird, erkennt Schulz dabei im Zusammenhang mit dem, für politische Unterstützung, essentiellen politischen Vertrauen (siehe Tabelle 4).

Tabelle 4: Politisches Vertrauen und Politikverdrossenheit[92]

Dimensionen	Konzepte
Politische Unterstützung	Zufriedenheit mit den Leistungen von Regierung und Opposition
	Demokratiezufriedenheit, Zufriedenheit mit dem politischen System
	Vertrauen in die Regierung und Institutionen wie Parlamente, Justiz, Polizei, Militär
Einflussüberzeugung	Kompetenzüberzeugung (internal efficacy)
	Responsivitätseinschätzung (external efficacy)
Soziales Kapital	Soziales Vertrauen
	Einbindung in soziale Netzwerke

Die diesbezüglich vorhandenen Ergebnisse werden im Anschluss als Indikatoren möglicher Politikverdrossenheit österreichischer Jugendlicher dargestellt.

Dabei ist die Unterscheidung zweier verschiedener Formen von Politikverdrossenheit entscheidend: einerseits eine Politiker- und Parteienverdrossenheit, die sich als aktuelle Unzufriedenheit äußert, und andererseits die generelle Unzufriedenheit mit dem politischen System und den demokratischen Institutionen in Form einer tatsächlichen Politik- oder Staatsverdrossenheit.[93]

Vorwegnehmen lässt sich dabei, dass die vielzitierte Politikverdrossenheit in erster Linie als Ausdruck einer aktuellen Unzufriedenheit auftritt und somit besser als Politiker- und Parteienverdrossenheit verstanden und kommuniziert werden sollte.

[92] Schulz 2008, S. 199.
[93] Vgl. Preiser 2002, S. 875.

5.2. Kontakt mit Politik – Indikatoren politischer Sozialisation

In den folgenden Abschnitten wird versucht, das Verhältnis Jugendlicher zur Politik anhand verschiedener Indikatoren sichtbar zu machen. Der Kontakt mit Politik wird in seinen konkreten Ausformungen als Gradmesser für die politische Sozialisation Jugendlicher herangezogen.

5.2.1. Politisches Interesse

Subjektives politisches Interesse kann als eine *„intrinsische motivationale Orientierung* auf *den Gegenstandsbereich Politik“* beschrieben werden, die sich durch die *„selektive Aufmerksamkeit gegenüber politischen Objekten oder Ereignissen“*, Bedeutungsbeimessung der Politik für das eigene Leben und dem Streben nach politischem Wissenserwerb zum vollständigen Verständnis des Gegenstandsbereiches manifestiert und ohne welche politisches Lernen nicht möglich ist.[94]

Politisches Interesse ist somit sowohl Voraussetzung für die als auch Ergebnis der alltägliche(n) Teilnahme am politischen Prozess, die Plasser/Ulram vorwiegend in zwei Ebenen kommunikativen Handelns verankert sehen: Gespräche und Diskussionen über Politik und die Nutzung der massenmedialen politischen Informationsangebote. Daher ist es wenig verwunderlich, dass politisches Interesse sowohl mit der Gesprächs- als auch mit der Nutzungshäufigkeit positiv korreliert.[95] Insofern erscheint ein Blick auf den Grad der Ausprägung des politischen Interesses österreichischer Jugendlicher im Vergleich zur Gesamtbevölkerung als erster fruchtbarer Indikator zur Bestimmung ihres Verhältnisses zur Politik.

Laut den Ergebnissen der EUYOUPART-Studie[96] 2005 zeigt ein Drittel der 15-18jährigen ein sehr starkes bzw. starkes Interesse für das politische Geschehen. Die Hälfte der jüngeren Altersgruppe charakterisiert sich selbst als nicht besonders an Politik interessiert, während 15% angeben, überhaupt kein politisches Interesse zu haben. Für die Gruppe der 19-25jährigen wurde mit 46% ein deutlich höherer Anteil an politisch Interessierten erhoben, jener der wenig bis gar nicht Interessierten ist demgemäß mit 42% bzw. 10% jeweils geringer (siehe Tabelle 5). Zu ähnlichen Ergebnissen kommen auch andere

---

[94] Vgl. Kuhn 2000, S. 30.
[95] Vgl. Plasser/Ulram 2004a, S. 65f.
[96] EUYOUPART ist der Name eines länderübergreifenden Projektes zur Entwicklung eines neuen Messinstruments für das politische Partizipationsverhalten Jugendlicher in der EU.

österreichische Jugendstudien, wie zum Beispiel Karlhofer/Seeber 2000 für Tiroler Jugendliche zwischen 14 und 19 Jahren[97], Ehetreiber/Scharinger 2007 für 12-20jährige Jugendliche in der Steiermark[98], wobei bei diesen beiden Studien ein kontinuierlicher Anstieg des politischen Interesses mit zunehmendem Alter nachgewiesen wird. Damit liegen die Jugendlichen bezüglich des politischen Interesses in etwa im Schnitt der Gesamtbevölkerung, die sich ebenfalls zu einem Drittel als stark bis sehr stark politisch interessiert deklariert. Bei 39% ist dieses Interesse nur mäßig ausgeprägt, während der Rest politischen Vorgängen distanziert bis gleichgültig gegenübersteht.[99]

Tabelle 5: Politisches Interesse[100]

	male	female	15-18 years	19-25 years	entire sample
very/fairly interested	47	35	33	46	41
not very interested	38	52	50	42	45
not at all interested	12	12	15	10	12
dk	2	1	2	2	2
total	100	100	100	100	100

Weighted data; percentages; all results reported here are statistically significant (chi square test, alpha = 5%)

Dabei gilt es anzumerken, dass sich in Österreich, wie in den meisten westeuropäischen Staaten, in den letzten Jahrzehnten ein kontinuierlicher Anstieg des politischen Interesses nachzeichnen lässt, der sowohl auf die Ausweitung des Informationsangebotes in den Medien als auch auf den generellen Anstieg des Bildungsniveaus zurückgeführt werden kann.[101] Umso alarmierender ist ein Blick auf die Entwicklung des politischen Interesses der 14-19jährigen seit den 1990er Jahren. Während ein direkter Vergleich mit den oben genannten Erkenntnissen zum politischen Interesse der Jugendlichen auf Grund unterschiedlicher Antwortkategorien nicht möglich ist, zeigen die von Fessel-GfK erhobenen Daten im Zeitverlauf, dass sich der Anteil der stark bis sehr stark politisch

[97] Vgl. Karlhofer/Seeber 2000, S. 47f.
[98] Vgl. Ehetreiber/Scharinger 2007, S. 51f.
[99] Vgl. Plasser/Ulram 2004a, S. 64.
[100] Picker/Westphal 2005, S. 7.
[101] Vgl. Plasser/Ulram 2004a, S. 65.

interessierten Jugendlichen niedriger gestaltet als je zuvor (seit 1980) und sich zwischen 1996 und 2007 halbiert hat (siehe Abbildung 1).

Abbildung 1: Politisches Interesse bei Jugendlichen (1980 – 2007)[102]

In Prozent der 14-19Jährigen interessieren sich für Politik	1980	1986	1992	1996	2000	2007
•sehr stark	3	4	**4**	6	4	3
•eher stark	17	15	**18**	22	16	11
•eher wenig	39	33	**39**	39	27	26
•sehr wenig	22	48	**17**	14	18	22
•überhaupt nicht	20	nn.	**21**	19	35	37
In Prozent interessieren sich sehr oder eher stark für Politik	**1980**	**1986**	**1992**	**1996**	**2000**	**2007**
14-19Jährige	20	19	22	28	20	14
14-15Jährige	14	15	15	23	11	11
16-17Jährige	20	17	16	24	25	15
18-19Jährige	25	24	33	35	24	19

Angaben in Prozent

GfK

Quelle: GfK Austria Sozialforschung, Jugend und Politik (2007)

5.2.2. Politische Information

Wie bereits erwähnt, können Gespräche und Diskussionen über Politik sowie die Nutzung der massenmedialen politischen Informationsangebote als wichtigste Quellen politischer Information gesehen werden.

Die Rolle von Massenmedien wird in diesem Zusammenhang von den österreichischen Jugendlichen selbst besonders hoch eingeschätzt. So geben 75% der 14-24jährigen im Jahr 2007 an, dass sie das, was sie über Politik wissen bzw. zu wissen glauben, vor allem aus Massenmedien haben, und nennen diese demgemäß als wichtigste politische Informationsquelle. Zudem empfinden sie Massenmedien auch mit Abstand als am glaubwürdigsten für Informationen über Politik. 48% der Jugendlichen bezeichnen Medien als jene Quelle, der sie inhaltlich am meisten vertrauen, gefolgt von Gesprächen in der Familie (20%).[103]

[102] Ulram 2007, S. 5.
[103] Vgl. Filzmaier 2007, S. 17.

Bezüglich der Häufigkeit politischer Mediennutzung lassen sich relativ deutliche Unterschiede zwischen der Gruppe der 15-18jährigen und jener der 19-25jährigen erkennen. So informieren sich durch diverse Medien immerhin 53% der Älteren täglich oder zumindest mehrmals wöchentlich über politische Vorgänge, während dieser Anteil bei der jüngeren Altersgruppe lediglich 39% beträgt. Weniger als einmal pro Woche informieren sich 25% der Älteren sowie 34% der Jüngeren (siehe Tabelle 6).

Tabelle 6: Häufigkeit politischer Mediennutzung[104]

	male	female	15-18 years	19-25 years	entire sample
every day	28	19	19	27	24
several times a week	25	22	20	26	24
once/ twice a week	20	28	27	22	24
less often	20	24	26	19	22
never	7	7	8	6	7
total	100	100	100	100	100

Weighted data; percentages; all results reported here are statistically significant (chi square test, alpha = 5%)

Wie in Tabelle 7 ersichtlich, stellt dabei das Fernsehen für die österreichischen Jugendlichen die mit Abstand wichtigste (mediale) politische Informationsquelle dar. Dahinter folgen mit deutlichem Abstand Zeitungen sowie das Radio, wobei die Zentralität des Fernsehens bei den 15-18jährigen noch etwas stärker ausgeprägt ist. Durchaus überraschend erscheint die Tatsache, dass lediglich 5% der 15-18jährigen das Internet als wichtigste politische Informationsquelle bezeichnen, gelten doch gerade Jugendliche als besonders internetaffin. Die Werte entsprechen dabei allesamt in etwa auch jenen, die in früheren Studien für die Gesamtbevölkerung erhoben wurden. So bezeichneten 2003 56% der Österreicher das Fernsehen als wichtigste tagesaktuelle Informationsquelle, gefolgt von Tageszeitungen (20%), dem Radio (12%) sowie dem Internet (5% der Personen mit Internetzugang).[105]

[104] Picker/Westphal 2005, S. 8.
[105] Vgl. Plasser/Ulram 2004a, S. 74.

Tabelle 7: Wichtigste Medien zur politischen Information[106]

	male	female	15-18 years	19-25 years	entire sample
Television	47	45	51	43	46
Radio	14	19	14	18	17
Newspaper	24	26	23	26	25
Internet	8	3	5	6	6
None of these	7	6	7	6	6
total	100	100	100	100	100

Weighted data; percentages; ONLY the results about gender are statistically significant (chi square test, alpha = 5%)

Auch in der Gesamtbevölkerung ist das Fernsehen nicht nur die wichtigste politische Informationsquelle, sondern zudem auch noch die glaubwürdigste, wobei die entsprechenden Werte im Zeitverlauf relativ stabil sind (siehe Tabelle 8).

Tabelle 8: Subjektive Glaubwürdigkeit politischer Informationsquellen[107]

In Prozent	Fernsehen	Zeitungen	Radio	Zeitschriften	Internet
1989	56	16	9	5	
1996	53	13	13	6	
2003	51	14	8	2	2(16*)

Quelle: Fessel-GfK, bundesweite Repräsentativumfragen;
* Intensivnutzer

Diskussionen über Politik führen die Jugendlichen, sofern sie dies überhaupt tun, mit unterschiedlichsten Gesprächspartnern, die dabei eine ähnlich wichtige Rolle einnehmen. So spricht laut EUYOUPART ca. jeder fünfte Jugendliche zumindest häufig mit dem Vater, Freunden, Lehrern, dem Partner oder Kollegen über Politik. Die Mutter und vor allem die Geschwister (verstärkt durch den Trend zu Ein-Kind-Familien) nehmen dabei eine weniger wichtige Rolle ein. Mehr als die Hälfte der Jugendlichen spricht selten oder

[106] Picker/Westphal 2005, S. 9.
[107] Plasser/Ulram 2004a, S. 92.

nie mit einer der genannten Personen über Politik (siehe Tabelle 9). Diese Werte entsprechen dabei auch in etwa jenem Anteil, der angibt, wenig bis gar nicht an Politik interessiert zu sein (siehe Tabelle 5).

Diese Erkenntnisse decken sich weitgehend mit jenen von Karlhofer/Seeber für Tiroler Jugendliche. Demnach finden Diskussionen über Politik vorwiegend in der Schule bzw. mit den Eltern statt. Während in der Schule 41% der Jugendlichen sehr oft oder oft über Politik diskutieren, tun dies 35% mit den Eltern. Diskussionen in Vereinen und Jugendtreffs (5%) bzw. mit Parteivertretern (4%) spielen dagegen kaum eine Rolle. Freunde (18%), Bekannte (16%) und Arbeitsplatz (13%) sind in der Mitte dieses Spektrums angesiedelt.[108] Die Vorreiterrolle der Schule lässt sich dabei auch dadurch erklären, dass auch politische Diskussionen, die von Lehrkräften innerhalb des Lehrplans zur politischen Bildung initiiert wurden, mit einfließen. Karlhofer/Seeber bemerken diesbezüglich, dass der zwischen den Schultypen teils eklatante Unterschied in der Ausprägung der Diskussionshäufigkeit (BMS/Fachschule 31% vs. Berufsschule 46%) auf die unterschiedlich starke Verankerung der politischen Bildung in den Lehrplänen zurückgeführt werden kann. Ähnliche Ursachen können somit wohl auch für die Unterschiede zwischen den verschiedenen Altersgruppen (16jährige 38%; 17jährige 50%) angenommen werden (zur mäßigen Situation der Verankerung politischer Bildung in den Lehrplänen für unter 16jährige an Österreichs Schulen siehe Kapitel 4.3.2.). [109]

Ähnliche Verhältnisse bezüglich der Wichtigkeit der verschiedenen Gesprächspartner brachte auch die Nachwahlanalyse der Landtagswahlen in Wien 2005. Hierbei gaben etwa 82% der Jugendlichen an, mit ihren Freunden über die Teilnahme an den Wahlen gesprochen zu haben, fast ebensoviele taten dies mit ihren Eltern und immerhin fast die Hälfte sprach darüber mit ihren Lehrern. In etwa ein Viertel (Eltern) bis ein Fünftel (Freunde, Lehrer) wurde dabei auch direkt zur Teilnahme an den Wahlen aufgefordert. Der persönliche Kontakt mit Aktivisten der Parteien spielte vergleichsweise eine untergeordnete Rolle, was auch dem Befund der geringen Bedeutung für die politische Sozialisation Jugendlicher entspricht. Nur 14% sprachen mit Vertretern wahlwerbender Parteien, gar nur 5% wurden von diesen zur Teilnahme an den Wahlen aufgefordert.[110]

---

[108] Vgl. Karlhofer/Seeber 2000, S. 52.
[109] Vgl. ebd. S. 53.
[110] Vgl. Kozeluh et al. 2005, S. 29-31.

Dies ist insofern besonders interessant, wenn man der Argumentation von Weikovics folgt, wonach der persönliche Kontakt der Politiker mit den Jungwählern einen hohen Mobilisierungseffekt mit sich bringt. Dies stützt er auf den Befund, dass die Wahlbeteiligung der Jugendlichen in kleineren Gemeinden (wo ein stärkerer Kontakt angenommen wird) tendenziell über dem Wert der Gesamtbevölkerung lag, während sich für größere Gemeinden Gegenteiliges feststellen ließ.[111]

Tabelle 9: Diskussion über Politik[112]

	father	mother	siblings	friends	teachers	partner	colleagues, fellow students
always	2	1	1	2	1	1	2
often	16	11	6	17	18	18	15
sometimes	31	27	19	33	23	23	31
rarely	28	31	25	28	20	20	29
never	23	30	50	20	37	37	23
total	100	100	100	100	100	100	100

Weighted data; Percentages

5.2.3. Politisches Wissen/politische Bildung

Wie bereits ausführlich erläutert wurde, stellt politisches Wissen/politische Bildung neben einer ausreichenden kognitiven Entwicklung die wichtigste Voraussetzung für die sinnvolle Partizipation am politischen Prozess dar (vgl. Kapitel 4).

Demzufolge ist es schlüssig, wenn Kaase politische Kompetenz als die *„… Fähigkeit, sich auf gesicherter Wissensgrundlage erfolgversprechend in den Prozeß der politischen Meinungs- und Entscheidungsbildung einschalten zu können“*[113] beschreibt.

Da die Voraussetzungen für einen diesbezüglichen Wissenserwerb im österreichischen Schulsystem nicht unbedingt als ideal zu bezeichnen sind, und auch die anderen Sozialisationsinstanzen die Erfüllung dieser Funktion nicht oder nur teilweise sicherzustellen vermögen (siehe Kapitel 4.3.), erscheint die Frage nach dem konkreten

[111] Vgl. Weikovics 2002, in: http://www.staedtebund.at/alt_service/weikovics_oegz0211.html, 13.01.2008.
[112] Picker/Westphal 2005, S. 9.
[113] Kaase 1987, S. 123.

Wissensstand der Jugendlichen, und damit nach der Grundlage politischer Kompetenz, besonders interessant.

Die diesbezüglichen Ergebnisse der EUYOUPART-Studie, die durch spezifische Wissensfragen erhoben wurden, deuten darauf hin, dass 16% der Jugendlichen über ein hohes politisches Wissen verfügen, während bei 11% dieses fast gänzlich fehlt. 45% verfügen zumindest über einigermaßen zufriedenstellende Kenntnisse. Die Gruppe der 19-25jährigen verfügt dabei über einen etwas höheren Wissensstand als die jüngeren Befragten, wobei die Unterschiede nicht besonders gravierend sind (siehe Tabelle 10).

Tabelle 10: Politisches Wissen[114]

	male	female	15-18 years	19-25 years	entire sample
Weak (0-2 correct)	11	11	11	11	11
Medium-weak (3-4 correct)	23	33	33	25	28
Medium-strong (5-6 correct)	46	43	40	47	45
Strong (7-8 correct)	20	13	16	17	16
total	100	100	100	100	100

Weighted data; percentages; all results reported here are statistically significant (chi square test, alpha = 5%)

Besonders interessant erscheint die Frage nach dem individuellen politischen Wissensstand, wenn man sie in Verbindung mit dem Konzept der *politischen Effektivität* (siehe Kapitel 5.2.4.) betrachtet. Hierbei kann das politische Wissen als grundlegender Faktor für das subjektive politische Kompetenzbewusstsein gesehen werden und übt damit als Teil der internen politischen Effektivität einen wichtigen Einfluss auf die Bereitschaft zur Teilnahme am politischen Prozess aus.

5.2.4. Politische Effektivität

Das Konzept der politischen Effektivität befasst sich mit der subjektiv zugeschriebenen Sinnhaftigkeit der Teilnahme am politischen Prozess und lässt sich anhand zweier grundlegender Fragen operationalisieren: Inwieweit hat jemand das Gefühl, politisch etwas

[114] Picker/Westphal 2005, S. 13.

bewirken zu können, und inwieweit wird dem politischen System eine gewisse Offenheit für Einflussnahme zugeschrieben?[115] Demgemäß wird zwischen einer internen und einer externen Dimension politischer Effektivität unterschieden:

Interne politische Effektivität meint das *„subjektive politische Kompetenzbewußtsein und die Einstellung, daß der einzelne Bürger politisch Einfluß nehmen, politisch etwas bewirken kann."*[116]

Externe politische Effektivität bezieht sich hingegen auf die *„Wahrnehmung, daß das politische System offen ist für Einflußnahme von außen, Wünsche und Bedürfnisse der Bürger im politischen Prozeß tatsächlich berücksichtigt werden."*[117]

Items, die die Ausprägung der politischen Effektivität messen sollen, fragen traditionellerweise nach dem Einfluss des Einzelnen auf die Regierung, alternativen Einflussmöglichkeiten neben Wahlen und der Verständlichkeit politischer Prozesse (interne Effektivität) sowie der Wichtigkeit des Kontaktes mit dem Volk bzw. der Bedeutungseinschätzung der eigenen Ansichten für die Politiker und der Selbstwahrnehmung als reines *Stimmvolk* (externe Effektivität).[118]

Ein starkes politisches Effektivitäts- und Kompetenzbewusstsein sowie hohes Vertrauen in die Responsivität des politischen Systems wirkt sich dabei naturgemäß positiv auf die Bereitschaft zur politischen Partizipation aus. Demgegenüber führt eine niedrige politische Effektivität, beruhend auf dem Gefühl der Macht- und Bedeutungslosigkeit des eigenen Handelns und der Distanzierung und negativen Bewertung von politischen Akteuren und Institutionen, zu politischer Entfremdung (siehe auch Kapitel 5 – Exkurs Politikverdrossenheit).[119]

Aus diesen Gründen und dem Faktum, dass amerikanische und deutsche Studien zeigen konnten, dass sich das politische Effektivitätsbewusstsein bereits im frühen Jugendalter entwickelt und im Bezug auf die interne Dimension darüber hinaus relativ stabil in der Persönlichkeit verankert bleibt,[120] erscheint es sinnvoll, einen Blick auf zentrale Parameter des politischen Effektivitätsbewusstseins österreichischer Jugendlicher zu werfen.

---

[115] Vgl. Kuhn 2000, S.34.
[116] Ebd., S. 33.
[117] Ebd., S. 34.
[118] Vgl. ebd., S. 35.
[119] Vgl. ebd., S. 36-44.
[120] Vgl. ebd., S. 35f.

Das interne politische Effektivitätsbewusstsein der 14-19jährigen österreichischen Jugendlichen ist 2007 – wie bereits 1996 – (zum Teil deutlich) niedriger ausgeprägt als das der Gesamtbevölkerung. Die größten Unterschiede bestehen dabei in der Einschätzung der eigenen Qualifikation am politischen Geschehen teilzunehmen sowie des Verständnisses von politischen Themen und Prozessen. Lediglich die alternativen Möglichkeiten zur Einflussnahme auf die Regierung neben Wahlen werden von den Jugendlichen etwas höher eingeschätzt. Dies liegt vor allem daran, dass es hier einen massiven Einbruch des internen Effektivitätsbewusstseins in der Gesamtbevölkerung im Vergleich zu 1996 gab, während dieser bei den Jugendlichen zwar auch feststellbar ist, jedoch deutlich moderater ausfällt. Ebenso nahm seit 1996 – sowohl in der Gesamtbevölkerung als auch bei den Jugendlichen – die Einschätzung, Politik manchmal auf Grund ihrer Komplexität kaum noch verstehen zu können, spürbar zu (siehe Abbildung 2).

Abbildung 2: Internes Politisches Effektivitätsbewusstsein (1996 – 2007)[121]

In Prozent „effektiver Antworten" a = Zustimmung zu Statement b = Ablehnung des Statements	14-19Jährige		Gesamt-bevölkerung		Differenz Jugendliche-Gesamtbevölkerung	
	1996	2007	1996	2005	1996	2005/2007
a – Ich glaube, dass ich einen guten Einblick in die wichtigsten Probleme unseres Landes habe	39	41	55	59	-16	-18
a – Ich glaube, dass ich mich in einer politischen Funktion eben so gut bewähren kann wie die meisten anderen Leute	31	32	36	38	-5	-6
a – Ich betrachte mich als ausreichend qualifiziert, um am politischen Geschehen teilnehmen zu können	29	30	43	46	-14	-16
b – Neben den Wahlen gibt es keinen anderen Weg, um Einfluss darauf zu nehmen, was die Regierung tut	**32**	26	**38**	22	-6	-4
b – Manchmal ist die Politik so kompliziert, dass Leute wie ich kaum noch verstehen können, was vorgeht	**33**	24	**42**	33	-9	-9
a – Ich glaube, dass ich über das politische Geschehen besser informiert bin als die meisten anderen Leute	18	16	na.	na.	na.	na.

Angaben in Prozent

GfK

Quelle: GfK Austria Sozialforschung, Jugend und Politik (2007)

[121] Ulram 2007, S. 7.

Ein deutlich niedrigeres Niveau als elf Jahre zuvor hat im Jahr 2007 auch die externe Dimension politischer Effektivität in der österreichischen Bevölkerung erreicht. War diese bei den Jugendlichen 1996 insgesamt vergleichsweise noch etwas höher, hat sie sich 2007 auf Grund des extremeren Rückgangs dem ebenfalls rückläufigen Niveau in der Gesamtbevölkerung angeglichen. Neben der Ansicht, lediglich als Stimmvolk betrachtet zu werden, nahm bei den Jugendlichen dabei insbesondere die Wahrnehmung des fehlenden Einflusses auf die Regierung massiv zu (siehe Abbildung 3).

Abbildung 3: Externes Politisches Effektivitätsbewusstsein (1996 – 2007)[122]

In Prozent „effektiver Antworten" (= Ablehnung des Statements)	14-19Jährige		Gesamt-bevölkerung		Differenz Jugendliche-Gesamtbevölkerung	
	1996	2007	1996	2005	1996	2005/2007
(Ablehnung): Die Parteien wollen nur die Stimmen der Wähler, ihre Ansichten interessieren sie nicht	**27**	19	21	18	+6	+1
(Ablehnung): Leute wie ich haben keinen Einfluss darauf, was die Regierung tut	**38**	19	**32**	23	+6	-4
(Ablehnung): Die Abgeordneten im Parlament verlieren ziemlich schnell den Kontakt mit dem Volk	17	13	13	11	+4	+2

Angaben in Prozent

GfK

Quelle: GfK Austria Sozialforschung, Jugend und Politik (2007)

5.2.5. Vertrauen in Politiker, Parteien und Institutionen

Wenig überraschend ist das Vertrauen der 15-25jährigen österreichischen Jugendlichen in Politiker und Parteien äußerst schwach ausgeprägt. 2005 sprechen lediglich 11% den Politikern großes bzw. sehr großes Vertrauen aus, während 52% wenig bis gar kein Vertrauen in sie haben. Die anderen stehen ihnen indifferent gegenüber. Die entsprechenden Werte für die Parteien sind mit 13% (sehr großes/großes Vertrauen) bzw. 40% (wenig bis kein Vertrauen) nur unwesentlich besser. Die Vertrauenswerte für Regierung (19%) und Parlament (20%) sowie die Europäischen Institutionen (22% – 24%)

[122] Ulram 2007, S. 8.

liegen zwar höher, aber dennoch deutlich hinter jenen der NGOs Greenpeace (39%) und Amnesty International (49%). Greenpeace vertrauen dabei 28% wenig bis gar nicht, während es bei Amnesty International gar nur 22% sind (siehe Tabelle 11).

Da hierbei die Möglichkeit gegeben war, eine neutrale Position einzunehmen, ist ein Vergleich dieser Werte mit den entsprechenden Einstellungen in der Gesamtbevölkerung, die etwa im Eurobarometer 69 eben ohne diese Möglichkeit erhoben wurden, nur bedingt möglich. Letzteres bot stattdessen als Antwortalternative „keine Angabe/weiß nicht".

Die dabei gewonnen Ergebnisse für die Gesamtbevölkerung weisen etwa dem Nationalrat (46%/43%) und der Bundesregierung (42%/48%) ein relativ ausgewogenes Verhältnis zwischen Vertrauen und Nicht-Vertrauen aus. Die politischen Parteien genießen auch hier wesentlich weniger Vertrauen (30%/60%).[123] Sämtliche Werte weisen dabei jedoch ein deutlich (ca. 10 – 15%) höheres Vertrauensniveau auf als im EU-Schnitt.[124] Unter der wohl einigermaßen zulässigen Annahme, dass die unentschiedenen Jugendlichen sich bei gleicher Kategorisierung bestenfalls in etwa zu gleichen Teilen vertrauensvoll bzw. vertrauenslos deklariert hätten, lassen sich nichtsdestotrotz vergleichende Rückschlüsse ziehen. Demnach würden sich die jeweiligen Werte von Jugendlichen und Gesamtbevölkerung annähernd angleichen, wenngleich tendenziell eine negativere Bewertung der politischen Institutionen seitens der Jugendlichen festzustellen ist.

Im Vergleich mit den Alterskollegen anderer EU-Länder zeigen sich die österreichischen Jugendlichen, trotz des absolut gesehen niedrigen Niveaus, dennoch relativ vertrauensvoll (siehe Abbildung 4).

---

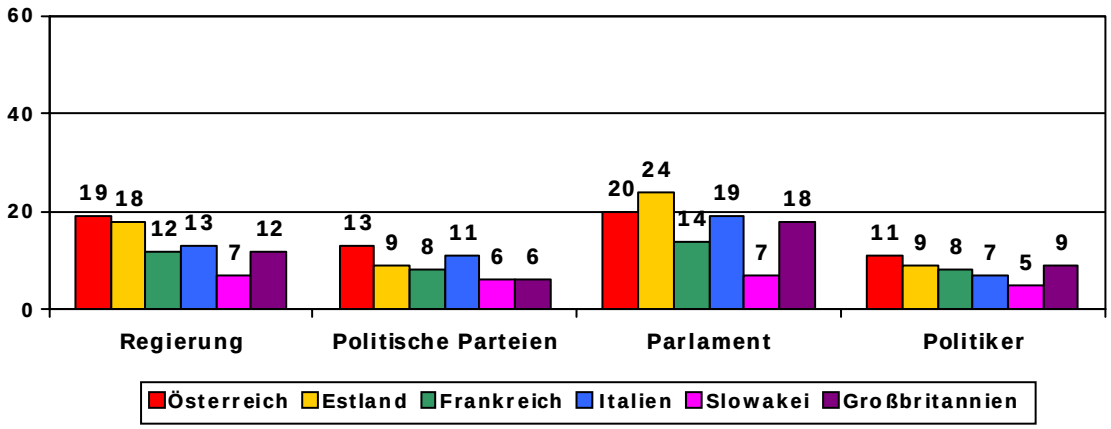
[123] Vgl. Eurobarometer 69: Die öffentliche Meinung in der Europäischen Union; in: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb69/eb69_at_nat.pdf, 17.06.2008.
[124] Vgl. ebd., S. 23f.

Tabelle 11: Vertrauen in politische Institutionen[125]

Trust in....	Not at all/a little bit	Neither-nor	Very much/much
Amnesty International	22	30	49
Greenpeace	28	33	39
European Parliament	35	42	24
European Commission	35	42	22
Parliament	28	50	20
Government	36	46	19
Attac	37	48	15
Parties	40	48	13
Politicians	52	37	11

Weighted data; percentages

Abbildung 4: Vertrauen Jugendlicher in politische Institutionen – Ländervergleich[126]



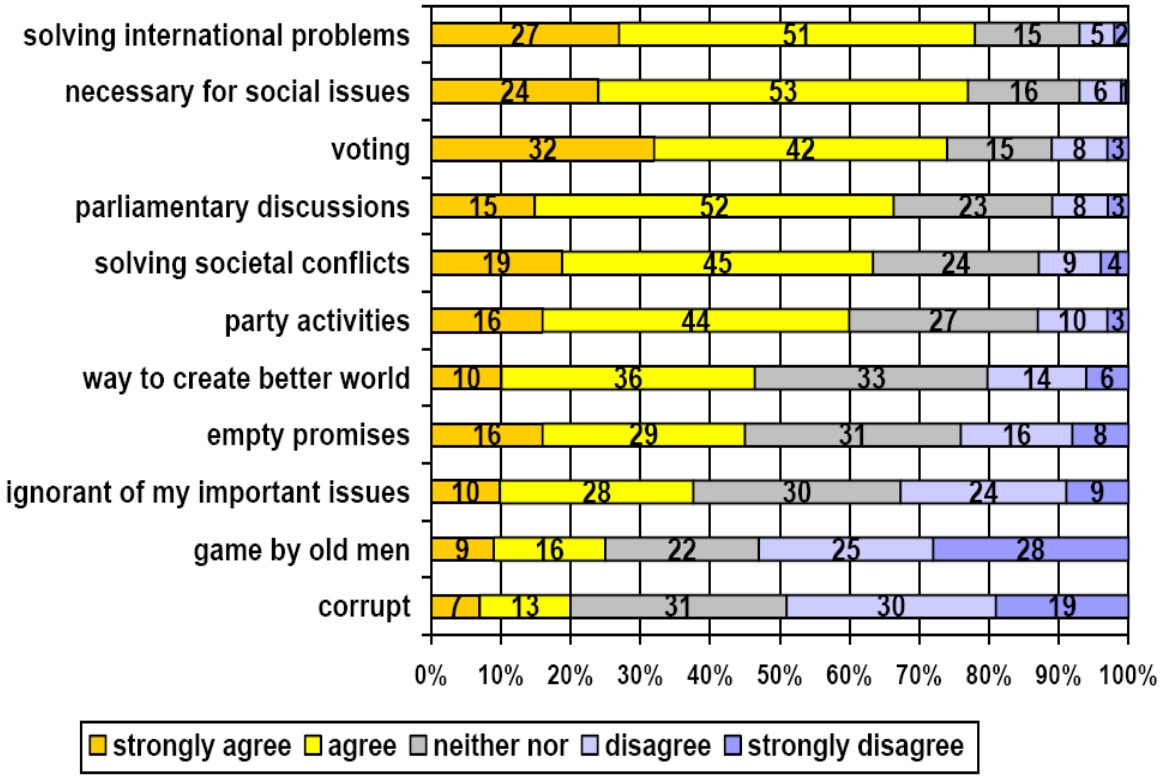
5.2.6. Zufriedenheit mit der Politik

Die Einstellung der Jugendlichen zur Politik im Allgemeinen ist dennoch keineswegs so negativ, wie häufig angenommen wird. Im Gegenteil heben die Jugendlichen die Wichtigkeit, Notwendigkeit und Sinnhaftigkeit der Politik besonders hervor, während negative Konnotationen weitgehend abgelehnt werden (siehe Abbildung 5).

---

[125] Picker/Westphal 2005, S. 31.
[126] Westphal 2006, S. 9; in: http://www.fes.de/forumpug/inhalt/documents/EUYOUPARTPrsentationSabineWestphal.ppt; 18.10.2008.

Abbildung 5: Einstellungen zur Politik[127]



Nichtsdestotrotz erklärte sich 2005 nur ein Prozent der Jugendlichen mit der Regierung sehr zufrieden. Weitere 20% waren zumindest zufrieden, während sich zusammengenommen 39% unzufrieden bis sehr unzufrieden zeigten. Auffällig ist dabei die Tatsache, dass der Anteil der Unzufriedenen bei den 15-18jährigen lediglich 31% betrug und dabei deutlich unter jenem der 19-25jährigen (44%) lag (siehe Tabelle 12). Während die relativ schlechten absoluten Werte nämlich möglicherweise aus der damaligen Regierungskonstellation resultieren, die über keine deutliche Mehrheit und somit über keinen besonders breiten Rückhalt in der Bevölkerung (auf Grund differierender Parteiaffinität) verfügte und deshalb nur sekundär interessant ist, erscheint der Vergleich der beiden Altersgruppen durchaus fruchtbar. Zwar erklären sich die genannten Unterschiede zu einem großen Teil durch die größere *„weder-noch“*-Auswahl der Jüngeren, trotzdem lässt sich eine positivere Bewertung der Regierung durch die 15-18jährigen erkennen. Diese höhere politische Zufriedenheit der jüngeren Alterskohorte spiegelt sich auch bei Karlhofer/Seeber wider, wobei hier die 14-19jährigen Tiroler

[127] Picker/Westphal 2005, S. 34.

Jugendlichen sogar mehrheitlich mit der politischen Situation zufrieden sind (54%). Besonders auffällig ist auch hier, dass die politische Zufriedenheit mit zunehmendem Alter kontinuierlich sinkt, was die Autoren dadurch erklären, dass für die Jüngeren Politik noch sehr unscharf sei und daher im Zweifel eher positiv bewertet werde, während die Älteren durch den *„sukzessiven Erwerb von Kenntnissen über politische Zusammenhänge“* kritischer urteilten. [128]

Noch positiver sind in diesem Zusammenhang die Erkenntnisse von Filzmaier im Jahr 2007. So zeigen sich mehr als zwei Drittel der Jugendlichen zwischen 14 und 24 Jahren mit der österreichischen Demokratie sehr oder zumindest etwas zufrieden, womit ähnliche Werte wie in der Gesamtbevölkerung erreicht werden.[129]

Hingegen sind die Einstellungen gegenüber Politikern und Parteien deutlich kritischer. So beklagten 62% der Befragten, dass Politiker sich nicht um die Meinungen junger Menschen kümmern würden.[130]

Tabelle 12: Zufriedenheit mit der Regierung[131]

	male	female	15-18 years	19-25 years	entire sample
Very satisfied	1	1	1	1	1
Satisfied	23	17	22	19	20
Neither/nor	36	44	46	36	40
Dissatisfied	28	30	25	31	29
Very dissatisfied	12	8	6	13	10
total	100	100	100	100	100

Weighted data; percentages; no statistically significant differences (chi square test, alpha = 5%)

5.2.7. Politische Partizipation

Was unter politischer Partizipation subsumiert wird, hängt davon ab, wie weit dieser Begriff gefasst wird. So verstehen etwa Verba/Nie/Kim darunter *„those legal activities by*

[128] Vgl. Karlhofer/Seeber 2000, S. 53-55.
[129] Filzmaier 2007b, S. 8.
[130] Vgl. ebd., S. 11.
[131] Picker/Westphal 2005, S. 31.

private citizens which are more or less directly aimed at influencing the selection of governmental personnel and/or the actions they take."[132]

Demgegenüber fasst Kaase den Begriff wesentlich weiter und versteht darunter alle Verhaltensweisen, die Bürger *„alleine oder mit anderen freiwillig mit dem Ziel unternehmen, Einfluss auf politische Entscheidungen zu nehmen.*"[133]

Westle geht hierbei noch weiter und erkennt eine mögliche politische Partizipation auch dann, wenn die politischen Handlungen nicht bewusst angestrebt werden (z.B. berufliche Gründe, Karriereabsichten).[134] Für die Zwecke dieser Arbeit erscheint die Definiton von Kaase am praktikabelsten, wobei illegale Formen der politischen Partizipation (wie bei Verba/Nie/Kim), die zwar auch in der hier verwendeten Definition von Kaase eingeschlossen sind, auf Grund ihrer relativen Bedeutungslosigkeit als Alternative zu legalen Beteiligungsformen für die große Masse der Bevölkerung unbeachtet bleiben.[135]

Demnach kann politische Partizipation ganz allgemein auf verschiedenste Art und Weise erfolgen: als konventionelle Beteiligung, etwa durch die Teilnahme an Wahlen, Volksabstimmungen oder Volksbegehren und die Mitgliedschaft und Aktivität in beruflichen Interessensvertretungen und politischen Parteien, oder unkonventionell zum Beispiel durch die Beteiligung in den, in den 70er und 80er Jahren entstandenen, neuen sozialen Bewegungen oder auch durch zivil- und bürgergesellschaftliches Engagement.[136]

5.2.7.1. Konventionelle politische Beteiligung

In Österreich kam den traditionellen politischen Partizipationsformen im internationalen Vergleich stets große Bedeutung zu und tut dies trotz der Tendenzen abnehmender Beteiligung noch immer. So gab es bei den Nationalratswahlen der Zweiten Republik bis einschließlich 1990 stets mehr als 90% Wahlbeteiligung, danach bewegte sie sich knapp über 80% und betrug am historischen Tiefststand bei den Wahlen 2006 immerhin noch 78,49%. Eine ähnliche Entwicklung lässt sich auch für die Beteiligung an Bundespräsidentenwahlen erkennen. Die Volksabstimmung zum EU-Beitritt Österreichs erreichte in etwa die Beteiligungsquote der Nationalratswahlen dieser Zeit, jene zum

---

[132] Verba/Nie/Kim 1978, S. 46.
[133] Kaase 2000, S. 495.
[134] Vgl. Westle 1994, S. 140.
[135] Laut EUYOUPART wurde keine Form illegaler politischer Partizipation (z.B. Graffiti, Sachbeschädigungen, illegale Demonstrationen, Auseinandersetzungen mit der Polizei,…) von mehr als 4% der österreichischen Jugendlichen (15-25 Jahre) jemals gewählt. Vgl. Picker/Westphal 2005, S. 24.
[136] Vgl. Ulram 2000, S. 4ff.

Atomkraftwerk Zwentendorf immerhin 64,1%. Deutlich weniger genutzt wird die Unterstützung von Volksbegehren, das Konferenzzentrum-Volksbegehren 1982 kam als erfolgreichstes auf 25,75% Wahlbeteiligung.[137]

Ebenso wie die auch aus einem staatsbürgerlichen Pflichtgefühl resultierende hohe Wahlbeteiligung, war und ist auch die Partizipation in politischen Parteien immens hoch. Bis Mitte der 1980er Jahre war in etwa jeder vierte Wahlberechtigte Mitglied einer Partei; hauptsächlich in den Großparteien SPÖ und ÖVP. Dieser Anteil sank zwar in den letzten zwei Jahrzehnten beträchtlich, beträgt aber immer noch ca. 15% der wahlberechtigten Bevölkerung.[138] Aktive Arbeit für die Partei und in der Partei leistet dabei ca. ein Viertel[139] bis ein Drittel[140] der Mitglieder. Soziodemografisch betrachtet sind die Gruppen der Parteimitglieder und -aktivisten dabei keineswegs repräsentativ für die Gesamtbevölkerung. Deutlich erkennbar ist eine Verschiebung in Richtung Männer (64% der Parteimitglieder sind männlich, während ihr Anteil an der Stichprobe lediglich 48% beträgt) und über 40jährige (75% der Parteimitglieder bei einem Stichprobenanteil von 54%); ebenso lässt sich eine deutliche Unterrepräsentation der Parteimitglieder im großstädtischen Bereich und bei höher Gebildeten feststellen.[141]

Abgesehen von der geschlechtsspezifischen Ungleichheit können diese Differenzen zum Teil aber wohl auch durch das Aufkommen unkonventioneller Partizipationsformen, den Neuen Sozialen Bewegungen (und deren soziodemografischer Zusammensetzung), erklärt werden.

5.2.7.2. Unkonventionelle politische Beteiligung

So sind *„Bürgerinitiativen, Demonstrationen und Boykottaktionen […] die Domäne der oberen Bildungsschichten und qualifizierter Berufe, teilweise auch jüngere Menschen und Leute aus dem urbanen Bereich.“*[142] Immerhin geben Ende der 1990er Jahre schon 26% der Österreicher an, in einer Bürgerinitiative mitgearbeitet zu haben, 1980 waren dies erst 8%.[143]

---

[137] Vgl. Pelinka/Rosenberger 2003, S. 176.
[138] Vgl. Plasser/Ulram 2006, S. 555.
[139] Vgl. ebd., S. 556.
[140] Vgl. Ulram 2000, S. 5.
[141] Vgl. ebd., S. 5f.
[142] Ebd., S. 7.
[143] Vgl. ebd., S. 7f.

Darüber hinaus kann auch das Engagement in anderen zivilgesellschaftlichen bzw. bürgerschaftlichen Organisationen als Möglichkeit zur politischen Partizipation angesehen werden. Solche Organisationen werden gemeinhin durch das verbindende Element der Vereins- und (organisierten) Gruppenmitgliedschaft charakterisiert. Damit werden etwa religiöse Organisationen, traditionelle soziale Organisationen, Freizeitorganisationen, Kultur- und Bildungsorganisationen, Neue Soziale Bewegungen und streng genommen auch Parteien und Interessensvertretungen erfasst, wobei letztere dem Verständnis der Zivilgesellschaft als *„Sphäre autonom organisierter nichtstaatlicher Aktivitäten zwischen dem privaten und dem staatlichen Bereich“* zuwider laufen. Etwa drei Viertel der Österreicher sind Mitglieder solcher Vereine und Organisationen, die von der Bevölkerung als Mittel gegen „soziale Kälte“ und wichtig für eine funktionierende Demokratie erachtet werden.[144]

5.2.7.3. Politische Partizipation Jugendlicher

Aussagen bezüglich der konventionellen politischen Partizipation Jugendlicher sind schwer zu treffen. So konnte das konkrete Wahlverhalten Jugendlicher bis dato auf Bundesebene ebensowenig beobachtet werden, wie es Erfahrungswerte bezüglich der Teilnahme an Volksabstimmungen und dergleichen gibt. Bei Landtags- und Gemeinderatswahlen gibt es diesbezüglich hingegen schon erste konkrete Erfahrungen, die als Anhaltspunkte für das zu erwartende Wahlverhalten bei künftigen Nationalratswahlen dienen können.

Wahlbeteiligung und Motive

Sowohl bei den Gemeinderatswahlen im Burgenland 2002 als auch bei den Landtagswahlen in Wien 2005 wurden mittels Nachwahlanalysen zentrale Aspekte des Wahlverhaltens der Jugendlichen erhoben. Dabei wurde im Burgenland in der Gruppe der 16-18jährigen eine Wahlbeteiligung von 80% festgestellt, was verglichen mit dem Rest der wahlberechtigten Bevölkerung ein um 5,6% niedrigerer Wert war.[145] Bei den Landtagswahlen in Wien lag die entsprechende Wahlbeteiligung bei 59,1% (bei 1,7%

[144] Vgl. Ulram 2000, S. 9.
[145] Vgl. Weikovics 2002, in: http://www.staedtebund.at/alt_service/weikovics_oegz0211.html, 13.01.2008.

Schwankungsbreite auf Grund der gezogenen Stichprobe), womit beinahe der Durchschnittswert der Gesamtwählerschaft (61%) erreicht wurde.[146]

Betrachtet man die Motive der Jugendlichen an der Wiener Landtagswahl teilzunehmen, so sticht eines besonders heraus: die Möglichkeit mitzubestimmen. Daneben waren die Wahrnehmung des Wahlrechts, das Empfinden des Wählens als demokratische Pflicht, das Interesse an Politik sowie das Gefühl, dass die eigene Meinung zählt, die wichtigsten Beweggründe zur Wahl zu gehen. Zwei Drittel der Jugendlichen waren außerdem der Meinung, dass die Wahlaltersenkung das Interesse an Politik steigert. Der häufigste Grund, nicht an der Wahl teilzunehmen, war nach Angaben der Jugendlichen *„keine Zeit“* zu haben, gefolgt von fehlendem Interesse für Politik. Dieses fehlende Interesse dürfte dabei in Wahrheit der wichtigste Grund sein, gaben doch 78% derjenigen, die keine Zeit zur Wahl zu gehen hatten, auch an, wenig bzw. gar nicht an Politik interessiert zu sein.[147]

Interessant erscheint in diesem Zusammenhang, dass die Studie den verschiedenen Wahlinformationsmaßnahmen eine positive Auswirkung auf die Wahlbeteiligung der Jugendlichen bescheinigt. Sowohl die Kampagnen der MA 62 (Abteilung Wahlen) „Ganz Wien geht wählen“ und der MA 13 (Landesjugendreferat) „Ich wähle“ als auch gezielte Informationen und Aktivitäten die Landtagswahl betreffend an den Wiener Schulen zeigten ihre Wirkung und vermochten die Wahlbeteiligung in der Zielgruppe der 16-18jährigen zu steigern. Entsprechend lag die Wahlbeteiligung jener, die in irgendeiner Form von der Kampagne „Ganz Wien geht wählen“ erreicht wurden bzw. diese zumindest wahrgenommen, haben mit 61% deutlich über dem Wert der Gruppe, die diese Kampagne nicht wahrgenommen hatte (53%). Ähnliche Ergebnisse zeigten sich auch für die Kampagne „Ich wähle“ mit 64% Wähleranteil unter den Erreichten gegenüber lediglich 53% unter den Nicht-Erreichten sowie für die Wahlinformationen in den Schulen (62% zu 55%).[148]

Somit bestätigt die Nachwahlanalyse zu den Wiener Landtagswahlen empirisch den positiven Zusammenhang zwischen dem Grad der Information über Politik bzw. politische Abläufe und jenem der Wahlbeteiligung. Darüber hinaus wird die Bedeutung der Information auch durch die, im Zuge der Studie durchgeführten, qualitativen Interviews untermauert. So wird seitens der Jugendlichen neben der Einrichtung von Foren zur

---

[146] Vgl. Kozeluh et al. 2005, S. 13.
[147] Vgl. ebd., S. 18-20.
[148] Vgl. ebd., S. 25-29.

Diskussion mit Politikern und Experten vor allem eine seriöse Informationspolitik und die Bereitstellung von Programminhalten an Stelle von bloßer Wahlwerbung für notwendig erachtet.[149]

Ähnliche Erkenntnisse gewinnt auch Weikovics für das Burgenland. Neben der intensiven medialen Diskussion über die Senkung des Wahlalters sieht er in der umfassenden Information für die neue Wählergruppe vor der Wahl (etwa durch die Parteien, aber auch im Schulunterricht) sowie der Zustellung von amtlichen Musterstimmzetteln an alle Wahlberechtigten, was zu einer verbesserten subjektiven Kompetenzzuschreibung führt, zentrale Faktoren, die sich positiv auf die Wahlbeteiligung ausgewirkt haben.[150]

Parteiaffinität und -bindung

Bezüglich der Parteipräferenz lässt sich als auffälligste Abweichung eine deutlich größere Präferenz für die Grünen erkennen. So standen etwa bei den Landtagswahlen 2005 in Wien bei den Jugendlichen die Grünen, deren Wählerschaft traditionell jünger als jene (vor allem) der Großparteien SPÖ und ÖVP ist, vergleichsweise hoch im Kurs. Mit 26% lag der Stimmenanteil in der Gruppe der 16-18jährigen signifikant höher als im Gesamtergebnis (15%). SPÖ, ÖVP (jeweils -3%) und FPÖ (-4%) schnitten in dieser Gruppe hingegen zumindest leicht schwächer ab.[151] Die Ergebnisse der jüngsten Nationalratswahlen 2008 lassen freilich bei den unter 30jährigen eine deutlich größere Präferenz für die FPÖ erkennen (die in dieser Altersgruppe sogar stärkste Partei wird), während die Grünen nur relativ knapp über dem Gesamtergebnis liegen.[152]

Dies entspricht auch den Ergebnissen von EUYOUPART zur Parteinähe der Jugendlichen. Hierbei gaben 31% der Jugendlichen an, mit den Grünen zu sympathisieren. Damit waren diese in etwa so beliebt wie die SPÖ (32%) und lagen sogar vor der ÖVP (26%) und deutlich vor der FPÖ (10%).[153] Diese Sympathien scheinen dabei allgemein nicht mehr besonders stabil und stark ausgeprägt. So sind lediglich 6% der 15-25jährigen Mitglieder in der Jugendorganisation einer politischen Partei, lediglich 4% sind Parteimitglieder. Verglichen mit dem Anteil der Parteimitglieder in der gesamten wahlberechtigten

---

[149] Vgl. Kozeluh et al. 2005, S. 46.
[150] Vgl. Weikovics 2002, in: http://www.staedtebund.at/alt_service/weikovics_oegz0211.html, 13.01.2008.
[151] Vgl. Kozeluh et al. 2005, S. 16f.
[152] Vgl. SORA – Institute for Social Research and Analysis: Analyse Nationalratswahl 2008; in: http://www.sora.at/images/doku/SORA_ISA_Analyse_NRW_2008.pdf, 14.10.2008.
[153] Vgl. Picker/Westphal 2005, S. 15-17.

Bevölkerung (ca. 15% – siehe Kapitel 5.2.7.1.) sind diese Werte signifikant niedriger, wenngleich der Anteil der Parteimitglieder immer noch höher ist als jener der europäischen Alterskollegen.[154]

Nach der Teilnahme an Wahlen stellt die Beteiligung an Wahlkämpfen, in Form der informellen Unterstützung für eine Partei oder einen Kandidaten, die wichtigste Form der politischen Partizipation österreichischer Jugendlicher dar. So gibt immerhin ein Viertel der Jugendlichen an, im Wahlkampf bereits politische Überzeugungsarbeit geleistet zu haben. Interessant erscheint dabei, dass trotz der relativ höchsten parteilichen Gebundenheit der österreichischen Jugendlichen sich somit ein geringerer Teil an Wahlkämpfen beteiligt als etwa in Italien (34%) und Finnland und Deutschland ebenfalls ähnliche Werte erreichen.[155]

Hinsichtlich der unkonventionellen politischen Partizipation lässt sich feststellen, dass das zivilgesellschaftliche Engagement der Jugendlichen besonders die Mitgliedschaft und Mitarbeit in Umwelt-, Menschenrechts- und Tierrechtsorganisationen umfasst. Alle diese Organisationen vereinigen für sich genommen einen gleich großen Anteil der Jugendlichen auf sich, wie dies die Jugendorganisationen der Parteien zusammen tun.[156]

Bezüglich konkreter Aktivitäten nehmen *ethischer Konsum* und *politischer Protest* besonders wichtige Rollen ein. So geben 16% der österreichischen Jugendlichen zwischen 15 und 25 Jahren an, bereits gezielt Produkte boykottiert zu haben, der Anteil derjenigen, die aus ethischen Gründen Produkte gekauft haben, liegt sogar bei 19%. Beide Werte entsprechen dabei in etwa dem europäischen Durchschnitt. Politischen Protest in Form der Teilnahme an Demonstrationen übten bereits 14% der genannten Altersgruppe, an Streiks beteiligten sich immerhin 9%. Auch hier liegen die österreichischen Jugendlichen im europäischen Mittelfeld, wobei die diesbezüglichen Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern relativ groß sind. So äußerte etwa bereits ein Drittel der italienischen Jugendlichen auf diese Weise ihren politischen Unmut, während politischer Protest etwa in Großbritannien keine erwähnenswerte Partizipationsform darstellt.[157]

---

[154] Vgl. Ogris/Westphal 2006, S. 17.
[155] Vgl. ebd., S. 11.
[156] Vgl. Picker/Westphal 2005, S. 26.
[157] Vgl. Ogris/Westphal 2006, S. 10-12.

Da in dieser Arbeit die These vertreten wird, dass die politische Kommunikation der zentrale Faktor bei der Herausbildung des eben dargestellten Verhältnisses Jugendlicher zur Politik ist, wird nunmehr das Hauptaugenmerk auf die Ausgestaltung eben dieser, insbesondere durch die Massenmedien, gelegt. Deren zentrale Bedeutung im Rahmen des politischen Kommunikationsprozesses erschließt sich nämlich nicht nur durch ihre wichtige Rolle als politische Sozialisationsinstanz, sondern ganz grundlegend durch ihre Sonderstellung im Vermittlungsprozess moderner Gesellschaften.

6. Politik und Medien

6.1. Medien im Vermittlungsprozess moderner Gesellschaften

Gesellschaftliches Zusammenleben ohne Kommunikation ist undenkbar. Sinnvolles soziales Handeln (also subjektiv-sinnhaftes Verhalten, das auf andere bezogen ist) erfordert zwangsläufig irgendeine Art von Kommunikation. Marcinkowski differiert dabei drei unterschiedliche situative Konstellationen, die Kommunikation ermöglichen:

- Die Anwesenheit von Individuen. Sie erlaubt alle Formen direkter Interaktion, vor allem die unvermittelte Face-to-Face-Kommunikation.
- Die an Bedingungen und Regeln geknüpfte Mitgliedschaft in Organisationen, die indirekte Interaktion korporativer Akteure ermöglicht, und zwar auch ohne dass dafür alle Mitglieder anwesend sein müssten.
- Kommunikative Erreichbarkeit, die sowohl direkte wie vermittelte Interaktion ermöglicht und heute vor allem auf der Basis weltweit vernetzter Telekommunikationsmedien der Individual- und Massenkommunikation sichergestellt wird.[158]

Diese drei Vermittlungsprinzipien bestehen dabei in allen Gesellschaften stets nebeneinander. Je stärker sich dabei die kommunikative Erreichbarkeit als primäre Vermittlungsfunktion durchgesetzt hat, desto höher ist der Grad der Komplexität und

[158] Vgl. Marcinkowski 1996, S. 202.

Modernität der Gesellschaft.[159] Im Umkehrschluss bedeutet dies für unsere heutigen postmodernen Gesellschaften, dass die kommunikative Erreichbarkeit heute als wichtigstes Vermittlungsprinzip angesehen werden kann und den Telekommunikationsmedien im Allgemeinen sowie den Massenmedien in Bezug auf den politischen Prozess im Besonderen, zentrale Bedeutung zukommt. Ausdruck findet diese Dominanz des Vermittlungsprinzips der kommunikativen Erreichbarkeit sowie der zentralen Stellung der Massenmedien in der Gesellschaft in vielerlei begrifflichen Schöpfungen wie *Mediatisierung*, *Mediengesellschaft* oder – in Bezug auf die Politik – auch *Mediendemokratie*.

Der Begriff der Mediengesellschaft meint dabei die zunehmend stärkere und engmaschigere Durchdringung aller Bereiche mit Medienkommunikation.[160] Dabei entfaltet sie *„eine allgegenwärtige und alle Sphären des gesellschaftlichen Seins durchdringende Prägekraft,[…] ein so genanntes soziales Totalphänomen.“*[161]

Bezogen auf die politische Kommunikation manifestiert sich die Mediatisierung schließlich durch die *„(1) wachsende Verschmelzung von Medienwirklichkeit und politischer wie sozialer Wirklichkeit, (2) die zunehmende Wahrnehmung von Politik im Wege medienvermittelter Erfahrung sowie (3) die Ausrichtung politischen Handelns und Verhaltens an den Gesetzmäßigkeiten des Mediensystems“*[162].

So stellen etwa auch Plasser/Ulram fest, dass die Massenmedien mittlerweile – durch tiefreichende Veränderungen des Mediensystems einerseits sowie durch den Verlust autonomer politischer Kommunikationskanäle andererseits – zu den primären Trägern des politischen Kommunikationsprozesses geworden sind.[163]

Anders ausgedrückt ist politische Realität *„in einer Mediengesellschaft zum überwiegenden Teil massenmedial konstruierte und vermittelte Realität, die auf sprachliche und visuelle Situationsdeutungen aufbaut, die einer redaktionellen Nachrichtenlogik folgen. Politikbild und politische Urteilsfähigkeit der Staatsbürger sind von Faktizität und Qualität der massenmedialen Informationsangebote abhängig.“* [164]

---

[159] Vgl. Marcinkowski 1996, S. 202.
[160] Vgl. Donges 2005, S. 322.
[161] Saxer 1998, S. 53.
[162] Sarcinelli 1998, S. 678f.
[163] Vgl. Plasser/Ulram 2004b, S. 377f.
[164] Plasser 2006, S. 525.

Die Massenmedien nehmen also heute in der politischen Kommunikation zweifelsfrei eine zentrale Stellung ein. Deswegen erscheint es von besonderem Interesse, wie massenmediale Politikvermittlung funktioniert, nach welchen Kriterien und Regeln und unter welchen Einflüssen sie erfolgt, aber auch welche Entwicklungen sich bezüglich der politischen Kommunikation beobachten lassen.

6.2. Die Transformation der politischen Kommunikation

Die Bedeutungsentwicklung unterschiedlicher politischer Kommunikationsformen lässt sich sehr anschaulich am „Drei-Phasen-Modell“ von Blumler und Kavanagh zur Transformation politischer Kommunikationssysteme nachvollziehen.[165]

Blumler und Kavanagh beschreiben in ihrem „Drei-Phasen-Modell“ eine Entwicklung der politischen Kommunikation in vielen Demokratien, die sich auch auf jene des politischen Kommunikationssystems in Österreich übertragen lässt.

Die erste dieser drei aufeinanderfolgenden und sich teilweise überschneidenden Phasen wird dabei als *parteien- und printdominiert* charakterisiert. Dieser Typus politischer Kommunikation, der in Österreich bis etwa Mitte der 1960er Jahre vorherrschend war, kennzeichnet sich in erster Linie durch die Konzentration des politischen Journalismus auf die bloße Vermittlung parteilicher Themen und Standpunkte und wird von einer starken Parteipresse getragen. Diese stellt für ihre Leser, die zugleich als parteigebundene, loyale Wählerschaft charakterisiert werden können (vgl. Kap. 3.1.), ideologisch gefärbte Aufbereitungen politischer Inhalte zur Verfügung.[166] Die Parteiendominanz lässt sich dabei sehr gut an der Stärke der Parteipresse ablesen. So betrug etwa 1953 der Anteil der Parteizeitungen an der täglichen Druckauflage 49%, 1959 immerhin noch 36%.[167] Hinzu kommt, dass 1961 Tageszeitungen für 47% der Österreicher die wichtigste politische Informationsquelle darstellten. Fast ebenso wichtig war das Radio mit 44%, während das Fernsehen nur für einen geringen Teil der Bevölkerung (7%) diesbezüglich von Relevanz war.[168]

---

[165] Vgl. Blumler, Jay G./Dennis Kavanagh (1999): The Third Age of Political Communication. Influencies and Features; in: Political Communication 16, 209-230; zit. nach: Plasser/Ulram 2004a, S. 39.
[166] Vgl. Plasser/Ulram 2004a, S. 39.
[167] Vgl. Plasser 2006, S. 526.
[168] Vgl. Plasser/Ulram 2004a, S. 41.

Mit dem Aufkommen und der Durchsetzung des Fernsehens als politischer Kommunikationskanal sowie dem gleichzeitigen Bedeutungsverlust der Parteipresse wird die zweite Phase politischer Kommunikation eingeläutet. Diese *TV-zentrierte* Phase, deren Dominanz in Österreich ab Mitte der 1960er bis Ende der 1980er Jahre verortet werden kann, geht mit einem notwendigerweise veränderten Kommunikationsstil der politischen Eliten sowie einem – da zunehmend parteiunabhängigen – vermehrt an journalistischen Selektionskriterien orientierten politischen Journalismus einher. Die Fähigkeiten zur Selbstinszenierung und –darstellung sowie zur eingängigen und prägnanten Vermittlung inhaltlicher Botschaften werden im Rahmen einer neuen, personalisierten Medienlogik zu Schlüsselkompetenzen von Spitzenpolitikern.[169] Der Anteil der Parteipresse an der Druckauflage sinkt rapide (1970: 20%) und die Tageszeitungen werden zugleich vom Fernsehen als wichtigsten politisches Informationsmedium abgelöst (1971: 33% zu 48%). So sehen etwa 61% der Österreicher mehrmals wöchentlich die „Zeit im Bild".[170]
In den frühen 1990er Jahren setzt in Österreich schließlich die dritte und letzte Phase dieser Entwicklung, die Phase *multimedialer Angebotsvielfalt*, ein. In dieser Phase steigt die Zahl der Internetuser exponentiell an. Ebenso kommt es zu einer verstärkten Verbreitung des Kabel- und Satellitenfernsehens. Als Resultat dessen bekommen die klassischen Leitmedien (Kronen Zeitung am Printsektor sowie ORF bei den elektronischen Medien) verstärkte Konkurrenz, deren Präsenz in einer bis dato unerreichten multimedialen Informationskonkurrenz und einem verstärkten Kampf um die öffentlichen Aufmerksamkeitsspannen mündet.[171]

6.3. Beziehungen im politischen Kommunikationsprozess

Der politische Kommunikationsprozess ist aber nicht nur von den Auswirkungen einer sich wandelnden Medienlandschaft (als zentraler Bezugspunkt der politischen Kommunikation) betroffen. Vielmehr rückt durch die Zentralität der massenmedialen Bedeutung in diesem Prozess auch die Frage nach den Beziehungen und Kräfteverhältnissen sowie der gegenseitigen Beeinflussung von politischem und medialem System in den Mittelpunkt des Interesses.

---

[169] Vgl. Plasser/Ulram, 2004a, S. 39f.
[170] Vgl. ebd., S. 41.
[171] Vgl. ebd., S. 41f.

Die Beziehung zwischen Medien und Politik ist nämlich naturgemäß eine enge. Einerseits gestaltet die Politik in Form von gesetzlichen Rahmenbedingungen das Umfeld, in dem mediale Berichterstattung stattfindet, andererseits wird den Medien in demokratischen Staaten die Aufgabe der Kritik und Kontrolle politischer Macht zugewiesen, deren Ausübung durch möglichst uneingeschränkte (Meinungs)Freiheit und Unabhängigkeit von der Politik gewährleistet wird.[172] Vor diesem Hintergrund eines gegenseitigen Abhängigkeitsverhältnisses (mit unterschiedlichen Sichtweisen der Über- bzw. Unterordnung) wird deutlich, dass die Beziehung zwischen Medien und Politik gerade in Bezug auf politische Kommunikation durch eine hohe Komplexität gekennzeichnet ist, auf deren Grundlage sich ein breites Spektrum unterschiedlicher Erklärungsmodelle derselben entwickelte. Gemeinsam ist den, in der empirisch orientierten Forschung international bedeutsamen Modellen, ihre systemtheoretische Grundannahme. Medien und Politik sind demnach als jeweils autonome Systeme zu betrachten, die eine bestimmte Funktion erfüllen, nach systemimmanenten Regeln funktionieren und mit anderen Systemen interagieren.[173]

Die wichtigsten Vorstellungen bezüglich des Verhältnisses der Systeme Medien und Politik werden im Folgenden dargestellt.

6.3.1. Mediendependenz der Politik

Ausgehend von der Annahme einer natürlichen Überordnung der Politik über die Medien – denen vorwiegend eine dienende Rolle, nämlich die der Politikvermittlung, zugestanden wird – besagt diese These, dass durch den Bedeutungsgewinn der Massenmedien in modernen Gesellschaften die Politik in die Abhängigkeit der Medien geraten sei. Historisch betrachtet entstand dies durch das sich – im Gegensatz zum Absolutismus – durchsetzende Prinzip der Öffentlichkeit von Politik. Die Vermittlungsleistung der Medien ist für die Politik unverzichtbar geworden. Diese entziehen sich jedoch weitgehend politischer Kontrolle, weswegen sich das Machtverhältnis zwischen den beiden Systemen umgekehrt hat.[174]

---

[172] Vgl. Schulz 2008, S. 41f.
[173] Vgl. ebd., S. 42-44.
[174] Vgl. ebd., S. 46.

6.3.2. Determination der Medien

Die These von der Determination der Medien durch die Politik behauptet das Gegenteil der Mediendependenzthese. Es wird davon ausgegangen, dass die Massenmedien von der Politik abhängig sind. Begründet wird diese These durch einen *„zunehmenden Autonomieverlust der Massenmedien als Resultat von Instrumentalisierungsstrategien des politisch-administrativen Systems*.“ Demnach werden die Medien mit Hilfe von professionellem Kommunikationsmanagement, Public Relations, Politikberatung und Öffentlichkeitsarbeit indirekt kontrolliert und deren Unabhängigkeit unterwandert.[175]

6.3.3. Interdependenz von Politik und Medien

Mit Bezeichnungen wie Interdependenz, Interpenetration oder Intereffikation operieren Erklärungsmodelle, die versuchen, die beiden erstgenannten (in ihrer idealtypischen Form zu einseitigen) gegensätzlichen Thesen in einem Mittelweg zusammenzuführen. So sieht etwa Saxer Politik und Medien als zwei aufeinander angewiesene Systeme. Die Medien vermitteln politische Ereignisse und verhelfen Politikern zu Öffentlichkeit, dafür stellt die Politik Themen für die Berichterstattung (oft schon in aufbereiteter Form) überhaupt erst zur Verfügung.

Andere Vertreter dieser These legen den Schwerpunkt wiederum auf die Orientierung des einen Systems am jeweils anderen und ihre wechselseitige Durchdringung, die etwa in einer untrennbaren Verbindung von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus zum Ausdruck kommt. Dabei bestehen Politik und Medien weiterhin als autonome Systeme, die nach ihren eigenen Regeln und unbeherrscht arbeiten, jedoch durch ihre strukturelle Koppelung wechselseitig resonanzfähig sind.[176]

6.3.4. Konkurrenz und strategische Allianz

Im Gegensatz zu den beiden erstgenannten Thesen, werden auch hier die Systeme Politik und Medien nicht als vollkommen abgeschlossen und getrennt voneinander – mit dem Ziel der Beherrschung des jeweils anderen – angesehen. Vielmehr kommt es neben der Konkurrenz zwischen den Systemen auch immer wieder zu strategischen Allianzen zwischen verschiedenen Teilen davon.

---

[175] Vgl. Schulz 2008, S. 47f.
[176] Vgl. ebd., S. 48f.

So sind die Massenmedien zwar formal frei und unabhängig, in der Praxis jedoch zumeist von unterschiedlichen ideologischen Einstellungen geprägt und geleitet, die sich auf ihre Berichterstattung und die Parteinahme in konkreten Fällen niederschlagen. So bilden sie häufig strategische Allianzen mit bestimmten Parteien, Interessensgruppen, Gewerkschaften, Religionen, etc. in Bezug auf von ihnen vertretene Positionen, unterstützen oder verurteilen politische Entscheidungen oder inszenieren sich als Sprachrohr und Anwalt des Volkes gegenüber der politischen Elite.[177]

6.3.5. Interessensgegensätze und Interessensgemeinschaft

Über die oben genannte Vorstellung einer Interdependenz zwischen dem politischen System und dem Mediensystem hinaus, wird hierbei versucht festzustellen, wie die jeweiligen Akteure miteinander interagieren. Dies lässt sich vor dem Hintergrund der Rollendefinitionen der Akteure in Bezug auf die Bürger/das Publikum, die Normen und strukturellen Merkmale der Kommunikation zwischen den Systemmitgliedern sowie die Erwartungen, die die Spezifika der politischen Kultur eines Landes induzieren, erreichen.[178]

Das Verhältnis der beiden Systeme Medien und Politik wird hierbei also um eine entscheidende Komponente erweitert. Die Bürger bzw. das Publikum werden in ihrer Eigenschaft als Wähler und Rezipienten als gemeinsame Adressaten und Bezugspunkte gleichsam zum verbindenden Element für Medien und Politik, da beide möglichst hohe Reichweiten erzielen wollen. Für die politischen Akteure ist dies von Bedeutung, um mit ihren potentiellen Wählern in Kontakt treten, Aufmerksamkeit erreichen und ihre Botschaften vermitteln zu können, also um die Chancen gewählt zu werden zu maximieren. Die Medien benötigen die Aufmerksamkeit einerseits um ihrer publizistischen Bestimmung Öffentlichkeit herzustellen, also Informationen und Botschaften einer breiten Masse zukommen zu lassen, nachzukommen, andererseits aus ökonomischen Gründen, da die jeweilige Reichweite die Grundlage für die Einnahmen durch Werbeeinschaltungen darstellt.[179]

Wolf sieht dabei – durch die Notwendigkeit des Publikumszuspruchs und in Folge veränderter Rahmenbedingungen in den letzten Jahrzehnten – eine Zunahme der

[177] Vgl. Schulz 2008, S. 51f.
[178] Vgl. ebd., S. 49f.
[179] Vgl. Wolf 2006, S. 62.

Publikumsorientierung von Politik und Medien. Die Abnahme traditioneller Parteibindungen (siehe Kapitel 3.1.) sowie die zunehmende Kommerzialisierung und Ökonomisierung der Medienbranche (siehe auch Kapitel 7.1.2.) machen auf Seiten der Politik ein *permanent campaigning* notwendig, und lassen den Quotendruck auf Seiten der Medien zur handlungsleitenden Maxime werden.[180] Insofern liegt der Schluss nahe, dass sich die Art und Qualität politischer Kommunikation durch die Massenmedien in großem Maße und verstärkt auch an den Erwartungen des Publikums orientiert.

Das Verhältnis zwischen Politik und Medien ist folglich nur in der Dreiecks-Beziehung mit dem Publikum zu verstehen. Dadurch werden nämlich inhaltliche Interessensgegensätze (Politik will überzeugen, Journalismus will informieren) durch die Interessensgemeinschaft der Marktlogik überlagert.[181]

Ein so geregeltes politisches Kommunikationssystem definiert sich durch die grenzüberschreitende Kommunikation zwischen Politik und Medien, die vorwiegend von Akteuren mit „Grenzrollen“ – etwa mit Öffentlichkeitsarbeit beauftragte politische Sprecher sowie politische Journalisten – getragen wird. Diese orientieren sich dabei zugleich auch an der öffentlichen Meinung sowie an subjektiven Einstellungen, deren Strategie darauf ausgerichtet ist, die Außenkommunikation für beide Systeme gewinnbringend zu gestalten.[182]

Dieses Konstrukt der Interessensgegensätze, die durch die, aus dem gemeinsamen Adressaten entstehende, Interessensgemeinschaft überwunden wird, erscheint für die aktuelle Praxis politischer Kommunikation durch die Medien am zutreffendsten und praktikabelsten. Dadurch gelangen erneut die Rezipienten in den Mittelpunkt des Interesses, da an dieser Stelle nicht mehr nur die Perspektive der Medien als Bereitsteller politischer Informationen, sondern vielmehr auch jene der unbewussten und bewussten Konstruktion medialer Inhalte zur Erzielung gewünschter Effekte evident wird. Somit rückt die Frage nach der Art und Ausprägung etwaiger Medienwirkungen in den Mittelpunkt des Interesses.

---

[180] Vgl. Wolf 2006, S. 62f.
[181] Vgl. ebd., S. 63f.
[182] Vgl. Schulz 2008, S. 50.

6.4. Medienwirkungsforschung

Um zu einer Einschätzung der Bedeutung der aktuellen Berichterstattung und deren Auswirkungen auf die Rezipienten zu gelangen, ist es folglich sinnvoll und hilfreich, auf die diesbezüglichen Erkenntnisse der Medienwirkungsforschung – gerade im Hinblick auf die politische Kommunikation – zurückzugreifen.

Die Medienwirkungsforschung fragt nach den Einflüssen von Medienangeboten auf die Sichtweisen der Rezipienten. Dabei kann man *primäre* (mediale Vorgaben durch die Art der Darstellung) und *sekundäre Effekte* (individuelle Folgerungen aus der Darstellung) unterscheiden.[183] Erstere sind für die lerntheoretischen Ansätze innerhalb der Wirkungstheorien besonders interessant, während letztere im Fokus kognitionstheoretischer Ansätze stehen.

Kepplinger/Noelle-Neumann stellen die zentralen Ergebnisse hinsichtlich des Einflusses der Massenmedien in Bezug auf die Vorstellungen, Meinungen, Einstellungen, Emotionen und das Verhalten der Rezipienten anschaulich dar.[184]

6.4.1. Lerntheoretische Ansätze

„Bei den lerntheoretischen Ansätzen geht es um das richtige Lernen von Informationen. Divergenzen zwischen Vorstellungen und Vorlagen gelten deshalb als Lerndefizite, die man auch als einen Mangel an Medienwirkungen interpretieren kann.“[185]

Richtiges Lernen in diesem Sinn erfordert neben *Aufmerksamkeit* für bestimmte Reize (als Ergebnis der individuellen Interessen) auch deren *Speicherung* sowie die *Motivation zur Nutzung*.[186] In diesem Sinne können folglich der Grad von politischem Interesse und politischer Partizipationsabsicht sowie die kognitiven Voraussetzungen zum Erlernen von Inhalten als Indikatoren für die Stärke der Wirkungen politischer Medieninhalte angesehen werden.

Lerntheoretische Ansätze gehen von Medienwirkungen auf verschiedenen Ebenen aus. So wird den Medien unter anderem ein Einfluss auf (1) Relevanzvorstellungen, (2) Gefahreneinschätzungen, (3) Mehrheitsvorstellungen sowie die (4) Verteilung des Wissens in einer Gesellschaft zugeschrieben:[187]

---

[183] Vgl. Kepplinger/Noelle-Neumann 2003, S. 610.
[184] Vgl. ebd., S . 597-647.
[185] Ebd., S. 611.
[186] Vgl. ebd., S. 611.
[187] Vgl. ebd., S. 612-624.

(1) Relevanzvorstellungen:

Die aktuelle Berichterstattung beeinflusst in erheblichem Maße die Vorstellungen der Bevölkerung von der Wichtigkeit eines Sachverhaltes für die Gesellschaft. Daraus entstehen unter anderem gesellschaftliche und allgemeine Realitätsvorstellungen, die trotz widersprüchlicher eigener Erfahrungswelten Bestand haben können[188].

Die Agenda-Setting-Hypothese schreibt den Massenmedien eine Thematisierungs- und Themenstrukturierungsfunktion zu. Demnach beeinflussen sie das Denken der Rezipienten in der Weise, dass sie die Themenschwerpunkte vorgeben, mit denen sie sich beschäftigen. Sie bestimmen also nicht, was man denkt, sehr wohl aber worüber man nachdenkt.[189]

McCombs/Shaw untersuchten die These im Rahmen der chapel-hill-Studie zur amerikanischen Präsidentschaftswahl 1968 als erste empirisch und stellten dabei hohe Korrelationen zwischen den thematischen Prioritäten von Medien und Rezipienten/Wählern fest.[190]

Die These wurde seither in vielen empirischen Studien überprüft und bestätigt, wenngleich dabei auch intervenierende Variablen ausfindig gemacht wurden, die ihre Gültigkeit zumindest einschränken. So wurde etwa erkannt, dass die Intensität der Agenda-Setting-Effekte sowohl von der ‚*Aufdringlichkeit*' der Themen (gemessen an ihrer persönlichen und direkten Erfahrbarkeit) als auch vom Grad des ‚*Orientierungsbedürfnisses*' der Rezipienten (gemessen an der themenspezifischen Mediennutzung) sowie von individuellen Wertmustern und der themenbezogenen zwischenmenschlichen Kommunikation abhängig ist.

Ebenso kam man zu der Erkenntnis, dass die Intensität der Mediennutzung die Stärke der Agenda-Setting-Effekte beeinflusst. Wenn die Verfolgung der (politischen) Medienberichterstattung also intensiv ist, ist die Übereinstimmung der Themenprioritäten zwischen Medien und Rezipient auch höher.[191]

Brosius erkennt darüber hinaus drei Faktoren, die für die Ausprägung der thematisierenden Wirkung der Medienberichterstattung unbedingt zu beachten sind: (1) die Themenkonkurrenz (stärkere Konkurrenz verringert die Effekte), (2) dramatisierende Elemente in der Aufmachung der Nachricht (sensationelle/dramatische Ereignisse erzielen

---

[188] Vgl. Kepplinger/Noelle-Neumann 2003, S. 612-615.
[189] Vgl. Burkart 2002, S. 248f.
[190] Vgl. ebd., S. 249f.
[191] Vgl. ebd., S. 251-253.

höhere Effekte), (3) die subjektive Konstruktion des Themas auf Grund der Komplexität des vorab vorhandenen kognitiven Schemas (je komplexer, desto geringer die Wirkung).[192]

(2) Gefahreneinschätzungen:

Auf Grund der Nachrichtenwerte neigt die mediale Berichterstattung zu einer Überrepräsentation seltener und negativer Ereignisse (siehe Kapitel 7.1.1.), die sich auch in der Einschätzung der Häufigkeit ebendieser durch die Rezipienten widerspiegelt. So konnte in verschiedenen Studien nachgewiesen werden, dass die Gefahreneinschätzungen (z.B. Häufigkeit von Todesursachen, Kriminalität) sich mehr an deren Vorkommen in der medialen Berichterstattung orientierten als an persönlichen Erfahrungen, wobei die Art der Darstellung einen großen Einfluss besitzt (je drastischer, desto größer die Wirkung).[193]

(3) Mehrheitsvorstellungen:

Medienberichte dienen bei kontroversen Diskussionen – also gerade auch in der politischen Berichterstattung – häufig als Quelle für die Abschätzung von Mehrheits- bzw. Minderheitenstandpunkten und die damit verbundene Verortung der eigenen Einstellungen und Meinungen. Neben quantitativen Informationen (Statistiken, etc.) werden dabei auch häufig die Meinungen von Einzelpersonen oder Gruppen transportiert. Letztere besitzen dabei generell einen größeren Einfluss auf die Vorstellungen von Mehrheitsmeinungen als quantitative Daten.[194]

(4) Verteilung des Wissens in der Gesellschaft:

Die von Tichenor/Donohue/Olien entwickelte *Wissenskluft-These* besagt, dass Menschen mit höherer Schulbildung durch das Verfolgen der aktuellen Berichterstattung mehr Wissen über die jeweiligen Themen hinzugewinnen als Niedriggebildete. Demnach verfolgen erstere die Berichterstattung nicht nur intensiver, sie verfügen auch über ein größeres Vorwissen, was die Speicherung neuer Informationen sowie die spätere Erinnerung daran begünstigt. Genau genommen muss aber angemerkt werden, dass hierbei lediglich festgestellt werden konnte, dass höher Gebildete mediale Informationen besser erlernen können, weshalb zwar Medienwirkungen auf diese Gesellschaftsschicht als größer

[192] Vgl. Burkart 2002, S. 255f.
[193] Vgl. Kepplinger/Noelle-Neumann 2003, S. 618f.
[194] Vgl. ebd., S. 619-621.

einzuschätzen sind, ihre positiven oder negativen Effekte dabei jedoch von der Qualität der Berichterstattung abhängig sind.[195]

Die zunehmende Entauthentisierung und journalistische Interpretativität in der politischen Berichterstattung (siehe Kapitel 7.2.) muss in diesem Zusammenhang als bedenklich angesehen werden.

6.4.2. Kognitionstheoretische Ansätze

Kognitionstheorien fragen im Allgemeinen nach der menschlichen Informationsverarbeitung und sehen deren Art und Weise im komplexen Zusammenspiel mehrerer Faktoren (Vorstellungen, Meinungen, Einstellungen, Empfindungen und Handlungen) begründet. So werden auch Mediendarstellungen individuell verschieden verarbeitet, weswegen die Vorstellungen und Meinungen der Rezipienten zwar auf der medialen Berichterstattung fußen, sich von der bloßen medialen Darstellung jedoch mehr oder weniger stark unterscheiden.

Diese Divergenzen werden hierbei nicht als Indiz für einen Mangel an Medienwirkungen, sondern vielmehr als Folge der durch die mediale Darstellung steuerbaren und somit vorhersehbaren Eigenleistungen der Rezipienten verstanden. Es wird also davon ausgegangen, dass bestimmte Darstellungsweisen tendenziell spezifische Verarbeitungsmuster seitens der Rezipienten nach sich ziehen und dadurch ihre Wirkung entfalten. [196]

So geht etwa die *Schema-Theorie* davon aus, dass Rezipienten einzelne Informationen in Nachrichten nicht isoliert aufnehmen, sondern einem vorgegebenen Schema (in Form einer meist zu Beginn einer Meldung etablierten Sichtweise) folgend interpretieren. So konnte festgestellt werden, dass Rezipienten schemagerechte Informationen besser behalten und ihre Meinungsbildung zu dahingehender Konformität tendiert.[197]

Die *Sensibilisierungs-Theorie (Priming)* besagt, dass die Thematisierung bestimmter Themen und Problemfelder seitens der Medien zu einer größeren Sensibilisierung der Rezipienten dafür sorgt. Diese Themen werden dadurch nicht nur konzentrierter verfolgt und besser aufgenommen, auch ihre Bedeutungszuschreibung erhöht sich. Dadurch ändert

---

[195] Vgl. Kepplinger/Noelle-Neumann 2003, S. 622-624.
[196] Vgl. ebd., S. 631.
[197] Vgl. ebd., S. 631-634.

sich beispielsweise, in Abhängigkeit der jeweilig zugeschriebenen Kompetenzen eines politischen Akteurs in einem spezifischen Themengebiet, die Einschätzung seiner generellen Fähigkeiten je nach der medialen Tagesordnung.[198]

Die *Bewertungs-Theorie* (*appraisal theory*) geht von einem vorhersehbaren Zusammenhang zwischen den Vorstellungen von einem Thema und dessen emotionaler Bewertung aus. So führen kognitive Bewertungen eines dargestellten Ereignisses zu dazu passenden Emotionen, während bestimmte Emotionen ihrerseits eine dementsprechende kognitive Einschätzung bewirken. Die durch solcherlei Wechselwirkungen entstandene Gesamtbewertung einer Situation/eines Ereignisses bestimmt in weiterer Folge die anschließende Verhaltensintention.[199]

Die Logik redaktioneller Politikvermittlung (vgl. Kapitel 7.2.) wird damit auch zum zentralen Ausgangspunkt für die sekundären Medienwirkungen. Konfrontative Negativität, Dramatisierung und Dynamisierung wirken sich negativ auf die Bewertung politischer Akteure und ihrer dargestellten Handlungen aus, während Entpolitisierung und De-Thematisierung in Verbindung mit den Tendenzen zur Personalisierung unpolitische bzw. metapolitische Themen in den Mittelpunkt des Interesses rücken und damit die Bewertung politischer Akteure anhand unpolitisch-rollenfremder Merkmale begünstigen.

6.4.3. Stärke von Medienwirkungen

Dass der Medienkonsum Wirkungen bei den Rezipienten zeitigt, ist unumstritten. Dass diese auch tatsächlich von den dargestellten Medieninhalten ausgehen und nicht lediglich von den diesen zugrundeliegenden Ereignissen, liegt in der natürlichen Diskrepanz zwischen Mediendarstellungen und der Realität begründet. So will etwa die aktuelle Berichterstattung dem Rezipienten zwar ein angemessenes Bild vom aktuellen Geschehen vermitteln, wobei jedoch zu beachten ist, dass durch die spezifischen Selektionskriterien der Medien nicht sämtliche Ereignisse gleichermaßen Beachtung finden, weshalb eine Gleichsetzung der Mediendarstellung mit der Realität unzulässig ist (siehe Kapitel 7).

Folgerichtig meinen auch Kepplinger/Noelle-Neumann: *„Weil man die Nachrichten und Kommentare […] in keinem Fall als reines Abbild einer vorgegebenen Realität betrachten*

---

[198] Vgl. Kepplinger/Noelle-Neumann 2003, S. 634 – 636.
[199] Vgl. ebd., S. 636-638.

kann, ist die verbreitete Annahme, die Wirkungen gingen nicht von der Darstellung, sondern von der dargestellten Realität aus, in jedem Fall falsch.“[200]

Während die Medien also ihre Inhalte nach Nachrichtenkriterien auswählen und somit mögliche Wirkungen prädisponieren, erfolgt bei der Nutzung von Medieninhalten ein zweiter Selektionsprozess seitens der Rezipienten, der diese Wirkungen abschwächt.

Diese Selektion umfasst die Auswahl der Medienangebote, die Art und Intensität der Rezeption sowie die Erinnerung an die konsumierten Inhalte. Dies führt zwar, wie erwähnt, zu einer Verminderung der Medienwirkungen, verhindert diese aber nicht vollständig, was insbesondere auf Fernseh- und Hörfunksendungen zutrifft, da hier die selektive Nutzung schwieriger und weniger stark ausgeprägt ist als bei den räumlich geordneten Informationen in Zeitungen und Zeitschriften. Dennoch kann auch bei letzteren der generellen Neigung zur Selektion durch journalistische Stilmittel entgegengewirkt werden.

Zudem wird den Selektionsmöglichkeiten der Rezipienten auch von Angebotsseite eine natürliche Grenze gesetzt. So führt die fehlende Vielfalt an verschiedenen Medien bzw. auch die gleichartige Darstellung eines Themas in unterschiedlichen Medien zu besonders starken Medienwirkungen.[201]

Besonders starke Medienwirkungen konstatieren Kepplinger/Noelle-Neumann demzufolge aus heutiger Sicht allgemein bei *„herausragenden Ereignissen“* (wie etwa 9/11). Ebenso erzielen *„Routineereignisse“* durch eine *„längerfristigen Thematisierung von Fakten und Meinungen“* die Wirkung, dass *„die Vorstellungen der Bevölkerung in der Regel dem Medientenor“* folgen.[202]

Medienwirkungen auf politische Akteure

Nicht außer Acht gelassen werden dürfen darüber hinaus die Einflüsse der medialen Berichterstattung auf die kleine, aber wichtige Gruppe derjenigen, über die berichtet wird – also im Falle der politischen Kommunikation die politischen Akteure. Man spricht hierbei von *reziproken Effekten.* Diese Medienwirkungen auf die politischen Akteure sind dabei im Normalfall stärker und zeitigen deutlichere Folgen als bei der Masse der Rezipienten. Während letztere nur durch eine *kumulative und konsonante Berichterstattung* aller

[200] Vgl. Kepplinger/Noelle-Neumann 2003, S. 604.
[201] Vgl. ebd., S. 605-607.
[202] Vgl. ebd., S. 601f.

wichtigen Medien zu einem Thema stark beeinflussbar sind, reichen dazu bei politischen Akteuren oft auch einzelne Beiträge. Dies erklärt sich dadurch, dass Menschen, über die berichtet wird, in der Regel alle entsprechenden Beiträge konsumieren, diese besonders aufmerksam verfolgen und ihre mögliche negative Wirkung auf andere überschätzen (*third-person-effect*[203]).[204]

Vermittelte Medieneffekte

Neben den eben dargestellten möglichen direkten Medienwirkungen vergrößern vermittelte Medieneffekte, die sich über interpersonelle Kommunikation entfalten können, den Einflussbereich medialer Inhalte.

Wie bereits dargestellt und häufig argumentiert, stellen Gespräche über Politik, neben dem Konsum massenmedialer Darstellungen, die wichtigste Quelle zur Auseinandersetzung mit Politik dar. Mag es zunächst schlüssig erscheinen, dass der Grad möglicher Medienwirkungen von der persönlichen Gewichtung der relativen Bedeutung dieser beiden Elemente im politischen Kommunikationsprozess abhängt, muss dies bei näherer Betrachtung zumindest relativiert werden. So argumentieren Hügel/Degenhardt/Weiß:

„Interpersonelle Kommunikation ist eine wichtige Alternative zur medialen ‚Befriedigung' politischer Orientierungsbedürfnisse. Sie beeinflußt direkt die Mediennutzung und damit indirekt auch das relative Wirkungspotential der Tagespresse und des Fernsehens. Umgekehrt verstärkt das Fehlen eines ausgeprägten Netzwerkes interpersoneller Kommunikation über politische Themen die Abhängigkeit von den Medien als Quelle politischer Information, was wiederum die Wahrscheinlichkeit von Medienwirkungen erhöht."[205]

Demgegenüber vertreten Kepplinger/Noelle-Neumann die Ansicht, dass massenmediale Darstellungen nicht nur Effekte bei den unmittelbaren Rezipienten erzielen, sondern eben auch mittels interpersoneller Kommunikation vermittelte Wirkungen nach sich ziehen.

So diffundieren über opinion leader oder andere Gesprächspartner Medieneffekte – in einer zwar nach der subjektiven Sichtweise modifizierten Art, jedoch mit wesentlichen,

---

[203] Der „third-person-effect" bezeichnet die Einschätzung, dass negative Medienwirkungen auf andere stärker ausgeprägt sind als auf die eigene Person. Dies kann sowohl aus einer Überschätzung der Medienwirkungen auf andere als auch auf einer Unterschätzung auf einen selbst bzw. einer Kombination aus beidem resultieren.

[204] Vgl. Kepplinger/Noelle-Neumann 2003, S. 625-628.

[205] Hügel/Degenhardt/Weiß 1992, S. 157.

medienoriginären Inhalten – auch auf Personen, die keinen direkten Medienkontakt hatten. Diese vermittelten Medieneffekte erweitern somit die Reichweite und potentielle Bedeutung von Medienwirkungen und lassen etwa die Rolle von persönlichen Gesprächen für die politische Meinungs- und Wissensbildung in einem anderen Licht erscheinen. Sofern sich die Gesprächspartner nämlich nicht auf medienunabhängige Quellen stützen (im Bereich der politischen Kommunikation möglicherweise Parteifunktionäre), müssen allfällige Effekte als Folgewirkungen auch den Medien zugerechnet werden.[206]

Meinungsbildung durch Medienkonsum

Kepplinger/Noelle-Neumann verweisen darauf, dass die Meinungsbildung von Rezipienten ein komplexer Vorgang ist, der von diversen Quellen (Meinungen anderer, neutrale Informationen, eigene Folgerungen) gespeist wird, deren jeweiliger Einfluss am Ende nicht mehr isoliert festgestellt werden kann.[207] Die Rezeption medialer Nachrichtendarstellungen zeitigt folglich nachweisbare Wirkungen (*De-facto-Effekte*), *„ohne dass man ihre genaue Quelle, die Art ihrer Verarbeitung und die dafür ausschlaggebenden Gründe kennt.“* Diese sind dabei immer dann anzunehmen, *„wenn die Meinungsbildung dem Medientenor folgt und andere Quellen mit großer Wahrscheinlichkeit auszuschließen sind.“*[208] Wie in dieser Arbeit ausführlich dargestellt wurde und wird, ist dies gerade im Bereich der politischen Kommunikation in überwiegendem und zunehmendem Maße der Fall.

De-facto-Effekte konnten bis dato in verschiedensten Bereichen dokumentiert werden. Dies gilt für die Meinungsbildung zu Sachthemen ebenso wie für jene über Politiker und den Zustand der Parteien und Politik. Schließlich konnte auch ein konkreter Einfluss auf Wahlentscheidungen nachgewiesen werden.[209]

Zusammengenommen geben die doch bemerkenswerten Medienwirkungen Anlass genug, sich näher mit den konkreten medialen Inhalten zu beschäftigen.

---

[206] Vgl. Kepplinger/Noelle-Neumann 2003, S. 644-646.
[207] Vgl. ebd., S. 639.
[208] Ebd., S. 640.
[209] Vgl. ebd., S. 640-644.

7. Mediale Politikvermittlung

Die Ausformung der Politikvermittlung durch die Medien wird dabei – neben dem bereits skizzierten Dreiecksverhältnis (Medien-Politik-Rezipienten) – in entscheidendem Maße durch die Rahmenbedingungen journalistischer Arbeit mitgestaltet. Diese Rahmenbedingungen umfassen einerseits die dem Mediensystem eigene publizistische Logik, andererseits aber auch die durch die Technologisierung und Kommerzialisierung dominanter gewordene Marktlogik und das daraus entstandene Spannungsverhältnis bzw. auch das gemeinsame „Interesse“ beider Ansprüche.

7.1. Rahmenbedingungen journalistischer Arbeit

7.1.1. Nachrichtenwert-Theorie und politische Berichterstattung

Die Nachrichtenwerttheorie ist ein Konzept zur Erklärung der Nachrichtenauswahl und -gestaltung in den Massenmedien. Sie geht der Frage auf den Grund, was ein Ereignis berichtenswert macht, ein anderes hingegen nicht. Hierbei wird die journalistische Selektionsentscheidung auf spezifische Eigenschaften und Qualitäten der Ereignisse zurückgeführt: die Nachrichtenfaktoren.

Lippmann, der als Begründer der Nachrichtenwerttheorie gilt, ging davon aus, dass die hohe Komplexität der Wirklichkeit deren vollständige Erfassung verunmögliche, weswegen auch Nachrichten nicht die Realität spiegeln können, sondern lediglich *„spezifische und stereotypisierte Realitätsausschnitte“* vermitteln.[210] Entscheidend für den tatsächlichen Inhalt in den Medien ist somit der *„news value“* von Ereignissen, der sich aus der *Kombination verschiedener Ereignisaspekte* (z.B. Prominenz, lokale Nähe, Relevanz) ergibt, *„die das Interesse und die Emotionen der Rezipienten wecken sollen."*[211]

Östgaard konkretisierte diese Ereignisaspekte in Form von internen Nachrichtenfaktoren, die er neben externen Faktoren, wie direkte und indirekte Einflussnahme durch Regierungen, Agenturen und Medieneigentümer, für eine Verzerrung im Nachrichtenfluss verantwortlich macht.[212] Er fasst sie zu den drei Faktorenkomplexen *Einfachheit*, *Identifikation* und *Sensationalismus* zusammen.[213] Einfachheit meint dabei die Tendenz

[210] Vgl. Staab 1990, S. 41.
[211] Vgl. ebd., S. 41.
[212] Vgl. ebd., S. 56.
[213] Vgl. Burkart 2002, S. 279f.

einfache Sachverhalte komplexeren vorzuziehen bzw. komplexe zu vereinfachen, Identifikation das Bevorzugen bereits bekannter Ereignisse und Themen, prominenter Akteure sowie solcher Geschehnisse, die eine räumliche, kulturelle und zeitliche Nähe zum Publikum aufweisen. Sensationalismus schließlich beschreibt die Tendenz, verstärkt mit Berichten über dramatische Sachverhalte (Kriminalität, Krieg, Krisen, Konflikte, etc.) die Aufmerksamkeit des Publikums zu erlangen.

Daraus ergibt sich zusammenfassend Östgaards Einschätzung: *„Die Chance einer Meldung, von den Massenmedien berichtet zu werden, sei um so größer, je einfacher die Meldung strukturiert sei, je mehr Identifikationsmöglichkeiten sie den Rezipienten biete und je sensationalistischere Momente sie enthalte."*[214]

In ähnlicher Weise wie Östgaard erstellten Galtung/Ruge einen Katalog von zwölf Nachrichtenfaktoren, die sie als Kriterien zur Nachrichtenauswahl erachten. Auch bei ihnen finden sich die, für die politische Berichterstattung besonders interessanten, Elemente, auf die schon Östgaard hingewiesen hatte.[215] Demnach stellen unter anderem *Eindeutigkeit* (einfach und klar strukturiert), *Elite-Person* (politisch wichtig/prominent), *Personalisierung* (auf individuelles Handeln zurückführbar) sowie *Negativität* (Katastrophen, Konflikte, Verbrechen – „bad news are good news") Faktoren dar, die die Publikationswürdigkeit eines Ereignisses erhöhen.

Auch in der elaboriertesten Ausdifferenzierung dieses Ansatzes von Schulz finden sich diese Faktoren in seinem 18-teiligen Katalog wieder. So erkennt er etwa unter anderem *persönlichen Einfluss, Prominenz, Personalisierung, Konflikt, Kriminalität* sowie *Struktur* (im Sinne der Komplexität des Ereignisses) als maßgebliche Kriterien für den Nachrichtenwert eines Ereignisses.[216]

Insgesamt lässt sich der Nachrichtenwerttheorie weitgehende Gültigkeit und Erklärungskraft bescheinigen. Verschiedene empirische Studien bestätigen den generellen Einfluss verschiedener Nachrichtenfaktoren auf die Selektionsentscheidungen der Journalisten.[217]

Dabei gilt es freilich zu beachten, dass den verschiedenen Ereignissen diese Nachrichtenfaktoren nicht per se als objektive Merkmale anhaften, sondern es sich dabei

---

[214] Staab 1990, S. 57.
[215] Vgl. ebd., S. 59.
[216] Vgl. Burkart 2002, S. 281f.
[217] Vgl. Staab 1990, S. 42ff.

um journalistische Zuschreibungen handelt, und somit eine (bewusste oder unbewusste) Verfälschung der Berichterstattung (news bias) in eine gewisse Richtung stattfinden kann.[218] Deswegen plädiert Kepplinger für eine *finale* Betrachtungsweise der Nachrichtenwerttheorie, die die journalistische Selektion nicht als Ergebnis der *‚natürlichen Relevanz'* von Ereignissen, sondern als zielgerichtete Handlungen seitens der Kommunikatoren erkennt, die Nachrichtenwerte für sich instrumentalisieren.[219]

7.1.2. Journalistischer Anspruch vs. Kommerzialisierung

7.1.2.1. Journalistische Qualitätskriterien

Die Qualität des medialen Angebotes ist nicht zuletzt von der Arbeitsauffassung der Journalisten abhängig. Als Mindestansprüche die, unter Berücksichtigung ethischer Prinzipien sowie rechtlicher Vorgaben, als allgemein anerkannte Leitlinien dienen sollen, gilt dabei der vom österreichischen Presserat erstellte Richtlinienkatalog „Grundsätze für die Publizistische Arbeit" (Ehrenkodex für die österreichische Presse).

Dieser Grundsatzkatalog bezüglich Freiheit und Genauigkeit der Berichterstattung, Unterscheidbarkeit von Nachricht und Kommentar, Einflussnahmen, Persönlichkeitsschutz, Intimsphäre, Materialbeschaffung, redaktioneller Spezialberichte und des öffentlichen Interesses, enthält dabei auch einige Richtlinien, die im Hinblick auf die politische Berichterstattung von Relevanz sind. Als oberste Verpflichtung (neben der Wahrung der Pressefreiheit) wird dabei die *„Gewissenhaftigkeit und Korrektheit in Recherche und Wiedergabe von Nachrichten und Kommentaren angesehen."* Diese umfasst insbesondere die Genauigkeit bei Zitaten, das Unterlassen ungerechtfertigter Beschuldigungen sowie die Richtigstellung von falsch dargestellten Sachverhalten.

Die Unterscheidbarkeit von Tatsachenberichten und Meinungen/Kommentaren soll für den Leser nachvollziehbar sein. Redaktionelle Inhalte dürfen weder von Außenstehenden (etwa durch Druck oder Bestechung), Anzeigeninteressen oder persönlichen Interessen beeinflusst werden. Persönliche Diffamierungen sind ebenso zu unterlassen wie Pauschalverdächtigungen oder jedwede Diskriminierung aus rassischen, religiösen, nationalen, sexuellen oder sonstigen Beweggründen. Spezialberichte (insbesondere Auto-,

---

[218] Vgl. Burkart 2002, S. 284.
[219] Vgl. ebd., S. 284f.

Reise- und Tourismusberichte) sollen darüberhinaus in geeigneter Weise auf soziale und politische Rahmenbedingungen und Hintergründe hinweisen bzw. über umwelt-, verkehrs- und energiepolitische Zusammenhänge informieren. Der grundsätzliche Schutz der Intimsphäre wird ebenso anerkannt, wenngleich anzumerken ist, dass diesem nur bei Kindern der Vorrang vor dem Nachrichtenwert zugestanden wird. Bei Personen des öffentlichen Lebens wird sogar ausdrücklich auf die Notwendigkeit der Abwägung gegen das öffentliche Interesse hingewiesen. [220]

7.1.2.2. Öffentlich-Rechtlicher Auftrag

Der sowohl auf dem Fernseh- als auch auf dem Radiosektor nach wie vor dominante ORF hat als öffentlich-rechtlicher Sender einen Programmauftrag zu erfüllen, der in § 4 des ORF-Gesetzes in 18 Punkten definiert ist. Dieser umfasst dabei unter anderem die *„umfassende Information der Allgemeinheit über alle wichtigen politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Fragen“*, die *„Förderung des Verständnisses für alle Fragen des demokratischen Zusammenlebens“*, die *„Förderung des Verständnisses für die europäische Integration“*, die angemessene Berücksichtigung sämtlicher gesellschaftlicher Teilgruppen (hinsichtlich Alter, Geschlecht, Religion, Menschen mit Behinderung,…), die *„Verbreitung und Förderung von Volks- und Jugendbildung“* sowie die *„Darbietung von Unterhaltung“*.

Obwohl des Weiteren ausdrücklich darauf hingewiesen wird, dass der ORF *„im Wettbewerb mit den kommerziellen Sendern […] in Inhalt und Auftritt auf die Unverwechselbarkeit“* zu achten hat, lassen sich in Anbetracht der erstarkenden kommerziellen Konkurrenz und des verschärften Kampfes um Quoten und Werbeeinnahmen insbesondere in Bezug auf ORF1 sowie Ö3 gegenläufige Entwicklungen feststellen. So wird Ö3 als profitabelster ORF-Sender ganz bewusst an kommerziellen Kriterien ausgerichtet, während auch ORF1 eine Kontrastprogrammierung zu ORF2 bietet und sich dadurch der ausländischen Konkurrenz mit ähnlichem Angebot stellt.[221]

Die laufend zu prüfende Qualität soll dabei besonders bei *„Sendungen in den Bereichen Information, Kultur und Wissenschaft“* hoch sein. Dazu gehört neben der *„objektiven*

---

[220] Vgl. Verband österreichischer Zeitungen (VÖZ): Grundsätze für die publizistische Arbeit (Ehrenkodex für die österreichische Presse) – aktuelle Fassung vom 21.01. 1999; in: http://www.voez.at/download.php?id=165, 17.03.2008.

[221] Vgl. Weis 2007, S. 105.

Auswahl und Vermittlung von Informationen in Form von Nachrichten und Reportagen" auch die *„Wahrung der Objektivität bei Kommentaren, Sachanalysen und Moderationen."* Die dem Programmauftrag verpflichteten ORF-Journalisten haben zudem sowohl das Recht als auch die Pflicht in der Ausübung ihres Berufes die *„Unabhängigkeit von Staats- und Parteieinfluss, anderen Medien* sowie *politischen oder wirtschaftlichen Lobbys"* zu wahren. [222]

7.1.2.3. Medienwandel: Kommerzialisierung und Technologisierung

Der Wandel des Mediensystems in den letzten Jahren und Jahrzehnten hat die Rahmenbedingungen journalistischer Arbeit grundlegend beeinflusst. Als bedeutendste Veränderung wird dabei gemeinhin die zunehmende Technologisierung und Kommerzialisierung massenmedialer Kommunikation gesehen.

Kommerzialisierung

„Als Kommerzialisierung von Medien wird die Verstärkung ökonomischer Einflüsse, in erster Linie desjenigen der Werbewirtschaft, auf die Strukturen und Funktionen von Mediensystemen und deren Konsequenzen für die Medienproduktion, die Medienmitarbeiter, die Prozesse von Medienkommunikation und deren Rezipienten sowie allgemein in kultureller, wirtschaftlicher, politischer und sozialer Hinsicht bezeichnet."[223]

Die Gründe dafür werden sowohl in den technischen Entwicklungen im Bereich der Massenkommunikation als auch in der nicht zuletzt durch die Etablierung einer dualen Rundfunkordnung zunehmenden Angebotskonkurrenz am Medienmarkt bei im Wesentlichen gleich bleibenden Aufmerksamkeitsspannen der Rezipienten verortet.[224] Hinzu kommen die Herausbildung zusätzlicher, neuer Medienformen im Internet sowie Special-Interest-Zeitschriften, Formatradios oder Spartenkanäle.[225]

Blumler argumentiert, dass dadurch ein verstärkter Wettbewerb zwischen den Anbietern um die Zuwendung des Publikums und dessen begrenztes Zeitbudget entstehe, wodurch Inhalte, denen man die Fähigkeit zum Wecken und zur Stabilisierung von

---

[222] Vgl. Bundeskanzleramt – Rechtsinformationssystem: ORF-Gesetz § 4 – Programmauftrag; in: http://www.ris2.bka.gv.at/Dokumente/Bundesnormen/NOR40019550/NOR40019550.html, 02.07.2008.
[223] Saxer 1998b, S. 10.
[224] Vgl. Blumler 2002, S. 174f.
[225] Vgl. Haas 2006, S. 68.

Publikumsinteresse unterstellt, gefördert werden. Dadurch werde der Freiraum vom Verfolgen anderer Ziele als der Herstellung von Nutzerbindungen, der Erzielung von Gewinnen und der Erlangung langfristiger Wettbewerbsvorteile eingeschränkt.[226]

Ökonomische Prinzipien und Handlungsrationalitäten haben also einen wachsenden Einfluss bei der *Institutionalisierung*, *Diversifizierung*, *Produktion* und *Konsumption* von Medien bzw. deren Inhalten,[227] was hinsichtlich der Funktion von Massenmedien in der politischen Kommunikation als problematisch angesehen werden muss.

In der Kommunikationswissenschaft geht man nämlich von einem tendenziellen Widerspruch zwischen funktionaler Autonomie und wirtschaftlicher Abhängigkeit aus, da hierbei ein Spannungsfeld doppelter Erwartung an die Medien entsteht, das *„einerseits ökonomische Gewinnerwartungen der Medienunternehmen und andererseits publizistische Leistungserwartungen der Gesellschaft“* umfasst.[228]

Dies führt zu strukturellen Spannungen zwischen dem wirtschaftlichen und dem publizistischen Wettbewerb, da *„die Maximierung von Umsatz, Gewinn und Marktanteilen nicht notwendigerweise eine Optimierung von publizistischer Vielfalt und publizistischer Qualität zur Folge hat.“*[229]

So erkennt auch Heinrich als Folge der Kommerzialisierung einen Ersatz der publizistischen Ziele der Aufklärung, Kritik und Kontrolle durch marktorientierte Ziele sowie eine zunehmende Berücksichtigung von Rezipientenpräferenzen.[230]

Damit verbunden sehen Meier/Jarren die Gefahr, *„dass Leistungsanforderungen und Leistungsbewertungssysteme im Journalismus zum Tragen kommen, die in erster Linie wirtschaftliche und erst in zweiter Linie publizistische Ziele anvisieren.“*[231]

Haas erkennt folgerichtig eine von dieser Kommerzialisierung initiierte Strukturkrise des Journalismus, die durch die Reduktion des journalistischen Personals in den Redaktionen den einzelnen Journalisten einen erhöhten Output auf Kosten von Recherche und eigener Themengenerierung verlangt.

---

[226] Vgl. Blumler 2002, S. 174.
[227] Vgl. Meier/Jarren 2002, S. 202.
[228] Vgl. Altmeppen 2000, S. 225.
[229] Meier/Jarren 2002, S. 207.
[230] Vgl. Heinrich 2001, S. 160.
[231] Meier/Jarren 2002, S. 209.

Er sieht die Ökonomisierung als Grund für den Wandel eines am öffentlichen Interesse orientierten Journalismus hin zu einem kommerziell orientierten, mit der damit einhergehenden Tendenz zur Entertainisierung und einem Journalismus „light“.
Diese Entwicklung verschlechtert die Bedingungen für einen politischen Journalismus, seiner Funktion zur Herstellung von Transparenz und Aufklärung, Themenmonitoring, Meinungsartikulation, Informations-, Kritik- und Kontrollfunktion nachzukommen und politische Berichterstattung an oben genannten Qualitätskriterien (wie Sachgerechtigkeit, Relevanz, Tiefe und Ausgewogenheit) auszurichten.[232]

Technologisierung

Zusätzlich zur Kommerzialisierung und verbunden mit dieser verändert die technische Entwicklung in der Produktion und Rezeption von Massenkommunikation das Anforderungsprofil für journalistische Arbeit. Bewährte Leistungskriterien wie Kreativität und professionelle Exzellenz laufen Gefahr, zugunsten technischer Fertigkeiten zurückgedrängt zu werden.
Plaikner sieht durch die Entwicklung in der Kommunikationstechnologie – insbesondere durch Internet und E-Mail – eine extreme Tempoerhöhung im Journalismus, die eine Vervielfachung des Outputs des einzelnen Redakteurs in den letzten zweieinhalb Jahrzehnten mit sich brachte. In Verbindung mit dem wachsenden Kostenbewusstsein der Arbeitgeber, sieht er die Anforderungen an die persönlichen Fähigkeiten der Journalisten nur unzureichend erfüllbar. Neben dem branchenoriginären Anforderungsprofil werden nämlich technische Fähigkeiten wie die Versiertheit in diversen Computerprogrammen, Layout, Design und Fotografie immer bedeutender.[233]
Das die eben skizzierten Veränderungen im Mediensystem in der Praxis weitreichende Folgen haben, zeigt sich auch am durchaus stark ausgeprägten Problembewusstsein österreichischer Journalisten. Während ihrem Berufsverständnis zufolge ihre Aufgabe darin besteht, politische Entscheidungen transparent zu machen, politische Aktionen kritisch zu hinterfragen und zu kontrollieren und komplexe Sachverhalte zu erklären,[234] erkennen sie dabei in der Praxis deutliche Qualitätsprobleme (Personalisierung, Negativismus, Entpolitisierung, mangelnde Trennung zwischen Nachricht und

[232] Vgl. Haas 2006, S. 72.
[233] Vgl. Plaikner 2007, S. 55.
[234] Vgl. Plasser/Lengauer/Meixner 2004, S. 260f.

Kommentar), die sie auf die genannten ökonomischen und professionellen „Fehlentwicklungen“ zurückführen.[235]

7.2. Praxis redaktioneller Politikvermittlung

Die eben dargestellten Rahmenbedingungen journalistischer Arbeit finden aber nicht nur in der Theorie, sondern offenbar auch in der Praxis der redaktionellen Politikvermittlung ihren Niederschlag. Die Trends und Veränderungen reichen dabei von der verstärkten Zuwendung zum *Infotainment* (Vermischung von Politik und Unterhaltung) und der Zunahme von *soft news* (Nachrichtenthemen ohne Politikbezug) über zunehmende *Personalisierung*, (sportive) *Dramatisierung* und hohen *Negativismus* bis hin zu einer erhöhten Bedeutung *meta-politischer Themen* wie Fragen der Strategie und Taktik auf Kosten inhaltlicher Darstellungen.[236]

Lengauer/Pallaver/Pig führten inhaltsanalytische Studien zur österreichischen Politikberichterstattung in Printmedien und elektronischen Medien durch und arbeiteten dabei folgende Charakteristika heraus:

- *Personalisierung:* Nach Sachthemen sind insbesondere in Printmedien persönlichkeitsbezogene politische Berichte die wichtigste Form der Berichterstattung, wobei die Vermittlung unpolitisch-rollenfremder Merkmale der Akteure überwiegt. Einzelpersonen werden mehr als dreimal so oft als handelnde Akteure dargestellt wie Parteien oder andere politische Institutionen. Dabei kommt es vor allem in Wahlkampfphasen zu einer hohen Eliten-Zentrierung.[237]
- *Konfrontative Negativität:* Fast die Hälfte der politischen Berichterstattung stellt eine Kontroverse (Konflikte, Krisen, Proteste, Skandale, Affären) in den Mittelpunkt, die folgerichtig auch mit einer negativen Themendarstellung einhergeht, also ein negatives Bild der Politik vermittelt. Besonders Parteivorsitzende und Parlamentsparteien werden in der Mehrheit der Beiträge negativ dargestellt (70%).[238]

---

[235] Vgl. Plasser/Lengauer/Meixner 2004, S. 291.
[236] Vgl. Plasser 2006, S. 532f.
[237] Vgl. Lengauer/Pallaver/Pig 2004, S. 219f.
[238] Vgl. ebd., S. 220.

- *Entpolitisierung – De-Thematisierung:*

  Politische Themen dominieren zwar nach wie vor die Nachrichtenformate, dennoch befassen sich bereits 50% der Hauptnachrichten mit unpolitischen Themen. Während die Aufmacher der Tageszeitung zumindest noch zur Hälfte politisch sind, beträgt der Anteil der politischen Cover-Stories in Nachrichtenmagazinen nur rund 30%.

  Obwohl sachpolitische Themen (mit mehr als 60%) die politische Berichterstattung klar vor Persönlichkeitsprofilen (14%) dominieren, erkennen Lengauer/Pallaver/Pig dabei einen *„entpolitisierenden Trend im Sinne einer Game-Zentrierung und metapolitischen Darstellung“*.

  Des Weiteren erkennen die Autoren eine Fokussierung auf das Image politischer Akteure anstelle von *issues*, eine *episodische* und *de-kontextualisierte* Politikdarstellung sowie eine hohe *horse race*-Zentrierung und mangelhafte Darstellungsqualität in der Umfrageberichterstattung. [239]

- *Entauthentisierung und journalistische Interpretativität:*

  In der Verkürzung der direkten und indirekten Wortmeldungen von politischen Akteuren erkennen Lengauer/Pallaver/Pig ein Indiz für eine stärker journalistenzentrierte Darstellung. Direkte Zitate finden in audiovisuellen Medien größere Berücksichtigung als in Printmedien, die Länge der TV-*soundbites* nähert sich jedoch dem rückläufigen deutschen Niveau. Interpretative und spekulative Elemente enthält etwa ein Fünftel der medialen Beiträge, wobei die Fernsehnachrichten diesbezüglich, wie auch bei der strategischen Kommentierung, vergleichsweise zurückhaltend sind.[240]

- *Dramatisierung und Dynamisierung:*

  Auch in Phasen außerhalb des Wahlkampfes ist die politische Berichterstattung mitunter von einem Wettkampfcharakter um Wähler, Ämter und Macht, also einer Dramatisierung im Sinne eines horse race-Journalismus geprägt, wobei Nachrichtenmagazine (16% der Beiträge) besonders stark darauf setzen, während der ORF kaum darauf zurückgreift. Ähnlich verhält es sich mit dem Vorkommen negativer Sensationalisierung.

---

[239] Vgl. Lengauer/Pallaver/Pig 2004, S. 221f.
[240] Vgl. ebd., S. 222f.

Diese verstärkte Dramatisierung führt jedoch nicht zu einer Verkürzung und Verknappung der redaktionellen politischen Berichterstattung. Die Beiträge, insbesondere in den Nachrichtensendungen des ORF, sind im internationalen Vergleich relativ ausführlich und im Durchschnitt auch deutlich länger als Beiträge zu unpolitischen Themen.[241]

[241] Vgl. ebd., S. 223.

8. Medien in Österreich/Mediennutzung

Betrachtet man den österreichischen Medienmarkt, so macht der Vergleich mit den Mediensystemen anderer Länder einige charakteristische Merkmale deutlich, die zum Teil als problematisch angesehen werden müssen (siehe Tabelle 13).

Tabelle 13: Mediensysteme im Vergleich[242]

	Österreich	BR Deutschland	Großbritannien	Italien	USA
Fernseh- und Radiosystem	Dominanz öffentlich-rechtlicher Medien (ORF) mit inländischen Privatsendern sehr geringer Reichweite	Duales Rundfunksystem	Duales Rundfunk-system	Duales Rund-funksystem; Sonderfall privater Fernseh-kanäle im Besitz eines Minister-präsidenten	Dominanz privater Fernsehnetz-werke und minimale Bedeutung öffentlich-rechtlicher Sender
Marktanteil des öffentlich-rechtlichen Fernsehens (2005)	48% (ORF1, ORF2)	43% (ARD, ZDF und Dritte Programme/ ARD 3)	46% (BBC 1, 2, Channel 4)	45% (RAI Uno, RAI Due, RAI Tre)	< 2% (PBS)
Durchschnitt-liche Fernsehdauer pro Tag in Minuten (2005)	164	225	237	250	297
Printmedien	Hohe Presse-konzentration; Dominanz eines Boulevard-blattes und führende Regional-zeitungen	Höchste Pressevielfalt unter den EU-Ländern; starker Boulevard-charakter im Einzelfall und hohe Regionalisierung	Mittlere Pressevielfalt, Differenzierung in aggressive Boulevardpresse und führende Qualitätsblätter	Mittlere Pressevielfalt, führende Rolle der täglichen Sport-zeitungen mit 15prozentigem Marktanteil	Untergeordnete Bedeutung der Printmedien; Vielfalt durch starke Regio-nalisierung und mittelgroße Zeitungen
Zahl der Tageszeitungen	17	347	107	99	Ca. 1.400 bzw. 2.300 inkl. Sonntags-zeitungen
Gesamtleser-zahl/Zeitungs-leser in Prozent (2005)	5,1 Millionen/74 %	61 Millionen/76%	18,6 Millionen/39%	17,6 Millionen /40%	115 Millionen/52%
Reichweite der auflagen-stärksten Tageszeitung (2005/06)	Neue Kronen Zeitung (45%)	Bild (17%)	The Sun (18%)	La Repubblica (ca. 5%) (ohne Sport-zeitungen)	The Wall Street Journal (ca. 2%)
Zahl der Internetnutzer	60% (2006)	58% (2005)	62% (2005)	49% (2004)	73% (2006)

[242] Filzmaier 2007a, S. 139.

Im Bereich der elektronischen Medien ist die Dominanz der öffentlich-rechtlichen Sender des ORF enorm hoch. Das duale Rundfunksystem ist durch die vergleichsweise spät erfolgte Zulassung privater, terrestrischer Radio- und TV-Sender unterentwickelt. Die inländische Konkurrenz ist in Bezug auf die Tagesreichweiten (22,7%) und die Marktanteile (19%) am Radiosektor verhältnismäßig stärker entwickelt, während ausländische Anbieter lediglich auf 4% Reichweite kommen und damit relativ unbedeutend sind (siehe Kapitel 8.2.2.).

Ein umgekehrtes Bild bietet sich auf dem Fernsehsektor. Die in den 80er Jahren in Deutschland entstandenen und erstarkten Sender und Sendergruppen wurden, ob der gemeinsamen Sprache und der parallel einsetzenden rasanten Verbreitung von Kabel- und Satellitenanschlüssen in österreichischen Haushalten (KaSat-Haushalte), schnell zu einer ernst zu nehmenden Konkurrenz für die Angebote des ORF und haben diesen bezüglich des Marktanteils zusammengenommen mittlerweile überholt. Die private inländische Konkurrenz (mit dem einzig bundesweit empfangbaren Sender ATV) ist demgegenüber mit einem Marktanteil von ca. 3% noch relativ bescheiden (siehe Kapitel 8.2.1).

Der Printsektor ist von einer außerordentlichen Konzentration geprägt. Lediglich 17 Tageszeitungen erscheinen in Österreich, wobei die Dominanz eines Boulevardblattes (*Neue Kronen Zeitung)* im weltweiten Vergleich einzigartig ist, und diese hinsichtlich Reichweiten und Marktanteilen international unerreicht bleibt.[243] Daneben existieren einzelne regionale Printmedien, deren Bedeutung in ihrem Hauptverbreitungsgebiet außerordentlich hoch ist. Hinzu kommt sowohl auf dem Tageszeitungssektor als auch auf jenem der Magazine und Zeitschriften ein enormer Grad an Verflechtungen der Eigentumsverhältnisse inklusive starker ausländischer Kapitalbeteiligungen. Damit einhergehend finden sich am österreichischen Pressemarkt geballte ökonomische und publizistische Machtstrukturen, die durch horizontale und vertikale Verflechtungen in verzerrten Wettbewerbsstrukturen und ökonomischer Abhängigkeit von ausländischen Kapitalgebern münden.[244] Konkret beherrschen mit Mediaprint und Styria (mit ca. zwei Dritteln der Druckauflage) am Tageszeitungsmarkt sowie der Verlagsgruppe News (über 90% der Auflage politischer Nachrichtenmagazine) auf dem Zeitschriftenmarkt drei Medienkonzerne den Großteil des österreichischen Printmarktes.[245]

---

[243] Vgl. Kaltenbrunner et al. 2007, S. 37.
[244] Vgl. Plasser/Ulram 2004a, S. 48.
[245] Vgl. ebd., S. 50.

In Bezug auf die sogenannten Neuen Medien lässt sich in Österreich – ganz dem internationalen Trend entsprechend – ein explosionsartiger Anstieg der Internet-Verbreitung und somit der Möglichkeit zur Nutzung neuer medialer Angebote feststellen. So nutzten 2007 bereits 69% der Österreicher zumindest gelegentlich das Internet, wenngleich es anzumerken gilt, dass dabei nur rund jeder Fünfte von ihnen dies zum Zugriff auf mediale Angebote nutzt. Hierbei nehmen wiederum die Online-Plattformen des Marktführers im Bereich elektronischer Medien (ORF) sowie der größten Tageszeitungen (wenn auch mit anderen Kräfteverhältnissen) die wichtigsten Positionen ein (siehe Kapitel 8.3.).

Neben diesen medienspezifischen Gegebenheiten in Österreich erscheint vor allem die aktuelle Entwicklung hinsichtlich wirtschaftlicher Gegebenheiten für die Charakterisierung des österreichischen Medienmarktes von Interesse. Den Einnahmen aus der Werbewirtschaft kommt vor allem für private Medien eine steigende Bedeutung zu, was zu einer verstärkten Abhängigkeit von Reichweiten bzw. Quoten als Basis der Attraktivität für Werbung und Anzeigen führt (siehe Kapitel 7.1.2.3.).

Was die eben skizzierten Verhältnisse und Entwicklungen am österreichischen Medienmarkt konkret für die Ausgestaltung der Medienlandschaft, insbesondere hinsichtlich der politischen Informationsangebote, bedeutet, wird im Folgenden detaillierter dargestellt. Dabei werden im Speziellen die Zahlen für die Tageszeitungen und Wochenzeitschriften dargestellt. Die ebenfalls weit verbreiteten regionalen Wochenzeitungen sowie Monatsmagazine bleiben hingegen aufgrund mangelnder Relevanz als politische Informationsquellen hierbei unberücksichtigt.

8.1. Printmedien

Wie bereits erwähnt, zeichnet sich der österreichische Printmedienmarkt durch einige Spezifika aus, die sich folgendermaßen zusammenfassen lassen: *„Es gibt wenige Titel, einen unangefochtenen Marktführer, lokale Quasi-Monopole und ein sehr hohes Maß an Eigentümerkonzentration.“*[246]

[246] Kaltenbrunner et al., S. 36f.

8.1.1. Tageszeitungen

Auf dem Tageszeitungssektor kommt der *Kronen Zeitung* mit einer Tagesreichweite von 42,2% bzw. knapp drei Millionen Lesern eine auch international einzigartige Sonderstellung zu. Dahinter folgt mit der *Kleinen Zeitung* (11,7%) eine Zeitung, die vorwiegend in der Steiermark und in Kärnten verbreitet ist und hier eine ernsthafte Konkurrenz der Kronen Zeitung darstellt, als zweitstärkste Blatt im Land. Die Reichweite der 2006 gegründeten *Tageszeitung Österreich* wurde erstmals in der Media-Analyse 2007/08 erhoben. Mit einer Reichweite von 9,8% hat sich Wolfgang Fellners neue Boulevardzeitung somit bereits als Blatt mit der drittgrößten Reichweite in Österreich etabliert. Damit wird der österreichische Tageszeitungsmarkt eindeutig von Boulevardmedien dominiert, deren inhaltliche Seriosität schon per Definition zu Gunsten sensationalistischer Aufmachung zu kurz kommt. Die Reichweiten der gemeinhin als Qualitätsmedien angesehenen Tageszeitungen *Der Standard* (5,0%), *Die Presse* (3,6%) und *Salzburger Nachrichten* (3,6%) nehmen sich vergleichsweise äußerst bescheiden aus. Dazwischen liegen mit dem *Kurier* und den vorwiegend regional bedeutenden Zeitungen *Kleine Zeitung* (Kärnten, Steiermark), *OÖ Nachrichten* (Oberösterreich), *Tiroler Tageszeitung* (Tirol) und *Vorarlberger Nachrichten* (Vorarlberg) Printmedien, die mit unterschiedlicher Akzentuierung qualitativ zwischen Boulevard- und Qualitätsmedien eingeordnet werden können (siehe Tabelle 14).

Tabelle 14: Reichweite Tageszeitungen[247]

1.	Kronen Zeitung	2,962.000	42,2%
2.	Kleine Zeitung	820.000	11,7%
3.	Österreich	688.000	9,8%
4.	Kurier	612.000	8,7%
5.	Der Standard	352.000	5,0%
6.	OÖ Nachrichten	336.000	4,8%
7.	Tiroler Tageszeitung	291.000	4,1%
8.	Salzburger Nachrichten	254.000	3,6%
9.	Die Presse	252.000	3,6%
10.	Vorarlberger Nachrichten	202.000	2,9%

[247] Vgl. Media-Analyse 2007/08: Reichweite Tageszeitungen; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitung.do?year=07/08&title=Tageszeitungen.

Betrachtet man die Verbreitung der Tageszeitungen in der Altersgruppe der 14-19jährigen, so stellt man fest, dass diese deutlich geringer ist als in der Gesamtbevölkerung. So betrug die Netto-Reichweite (d.h. Kontakte mit mehreren Zeitungen werden nur einmal gezählt) der Tageszeitungen laut Media-Analyse 2007/08 in der Gesamtbevölkerung 72,2%, während bei den besagten Jugendlichen lediglich ein Wert von 58,2% ermittelt wurde.[248] Auffallend ist dabei, dass die Reichweite der *Tageszeitung Österreich* in der Gruppe der 14-19jährigen mit 11,2% sogar höher liegt als in der Gesamtbevölkerung, während die Reichweite sämtlicher anderer Tageszeitungen (wie zu erwarten) meist deutlich niedriger als in der Gesamtbevölkerung ist. Scheinbar war das Bestreben eine „junge" Tageszeitung zu gründen also erfolgreich, womit auch ihr relativer Stellenwert bei den Jugendlichen erhöht wird. Insgesamt ist das Kräfteverhältnis bei den jugendlichen Lesern freilich ein ähnliches und die Dominanz der Boulevardmedien ebenso evident (siehe Tabelle 15).

Tabelle 15: Reichweite Tageszeitungen 14 – 19 Jahre[249]

1.	Kronen Zeitung	192.000	32,6%
2.	Österreich	66.000	11,2%
2.	Kleine Zeitung	63.000	10,7%
4.	Kurier	39.000	6,6%
5.	OÖ Nachrichten	25.000	4,3%
6.	Der Standard	18.000	3,0%
7.	Salzburger Nachrichten	18.000	3,0%
8.	Tiroler Tageszeitung	17.000	2,9%
9.	Vorarlberger Nachrichten	16.000	2,7%
10.	Die Presse	14.000	2,4%

[248] Vgl. Media-Analyse 2007/08: Reichweite Tageszeitungen; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitung.do?year=07/08&title=Tageszeitungen, 15.10.2008.
[249] Vgl. Media-Analyse 2007/08: Reichweite Tageszeitungen 14-19jährige; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungAlterBis39.do?year=07/08&title=Tageszeitungen&subtitle=Alter&subsubtitle=bis39, 15.10.2008.

8.1.2. Zeitschriften und Magazine

Während die meisten Tageszeitungen möglichst umfassende Informationen aus den verschiedensten Ressorts bieten und somit zumindest auch über die tagespolitischen Vorgänge im In- und Ausland berichten, zeichnen sich viele Zeitschriften und Magazine durch eine Konzentration auf bestimmte Inhalte aus (special interest Medien). So bieten lediglich fünf (*Ganze Woche, News, Profil, Format und Falter*) der zehn reichweitenstärksten Wochenmagazine – in unterschiedlich starker Ausprägung – politische Informationen. Dabei nehmen analog zum Tageszeitungsmarkt mit der *Ganzen Woche* (13,4% Reichweite) und *News* (11%) zwei Titel mit deutlichem Boulevard-Charakter die Vorreiterrolle ein, wobei der politische Informationsgehalt ersterer Zeitschrift durch ihre Konzeption als Unterhaltungsmedium als eher rudimentär einzuschätzen ist. Demgegenüber kommt das *Profil* als stärkste politische Informationszeitschrift mit hohem journalistischem Anspruch auf lediglich 5,2% Reichweite, was in etwa jener der größten Qualitätszeitungen in Österreich entspricht. Die ebenfalls dem Qualitätssegment zuzuordnenden Zeitschriften *Format* und *Falter* liegen mit 2,3% bzw. 0,9% Reichweite noch deutlicher zurück (siehe Tabelle 16). Bedenklich erscheint zudem, dass mit *News*, *Profil* und *Format* die drei wichtigsten Nachrichtenmagazine des Landes demselben Verlag angehören (Verlagsgruppe News). Diese nahezu monopolistische Stellung auf dem Zeitschriftenmarkt birgt naturgemäß die Gefahr fehlender Diversifizierung.

Tabelle 16: Reichweite Wochenmagazine[250]

1.	Ganze Woche	932.000	13,4%
2.	TV-Media	877.000	12,6%
3.	News	771.000	11,0%
4.	Profil	363.000	5,2%
5.	E-Media (14-tägig)	314.000	4,5%
6.	Freizeit Revue	309.000	4,4%
7.	Format	162.000	2,3%
8.	Seitenblicke	155.000	2,2%
9.	Sportwoche	146.000	2,1%
10.	Falter	63.000	0,9%

[250] Vgl. Media-Analyse 2007: Reichweite Wochenmagazine; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseWochenmagazineTotal.do?year=2007&title=Wochenmagazine&subtitle=Total, 15.06.2008.

Anders als bei den Tageszeitungen lassen sich auf dem Magazinsektor zudem teils deutliche Unterschiede bezüglich der präferierten Medien der Gesamtbevölkerung und jener der Gruppe der 14-19jährigen feststellen. Während nicht-politische Zeitschriften in dieser Altersgruppe fast durchwegs eine größere Reichweite erreichen als in der Gesamtbevölkerung, verhält es sich bei jenen Zeitschriften, die vorwiegend bzw. auch politische Informationen bieten, genau umgekehrt. Kommen dabei *News*, *Profil* und der *Falter* mit 10,7%, 4,6% bzw. 0,7% noch auf eine unwesentlich geringere Reichweite, halbiert sich dieser Wert für die *Ganze Woche* sowie *Format* beinahe (siehe Tabelle 17).

Tabelle 17: Reichweite Wochenmagazine 14 – 19 Jahre[251]

1.	TV-Media	116.000	19,7%
2.	E-Media (14-tägig)	64.000	10,8%
3.	News	63.000	10,7%
4.	Ganze Woche	43.000	7,3%
5.	Sportwoche	38.000	6,5%
6.	Profil	27.000	4,6%
7.	Seitenblicke	27.000	4,6%
8.	Freizeit Revue	10.000	1,7%
9.	Format	7.000	1,2%
10.	Falter	4.000	0,7%

Zusammenfassend ergeben sich für den österreichischen Printmedienmarkt also folgende Befunde: Sowohl der Tageszeitungs- als auch der Zeitschriftenmarkt wird eindeutig von den Boulevardmedien dominiert. Zudem nutzen Jugendliche in einem wesentlich geringeren Ausmaß als die Gesamtbevölkerung Zeitungen und Zeitschriften, die politische Informationen enthalten. Dies gilt für sämtliche Tageszeitungen ebenso wie für politische Wochenzeitschriften und Magazine.

[251] Media-Analyse 2007: Reichweite Wochenmagazine 14-19jährige; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseWochenmagazineAlterBis39.do?year=2007&title=Tageszeitungen&subtitle=Alter&subsubtitle=bis39, 15.06.2008.

8.2. Elektronische Medien

8.2.1. Fernsehen

Der österreichische Fernsehmarkt war lange Zeit durch eine Quasi-Monopolstellung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ORF geprägt. Von der Aufnahme des regulären Fernsehbetriebs 1957 dauerte es knapp drei Jahrzehnte bis durch die zunehmende Verbreitung des Kabel- und Satellitenempfangs die diesbezügliche Angebotskonkurrenz Bedeutung erlangte. Während 1986 bereits 94% der österreichischen Haushalte über einen Fernseher verfügten (2007: 97%), betrug der Anteil der KaSat-Haushalte in diesem Jahr etwa erst 13%. 1994 waren es bereits 61,1% und 2006 gar 87,6%.[252] Während die relative Nutzungszeit von ORF und anderen Sendern in KaSat-Haushalten in etwa stabil blieb, ging der Marktanteil des ORF durch die Expansion letzterer insgesamt drastisch zurück. Hinzu kam 2001 durch das erlassene Privatfernsehgesetz (PrTV-G) die Öffnung des Fernsehmarktes für Privatsender in Österreich und die damit verbundene Intention das duale Rundfunksystem weiterzuentwickeln. Bis dato kommt dem terrestrischen Privatfernsehen in Österreich freilich vergleichsweise wenig Bedeutung zu. So kommt der einzige bundesweit terrestrisch empfangbare Privatsender ATV(plus)[253] etwa 2007 auf lediglich 2,7% Marktanteil.[254]

Doch nicht nur bezüglich der relativen Nutzungszeit lässt sich ein Rückgang der Dominanz des öffentlich-rechtlichen Fernsehens feststellen. Auch was die absoluten Zahlen – also die Tagesreichweiten – betrifft, schwächelt dieser, was in erster Linie auf die wachsende Kluft zwischen der Gesamtreichweite der Fernsehangebote und jener des ORF zurückzuführen ist (siehe Tabelle 18).

---

[252] Vgl. ORF-Medienforschung: Entwicklung der KaSat-Haushalte in Österreich; in: http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/console/data/images/img_1_4_3.gif, 26.06.2008.
[253] Vom 01.06.2003 bis zum 31.05.2006 hieß der Sender ATVplus.
[254] Vgl. ORF-Medienforschung: TV-Marktanteile 2007 – Sender im Vergleich; in: http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/console/data/images/img_1_3_1.gif, 13.10.2008.

Tabelle 18: TV-Tagesreichweiten 1991 – 2007[255]

TV-Tagesreichweite 1991-2007 Erwachsene (ab 12 Jahren)
alle Empfangsebenen

	TV-Bev.	ORF1		ORF2		ORF1+ORF2		TV-gesamt	
	in Tsd.	in %	in Tsd.	in %	in Tsd.	in %	in Tsd.	in %	in Tsd.
2007	6.972	34,7	2.417	40,1	2.798	52,9	3.689	64,1	4.466
2006	6.903	39,7	2.740	43,3	2.989	57,3	3.956	66,9	4.619
2005	6.851	41,6	2.851	45,1	3.091	59,1	4.047	68,4	4.689
2004	6.735	43,7	2.944	46,5	3.131	60,6	4.084	69,2	4.661
2003	6.793	43,3	2.942	46,7	3.175	60,3	4.095	69,2	4.698
2002	6.756	44,1	2.978	48,4	3.272	61,9	4.180	70,2	4.743
2001	6.734	42,9	2.886	46,7	3.148	60,0	4.042	67,9	4.571
2000	6.713	43,3	2.908	47,0	3.158	59,8	4.013	66,9	4.489
1999	6.699	43,1	2.885	47,5	3.184	59,9	4.013	66,8	4.474
1998	6.673	44,2	2.952	48,4	3.229	60,8	4.058	66,7	4.448
1997	6.660	43,8	2.914	48,7	3.243	60,3	4.018	66,3	4.412
1996	6.633	45,5	3.019	49,2	3.262	60,9	4.041	66,8	4.430
1995	6.629	48,0	3.182	51,3	3.400	61,9	4.101	66,7	4.422
1994	6.540	52,7	3.448	50,3	3.287	62,3	4.076	67,8	4.433
1993	6.472	55,0	3.559	50,6	3.273	63,8	4.128	68,7	4.446
1992	6.466	56,4	3.644	50,8	3.281	65,1	4.205	68,9	4.455
1991	6.329	61,7	3.901	54,8	3.465	69,0	4.366	71,4	4.519

Quelle: AGTT/GfK TELETEST
Grundgesamtheit: österr. Bevölkerung in TV-Haushalten ab 12 Jahren

Die Interpretation der Tagesreichweiten des ORF im Vergleich zur gesamten Tagesreichweite bedarf dabei zusätzlicher Informationen bezüglich der tatsächlichen Nutzungszeit und damit des Marktanteils der verschiedenen Angebote. Lag der Anteil der vom ORF erreichten Zuschauer im Jahr 2007 etwa nur bei 11,2% unter der Gesamtreichweite des Fernsehens (siehe Tabelle 18), oder anders ausgedrückt, konsumierten fünf von sechs Rezipienten zumindest auch ORF-Angebote, bietet sich bezüglich der Nutzungszeit ein anderes Bild. So betrug die durchschnittliche Fernsehnutzungszeit pro Tag im gleichen Jahr 157 Minuten, wobei kumuliert lediglich 68 Minuten davon auf ORF1 und ORF2 entfielen. Dies bedeutet etwa im Vergleich zu 1991 einen absoluten Nutzungsrückgang des österreichischen öffentlich-rechtlichen Fernsehens von täglich 30 Minuten, während die gesamte Fernsehnutzungszeit pro Tag im selben Zeitraum um 30 Minuten gestiegen ist. Der Marktanteil des ORF fiel demzufolge von

[255]ORF Medienforschung: TV-Tagesreichweiten 1991 – 2007 Erwachsene; in: http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/console/data/images/img_1_1_1.gif, 01.06.2008.

77,2% im Jahr 1991 auf 43,1% 2007. Zurückzuführen ist dies in erster Linie auf die gestiegene Zahl der KaSat-Haushalte, innerhalb derer die Sehzeitaufteilung relativ konstant blieb.[256]

Interessant erscheint weiters die Tatsache, dass die Fernsehnutzungszeit mit dem Alter der Zuschauer zunimmt. So kommen jugendliche Zuseher (12 – 29 Jahre) im Durchschnitt lediglich auf 91 Minuten pro Tag und liegen damit deutlich unter dem Schnitt der Gesamtbevölkerung.[257] Dies erklärt auch die Tatsache, dass die Reichweiten in der Zielgruppe der 14-19jährigen doch erheblich unter dem Schnitt der Gesamtbevölkerung liegen. So betrug die durschnittliche Tagesreichweite des Fernsehens in dieser Gruppe lediglich 50,5%, jene des ORF gar nur 35,5%.[258]
Das Fernsehen als wichtigste und glaubwürdigste politische Informationsquelle (siehe Kapitel 5.2.2.) erreicht somit nur die Hälfte der österreichischen Jugendlichen täglich, die politischen Informationsangebote des ORF erreichen potentiell pro Tag gar nur ein Drittel dieser Altersgruppe. Dieser Rückgang der Gesamtreichweiten des ORF spiegelt sich auch in den tendenziell sinkenden Reichweiten der Informationssendungen wider. Verfolgten etwa die wichtigste Nachrichtensendung, die *Zeit im Bild 1*, in den frühen 80er Jahren im Schnitt noch 2,5 Mio. Österreicher, waren es Anfang der 90er Jahre nur noch knapp zwei Millionen, weitere zehn Jahre später gar nur mehr ca. 1,5 Mio. sowie 2006 schließlich 1,38 Mio.[259] Den Rückgang der Reichweite der abendlichen Hauptnachrichtensendung, der zwar durch die Ausweitung der Informationsangebote im Tagesverlauf ansatzweise kompensiert wird, führen Plasser/Ulram in erster Linie auf die, durch die verstärkte Verbreitung von Kabel- und Satellitenfernsehen, erhöhte Angebotskonkurrenz und den dadurch entstandenen *asymmetrischen* Wettbewerb zwischen politischen Nachrichtenangeboten und fiktionalen Unterhaltungs- und Showformaten zurück.[260]

---

[256] Vgl. ORF-Medienforschung: TV-Nutzungszeit 1991 – 2007 Erwachsene; in: http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/console/data/images/img_1_1_2.gif, 13.10.2008.
[257] Vgl. ORF-Medienforschung: TV-Nutzungszeit 2007 nach Altersgruppen; in: http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/console/data/images/img_1_1_3.gif, 13.10.2008.
[258] Vgl. Media-Analyse 2007: Reichweite Fernsehen 14-19jährige; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicFernsehenAlterBis39.do?year=2007&title=Fernsehen&subtitle=Alter&subsubtitle=bis39, 12.06.2008.
[259] Vgl. Plasser/Ulram 2004a, S. 59 sowie ORF-Medienforschung (2006).
[260] Vgl. Plasser/Ulram 2004a, S. 60-62.

ORF-Programmreform 2007

Die, mit der ORF-Programmreform 2007 einhergehende, neuerliche Umgestaltung des Informationsangebotes brachte, als wohl wesentlichste Änderung, das Ende der Durchschaltung der *Zeit im Bild 1* auf beiden Kanälen. Seither ist diese vorabendliche Langform der Nachrichten nur mehr auf ORF2 zu sehen, während auf ORF1 mit der *ZiB 20* lediglich eine Kompaktversion im Programm verblieben ist. Dadurch ergibt sich die Situation, dass sich das Nachrichtenangebot auf dem für das jüngere Publikum konzipierten „Unterhaltungskanal" ORF1 – mit Ausnahme der mitternächtlichen *ZiB 24* – auf ca. 5-minütige Informationshappen beschränkt, welche naturgemäß nicht auf eine Berichterstattung mit wünschenswerter Tiefe ausgelegt sein können. Wenn man die Quoten von *Zeit im Bild* und *ZiB 20* addiert, konnte der kumulierte Zuschauerschnitt der *Zeit im Bild 1* aus dem Jahr 2006 zwar annähernd gehalten werden, alleine kommt die *Zeit im Bild* derzeit (August 2008) freilich nur mehr auf rund 800.000 Zuseher (mit saisonalen Schwankungen) bzw. ca. 50% Marktanteil.[261] Dabei muss davon ausgegangen werden, dass der Anteil der jugendlichen Zuseher auf dem für die ältere Zielgruppe programmierten ORF2 ausgesprochen gering ist. So betrug die durchschnittliche Tagesreichweite von ORF2 im Jahr 2007 in der Gruppe der 14-19jährigen nur 12,1%, während sie in der Gesamtbevölkerung bei 40,8% lag. Die Reichweite von ORF1 war demgegenüber bei den Jugendlichen in etwa gleich hoch wie in der Gesamtbevölkerung.[262] Insofern erscheint es schlüssig, dass die Entscheidung die *Zeit im Bild 1* nicht mehr auf beiden Kanälen durchzuschalten, die Chance, ein jüngeres Zielpublikum mit einer verhältnismäßig ausführlichen Informationssendung zu erreichen, verringert.

8.2.1.1. Politische Informationsangebote im Fernsehen:

Was der eben skizzierte Bedeutungsrückgang des ORF hinsichtlich der Qualität der politischen Informationsangebote im Fernsehen im Allgemeinen zu bedeuten hat, ist nicht eindeutig zu beantworten. Fest steht jedoch, dass er, neben der durchaus wünschenswerten und zumindest theoretisch möglichen Pluralisierung der Angebote, die sich de facto aber

---

[261] Vgl. aktuelle Daten des Teletests in: http://mediaresearch.orf.at.

[262] Vgl. Media-Analyse 2007: Reichweite Fernsehen Total; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicFernsehen.do?year=2007&title=Fernsehen&subtitle=Total sowie Media Analyse 2007: Reichweite Fernsehen 14-19jährige; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicFernsehenAlterBis39.do?year=2007&title=Fernsehen&subtitle=Alter&subsubtitle=bis39, 12.06.2008.

als eine Pluralisierung der konkurrierenden Unterhaltungsangebote manifestiert, auch einige Gefahren in sich birgt und somit insgesamt auf jeden Fall ambivalent zu bewerten ist.

Was die Erhöhung der Angebotsvielfalt politischer Berichterstattung betrifft, muss bei genauerer Betrachtung ein relativ ernüchterndes Bild gezeichnet werden. So strahlt der österreichische Privatsender ATV täglich eine 20-minütige sowie wochentags zusätzlich eine 5-minütige Nachrichtensendung aus, die deutsche Konkurrenz bietet aber naturgemäß kaum bis keine Informationen zum politischen Tagesgeschehen in Österreich und erreicht demgemäß auch nur geringe Marktanteile. Internationale Nachrichtenkanäle stellen diesbezüglich ebensowenig eine Konkurrenz für den ORF dar und werden vorwiegend von der politischen Informationselite genutzt.[263] Lediglich in den nur über Kabel bzw. digitalen Satellit zu empfangenden Österreich-Fenstern der Sender SAT1 und PRO7 werden täglich knapp 15-minütige österreichspezifische Nachrichtensendungen ausgestrahlt. Die Tagesreichweite der jeweiligen Fenstersender beträgt in der relevanten Altersgruppe der 14-19jährigen immerhin 14,3% (PRO7) bzw. 7,1% (SAT1).[264] Eine vergleichende Untersuchung von Perlot 2006 stellt den Nachrichtensendungen von ATV und PRO7 im Vergleich zur *Zeit im Bild 1* freilich ein niederschmetterndes Zeugnis aus. So bescheinigt er letzterer das breiteste Spektrum an politischer, kultureller und wirtschaftlicher Information, die in nüchterner Weise und mit eindeutiger Trennung von Meinung und Kommentar aufbereitet wird. Die Nachrichtensendungen von ATV und PRO7 legen ihren Fokus demgegenüber hauptsächlich auf Chronik-Berichterstattungen. Die politische Berichterstattung verzichtet auf parteipolitische Ausgewogenheit (was zumindest als Chance für die Opposition zum Erreichen von öffentlicher Aufmerksamkeit gesehen werden kann) und inhaltliche Neutralität. Die Kommentierung nimmt in den Beiträgen einen zentralen Stellenwert ein. Kritik, Negativität und Konfrontation sind dabei beliebte Inhalte der Berichterstattung, die insgesamt als drastischer und mehr an einer einprägsamen Form als an sachlichem Inhalt orientiert ist.[265]

Insgesamt kann somit gesagt werden, dass die *Zeit im Bild 1* verhältnismäßig am besten geeignet erscheint, um politische Informationen und politisches Wissen zu vermitteln.

---

[263] Vgl. Plasser/Ulram 2004a, S. 63.

[264] Vgl. Media Analyse 2007: Reichweite Fernsehen 14-19jährige; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicFernsehenAlterBis39.do?year=2007&title=Fernsehen&subtitle=Alter&subsubtitle=bis39, 12.06.2008.

[265] Vgl. Perlot 2006, S. 91f.

8.2.2. Radio

Ähnlich wie auf dem Fernsehsektor war der ORF auch auf dem Radiosektor seit 1955 lange Zeit Quasi-Monopolist. Erst mit dem 1993 beschlossenen Regionalradiogesetz (RRG) wurde ein entscheidender Schritt in Richtung terrestrisches Privatradio in Österreich gesetzt. Nach rechtlichen Zerwürfnissen mit enttäuschten Lizenzwerbern dauerte es freilich bis 1998, bis nach einer Novellierung des RRG Privatradiostationen auch tatsächlich österreichweit senden durften. Zuvor hatten mit Antenne Steiermark und Radio Melody lediglich zwei private Sender Einigungen mit den Klägern erzielt und somit ab 1995 gesendet.[266] Flächendeckendes Privatradio ist in Österreich somit immer noch ein sehr junges Phänomen. Insofern ist es auch nicht verwunderlich, dass die ORF-Radiosender, und dabei vor allem die mit dem Privatradiostart äußerst erfolgreich umprogrammierte „cash-cow“ Ö3, den Markt auch heute noch beherrschen. So betrug 2007 der Marktanteil der öffentlich-rechtlichen Sender insgesamt 79%, während inländische Privatradios zusammen auf 19% Marktanteil kamen. Die ausländische Konkurrenz spielte somit – soweit empfangbar – keine nennenswerte Rolle (siehe Tabelle 19).

Tabelle 19: Radiotest: Reichweiten, Hördauer und Marktanteile[267]

Tagesreichweiten, Hördauer und Marktanteile
Ganzjahr 2007, Erwachsene 10+, Mo-So

	TRW in %	TRW in Tsd.	Hördauer in Minuten	Marktanteil in %
Österreich 1	9,1	671	12	6
ORF Regionalradios gesamt	35,8	2.632	75	37
Hitradio Ö3	37,9	2.791	68	33
FM4	4,3	316	5	3
Privatradios Inland gesamt	22,7	1.671	38	19
Andere gesamt	25,8	1.902	44	22
ORF gesamt	72,4	5.326	161	79
Radio gesamt	82,6	6.078	205	100

Quelle: RADIOTEST Ganzjahr 2007,
N = 24.000 Erw. 10+

MEDIENFORSCHUNG ORF

[266] Vgl. Zink et al. 2003, S. 15-18.
[267] ORF-Medienforschung: Radiotest – Tagesreichweiten, Hördauer und Marktanteile 2007; in: http://mediaresearch.orf.at/c_radio/console/data/images/img_1_3_1.gif, 13.10.2008.

Was die Tagesreichweiten betrifft, übertrifft das Radio dabei mit 83% jene der Tageszeitungen (70%) sowie des Fernsehens (64%) deutlich. In der Gruppe der 14-19jährigen fällt diese Dominanz des Radios mit knapp 78% Reichweite im Vergleich zu 58% (Tageszeitungen) bzw. 50,5% (Fernsehen) sogar noch deutlicher aus. Zudem lassen sich bei den Jugendlichen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung teilweise gravierende Verschiebungen in Richtung Ö3 (53,4%), Fm4 (8,7%) sowie Privatradios (29,8) erkennen, während die ORF Regionalradios (Radio Steiermark kommt als stärkstes auf 2,7% Reichweite) sowie Ö1 (2,4%) nahezu unter der Wahrnehmungsgrenze liegen.[268]
In Bezug auf die politischen Informationsangebote lassen sich daraus einige interessante Schlüsse ziehen.

8.2.2.1. Politische Informationsangebote im Radio

Obwohl das Radio bezüglich seiner Reichweite die anderen Massenmedien deutlich hinter sich lässt, spielt es hinsichtlich der Wichtigkeit und Glaubwürdigkeit als tagespolitisches Informationsmedium eine untergeordnete Rolle (siehe Kapitel 5.2.2.).
Dies mag auf den ersten Blick interessant erscheinen, wenn man bedenkt, dass sämtliche Radiosender zumindest stündlich kurze Berichterstattungen zum aktuellen Geschehen bieten. Dennoch positionieren sich die meisten Radiosender in erster Linie als Musiksender und legen ihr Hauptaugenmerk dementsprechend auf den unterhaltenden Charakter. Demgemäß sehen beispielsweise 94% der deutschen Jugendlichen Musik als subjektiv wichtiges Programmelement und immerhin vier von fünf treffen ihre Programmentscheidung musikabhängig. Demgegenüber werden zwar auch Nachrichtensendungen von zumindest zwei Dritteln der Jugendlichen als wichtiges Element erkannt, für die Wahl des Radioprogramms sind diese jedoch eher irrelevant.[269]
Insofern erscheint es nicht verwunderlich, dass mit Ö1 lediglich ein öffentlich-rechtlicher Sender seinen Programmschwerpunkt nicht nur auf Musik, sondern auch auf Kultur- und Informationsjournale legt. Wie jedoch bereits festgehalten wurde, liegt Ö1 mit einer Reichweite von 2,4% (oder 14.000 Hörern) in der Gruppe der 14-19jährigen nahezu unter

[268] Vgl. Media-Analyse 2007: Reichweite Radio 14-19jährige; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicRadioAlterBis39.do?year=2007&title=Radio&subtitle=Alter&subsubtitle=bis39, 13.06.2008.
[269] Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2006, S. 29; in: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf06/JIM-Studie_2006.pdf, 15.06.2008.

der Wahrnehmungsschwelle. Die restlichen öffentlich-rechtlichen Sender konkurrieren mit den privaten Anbietern in erster Linie auf dem Unterhaltungssegment um Marktanteile.
Neben der fehlenden Tiefe der Informationsangebote im Radio stellen aber auch radiospezifische Eigenheiten eine Erklärung für dessen geringe Bedeutung als Informationsmedium dar. So erkennt etwa Filzmaier bei Radiojournalen durch das Fehlen einer Text-Bild-Kombination eine geringere Einprägsamkeit, die selbst durch größere Ausführlichkeit nicht kompensiert werden kann.[270] Zudem wird das Radio im Gegensatz zum Fernsehen und zu Printmedien häufig als Nebenbei-Medium genutzt, dem nicht die volle Aufmerksamkeit geschenkt wird, was dem „Erlernen“ von Informationen freilich abträglich ist (siehe Kapitel 6.4.).

8.3. Internet und Neue Medien

Im Jahr 2007 verfügten 65% der österreichischen Haushalte über einen Internetzugang. (2002: 47%; 1997: 5%). Die grundsätzliche Möglichkeit zur Nutzung des Internets hatten im selben Jahr 76% (2002: 56%; 1997: 20%) der Österreicher über 14 Jahren; 69% (2002: 50%; 1997: 12%) machten davon auch Gebrauch. Der Anteil der Intensivnutzer (zumindest mehrmals pro Woche) lag dabei bei 58% der über 14jährigen. Jüngere Menschen nutzten dabei das Internet erwartungsgemäß häufiger als ältere. So betrug etwa der Anteil der 14-19jährigen an der Gesamtbevölkerung über 14 Jahren lediglich 9%, an jenem der Internetnutzer immerhin 12% und an jenem der Intensivnutzer sogar 14%.[271] Anders ausgedrückt, nutzten 92% dieser Altersgruppe das Internet zumindest einmal pro Monat, 87% sogar zumindest wöchentlich.[272] Dass das Internet trotz dieser mittlerweile beachtlichen Penetrationsdichte, die gerade bei den Jugendlichen durchaus schon jener der traditionellen Massenmedien entspricht, nur für einen kleinen Teil der Bevölkerung die wichtigste bzw. glaubwürdigste mediale politische Informationsquelle darstellt (vgl. Kapitel 5.2.2.), hat verschiedene Ursachen. Zum einen zeigt ein Blick auf die konkrete Nutzungsweise des Internets, dass der Zugriff auf Zeitungs- und Zeitschrifteninhalte (ca.

---

[270] Vgl. Filzmaier 2005, S. 4; in: http://www.politik-lernen.at/politiklernen/resources/oldbin/_data/pdf/Peter_Filzmaier_Politikvermittlung_in_der_Mediengesellschaft.pdf, 19.09.2008.
[271] Vgl. ORF-Medienforschung: Austrian Internet Monitor (AIM) 2007 - Frequenz der Internet-Nutzung, in: http://mediaresearch.orf.at/c_internet/console/data/images/img_2_4_1.gif, 17.07.2008.
[272] Vgl. Media-Analyse 2007: Internetnutzung 14-19jährige, in: http://www.media-analyse.at/studienPublicInternetAlterBis39.do?year=2007&title=Internet&subtitle=Alter&subsubtitle=bis39, 16.06.2008.

23%) etwa im Vergleich zu e-mailen, chatten, downloads oder gezielter Informationssuche nur eine untergeordnete Rolle spielt,[273] zum anderen tragen Zweifel an der Qualität der vorhandenen Informationen sowie die Schwierigkeit der Selektion relevanter Informationen aus einem schier unendlichen Informationsangebot nicht gerade zur Beliebtheit internetbasierter Medien als politische Informationsquellen bei.[274]

Die Sonderstellung der auf der digitalen Vernetzung durch das Internet basierenden Medien, die sich sowohl hinsichtlich der Informationsmenge als auch ihrer –qualität manifestiert, resultiert dabei aus der zumindest potentiellen Aufhebung der Sender-Empfänger-Hierarchie herkömmlicher Massenmedien. Dadurch kann jeder zumindest theoretisch zum Kommunikator werden und aktiv am Meinungsbildungsprozess teilnehmen, was bei Printmedien kaum (z.B. durch Leserbriefe) und bei elektronischen Medien so gut wie gar nicht möglich ist.

Die Ansichten über die daraus resultierenden Folgen für Demokratiequalität und politische Kommunikation gehen weit auseinander. Während Anhänger der „Internetdemokratie“ etwa eine bessere Einbindung der Bürger in den politischen Prozess erwarten und die Möglichkeit zur demokratischen und individuellen Meinungsbildung, die Präsentationsmöglichkeit weniger etablierter politischer Akteure, die erwähnte Aufhebung der Sender-Empfänger-Hierarchie und die dadurch potenziell verstärkten Interaktionsmöglichkeiten zwischen politischen Akteuren und Bürgern ebenso hervorheben wie die in der Dezentralität der Informationsbestände begründete Resistenz gegen politische Einflussnahme und Zensur, reichen die Befürchtungen der Skeptiker von der Beeinflussung mittels – durch fehlende seriöse Qualitätsprüfungen auftretender – unseriöser bis manipulativer Informationen über eine Überforderung der Nutzer durch die angebotenen Informationsmengen und damit einhergehender Informationsverweigerung bis hin zu der ebenfalls darin begründeten verstärkten Tendenz zu besonders aufwändig und unterhaltsam produzierten Inhalten (infotainment) an Stelle der politisch relevanteren Themen.[275]

Letzteres bringt Filzmaier et al. zu einem wenig hoffnungsvollen Schluss: *„Insbesondere für die politische Information, Partizipation und Kommunikation via Internet wird das*

[273] Vgl. ebd.
[274] Vgl. Filzmaier et al. 2007, S. 298.
[275] Vgl. ebd., S. 296-299.

erhoffte Ergebnis gleichzeitig vorausgesetzt. Sich im Internet über Politik bilden erfordert eine Basis Politischer Bildung und spezifischer Mediennutzungskompetenz.“[276]

Ein etwas genauerer Blick auf das politische Informationsangebot im Internet lässt freilich sowohl die messianischen als auch die apokalyptischen Einschätzungen unangebracht erscheinen.

8.3.1. Politische Information im Internet

Dass nämlich die oben beschriebenen Spezifika neuer Medien weder im positiven noch im negativen Sinne zwangsläufig weitreichende Auswirkungen haben müssen, zeigt ein Blick auf die Praxis der Nutzung politischer Informationsangebote im Internet. Hierbei wird augenscheinlich, dass die demokratische Grundstruktur des Internets nicht wirklich in einer Nachfragediversifizierung bezüglich politischer Inhalte ihren Niederschlag findet. Dies zeigt die Tatsache, dass die wichtigsten Plattformen, die Inhalte für politikinteressierte Leser zur Verfügung stellen, die Internet-Auftritte traditioneller Medienunternehmen sind. So zeigt eine aktuelle Untersuchung von Perlot/Winkel, dass bei der gezielten Suche nach politischen Informationen, mehr als ein Drittel der Ergebnisse (Berücksichtigung der jeweils 10 ersten Treffer) auf klassische Medienseiten verweist, während nur ca. jeder zehnte Treffer Online-Medien oder Parteiseiten zuzuordnen ist. Der Rest teilt sich auf unterschiedlichste Plattformen auf, die aber jeweils nur Informationen zu einem ganz spezifischen Bereich bieten und nicht als allgemeine politische Informationsquellen dienen können.[277]

Neben dem offenbar reichhaltigen politischen Informationsangebot lassen sich für die Dominanz klassischer Medien im Internet noch andere schlüssige Erklärungen finden. Einerseits werden etablierte Medien seitens der User auf Grund ihrer Bekanntheit viel eher direkt aufgerufen werden, andererseits fungieren Suchmaschinen als eine Art *gatekeeper*, die bei ähnlichem Informationsgehalt große und „wichtige“ Plattformen in den Suchergebnissen höher reihen (page ranking) und damit die Zugriffsraten stark kanalisieren. Ebenso erscheint der Zugriff auf die Plattformen bekannter Medien schon deshalb gewinnbringender, weil bei der Informationssuche mittels Suchmaschinen ca. 60% der Treffer wenig bis nicht relevante Informationen zum jeweiligen Thema enthalten.[278]

---

[276] Filzmaier et al. 2007, S. 299.
[277] Vgl. Perlot/Winkel 2007, S. 11f.
[278] Vgl. ebd, S. 6.

Hinzu kommt zum einen, dass für die Bereitstellung ständig aktualisierter Informationen enorme fachliche, personelle und zeitliche Ressourcen nötig sind, die Einzelpersonen nicht aufbringen können, sondern lediglich von professionalisierten Medienunternehmen leistbar sind, zum anderen liegen die Glaubwürdigkeitswerte traditioneller Medien deutlich über jenen des Internets (siehe Kapitel 5.2.2.), weswegen anzunehmen ist, dass sich der Wiedererkennungswert klassischer Print- und elektronischer Medien positiv auf die von den Rezipienten zugeschriebene Glaubwürdigkeit auswirkt. Zudem erleichtern es die etablierten Plattformen den Usern, durch die Bereitstellung vorselektierter Informationen (ganz nach dem Muster elektronischer Medien und Printmedien), sich in der nahezu unendlichen Flut an bereitstehenden Informationen zurechtzufinden und befriedigen auf diese Weise das Orientierungsbedürfnis. So gilt es kommunikationswissenschaftlich als erwiesen, dass vergrößerte Informationsangebote nicht zwangsläufig zu mehr Wissen und Verständnis führen, sondern im Gegenteil ab einer gewissen Grenze auch zur Informationsverweigerung führen können, da die Benutzer mit der Trennung relevanter Informationen von unwichtigen schlichtweg überfordert sind.[279]

Die Reichweiten der Websites traditioneller österreichischer Medienmarken bieten ein relativ interessantes Bild. Eindeutiger Marktführer ist hierbei das Angebot des ORF. So weist die Österreichische Webanalyse für orf.at im Mai 2008 mehr als 3,4 Mio. unique clients (=Anzahl unterschiedlicher Benutzer) aus. Im Gegensatz dazu schafft es die Kronen Zeitung mit ihrem Online-Angebot (anders als im Printbereich) nicht, sich von der Konkurrenz abzusetzen. Vielmehr vermögen oe24.at (die Plattform der Tageszeitung Österreich) mit ca. 1,4 Mio. Benutzern sowie derstandard.at (ca. 1,2 Mio. User), als erster und wohl bis heute elaboriertester Webauftritt eines österreichischen Mediums, sogar mehr Benutzer anzulocken. Die Summe der page impressions ist zwar bei krone.at und News Networld enorm hoch, diese sind jedoch hierbei wenig aussagekräftig, da sie sich in erster Linie aus ihrer Ausrichtung als Unterhaltungsplattformen *(„Bildchen und Spielchen“*[280]) ergeben.

Insgesamt lässt sich als bemerkenswertester Unterschied im Vergleich zur „Offline-Medienlandschaft“ eine Verschiebung des Kräfteverhältnisses zu Gunsten der

[279] Vgl. Filzmaier et al. 2007, S. 298.
[280] Vgl. ebd., S. 305.

Qualitätsmedien konstatieren. Insbesondere derstandard.at, aber auch diepresse.com schneiden vor allem im Vergleich mit krone.at ausgezeichnet ab. Dazu kommt mit der führenden Plattform orf.at, ein Angebot, das dem öffentlich-rechtlichen Auftrag verpflichtet ist (siehe Tabelle 20).

Tabelle 20: Reichweite Websites Traditioneller Medienmarken Mai 2008[281]

Medium	Unique Clients*	Summe Visits*	Summe Page Impressions*
ORF.at Network	3.444.837	28.840.091	186.630.108
Oe24-Netzwerk	1.414.245	5.107.110	30.258.166
Derstandard.at Network	1.194.461	6.153.569	40.330.590
Krone.at	1.078.081	6.085.933	137.775.923
News Networld	825.877	4.451.072	244.269.218
Kurier.at	819.022	3.023.868	18.026.922
Diepresse.com	661.581	1.664.470	10.321.206
Kleine Zeitung Online	610.538	2.165.861	15.550.582

* Unique Clients = Anzahl unterschiedlicher Benutzer (Computer); Visits = zusammenhängende Nutzungsvorgänge innerhalb eines Mediums; Page Impressions = Anzahl der Aufrufe von Einzelseiten einer Website

9. Schluss

Nachdem nunmehr die wichtigsten Punkte für die Herausbildung des Verhältnisses Jugendlicher zur Politik, anhand der Rahmenbedingungen, die von der politischen Kommunikation hierfür geschaffen werden, dargestellt und untersucht wurden, ist es nun an der Zeit, die gewonnen Ergebnisse nochmals zusammenfassend, mittels der Überprüfung der zentralen Hypothesen, wiederzugeben.

9.1. Zusammenfassung der Ergebnisse – Hypothesenüberprüfung

Wie in der Arbeit ausführlich gezeigt werden konnte, gibt es vier zentrale Instanzen politischer Sozialisation Jugendlicher. Nachdem durch den Wandel der politischen Kultur die politischen Parteien ihre diesbezügliche Funktion weitgehend eingebüßt haben,

[281] Vgl. Österreichische Webanalyse: Mai 2008; in: http://www.oewa.at/index.php?id=7310, 12.06.2008.

verblieben hierbei die klassischen Sozialisationsinstanzen Familie, Schule, peer groups und Massenmedien. Die Bedeutung dieser Instanzen für die Vermittlung von politischen Informationen und politischem Wissen ist dabei unterschiedlich ausgeprägt. Zwar finden sowohl in der Familie als auch in der Schule und, mit Einschränkung, in den peer groups politische Gespräche statt, diese nehmen jedoch keinen besonders hohen Stellenwert ein. Die Veränderungen in der Beziehung zwischen Eltern und Kindern, und dabei vor allem die frühere Ausprägung eines partnerschaftlichen Charakters in diesem Verhältnis, haben dazu geführt, dass ab dem Alter, ab welchem Jugendliche auf Grund ihrer kognitiven Entwicklung zu sinnvollen politischen Diskussionen fähig erscheinen, diese tendenziell weniger den Charakter des Lernens von den Eltern, als vielmehr den eines Austausches zwischen Gleichberechtigten haben. Politische Sozialisation in der Familie erfolgt hingegen hauptsächlich in einem früheren Stadium auf sekundäre Weise – durch die Vermittlung von Werten und Normvorstellungen. Auf dieser Ebene ist auch die vorrangige Bedeutung der Gleichaltrigen-Gruppen im politischen Sozialisationsprozess anzusiedeln. Diese vermitteln politisches Wissen nur in Ausnahmefällen, nämlich dann, wenn es sich um dezidiert politisch motivierte peer groups handelt. Ansonsten besteht ihre diesbezügliche Funktion vor allem im Erlernen der Aushandlung von Rollendefinitionen und Autoritätsverhältnissen und der Bereitstellung gemeinsamer Orientierungsmuster.

Die Schule, die auf den ersten Blick am ehesten verdächtig erscheint, Jugendlichen politisches Wissen zu vermitteln, kommt dieser Aufgabe nur in einem unbefriedigenden Ausmaß nach. Zum Teil fehlt es an einer entsprechenden lehrplanmäßigen Verankerung eines Faches „Politische Bildung“, zum Teil ist diese erst nach dem nunmehrigen Erreichen des Wahlalters gegeben. So wünschen sich auch die Jugendlichen selbst eine stärkere Vermittlung von politischem Wissen, im Sinne einer Staats- und Institutionenlehre, durch die Schule. Auch den politischen Akteuren scheint der diesbezügliche bildungspolitische Mangel zwar bewusst, an konkreten Maßnahmen, den aktuellen Zustand zu verbessern, fehlt es freilich.

Die Vermittlung von politischem Wissen als essentiellem Bestandteil politischer Sozialisation obliegt somit größtenteils den Massenmedien. Dies erklärt sich einerseits durch die eben dargestellten diesbezüglichen Mängel der anderen Sozialisationsinstanzen, andererseits aber auch durch ihre herausragende Stellung im Vermittlungsprozess moderner Gesellschaften und der Lebenswelt Jugendlicher. Medienkonsum ist nämlich

nicht nur die wichtigste Freizeitbeschäftigung Jugendlicher, sie sehen die Massenmedien, und dabei vor allem das Fernsehen, auch als wichtigste Quellen politischer Information an.

Der Wandel der politischen Kultur (vor allem) seit den frühen 1980er Jahren umfasst zwei Elemente, die dabei für einen zusätzlichen Bedeutungsgewinn der Massenmedien im politischen Prozess (neben der Entwicklung der Medien selbst) hauptverantwortlich zeichnen. Einerseits kam es zu einer Auflösung der Lagermentalitäten und Parteibindungen, die von sozialen Milieus prädisponiert waren, andererseits kam es in Verbindung damit auch zu einer verschärften Konkurrenzsituation in der politischen Landschaft, die durch die Abnahme der Parteiloyalität und die zunehmende Wechselbereitschaft der Wähler einen Wandel von einem Zweieinhalb- zu einem Mehrparteiensystem ermöglichte. Der Zustand, dass sich der Großteil der Bürger einem politischen Lager zugehörig, ja fast verpflichtet fühlt, gehört der Vergangenheit an. Wahlentscheidungen werden nicht mehr primär durch dieses Zugehörigkeitsgefühl und somit weitgehend unabhängig von den aktuellen politischen Entscheidungen und Entwicklungen getroffen. Durch diese Veränderungen entsteht in der Bevölkerung aber auch ein neues Orientierungsbedürfnis, dessen Befriedigung fast ausschließlich als Aufgabe der Massenmedien anzusehen ist, da die unmittelbare Erfahrbarkeit von Politik nur sehr eingeschränkt möglich ist und die politische Meinungsbildung in erster Linie auf Grundlage medialer Informationen und Darstellungen erfolgt. Selbst wenn dies nicht der Fall ist, und etwa Gespräche mit anderen oder Meinungen von opinion leadern als primäre Quellen der Meinungsbildung angesehen werden, sind auch hier zumindest vermittelte Medieneffekte nicht nur nicht auszuschließen, sondern sogar sehr wahrscheinlich. Die politische Realität ist somit heute faktisch nahezu gleichzusetzen mit der medialen Politikdarstellung. Politische Akteure haben die Möglichkeit, sich und ihre Themen durch die Massenmedien einem breiten Publikum zu präsentieren, dieses hat die Möglichkeit sich über die Massenmedien ein Bild vom medialen Angebot zu machen.

Unzweifelhaft sind die Massenmedien damit auch der wichtigste Einflussfaktor für die Herausbildung des Verhältnisses Jugendlicher zur Politik. Schließlich sind die Korrelationen zwischen politischer Information, politischem Wissen, politischem Interesse und Partizipationsbereitschaft eindeutig.

Ein Blick auf die Praxis redaktioneller Politikvermittlung hinterlässt freilich einen düsteren Eindruck. Der ORF als Marktführer bei den elektronischen Medien sieht sich dem

Konkurrenzdruck in- und ausländischer Sender ausgesetzt. Seine Berichterstattung, die vergleichsweise immer noch qualitativ am Hochwertigsten ist, passt sich jedoch konsequenterweise seinen Mitbewerbern an, um rein marktwirtschaftlich kompetitiv zu bleiben. Die Folge ist ein Zuschneiden der medialen Inhalte auf vermeintliche Publikumsinteressen. Ausdruck findet dies beispielsweise in der Programmreform 2007, deren Opfer die Durchschaltung der 20-minütigen *Zeit im Bild* auf beiden Kanälen war, womit sich heute im „Jugendsender" ORF1 das Angebot an politischer Information untertags auf 5-minütige Kompaktsendungen beschränkt, die keinen akzeptablen Ersatz darstellen können. Somit lässt sich nicht nur ein immer stärkeres Aufkommen der kommerziellen Sender feststellen, auch ORF1 entwickelt sich in ihre Richtung, wohingegen ORF2 für Jugendliche kaum von Bedeutung ist.

Der Printmediensektor zeichnet sich nicht nur durch eine enorme Konzentration aus, die überwältigende Marktposition der *Kronen Zeitung* sowie die vor allem bei den Jugendlichen gute Reichweite von *Österreich* zeigen die enorme Vormachtstellung der Boulevardmedien. Qualitätszeitungen und –zeitschriften haben hingegen vor allem bei den Jugendlichen kaum Zuspruch.

Im Internet sind zwar die Kräfteverhältnisse etwas andere, dieses wird jedoch noch immer nicht besonders intensiv als politische Informationsquelle genutzt. Darüber hinaus setzt die diesbezügliche Bildung eine gewisse Basis an medialer und politischer Kompetenz bereits voraus und fördert somit hauptsächlich die ohnehin informierte Bildungselite.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass sich die zunehmende Kommerzialisierung negativ auf die Qualität der politischen Berichterstattung auswirkt. Publizistische Ansprüche werden von der Marktlogik entweder in den Hintergrund gedrängt, oder es kommt zu einer Überschneidung der Interessen. Dies ist insbesondere im Falle der Nachrichtenfaktoren zu beobachten, denen nicht nur ein hoher Nachrichtenwert, sondern auch ein hohes Potential zum Zuschaueranspruch zugestanden wird. So werden die wahrnehmbaren Personalisierungstendenzen und die De-Thematisierung der Berichterstattung ebenso gefördert wie die Skandalisierung und konfrontative Negativität. Letztere Formen der Aufbereitung von Politik fördern dabei ohne Zweifel ein negatives Bild von Politikern und Parteien und damit letzten Endes politisches Desinteresse.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sämtliche eingangs aufgestellten Hypothesen verifiziert werden mussten.

9.2. Resümee

Die Rahmenbedingungen, die in der Mediendemokratie Österreich für die politische Sozialisation Jugendlicher und damit für eine Entwicklung zu politisch mündigen Bürgern vorherrschen, müssen als suboptimal bezeichnet werden. In der Vermittlung von politischem Wissen als ganz zentralem Bestandteil eben dieser, der für gewöhnlich den größten Unterschied in der politischen Urteilsfähigkeit zwischen Jugendlichen und Erwachsenen darstellt, haben die Massenmedien extraordinäre Bedeutung. Dies ist insofern bedenklich, da diese – mit teilweiser Einschränkung durch den öffentlich-rechtlichen Auftrag des ORF – zwar im Normalfall den ideellen Anspruch möglichst objektiver Berichterstattung und Information haben, jedoch keinerlei moralische Verpflichtung gegenüber den Jugendlichen, wie man sie von den anderen Sozialisationsinstanzen (insbesondere Familie und Schule) annehmen könnte. So weicht der publizistische Anspruch im Spannungsverhältnis mit marktwirtschaftlichen Interessen immer häufiger letzteren. Die Medien konkurrieren um Marktanteile und damit um Werbeeinnahmen und wirtschaftlichen Erfolg, weswegen eine vermeintliche Publikumsorientierung stattfindet. Dadurch rücken entweder Inhalte, denen hohe Nachrichtenwerte zugesprochen werden, in den Mittelpunkt der Berichterstattung, oder es kommt überhaupt zu einer Abwendung von politischer Information und einer Zuwendung zu medialen Inhalten mit unterhaltendem Charakter. Ersteres fördert ein negatives Politikbild, das wiederum zu einer Politiker- und Parteienverdrossenheit und einer Abwendung von politischen Inhalten führt, letzteres fördert entweder eine Entpolitisierung der Politik oder eine De-Thematisierung derselben – beides mündet jedenfalls in verminderter politischer Informationsleistung durch die Medien. Für die politischen Akteure bedeutet dies wiederum, dass sie sich gezwungen sehen, sich der medialen Logik anzupassen, oder sie aber auch die Chance ergreifen, diese Funktionsweise für sich zu instrumentalisieren. Die Rezipienten finden einerseits Gefallen an der reißerischen und/oder unterhaltenden Aufbereitung von Politik und helfen damit andererseits mit, diese Form medialer Inhalte zu stärken und eine Berichterstattung mit qualitativ hohem Anspruch und Tiefe zu verdrängen. Dass letztere einen relativ geringen Zuspruch finden, liegt dabei wohl auch an der dem politischen Interesse abträglichen Skandalisierung und Sensationalisierung von Politik. Es handelt sich bei der politischen Berichterstattung in den Massenmedien also um eine Negativspirale, die sowohl von den Medien als auch von der

Politik und den Rezipienten gefördert wird und der gezielt entgegengewirkt werden müsste.

Zusammenfassend erscheint es daher angebracht, die Massenmedien teilweise von der ihnen aufgebürdeten Last politischer Informations- und Wissensvermittlung zu entbinden. Diese Funktion zu übernehmen muss dabei (auch mangels Alternativen) Aufgabe der Schule sein, weswegen eine politische Bildungsoffensive von essentieller Bedeutung wäre. Dem ohnehin vorhandenen Wunsch der Jugendlichen nach vermehrter politischer Bildung durch die Schule sollte in jedem Fall entsprochen werden und zumindest ein diesbezüglicher Basisunterricht schon in den Pflichtschulen fest in den Lehrplänen verankert sowie der entsprechende Unterricht in weiterführenden Schulen forciert werden.

Die zu erwartenden positiven Auswirkungen auf das politische Wissen der Jugendlichen würden, wenn man die Korrelationen zwischen politischem Wissen, politischem Interesse, Effektivitätsbewusstsein und Partizipationsbereitschaft bedenkt, geeignet erscheinen, um einen Kontrapunkt zur oben genannten Negativspirale politischer Information zu setzen. Es ist nicht auszuschließen, ja sogar wahrscheinlich, dass sich dadurch auch die medialen Konsumgewohnheiten der Jugendlichen verschieben würden und somit letzten Endes, durch die Auflösung der gegensätzlichen Interessen von publizistischem Anspruch und marktwirtschaftlicher Notwendigkeit, ein Akzent für eine Rückbesinnung auf mediale Politikinhalte mit höherem Qualitätsanspruch gesetzt würde. Dies mag zwar aus heutiger Sicht in weiter Ferne erscheinen, doch gerade durch die Senkung des Wahlalters auf 16 Jahre könnte ein entscheidender Schritt zur erfolgreichen Bewältigung dieses Weges getan worden sein.

Tabellenverzeichnis

TABELLE 1: ABNAHME VON PARTEIBINDUNG, ORGANISATORISCHE DEKOMPOSITION UND STEIGENDE WÄHLERMOBILITÄT 21
TABELLE 2: MOTIVLAGEN IN DEN NATIONALRATSWAHLEN 2002 UND 2006 IM VERGLEICH 22
TABELLE 3: POLITIKBEGRIFFE UND DEFINITIONEN VON POLITIK 42
TABELLE 4: POLITISCHES VERTRAUEN UND POLITIKVERDROSSENHEIT 45
TABELLE 5: POLITISCHES INTERESSE 47
TABELLE 6: HÄUFIGKEIT POLITISCHER MEDIENNUTZUNG 49
TABELLE 7: WICHTIGSTE MEDIEN ZUR POLITISCHEN INFORMATION 50
TABELLE 8: SUBJEKTIVE GLAUBWÜRDIGKEIT POLITISCHER INFORMATIONSQUELLEN 50
TABELLE 9: DISKUSSION ÜBER POLITIK 52
TABELLE 10: POLITISCHES WISSEN 53
TABELLE 11: VERTRAUEN IN POLITISCHE INSTITUTIONEN 58
TABELLE 12: ZUFRIEDENHEIT MIT DER REGIERUNG 60
TABELLE 13: MEDIENSYSTEME IM VERGLEICH 93
TABELLE 14: REICHWEITE TAGESZEITUNGEN 96
TABELLE 15: REICHWEITE TAGESZEITUNGEN 14 – 19 JAHRE 97
TABELLE 16: REICHWEITE WOCHENMAGAZINE 98
TABELLE 17: REICHWEITE WOCHENMAGAZINE 14 – 19 JAHRE 99
TABELLE 18: TV-TAGESREICHWEITEN 1991 – 2007 101
TABELLE 19: RADIOTEST: REICHWEITEN, HÖRDAUER UND MARKTANTEILE 105
TABELLE 20: REICHWEITE WEBSITES TRADITIONELLER MEDIENMARKEN MAI 2008 111

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: POLITISCHES INTERESSE BEI JUGENDLICHEN (1980 – 2007) 48
ABBILDUNG 2: INTERNES POLITISCHES EFFEKTIVITÄTSBEWUSSTSEIN (1996 – 2007) 55
ABBILDUNG 3: EXTERNES POLITISCHES EFFEKTIVITÄTSBEWUSSTSEIN (1996 – 2007) 56
ABBILDUNG 4: VERTRAUEN JUGENDLICHER IN POLITISCHE INSTITUTIONEN – LÄNDERVERGLEICH 58
ABBILDUNG 5: EINSTELLUNGEN ZUR POLITIK 59

Literaturverzeichnis

Altmeppen, Klaus-Dieter (2000): Funktionale Autonomie und organisationale Abhängigkeit; in: Löffelholz (Hg.) 2000; S. 225-239.

Andersen, Uwe/Wichard Woyke (Hg.) (2003): Handwörterbuch des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland; 5., aktual. Aufl.; Leske/Budrich; Opladen 2003.

Beck, Ulrich (1998): Soziologische Aspekte. Demokratisierung der Familie; in: Palentien/Hurrelmann (Hg.) (1998); S. 47-67.

Blumler, Jay G. (2002): Wandel des Mediensystems und sozialer Wandel: Auf dem Weg zu einem Forschungsprogramm; in: Haas/Jarren (Hg.) 2002; S. 170-188.

Buhl, Monika (2003): Jugend, Familie, Politik; Leske/Budrich; Opladen.

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umrisse einer interdisziplinären Sozialwissenschaft; 4. Aufl.; Böhlau; Wien u. a.

Claußen, Bernhard (1996): Die Politisierung des Menschen und die Instanzen der politischen Sozialisation. Problemfelder gesellschaftlicher Alltagspraxis und sozialwissenschaftlicher Theoriebildung; in: Claußen/Geißler (Hg.) 1996; S. 15-48.

Claußen, Bernhard/Rainer Geißler (1996): Die Politisierung des Menschen. Instanzen der politischen Sozialisation. Ein Handbuch; Leske/Budrich; Opladen.

Claußen, Bernhard/Klaus Wasmund (Hg.) (1982): Handbuch der politischen Sozialisation; Pedersen; Braunschweig.

Dachs, Herbert/Peter Gerlich/Herbert Gottweis/Helmut Kramer/Volkmar Lauber/Wolfgang C. Müller/Emmerich Tálos (Hg.) (2006): Politik in Österreich. Das Handbuch; Manz; Wien.

Donges, Patrick (2005): Medialisierung der Politik – Vorschlag einer Differenzierung; in: Rössler/Krotz (Hg.) 2005; S. 321-339.

Fend, Helmut (1974): Soziologie der Schule. Gesellschaftliche Bedingungen schulischer Sozialisation; Beltz; Weinheim u.a.

Filzmaier, Peter (2007a): Das österreichische Politik- und Mediensystem im internationalen Vergleich; in: Filzmaier/Plaikner/Duffek (Hg.) 2007; S. 119-142.

Filzmaier, Peter/Daniela Ingruber (2001): Politische Bildung in Österreich. Erfahrungen und Perspektiven eines Evaluationsprozesses; Studienverlag; Innsbruck, Wien u.a.

Filzmaier, Peter/Peter Hajek (2007): Die Nationalratswahl 2006: Ergebnisse und Wahlverhalten; in: Filzmaier/Plaikner/Duffek (Hg.) 2007, S. 63-90.

Filzmaier, Peter/Matthias Karmasin/Cornelia Klepp (Hg.) (2006): Politik und Medien – Medien und Politik; WUV.

Filzmaier, Peter/Peter Plaikner/Karl A. Duffek (2007): Internet und Neue Medien; in: Filzmaier/Plaikner/Duffek (Hg.) 2007; S. 293-308.

Filzmaier, Peter/Peter Plaikner/Karl A. Duffek (Hg.) (2007): Mediendemokratie Österreich; Böhlau; Wien.

Gabriel, Oskar W./Frank Brettschneider (Hg.) (1994): Die EG-Staaten im Vergleich; Westdeutscher Verlag; Bonn.

Greiffenhagen Martin/Sylvia Greiffenhagen (Hg.) (2002): Handwörterbuch zur politischen Kultur der Bundesrepublik Deutschland; Westdeutscher Verlag; Wiesbaden.

Greiffenhagen, Sylvia (2002): Politische Sozialisation; in: Greiffenhagen/Greiffenhagen (Hg.) 2002; S. 407-418.

Haas, Hannes (2006): Dynamik im Marketing, Stagnation im Journalismus? Zum Strukturwandel politischer Kommunikation; in: Filzmaier/Karmasin/Klepp (Hg.) 2006, S. 67-79.

Haas, Hannes/Otfried Jarren (Hg.) (2002): Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien; 3. Aufl.; Braumüller; Wien.

Heinrich, Jürgen (2001): Ökonomisierung aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive; in: Medien & Kommunikationswissenschaft; 49. Jg.; Heft 2; S. 159-166.

Hoffmann-Lange, Ursula (Hg.) (1995): Jugend und Demokratie in Deutschland. DJI-Jugendsurvey 1; Leske/Budrich; Opladen.

Hopf, Christel/Wulf Hopf (1997): Familie, Persönlichkeit, Politik. Eine Einführung in die politische Sozialisation; Juventa; Weinheim, München.

Hügel, Rolf/Werner Degenhardt/Hans-Jürgen Weiss (1992): Strukturgleichungsmodelle für die Analyse des Agenda Setting-Prozesses; in: Schulz (Hg.) 1992, S. 143-159.

Hurrelmann, Klaus (1985): Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung; Juventa; Weinheim, München.

Hurrelmann, Klaus (1999): Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung; 6. Aufl.; Juventa; Weinheim u.a.

Hurrelmann, Klaus (2006): Einführung in die Sozialisationstheorie; 9. Aufl.; Beltz Verlag; Weinheim, Basel.

Hurrelmann, Klaus (Hg.) (2006): Jugend 2006. Eine pragmatische Generation unter Druck; Fischer-Taschenbuch-Verlag; Frankfurt am Main.

Jarren, Otfried/Patrick Donges (2006): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung; Verlag für Sozialwissenschaften; Wiesbaden.

Jarren, Otfried/Ulrich Sarcinelli/Ulrich Saxer (Hg.) (1998): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil; Westdeutscher Verlag; Opladen u. a.

Jarren, Otfried/Heribert Schatz/Hartmut Weßler (Hg.) (1996): Medien und politischer Prozess. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel; Westdeutscher Verlag; Wiesbaden.

Kaase, Max (1987): Jugend und Politik; in: Reimann/Reimann (Hg.) 1987, S. 112-139.

Kaase, Max (2003): Politische Beteiligung/Politische Partizipation; in: Andersen/Woyke (Hg.) 2003; S. 495-500.

Kaltenbrunner, Andy/Matthias Karmasin/Daniela Kraus/Astrid Zimmermann (2007): Der Journalisten-Report. Österreichs Medien und ihre Macher. Eine empirischer Erhebung; WUV; Wien.

Kepplinger, Hans Mathias/Elisabeth Noelle-Neumann (2002): Wirkung der Massenmedien; in: Noelle-Neumann/Schulz/Wilke (Hg.) 2002; S. 597-647.

Kevenhörster, Paul (2003): Politikwissenschaft. Entscheidungen und Strukturen der Politik; 2. Aufl.; Leske/Budrich; Opladen.

Kuhn, Hans-Peter (2000): Mediennutzung und politische Sozialisation. Eine empirische Studie zum Zusammenhang zwischen Mediennutzung und politischer Identitätsbildung im Jugendalter; Leske/Budrich; Opladen.

Lengauer, Günther/Günther Pallaver/Clemens Pig (2004): Redaktionelle Politikvermittlung in der Mediendemokratie; in: Plasser (Hg.) 2004; S. 149-236.

Löffelholz, Martin (Hg.) (2000): Theorien des Journalismus; VS Verlag für Sozialwissenschaften; Wiesbaden.

Marcinkowski, Frank (1996): Politikvermittlung durch das Fernsehen. Politiktheoretische und konzeptionelle Grundlagen der empirischen Forschung; in: Jarren/Schatz/Weßler (Hg.) 1996; S. 201-212.

Meier, Werner A./Otfried Jarren (2002): Ökonomisierung und Kommerzialisierung von Medien und Mediensystem; in: Haas/Jarren (Hg.) 2002; S. 201-215.

Noelle-Neumann, Elisabeth/Winfried Schulz/Jürgen Wilke (Hg.) (2002): Das Fischer Lexikon Publizistik, Massenkommunikation; Fischer-Taschenbuch-Verlag; Frankfurt am Main.

Oerter, Rolf (1998): Psychologische Aspekte: Können Jugendliche politisch mitentscheiden? in: Palentien/Hurrelmann (Hg.) 1998; S. 32-45.

Oerter Rolf/Siegfried Höfling (Hg.) (2001): Mitwirkung und Teilhabe von Kindern und Jugendlichen; Hanns-Seidel-Stiftung eV; München.

Ogris, Günther/Sabine Westphal (2006): Politisches Verhalten Jugendlicher in Europa. In: Aus Politik und Zeitgeschichte; 47/2006; S. 7-17.

Oser, Fritz/Horst Biedermann (Hg.) (2003): Jugend ohne Politik. Ergebnisse der IEA Studie zu politischem Wissen, Demokratieverständnis und gesellschaftlichem Engagement von Jugendlichen in der Schweiz im Vergleich mit 27 anderen Ländern; Verlag Rüegger; Zürich, Chur.

Palentien, Christian/Klaus Hurrelmann (Hg.) (1998): Jugend und Politik. Ein Handbuch für Forschung, Lehre und Praxis; 2. Aufl.; Luchterhand; Neuwied u. a.

Pelinka, Anton (2000): Grundzüge der Politikwissenschaft; Böhlau; Wien u.a.

Pelinka, Anton/Fritz Plasser/Wolfgang Meixner (Hg.) (2000): Die Zukunft der österreichischen Demokratie. Trends, Prognosen und Szenarien; Signum-Verlag; Wien.

Pelinka, Anton/Sieglinde Rosenberger (2003): Österreichische Politik. Grundlagen – Strukturen – Trends; WUV; Wien.

Perlot, Flooh (2006): Alles wird neu und alles bleibt gleich – Politische Fernsehnachrichten in Österreich; in: Filzmaier/Karmasin/Klepp (Hg.) 2006; S. 80-94.

Plaikner, Peter (2007): Die unkontrollierte Ohnmacht – Redaktionen zwischen Arbeitsdruck, Medienmacht und journalistischer Verantwortung; in: Filzmaier/Plaikner/Duffek (Hg.) 2007; S. 45-60.

Plasser, Fritz (Hg.) (2004): Politische Kommunikation in Österreich. Ein praxisnahes Handbuch; WUV; Wien.

Plasser, Fritz (2006): Massenmedien und politische Kommunikation; in: Dachs/Gerlich/Gottweis/Kramer/Lauber/Müller/Tálos (Hg.) 2006; S. 525-537.

Plasser, Fritz/Günther Lengauer/Wolfgang Meixner (2004): Politischer Journalismus in der Mediendemokratie; in: Plasser (Hg.) 2004; S. 237-308.

Plasser, Fritz/Peter A. Ulram (2004a): Öffentliche Aufmerksamkeit in der Mediendemokratie; in: Plasser (Hg.) 2004; S. 37-99.

Plasser, Fritz/Peter A. Ulram (2004b): Parteienwettbewerb in der Mediendemokratie; in: Plasser (Hg.) 2004; S. 377-428.

Plasser, Fritz/Peter A. Ulram (2006): Wahlverhalten; in: Dachs/Gerlich/Gottweis/Kramer/Lauber/Müller/Tálos (Hg.) 2006; S. 550-560.

Preiser, Siegfried (2002): Jugend und Politik; in: Oerter/Montada 2002; S 874-884.

Reimann, Helga/Reimann Horst (Hg.) (1987): Die Jugend. Einführung in die interdisziplinäre Juventologie. 2. Aufl. Westdeutscher Verlag, Opladen.

Rössler, Patrick/Friedrich Krotz (Hg.) (2005): Mythen der Mediengesellschaft – The Media Society and its Myths; UVK; Konstanz.

Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) (Hg.) (2003): Schriftenreihe der Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH; Bd. 1: 5 Jahre Privatradio in Österreich; RTR; Wien.

Sarcinelli, Ulrich (Hg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur; Westdeutscher Verlag; Opladen.

Sarcinelli, Ulrich (1998): Mediatisierung; in: Jarren/Sarcinelli/Saxer (Hg.) 1998; S. 678-679.

Saxer, Ulrich (1998a): Mediengesellschaft: Verständnisse und Missverständnisse; in: Sarcinelli, Ulrich (Hg.) 1998; S. 52-74.

Saxer, Ulrich (1998b): Was heisst Kommerzialisierung; in: Zoom K&M, Nr. 11, Juli; S. 10-17.

Schäfers, Bernhard/Johannes Kopp (2006): Grundbegriffe der Soziologie; 9. Aufl.; VS Verlag für Sozialwissenschaften; Wiesbaden.

Schäfers, Bernhard/Bianca Lehmann (2006): Gruppe; in: Schäfers/Kopp (Hg.) 2006; S. 97-101.

Schneider, Helmut (1995): Politische Partizipation – zwischen Krise und Wandel; in: Hoffmann-Lange (Hg.) 1995; S. 275-335.

Schulz, Winfried (Hg.) (1992): Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft. Untersuchungen im Schwerpunktprogramm

„Publizistische Medienwirkungen“. Forschungsbericht der DFG (Deutsche Forschungsgemeinschaft); VCH, Acta Humanoria; Weinheim u.a.

Schulz, Winfried (2008): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung; 2. Aufl.; VS Verlag für Sozialwissenschaften; Wiesbaden.

Staab, Joachim Friedrich (1990): Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt; Alber; Freiburg (Breisgau) u.a.

Ulram, Peter A. (2000): Civic Democracy. Politische Beteiligung und politische Unterstützung; in: Pelinka/Plasser/Meixner (Hg.) 2000; S. 103-140.

Ulram, Peter A. (2006): Politische Kultur der Bevölkerung; in: Dachs/Gerlich/Gottweis/Kramer/Lauber/Müller/Tálos (Hg.) 2006; S. 512-524.

Veith, Hermann (2008): Sozialisation; Ernst Reinhardt Verlag; München.

Verba, Sidney/Norman H. Nie/Jae-on Kim (1978): Participation and Political Equality. A Seven-Nation Comparison; Cambridge Univ. Press; Cambridge u.a.

Wasmund, Klaus (1982): Was wird wie und wann im Prozeß der politischen Sozialisation gelernt; in: Claußen/Wasmund (Hg.) 1982; S. 143-153.

Weis, Gerhard (2007): FAQ’s zum Thema ORF. Was Sie schon immer über den ORF wissen wollten; in: Filzmaier/Plaikner/Duffek (Hg.) 2007; S. 103-116.

Westle, Bettina (1994): Politische Partizipation; in: Gabriel/Brettschneider (Hg.) 1994; S. 137-173.

Wolf, Armin (2006): Opfer und Täter zugleich. JournalistInnen als Adressaten und Konstrukteure medialer Inszenierungen von Politik; in: Filzmaier/Karmasin/Clepp (Hg.) 2006; S. 51-66.

Zimmermann, Peter (2006): Grundwissen Sozialisation. Einführung zur Sozialisation im Kindes und Jugendalter; 3. Aufl.; VS Verlag für Sozialwissenschaften; Wiesbaden.

Zink, Hertha/Doris Ragetté/Christian Hofstetter: Privater Hörfunk im Werbemarkt (2003); in: Schriftenreihe der Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH; 1/2003; S. 15-37.

Online-Quellen:

Bundeskanzleramt – Rechtsinformationssystem: Artikel 95 B-VG; in: http://www.ris2.bka.gv.at/Dokumente/Bundesnormen/NOR40087992/NOR40087992.html, 14.10.2008.

Bundeskanzleramt – Rechtsinformationssystem: ORF-Gesetz § 4 – Programmauftrag; in: http://www.ris2.bka.gv.at/Dokumente/Bundesnormen/NOR40019550/NOR40019550.html, 02.07.2008.

Bundesministerium für Inneres: Österreichische Nationalratswahlen 2006; in: http://wahl06.bmi.gv.at/, 14.10.2008.

Bundesministerium für Inneres: Österreichische Nationalratswahlen 2008; in: http://wahl08.bmi.gv.at/, 14.10.2008.

Central Intelligence Agency: The World Factbook; in: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/, 16.03.2008.

Demokratiezentrum Wien: Wahlrechtsentwicklung in Österreich 1848 bis heute; in: http://www.demokratiezentrum.org/de/startseite/themen/demokratiedebatten/wahlen/wahlrechtsentwicklung_in_oesterreich_1848_bis_heute.html, 14.10.2008.

Ehetreiber, Christian/Christian Scharinger (2007): Steirische Jugendstudie. Lebensbedingungen, Werte, Zukunftsperspektiven, Freizeit, Politik, Gewalt und Rassismus; in: http://www.argejugend.at/Endfassung%20Steirische%20Jugendstudie.pdf.

Eurobarometer 69: Die öffentliche Meinung in der Europäischen Union; in: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb69/eb69_at_nat.pdf, 17.06.2008.

Filzmaier, Peter (2005): Politikvermittlung in der Mediengesellschaft; in: http://www.politik-lernen.at/politiklernen/resources/oldbin/_data/pdf/Peter_Filzmaier_Politikvermittlung_in_der_Mediengesellschaft.pdf, 19.09.2008.

Filzmaier, Peter (2007b): Jugend und Politische Bildung – Einstellungen und Erwartungen von 14 bis 24-Jährigen; Wien; in: http://www.donau-uni.ac.at/imperia/md/content/department/pk/pilotstudie_jugend_polbil.pdf (Kurzbericht).

Karlhofer, Ferdinand/Gilg Seeber (2000): Jugend und Demokratie in Tirol; Innsbruck; in: http://stat.uibk.ac.at/%7Egs/Papers/JugendUndDemokratie-April2000.pdf.

Kozeluh, Ulrike/Ingrid Kromer/Sigrid Nitsch/Alexander Reichmann/Reinhard Zuba (2005): "Wählen heißt erwachsen werden!" Analyse des Wahlverhaltens Jugendlicher zwischen 16 und 18 Jahren bei der Wiener Landtagswahl 2005; SORA; Wien; in: http://www.sora.at/images/doku/gesamtbericht_nachwahlanalyse_wiener_jugendlicher.pdf

Media-Analyse 2007: Internetnutzung 14-19jährige; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicInternetAlterBis39.do?year=2007&title=Internet&subtitle=Alter&subsubtitle=bis39, 16.06.2008.

Media-Analyse 2007: Reichweite Fernsehen Total; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicFernsehen.do?year=2007&title=Fernsehen&subtitle=Total; 12.06.2008.

Media-Analyse 2007: Reichweite Fernsehen 14-19jährige; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicFernsehenAlterBis39.do?year=2007&title=Fernsehen&subtitle=Alter&subsubtitle=bis39, 12.06.2008.

Media-Analyse 2007: Reichweite Radio 14-19jährige; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicRadioAlterBis39.do?year=2007&title=Radio&subtitle=Alter&subsubtitle=bis39, 13.06.2008.

Media-Analyse 2007: Reichweite Wochenmagazine; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseWochenmagazineTotal.do?year=2007&title=Wochenmagazine&subtitle=Total, 15.06.2008.

Media-Analyse 2007: Reichweite Wochenmagazine 14-19jährige; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseWochenmagazineAlterBis39.do?year=2007&title=Tageszeitungen&subtitle=Alter&subsubtitle=bis39, 15.06.2008.

Media-Analyse 2007/08: Reichweite Tageszeitungen; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitung.do?year=07/08&title=Tageszeitungen, 15.10.2008.

Media-Analyse 2007/08: Reichweite Tageszeitungen 14-19jährige; in: http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungAlterBis39.do?year=07/08&title=Tageszeitungen&subtitle=Alter&subsubtitle=bis39, 15.10.2008.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2006. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12-19jähriger in Deutschland; in: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf06/JIM-Studie_2006.pdf, 15.06.2008.

ORF-Medienforschung: Austrian Internet Monitor (AIM) 2007 – Frequenz der Internet-Nutzung, in: http://mediaresearch.orf.at/c_internet/console/data/images/img_2_4_1.gif, 17.07.2008.

ORF-Medienforschung: Entwicklung der KaSat-Haushalte in Österreich; in: http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/console/data/images/img_1_4_3.gif, 26.06.2008.

ORF-Medienforschung: Radiotest – Tagesreichweiten, Hördauer und Marktanteile 2007; in: http://mediaresearch.orf.at/c_radio/console/data/images/img_1_3_1.gif, 13.10.2008.

ORF-Medienforschung: TV-Marktanteile 2007 – Sender im Vergleich; in: http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/console/data/images/img_1_3_1.gif, 13.10.2008

ORF-Medienforschung: TV-Nutzungszeit 1991 – 2007 Erwachsene; in: http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/console/data/images/img_1_1_2.gif, 13.10.2008.

ORF-Medienforschung: TV-Nutzungszeit 2007 nach Altersgruppen; in: http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/console/data/images/img_1_1_3.gif, 13.10.2008.

ORF-Medienforschung: TV-Tagesreichweiten 1991 – 2007; in: http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/console/data/images/img_1_1_1.gif, 01.06.2008.

Österreichisches Parlament: Regierungsvorlage betreffend Änderung der Bundesverfassung; in: http://www.parlament.gv.at/pls/portal/url/page/PG/DE/XXIII/I/I_00094/, 14.10.2008.

Österreichisches Parlament: Regierungsvorlage betreffend Wahlrechtsänderungsgesetz 2007; in: http://www.parlament.gv.at/pls/portal/url/page/PG/DE/XXIII/I/I_00088/, 14.10.2008.

Österreichisches Parlament: Presseaussendung zur Wahlrechtsreform; in: http://www.parlinkom.gv.at/PG/PR/JAHR_2007/PK0439/PK0439.shtml, 14.10.2008.

Österreichisches Parlament: Presseaussendung zur Debatte über Wahlrechtsänderung; in: http://www.parlinkom.gv.at/PG/PR/JAHR_2007/PK0439/PK0439.shtml, 14.10.2008.

Österreichische Webanalyse: Mai 2008; in: http://www.oewa.at/index.php?id=7310, 12.06.2008.

Perlot, Flooh/Birgit Winkel (2007): Suchmaschinen und politische Informationen im Internet; in: http://www.donau-uni.ac.at/imperia/md/content/department/pk/endbericht_dezember_2007.pdf, 13.03.2008.

Picker, Ruth/Sabine Westphal (2005): Political Participation of Young People in Europe – Development of Indicators for Comparative Research in the European Union. WP8/D15 – Working Paper on National Survey Results. National Report: Austria; SORA; Wien; in: http://www.sora.at/images/doku/D15AustrianNationalReport.pdf

SORA – Institute for Social Research and Analysis: Analyse Nationalratswahl 2008; in: http://www.sora.at/images/doku/SORA_ISA_Analyse_NRW_2008.pdf, 14.10.2008.

Statistik Austria: Jahresdurchschnittsbevölkerung 2007; in: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/bevoelkerungsstruktur/bevoelkerung_nach_alter_geschlecht/023428.html, 10.10.2008.

Ulram, Peter A. (2007): Jugend und politische Orientierungen; Studie im Auftrag der Industriellenvereinigung und des Bundesministeriums für Gesundheit, Familie und Jugend (BMGFJ); Wien. (Zentrale Ergebnisse unter: http://www.iv-mitgliederservice.at/iv-all/dokumente/doc_2451.pdf, 18.10.2008).

Verband österreichischer Zeitungen (VÖZ): Grundsätze für die publizistische Arbeit (Ehrenkodex für die österreichische Presse) – aktuelle Fassung vom 21.01. 1999; in: http://www.voez.at/download.php?id=165, 17.03.2008.

Weikovics, Paul (2002): „Wählen mit 16“; in: Österreichische Gemeindezeitung 11/2002; hier zitiert nach: http://www.staedtebund.at/alt_service/weikovics_oegz0211.html.

Westphal, Sabine (2006): Der Blick über den Tellerrand. Jugend und Politik im europäischen Vergleich; in: http://www.fes.de/forumpug/inhalt/documents/EUYOUPARTPrsentationSabineWestphal.ppt, 18.10.2007.

Zentrum Polis – Politik lernen in der Schule: Lehrpläne zur politischen Bildung an Österreichs Schulen; in: http://www.politik-lernen.at/content/site/basiswissen/politischebildung/lehrplaene/index.html, 03.06.2008.

Anhang

Abstract:

Die vorliegende Diplomarbeit behandelt – vor dem Hintergrund der 2007 erfolgten Wahlaltersenkung auf 16 Jahre – das Verhältnis österreichischer Jugendlicher zur Politik sowie die Rahmenbedingungen, die durch die politische Kommunikation für dessen Herausbildung geschaffen werden. Anders ausgedrückt erfolgt ein Blick auf das Umfeld der politischen Sozialisation österreichischer Jugendlicher. Hierbei spielen, neben der veränderten politischen Kultur des Landes, die zentralen Instanzen im Sozialisationsprozess, und dabei vorwiegend die Massenmedien, eine entscheidende Rolle. Massenmedien sind nämlich die zentralen Akteure im Vermittlungsprozess moderner Gesellschaften. Dies gilt insbesondere auch für die politische Kommunikation. So gelten sie sowohl als wichtigste als auch als glaubwürdigste Quelle politischer Informationen, wobei ihre Bedeutung durch die Erkenntnisse der Medienwirkungsforschung zusätzlich gesteigert wird. Demgegenüber besitzen die anderen Sozialisationsinstanzen (Familie, Schule, peer groups) bei der Aneignung von politischem Wissen lediglich geringe Bedeutung und sind vorwiegend durch die Vermittlung von Normen, Wertvorstellungen und Rollendefinitionen relevant.

Insofern erlangen die Inhalte massenmedialer Politikvermittlung eine herausragende Bedeutung für die Beziehung Jugendlicher zur Politik. Diese Inhalte sind dabei als Resultat des Zusammenspiels verschiedener Faktoren zu sehen, die vom Dreiecks-Verhältnis (und dessen Folgen) von Medien, Politik und Rezipienten über die Rahmenbedingungen journalistischer Arbeit bis hin zur konkreten Ausgestaltung und Entwicklung des österreichischen Medienmarktes reichen. Das Ergebnis ist freilich suboptimal. Politische Berichterstattung durch die Medien folgt zunehmend den Maßstäben kommerziellen Erfolges und verfolgt publizistische Interessen tendenziell in erster Linie dort, wo sie sich mit marktwirtschaftlichen decken. Personalisierung, Entpolitisierung und konfrontative Negativität sind zentrale Elemente der Politikberichterstattung, die dadurch eine ablehnende Einstellung gegenüber Politikern und Parteien fördert und Informationen zu Gunsten unterhaltender und sensationalistischer Elemente vernachlässigt. Bedenkt man die nachweisbaren Zusammenhänge zwischen politischem Interesse, politischem Wissen, politischem Effektivitätsbewusstsein und der Bereitschaft zur politischen Partizipation, ist diese Entwicklung dabei mehr als bedenklich. Jugendliche, die, was ihre allgemeine

Einstellung zur Politik betrifft, sogar bessere Werte aufweisen als die Gesamtbevölkerung, finden sich dadurch einem Umfeld ausgesetzt, welches ihr politisches Bewusstsein eher schädigt als positiv bestärkt. Da die Massenmedien ihre politische Sozialisationsfunktion nicht in gewünschter Weise wahrnehmen können und wollen, erscheint somit die einzige Alternative für eine wünschenswerte Entwicklung die gezielte Stärkung der Bedeutung der anderen Sozialisationsinstanzen in der politischen Kommunikation.

Lebenslauf

Persönliche Daten:

Name:	Markus Fritzer	
Anschrift:	Wacht 2, 9942 Untertilliach	
Telefon:	0650/9235498	E-mail: mfritzer@gmx.net
Geburtsdatum:	19.06.1983	Geburtsort: Lienz/Osttirol

Schulbildung:

09/89 – 07/93:	VS Untertilliach, 9942 Untertilliach
09/93 – 07/97:	HS Lesachtal, 9653 St. Lorenzen i. L.
09/97 – 06/01:	BORG Lienz, 9900 Lienz
20.06.2001:	Matura am BORG Lienz

Tätigkeiten nach der schulischen Ausbildung:

01/02 – 09/02:	Ableistung des Präsenzdienstes, 9900 Lienz

Studium:

seit 10/02: Studium an der Universität Wien

Doppelstudium: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft; Politikwissenschaft

20.07.2004: Abschluss 1. Abschnitt Politikwissenschaft

29.10.2004: Abschluss 1. Abschnitt Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

14.03.2007: Abschluss 1. Teil der 2. Diplomprüfung (Publizistik)

01.04.2008: Abschluss 1. Teil der 2. Diplomprüfung (Politikwissenschaft)

Tätigkeiten während der schulischen Ausbildung bzw. des Studiums:

Mitarbeit im Familienbetrieb, 9942 Untertilliach

Redakteur beim Indexverlag, 1190 Wien

Mailsupport beim Online-Spiel „Power of Politics”

etc.