



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„Medienkonsum, politisches Wissen und die
Wahlbeteiligung: Eine Untersuchung der Beziehungen
des Medienkonsums und des politischen Wissens auf
die Wahlbeteiligung der österreichischen
Nationalratswahl 2013“

Verfasserin

Cornelia Patscheider, BA. Bakk.phil. MA

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Magisterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer:

Univ.- Prof. Dr. Hajo Boomgaarden, PhD, MA

Inhaltsverzeichnis

<u>Abbildungs- und Tabellenverzeichnis</u>	<u>5</u>
<u>1. Einleitung</u>	<u>6</u>
<u>2. Partizipatorische Demokratietheorie</u>	<u>10</u>
<u>3. Politisches Wissen</u>	<u>12</u>
3.1. Abgrenzung von Political Sophistication zu Politischem Wissen	13
3.2. Konzeptualisierung Politisches Wissen	16
3.3. Erwerb von Politischen Wissen	18
<u>4. Wahlbeteiligung in Österreich</u>	<u>20</u>
4.1. Relevanz und Funktion von Wahlen	21
4.2. Wer sind die WählerInnen?	22
<u>5. Medienlandschaft und die Mediennutzung in Österreich</u>	<u>23</u>
5.1. Printsektor	23
5.2. Fernsehen	24
5.3. Internet	26
5.4. Einschätzung der Medienlandschaft im Kontext der Demokratie	26
<u>6. Forschungsstand</u>	<u>27</u>
6.1. Der Einfluss von Mediennutzung auf das Politische Wissen	28
6.1.1. Zeitungen	28
6.1.2. Fernsehen	30
6.1.3. Internet	32
6.2. Der Einfluss von Mediennutzung auf Wahlbeteiligung	33
6.3. Der Einfluss von Politischem Wissen auf Wahlbeteiligung	34
6.4. Zusammenfassung der Effekte	35
<u>7. Forschungsfrage und Hypothesen</u>	<u>36</u>
<u>8. Untersuchungsanlage und Methode</u>	<u>39</u>
8.1. Auswahl der Methode und Daten	39
8.2. Befragungsdesign	40
8.3. Operationalisierung, Messung und Indexerstellung	41
8.3.1. Konzept: politisches Wissen	41
8.3.2. Konzept: Medienkonsum	42
8.3.3. Konzept: Wahlbeteiligung	44

8.3.4. Kontrollvariablen	44
8.3.5. Übersicht der Konzepte und Variablen	45
8.4. Gütekriterien und Designprobleme	46
8.4.1. Objektivität, Reliabilität und Validität	46
8.4.2. Das Problem des Overreporting und der Fragebogenformulierung	47
8.5. Analyseplan	50
<u>9. Ergebnisse der Analyse</u>	<u>50</u>
9.1. Mediennutzungsverhalten	51
9.1.1. Nutzung von politischen Nachrichtensendungen im Fernsehen	51
9.1.2. Zeitung	52
9.1.3. Internet	53
9.2. Politisches Wissen	54
9.2.1. Allgemeine Informationen	54
9.2.2. Die Beziehung zu Geschlecht, Bildung, Alter und politischem Interesse	57
9.3. Wahlbeteiligung	57
9.4. H1: Medienkonsum beeinflusst Wahlbeteiligung	58
9.5. H2: Medienkonsum beeinflusst Politisches Wissen	59
9.6. H3: Politisches Wissen beeinflusst Wahlbeteiligung	61
9.7. H4: Politisches Wissen beeinflusst Beziehung zwischen Medienkonsum und Wahlbeteiligung	62
<u>10. Diskussion der Ergebnisse</u>	<u>65</u>
10.1. Diskussion des Einflusses von Medienkonsum auf Wahlbeteiligung	65
10.2. Diskussion des Einflusses von Mediennutzung auf Politisches Wissen	67
10.3. Diskussion des Einflusses von Politischem Wissen auf Wahlbeteiligung	68
10.4. Diskussion des Einflusses von Politischem Wissen auf die Beziehung zwischen Medienkonsum und Wahlbeteiligung	69
<u>11. Ausblick</u>	<u>70</u>
<u>Literaturverzeichnis</u>	<u>74</u>
<u>Abstract / Zusammenfassung</u>	<u>80</u>
<u>Lebenslauf</u>	<u>81</u>

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Visuelle Darstellung vom Konzept Politisches Wissen _____	17
Abbildung 2: Mediation Modell: politisches Wissen als Mediator zw. Medienkonsum und Wahlbeteiligung _____	38
Abbildung 3: Übersicht der Konzepte und Variablen _____	46
Abbildung 4: Nachrichtensendungsnutzung im TV, ORF und auf privaten Sendern __	52
Abbildung 5: Nutzung von Tageszeitungen _____	53
Abbildung 6: richtige Antworten auf Wissensfragen (in Prozent) _____	55
Abbildung 7: Anzahl der richtig gegeben Antworten der Wissensindexe in Prozent __	56
Abbildung 8: Faktoren, die direkt mit Wahlbeteiligung positiv (blau) oder negativ (rot) signifikant in Beziehung stehen _____	61
Abbildung 9: Mediationseffekt zwischen Qualitätsblätter auf Wahlbeteiligung durch Strukturelles Wissen _____	63
Abbildung 10: Mediationseffekt zw. Internetnutzungsverhalten auf Wahlbeteiligung durch das Politische Wissen _____	63
Abbildung 11: Mediationseffekt zw. Internetnutzungsverhalten und Wahlbeteiligung durch das Strukturelle Wissen _____	64
Abbildung 12: Mediationseffekt zw. Internetnutzungsverhalten und Wahlbeteiligung durch das Wissen über politische Informationen _____	64
Abbildung 13: Mediationseffekte _____	65
Tabelle 1: Wahlbeteiligung bei Nationalratswahlen _____	21
Tabelle 2: Fragen zur Messung vom Politischen Wissen _____	42
Tabelle 3: Fragen zur Mediennutzung _____	44
Tabelle 4: Fragen für Wahlbeteiligung _____	44
Tabelle 5: Prädiktoren von Wahlbeteiligung _____	59
Tabelle 6: Prädiktoren von Politischem Wissen _____	60

1. Einleitung

Am 29. September 2013 war es wieder soweit: Es wurde gewählt! 6,4 Millionen Wahlberechtigte hatten die Chance an den Nationalratswahlen teilzunehmen und ihre Stimme abzugeben. Die BürgerInnen in Österreich haben mindestens – sofern nicht vorgezogene Wahlen ausgerufen werden – alle fünf Jahre die Möglichkeit ihre RepräsentantInnen beziehungsweise eine Partei für den Nationalrat zu wählen. Dabei ist der Nationalrat die entscheidende gesetzgebende Institution in diesem Land auch wenn sie nur eine von zwei Kammern des Parlaments ist.

Mit der Teilnahme an der Wahl haben die Menschen an der Demokratie aktiv teilgenommen. Im heutigen Demokratieverständnis sind Wahlen nicht mehr wegzudenken. Die BürgerInnen haben mehrere Möglichkeiten in einer Demokratie teilzunehmen, jedoch ist zu wählen die meist genutzte Partizipationsform laut Rosenstone und Hanson (1993, 41). Doch seit Beginn der 2. Republik lässt sich eine stets sinkende Wahlbeteiligung erkennen, die in den letzten Jahren immer größer wird. In den 90er Jahren vor rund 25 Jahren gingen noch mehr als 80 % der österreichischen wahlberechtigten Bevölkerung wählen, bei der letzten Nationalratswahl 2003 lag die Wahlbeteiligung bei 74,9 %. Man kann erkennen, dass sich die Anzahl der Nicht-WählerInnen seit Beginn der 2. Republik laut Lijhart (1998) verdreifacht haben. Ein Blick auf die Wahlbeteiligung seit 1945 lässt eine eindeutige sinkende Wahlbeteiligung erkennen.

Der Blick außerhalb der Grenzen Österreichs zeigt, dass Österreich nicht alleine mit einer sinkenden Wahlbeteiligung zu kämpfen hat. Ähnlich sieht es in vielen europäischen und westlichen Staaten aus. Die Vereinigten Staaten von Amerika hatten schon wesentlich früher mit einer sinkenden Wahlbeteiligung zu kämpfen. Sie lag je nach Form der Wahl (Presidential Elections oder Midterm Elections) zwischen den Jahren 1952 und 1990 durchschnittlich bei ca. 40 % bis 50 % laut Rosenstone und Hanson (1993, 42). Im Gegensatz dazu sehen die 74,9 % bei der Nationalratswahl in Österreich noch hoch aus.

Doch warum ist die Höhe der Wahlbeteiligung so wichtig? Die Relevanz liegt in unserem Demokratieverständnis. Genauer gesagt beleuchtet diese Magisterarbeit das Phänomen Wahlbeteiligung im Lichte der partizipatorischen Demokratietheorie nach Sartori (1987). In diesem Demokratieverständnis entscheidet das Volk bei Wahlen nicht nur wer die Macht hat die Entscheidungen zu treffen, sondern das Volk hat die Macht Entscheidungen zu treffen. Das bedeutet, dass Wahlen erstens Meinungen widerspiegeln. Die RepräsentantInnen des Nationalrats sollen die Entscheidungen des Volkes in

ihrer Arbeit umsetzen. Wenn allerdings nur 50 % der potenziellen WählerInnen wählen gehen, dann spiegelt das Endergebnis der Wahlen eventuell nicht die Meinung der gesamten Bevölkerung wieder. Zweitens regiert der Nationalrat das ganze Land obwohl er von der Hälfte der Bevölkerung nicht gewählt wurde, daher kann man auch von einem Legitimationsproblem sprechen. Dank der wachsenden transnationalen, internationalen und intergouvernementalen Politik und Beziehungen hat nicht nur die Komplexität der politischen Themen zugenommen, sondern auch die Reichweite ihrer Konsequenzen. Diese haben fundamentale Auswirkungen auf das tägliche Leben. Politisches Wissen ist eine wesentliche Komponente um die Entscheidungen, deren Konsequenzen und die Art und Weise wie unsere Demokratie funktioniert verstehen zu können. Da sich die Lebensbedingungen im rasenden Tempo verändern und sich die Anzahl der Möglichkeiten vervielfachen, wird auch die Notwendigkeit von Kompetenz und Wissen immer größer um begründete Entscheidungen treffen zu können, beispielsweise bei Wahlen (Sartori 1987).

Dieses Wissen steht auch im zentralen Zusammenhang mit der Wahlbeteiligung. Zahlreiche Gründe für die sinkende Wahlbeteiligung wurden in verschiedenen Studien gefunden. Diese Magisterarbeit wird sich mit zweien auseinandersetzen: erstens den Medien, zweitens dem politischen Wissen der BürgerInnen. Die Medien sind deshalb enorm wichtig weil sie zwei entscheidende Funktionen haben. Sie haben nicht nur eine Informationsfunktion, sondern sind auch für den Prozess der Meinungsbildung ganz entscheidend. Sie informieren die BürgerInnen über aktuelle Entscheidungen, Prozesse und Strukturen in der Politik. Für die Wahlen ist das insofern wichtig, da sich die BürgerInnen über politische Angelegenheiten informieren (oder auch nicht) und diese Informationen dann zur Urteilsbildung herangezogen werden laut Wirth, Schemer und Matthes (2006). Dieses Wissen über Politik wird hier als Politisches Wissen bezeichnet und ist der zweite wichtige Faktor in Bezug auf die Wahlbeteiligung. Das Politische Wissen kann dabei vor allem auch aus den Medien stammen. Laut Elo und Rapeli (2010) kann man das Wissen in das Strukturelle Wissen und Wissen über politische Informationen einteilen. Diese Einteilung reiht sich eine in eine Fülle von verschiedenen bestehenden, sich teils weiterentwickelnden Konzepten rund um das Politische Wissen ein. Als Strukturelles Wissen kann man jene Informationen rund um die politische Struktur verstehen. Dieses Wissen dient auch als Basiswissen um neue politische Informationen einordnen und im Kontext verstehen zu können. Medien beeinflussen dabei primär das Wissen über politische Informationen und kaum das Strukturelle Wissen

über Politik. Diese Konzeption von Politischen Wissen ist relativ neu und wurde von Elo und Rapeli (2010) und Rapeli (2013) aufgestellt.

Bisherige Forschungen haben zahlreiche Befunde über Verbindungen zwischen diesen drei Konzepten – Medienkonsum, Politisches Wissen und Wahlbeteiligung – gefunden. Die Verbindung zwischen Medien und dem politischen Wissen (Clark 2014; Elo and Rapeli 2010; Eveland et al. 2005; Fraile and Iyengar 2014; Fraile 2011; Prior 2003; De Vreese and Boomgaarden 2006), sowie zwischen dem politischen Wissen und der Wahlbeteiligung (Aichholzer, Johann, and Zeglovits 2014; Corrigall-Brown and Wilkes 2014; Dimitrova et al. 2014; Johann 2011, 2012a, 2012b; De Vreese and Boomgaarden 2006) und für Medien und Wahlbeteiligung (Aichholzer, Johann, and Zeglovits 2014; Corrigall-Brown and Wilkes 2014; Tolbert and McNeal 2003) wurde in einigen Studien aufgezeigt. Bis heute gibt es keine Studien, die sich diese Faktoren in Österreich ansehen und in Bezug auf die Wahlbeteiligung bei Nationalratswahlen (oder anderen Wahlen in Österreich) in Beziehung setzen. Außer Acht gelassen wurde bisher die Medien- und Politiklandschaft in Österreich. Daher steht auch die österreichische Medienlandschaft im Blickpunkt. Vor allem durch ihre besondere Situation am Printmarkt können ausländische Studien kaum Einblick geben auf den Einfluss einzelner Medien auf das politische Wissen der ÖsterreicherInnen. Die Bedeutung der Medienlandschaft wird auch von Elenbaas et al. (2014, 495) hervorgehoben. Eine Verbindung, die auch außerhalb Österreichs noch nicht untersucht wurde, ist die Beziehung zwischen Medien und Wahlbeteiligung, die vom politischen Wissen als Mediator beeinflusst wird.¹ Somit wird die Beziehung zwischen Medienkonsum und Wahlbeteiligung zum Teil vom Politischen Wissen erklärt. In Bezug auf die Weiterentwicklung des analytischen Konzepts politischen Wissen wird in dieser Untersuchung die Konzeption von Elo und Rapeli herangenommen, eine Konzeptualisierung, die den Einfluss der Medien stark berücksichtigt und reflektiert. Relativ neu ist die Ansicht, dass politisches Wissen aus spezifischen Komponenten besteht, die einen unterschiedlichen Einfluss auf die Wahlbeteiligung haben und auch durch unterschiedliche Faktoren verursacht oder gefördert werden (Johann 2012b). Diesem Argument wurde bisher in der Forschung wenig Beachtung geschenkt und soll in dieser Studie weiter untersucht und analysiert werden.

Diese Magisterarbeit beschäftigt sich daher mit den Beziehungen rund um Medienkonsum, Politisches Wissen und Wahlbeteiligung. Die Forschungsfrage lautet: Wie

¹ Ein Mediator ist eine Variable, die die Größe und/oder Richtung einer Beziehung zwischen einer unabhängigen Variable und einer abhängigen Variable (idealerweise zu null) reduziert und ist statistisch mit beiden assoziiert (Field 2013, 879).

wirkte sich der Medienkonsum und das politische Wissen der ÖsterreicherInnen auf die Wahlbeteiligung der Nationalratswahl 2013 aus?

Im Fokus stehen die Auswirkungen von Medienkonsums. Die Medien sind die primäre Quelle für politische Informationen. Zusammen mit dem strukturellen Wissen über Politik bilden die politischen Informationen das politische Wissen eines Menschen. Rapeli argumentiert (2013, 5) “[i]n order to understand how democracy functions or fails to function, it will become particularly important to understand how political information is produced, managed, presented, received, utilized and recalled.”

In den nächsten Kapiteln werden die Perspektiven und Konzepte vorgestellt. Es werden die Partizipatorische Demokratietheorie nach Sartori vorgestellt, die die Rolle von Partizipation beschreibt. Diese Perspektive ist wichtig, da sie ausschlaggebend für Interpretation der Bedeutung von Politischem Wissen und Wahlbeteiligung in unserer Gesellschaft ist. Im dritten Kapitel wird das zentrale Konzept Politisches Wissen vorgestellt. Dabei wird dessen Herkunft erörtert und gleichzeitig wird es abgegrenzt zu anderen Konzepten. Der Erwerb von Politischen Wissen und die Bedeutung der Lernpsychologie werden hier kurz erläutert. Im nächsten Kapitel wird die Wahlbeteiligung in den Fokus genommen. Es werden die WählerInnen genauer betrachtet und welche Relevanz und Funktion Wahlen eigentlich haben. Auf die österreichische Medienlandschaft und Mediennutzung wird in Kapitel fünf eingegangen. Hier werden Printmedien, Fernseh- und Internetnutzung in Österreich dargestellt. Im Kapitel sechs wird der aktuelle Forschungsstand dargestellt. Dabei wird aufgezeigt, welche Verbindungen, Beziehungen und Effekte zwischen Medienkonsum, Politischen Wissen und Wahlbeteiligung bereits erforscht wurden. Die sich daraus ergebende Forschungsfrage und Hypothesen werden darauffolgend im nächsten Kapitel vorgestellt. Im Kapitel acht wird schließlich erklärt wie die Umsetzung und Prüfung der Hypothesen erfolgt. Es werden die Methode und das Befragungsdesign, die einzelnen Operationalisierungen und Indexe erklärt und kurz die Gütekriterien der Daten diskutiert. Im darauffolgenden neunten Kapitel werden die Ergebnisse der Analysen präsentiert. Hier werden die gefunden Effekte und Beziehungen dargestellt. Die Ergebnisse werden im Kapitel 10 diskutiert, im Lichte der Perspektiven, Ansätze, österreichischen Medienlandschaftsspezifika und dem aktuellen Forschungsstand. Abschließend werden im letzten Kapitel die Ergebnisse kurz zusammengefasst und ein Methodenausblick, ein wissenschaftlicher Ausblick und ein Anwendungsausblick gegeben.

2. Partizipatorische Demokratietheorie

Laut der österreichischen Bundesverfassung ist Österreich eine demokratische Republik, in der das Recht vom Volk ausgeht.² Doch was genau ist eine Demokratie? Je nach Konzeption von Demokratie werden den BürgerInnen verschiedene Rolle in Bezug auf Partizipation zugeschrieben und je nach Rolle haben sie auch andere Voraussetzung beispielsweise wie viel sie über Politik wissen sollen.³

Diese Arbeit folgt Sartoris (1987) Demokratie Verständnis, das der partizipatorischen Demokratietheorie. In diesem Demokratieverständnis versteht Sartori, dass Demokratie aus einer Regierung von Menschen, daher der Bevölkerung, besteht. Diese Menschen treten immer dann auf, wenn freie Wahlen stattfinden. Wahlen sind eine bedeutende Form der Partizipation, denn sie registrieren die Entscheidungen der WählerInnen. Die gewählten Personen haben die Aufgabe diese Entscheidungen anzunehmen und sie widerzuspiegeln. Auf der nationalen Ebene besteht die Rolle eines/r Bürgers/in fast ausschließlich in der Wahl eines/r Repräsentanten/in, auch wenn die Rolle der Person und der Einfluss sehr klein ist laut Pateman (1970, 109). Die Wählerschaft wählt also nicht bloß Repräsentanten/innen, die Entscheidungen treffen, sondern die Wählerschaft trifft selbst die Entscheidungen. Dabei wird Partizipation verstanden als „*taking part in person, and a self-activated, willed taking part*“ (Sartori 1987, 113) (Hervorhebungen im Original). Partizipation ist daher nicht bloß teilnehmen oder mobilisiert werden, sondern es ist eine Selbstbewegung und daher genau das Gegenteil von in-Bewegung-gebracht-werden und Mobilisation. Das bedeutet, dass in diesem Demokratieverständnis Selbstbeherrschung, Selbstverwirklichung und Selbstbildung als Tugenden von Partizipation verstanden wird.

Die Entscheidungen kommen auf Basis von Meinungen zustande. Die öffentliche Meinung kann auf verschiedene Art und Weise zustande kommen, eine ganz zentrale Rolle haben hier die Massenmedien. Die Massenmedien sind im Prozess der Meinungsbildung involviert, da die Meinung auf Informationen und Wissen basiert. Für Sartori ist der Informationsprozess ein Abwägen von Kosten und Nutzen. Die Kosten sich zu informieren und informiert zu bleiben lohnen sich nur dann, wenn eine kritische Masse an Akkumulation erreicht wird.

² Siehe Bundes-Verfassungsgesetz, BGBl Nr. 1/1930 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 1013/ 1994, Inkrafttreten: 01.01.1995

³ Ein anderes Beispiel, im Gegensatz zur partizipatorischen Demokratietheorie, ist die Electoral Democracy. Die Konzeption von Demokratie der Electoral Democracy argumentiert, dass in Wahlen entschieden wird wer die Entscheidungen trifft (Sartori 1987, 110).

Solche politischen Informationen sind ungleich in der Bevölkerung verteilt. Ein wichtiges Thema sind die Fragen wie viel weiß die Öffentlichkeit, was weiß sie richtig oder falsch⁴ beziehungsweise überhaupt über die öffentlichen Angelegenheiten? Eine politisch gebildete Öffentlichkeit definiert Sartori (1987, 106) „not only as a state of being informed but *also* as a state of cognitive competence“. Daher unterscheidet er zwischen Meinungen, Informationen und Wissen. „So, *information is not knowledge*“ (Sartori 1987, 117). Informationen sind Voraussetzung für Wissen, aber das heißt nicht, dass auch informierte Menschen sehr viel wissen.

„At a minimum, knowledge implies a grasp of, and a mental control over, the information that is in no way supplied by the information itself. [...] On the other hand, while knowledge must be neatly separated from information, it can be conjoined with *competence*. Thus, given an equal amount of information, a person may either be competent or remain incompetent, depending on whether he perceives correctly which means are appropriate to what ends, and thereby which consequences derive from which decisions or action“ (Sartori 1987, 117).

Laut Sartori (1987, 119) sind daher Informationen nicht Wissen. Wissen wird definiert als „cognitive competence and control“. In einer partizipatorischen Demokratie ist es nötig, dass Informationen transformiert werden in ein adäquates Wissen, in ein Verstehen der Probleme, ihrer komplexen Interdependenzen und ihrer gesamten Effekte von Allokation und Reallokation von Ressourcen. Eine Voraussetzung dafür ist, dass die BürgerInnen erstens die Informationen konsumieren und zweitens dass die Informationen in adäquates Wissen transformiert werden, da die BürgerInnen nicht bloß wählen, sondern Entscheidungen fällen. Für die partizipatorische Demokratietheorie braucht es daher erstens ein offenes Informationssystem um von informierten BürgerInnen ausgehen zu können und zweitens die direkte Partizipation der BürgerInnen in der Regulierung von Schlüsselinstitutionen laut Held (1996, 271). Sartoris Verständnis von Informationen und Wissen wird von Elo und Rapeli (2010) aufgegriffen und weiterverwendet für die Konzeptualisierung von politischem Wissen.

⁴ Delli Carpini und Keeter (1996, 11) verstehen unter faktischen, wahrheitsgemäßen Informationen über Politik jene Informationen, die „reasonable test of correctness“ standhalten.

3. Politisches Wissen

Politisches Wissen steht neben Medienkonsum und Wahlbeteiligung im Zentrum des Interesses dieser Arbeit. Kurz gesagt geht es beim Politischen Wissen darum was und wie viel die BürgerInnen über Politik wissen.

In der englischsprachigen Literatur wird dieses Konzept als *political knowledge* beschrieben, in der Deutschsprachigen als „politisches Wissen“ (Maier 2009) oder auch als „politische Kenntnisse“ (Aichholzer, Johann, and Zeglovits 2014). Jedoch wird der Begriff in vielen Studien unterschiedlich konzeptualisiert und operationalisiert. Das Forschungsinteresse rund um den politischen Wissensbestand der BürgerInnen gibt es schon seit einigen Jahrzehnten. Was heute allgemein unter Politischem Wissen verstanden wird hat sich in den letzten Jahrzehnten aus dem Konzept *Political Sophistication* herausentwickelt.

Die Signifikanz von Wissen über die Politik lässt sich in einigen Punkten darstellen. Galston hat die Forschungsergebnisse der letzten Jahre in ihrer Bedeutung zusammengefasst (Galston 2001, 223). Erstens hilft das zivilgesellschaftliche Wissen den BürgerInnen ihr Interesse als Individuum und als Mitglied einer Gruppe zu verstehen. Damit können sie besser die Wirkung von Policies auf ihre Leben und in Verbindung mit Parteien bringen. Zweitens, bringt Wissen Konsistenz und Stabilität. Je höher das Wissen, desto eher sind politische Einstellungen stabil und ideologisch konsistent. Drittens ohne ein Basisverständnis von politischen Strukturen ist es schwer politische Informationen in einen existierenden Rahmen einzuordnen. Viertens ermöglicht das Wissen über die Politik einen differenzierten Blick auf spezifische Themen und Angelegen. Beispielsweise gibt es laut Galston Studien, die zeigen, je mehr Menschen über zivilgesellschaftliche Angelegenheiten wissen, desto weniger wahrscheinlich ist es, dass sie neue ImmigrantInnen und ihre Wirkung auf die Gesellschaft fürchten. Fünftens, ähnlich wie beim letzten Punkt, ermöglicht das Wissen den BürgerInnen einen Abbau von Misstrauen oder Distanzierung vom öffentlichen Leben. Ignoranz beziehungsweise Nicht-Wissen schürt Ängste, während Wissen das Vertrauen fördert. Genauso, sechstens, unterstützt Wissen die Unterstützung von demokratischen Werten. Der zuletzt angeführte, sechste Punkt von Galston ist, dass Wissen politische Partizipation fördert. Dieser entscheidende Punkt steht im Mittelpunkt dieser Studie, denn die Frage, die es zu klären gibt, ist nicht nur ob dies auch in Österreich der Fall ist, sondern vor allem *wie* dieser Effekt von statten geht.

3.1. Abgrenzung von Political Sophistication zu Politischem Wissen

In der Literatur gibt es verschiedene Konzepte, die äquivalent oder ähnlich dem Konzept des Politischen Wissens sind. Dabei hat sich dieses Konzept aus dem Konzept der Political Sophistication abgezweigt. Doch das Konzept Political Sophistication war keineswegs eindeutig und scharf umrissen. Es gibt in der Literatur verschiedene Konzepte die diesem ähnlich sind. Diese verschiedenen Konzepte unterscheiden sich laut Lachat (2007, 51) hauptsächlich durch drei Aspekte: die verwendete Terminologie (political sophistication, political expertise, political awareness, levels of conceptualization), die Definition dieser Konzepte (political interest, political knowledge, quality of political schema) und deren Messung (knowledge of political facts, structure of belief systems, education level).

In vielen Untersuchungen fehlt es oft an konzeptueller Schärfe oder gar an Definitionen, da wegen der Popularität des Begriffes gedacht wird, dass er schon ausreichend bekannt ist und keiner genaueren Erklärung bedarf, ein Fakt den auch Luskin (1990) bemängelt. In Studien, die eine genaue Konzeption umfassen, kann man die Unterschiede deutlich erkennen. Nur um einige Beispiele zu nennen:

Luskins (1990, 331) weit rezipierte Untersuchung, versteht unter Political Sophistication drei Dimensionen: politische Informationen, die Fähigkeit die Informationen zu verarbeiten und zu organisieren, die Motivation dieses auch zu tun.⁵ In seiner Erklärung (1987, 858) zeigt er auf, dass Sophistication eine Frage von Kognition (matter of cognition) ist.⁶ Die Organisation dieser Kognitionen verbindet Luskin mit dem Politischen Wertesystem (political belief system, PBS) von Converse (1964). Converse (1964, 207) definiert es folgendermaßen:

„We define a *belief system* as a configuration of ideas and attitudes in which the elements are bound together by some form of constraint of functional interdependence. In the static case, “constraint” may be taken to mean the success we would have in predicting, given initial knowledge that an individual holds a specified attitude, that he holds certain further ideas and attitudes.”

⁵ Auch neuere Studien, beispielsweise (Arceneaux, Johnson, and Maes 2012) verwenden Luskins (1990) Konzept.

⁶ Laut Luskin (1987, 857) sind die elementarsten Kognitionen von individuellen und konkreten Objekten kleine Erinnerungstücke (bits of memory). Jene komplexeren Kognitionen verbinden die elementarsten Kognitionen in der Art in der Sätze einzelne Phrasen oder Wörter verbinden. Die Kognitive Psychologie spricht von Assoziationen, die Soziale Psychologie von Werten (beliefs) und Einstellungen. Diese interkognitiven Propositionen sind die Balken und Träger einer kognitiven Organisation. Die Unterscheidung zwischen Organisation und Struktur ist nicht absolut. Unter Schema TheoretikerInnen werden diese Pakete von Kognitionen als Schemata bezeichnet (siehe auch Steenbergen (2010) zu Schemata und Wahlen).

Dieser Zwang oder Bedingung (constraint) ist für Luskin (1987, 858) einfach Assoziati- on – Werte oder Einstellungen. Die meisten davon sind abstrakt, behauptend, kausal, oder quasi deduktiv und müssen daher nicht strikter Weise logisch oder deduktiv sein. Zwischen zwei politischen Themenpositionen sollte also dieses „constraint“ sein. Sie müssen nur für diejenige Person Sinn machen, deren Kognition sie sind. Genau diese politischen Kognitionen, mit denjenigen Kognitionen die sie bedingen, sind laut Luskin dasjenige, welches das politische Wertesystem ausmacht.⁷ Die meisten dieser Kognitio- nen sind im Langzeitgedächtnis gespeichert, sind nicht vordergründig, können aber wieder abgerufen werden. Dabei sind zwei Faktoren wichtig: erstens, größere und nähe- re Verbindungen führen zu mehr Informationen und zweitens, die Zentralität impliziert Nutzung, was bedeutet, dass je eher eine Kognition auf zahlreichen kognitiven Routen liegt, desto eher werden mehr direkte und zahlreichere Gedanken sie durchlaufen. Daher wird Political Sophistication laut Luskin (1987, 859) durch drei Dimensionen definiert: Größe (die Zahl der Kognitionen, die das Wertesystem enthält), Reichweite (die Reich- weite des politischen Systems welche das Wertesystem umfasst) und Organisation oder Bedingung (constraint) (das Ausmaß in dem die Kognitionen des Wertesystems verbun- den sind). „A person is politically sophisticated to the extent to which his or her PBS is large wide-ranging, and highly constrained.” (Luskin 1987, 860). Diese exzessive Aus- arbeitung des Konzeptes Political Sophistication ist eine der wenigen wirklich ausführ- lich angeführten Konzeptualisierungen.

Andere Studien definieren und operationalisieren dieses Konzept mit einigen Unter- schieden. Krosnicks (1990, 4) Konzeption (von Political Expertise) enthält vier Dimen- sionen: politisches Interesse, Medienkonsum, politische Informationen, Reflektion der Bedeutung und Implikationen der Informationen. Lachat (2007, 57) basiert beispiele- weise seine Operationalisierung und Messungen nur auf dem Faktor Political Know- ledge – der in dieser Magisterarbeit als allgemeines Politisches Wissen verstanden wird – nennt sein Konzept aber trotzdem Political Sophistication. Seine Argumentation ist, dass Politisches Wissen am leichtesten unter allen Faktoren festzustellen ist und dass Studien gezeigt haben, dass es der beste Indikator für Political Sophistication sei. Sida- nus (1988, 40) definiert Political Sophistication als die Menge an Informationen die jemand besitzt und wie die Information genutzt wird.

⁷ Gemessen wird constraint durch die Stärke der Verbindungen zwischen verschiedenen Positionen, Wer- ten und der Beziehungen zwischen den Positionen (Dalton 2002, 15). Dalton (2002, 25) argumentiert, dass das geringe low issue constraint, das in Umfragen gefunden wird, nicht darauf hinweist, dass die Öffentlichkeit unsophisticated ist, sondern dass einfach nicht alle BürgerInnen an alle politischen Angele- genheiten interessiert sind.

„Specifically, it is defined as relating to the degree to which (a) one possesses a relatively large amount of declarative knowledge about the basic facts of political affairs, and knowledge concerning the manner in which political, social, and economic factors typically fit together and behave, (b) one is able to make accurate predictions concerning the development of political events, and (c) one is able to change one's information processing strategy to fit different situations” (Sidanius 1988, 40).

Sidanus sieht den Kern des Konzepts beziehungsweise den gemeinsamen Nenner von vielen verschiedenen Konzeptionen als die Menge und die Komplexität der Information innerhalb einer spezifischen Domäne, die ein Individuum fähig ist im Gedächtnis zu speichern.

Dieser Kern, der hier als Politisches Wissen bezeichnet wird, wurde zum Ausgangspunkt vieler weitere Untersuchungen. In der einzigen Untersuchung zu Politischem Wissen mit Daten bezüglich der österreichischen Bevölkerung untersuchen Aichholzer, Johann und Zeglovits (2014) Politisches Wissen allgemein im Kontext der Nationalratswahl 2013. Sie unterscheiden zwischen einem subjektivem Wissen und einem objektivem Wissen. Das subjektive Wissen entstammt self-Report-Daten, die Befragten mussten ihr Wissen über Politik selbst einschätzen, während das objektive Wissen ‚Wissen über politische Akteure‘ abfragt.⁸

Im Jahr 1996 haben Delli Carpini und Keeter eine der größten Studien zum Politischen Wissen der US-AmerikanerInnen herausgebracht. Ihr Buch *What americans know about politics and why it matters* wird dabei als Meilenstein in der Forschung angesehen. Ihr weit rezipiertes Konzept von Politischen Wissen versteht es als „range of factual information about politics that is stored in long-term memory“ (Delli Carpini and Keeter 1996, 11). Die Betonung von Information unterscheidet es von anderen Konzepten wie Einstellungen, Werte und Meinungen. Die Information muss schließlich im Langzeitgedächtnis gespeichert werden, Informationen, die aus dem Kurzzeitgedächtnis ausscheiden, seien hier nicht relevant für die Autoren. Des Weiteren unterscheiden sie Wissen von Logik, Argumentation, Diskurs, Partizipation und anderen wichtigen Komponenten von einer demokratischen Staatsbürgerschaft. Unter „factual knowledge“ verstehen sie (1996, 1) Themen wie die Institutionen und Prozesse der Regierung, aktuelle ökonomische und soziale Verhältnisse, die großen Themen des Tages, die Perspektive der politischen, führenden Akteure über diese Themen. Delli Carpini und Keeter (1996,

⁸ Kritisch sehe ich dabei ihre Operationalisierung, da sie das objektive und das subjektive Wissen mit je nur einem Frageitem abdecken.

11) meinen, dass Wissen ein Typ von Kognition ist, aber nicht alle Kognitionen sind faktische, wahrheitsgemäße⁹ Informationen über Politik. Außerdem lässt sich politisches Wissen von Information, die niemals erkannt oder vom Kurzzeitgedächtnis wieder gelöscht wird, unterscheiden (Delli Carpini and Keeter 1996, 11). Somit zeigen Delli Carpini und Keeter hier einen ähnlichen Unterschied zwischen Wissen und Information auf wie Elo und Rapeli (2010).

Dieser kurze Abriss soll zeigen, dass Political Sophistication quasi der große Nachbar des Konzepts Politisches Wissen ist. Zu unterscheiden sind sie beide laut Rapeli (2013), dass sich Political Sophistication auf ein breiteres Verständnis von politischer Kompetenz bezieht. Zusammenfassend kann man sagen, dass Politisches Wissen sowohl ein eigenständiges Konzept als auch Teil des Konzepts Political Sophistication ist. Während die Definitionen und Operationalisierungen von Political Sophistication variieren, so haben sie alle gemeinsam den immer präsenten Faktor Politisches Wissen. Zudem ist beim Konzept Politisches Wissen kein Anzeichen von kognitiven Prozessen oder Fähigkeiten involviert laut Rapeli. Es bezieht sich nur auf das Speichern von politischen Fakten im Gedächtnis. Daher weiß eine Person mit einem hohen Politischen Wissen beispielsweise welche Parteien und KandidatInnen welche Standpunkte bei Themen innehaben, aber das hohe Politische Wissen sagt nichts über die Fähigkeit dieses Wissen in ein Ideologiespektrum einzuordnen aus.¹⁰

3.2. Konzeptualisierung Politisches Wissen

Das hier verwendete Konzept von Politischem Wissen stammt von Elo und Rapeli (2010) und basiert auf Sartoris Verständnis von Wissen und Information. Dabei unterscheidet dieser zwischen Wissen und Informationen, da Informationen eine Voraussetzung für Wissen sind, aber das nicht automatisch heißt, dass eine informierte Person auch viel weiß. Passend dazu definieren Lupia und McCubbins (1998, 20) Informationen als jene Daten, von denen Wissen abgeleitet wird, Informationen bilden also die Basis. Wissen ist die Fähigkeit die Konsequenzen von Entscheidungen genau abzuschätzen und vorausszusehen. Je genauer man die Konsequenzen abschätzen kann, desto

⁹ Unter wahrheitsgemäße Informationen sind jene zu verstehen die „reasonable tests of correctness“ (Delli Carpini and Keeter 1996, 11) standhalten.

¹⁰ Eine passende Analogie beschreibt Rapeli (2013, 86): WissenschaftlerInnen wollen oft erklären und in Studien messen, ob Personen wissen wie man ein Auto bedient, aber die Befragten werden nur nach den unterschiedlichen Autoteilen gefragt. Auf dieser Basis ziehen die ForscherInnen nach ihre Rückschlüsse auf die Art und Weise wie jemand fährt.

größer ist das Wissen einer Person. Rapeli (2013, 87) argumentiert, dass „*knowledge* refers to the notion of an objective truth about a shared experience of reality“.¹¹

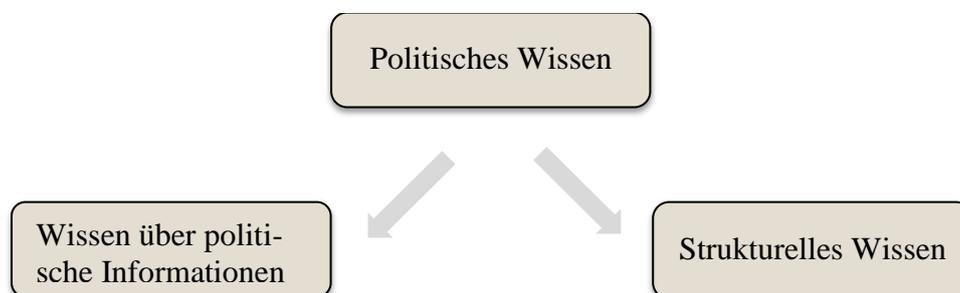
Darauf basierend unterscheiden Elo und Rapeli (2010) zwischen dem *strukturellen Wissen* („structural knowledge“) und der *politischen Informationen* („political information“). Für sie bedeutet ‚wissen‘ etwas anderes als ‚Informationen verfügen‘, genauso unterscheiden sie auch zwischen Wissen und Information.

„According to Giovanni Sartori (1987: 117) knowledge is competent understanding through which information may or may not become meaningful. Contrary to knowledge, information refers to an attractively packed, purified, maximally reduced and concentrated piece of knowledge“ (Elo and Rapeli 2010, 134).

Allerdings sind Informationen vom Kontext abhängig, aber dieser Kontext ist nicht immer inkludiert. Ohne einen bestimmten Rahmen durch die Wissensstruktur bleiben Informationen unverbunden vom Kontext und sind daher anfällig für einen Fehlgebrauch. „[I]n order to transform information to knowledge, to process the input, one needs a meaningful framework for discovering linkages and relations between different kinds of information“ (Elo and Rapeli 2010, 135).

Die AutorInnen nehmen Sartoris (1987) Idee des competent understanding als Basis für ihre Überlegungen zum Strukturellen Wissen. Sie stimmen Galston (2001, 223) zu, der ein Basisverständnis von civic knowledge, speziell hinsichtlich politischer Institutionen und Prozesse, für das Verständnis politischer Events oder das Einordnen der neuen Information in den bestehenden Rahmen voraussetzt.

Abbildung 1: Visuelle Darstellung vom Konzept Politisches Wissen



Quelle: Eigene Darstellung

¹¹ Rapeli (2013, 104) beschreibt, dass „*political* is usually seen as implying something subjective in the form of a belief or opinion. [...] An extreme version of such a view may totally ignore the factual correctness that underlies opinions and accept that political beliefs may be based on inaccurate or false information, but consider that largely irrelevant since politics is seen as inherently subjective.“

Die Unterscheidung von Politischem Wissen in politische Informationen und strukturellem Wissen ist in dieser Begrifflichkeit relativ neu. Der dahinter steckende Gedanke dieser zwei verschiedenen Konstrukte wird allerdings auch von anderen Untersuchungen gemacht (Delli Carpini and Keeter 1996; Johann 2012a; Marquis 2010), allerdings anders in Konzepten konzeptualisiert und operationalisiert. Marquis (2010) unterscheidet beispielsweise ebenso zwischen Wissen über Institutionen und Wissen über Parteien. Sie argumentiert (2010, 431), dass ein/e WählerIn ausreichend Wissen über die Funktion des politischen Systems haben muss, damit er/sie verstehen kann, welcher politische Spielraum verfügbar ist. Dieses Wissen kann er/sie dann nutzen um eine Entscheidung zu treffen. Um die Parteien beispielsweise einem links-rechts-Spektrum zuzuordnen zu können, muss verstanden werden, wie das Spektrum überhaupt aussieht und was die Konzepte „links“ und „rechts“ in diesem Zusammenhang eigentlich bedeuten. Das institutionelle Wissen ermöglicht Menschen ein Kontextwissen über Politik, damit sie beispielsweise erkennen können welche Richtlinien, Verordnungen und Gesetze mit welcher Ideologie einhergeht. „It allows a person to enhance (or simply establish) the conceptual links between her beliefs“ (Marquis 2010, 432). Das Konzept von Elo und Rapeli, das in dieser Arbeit angewendet wird, versteht Strukturelles Wissen – im Gegensatz zu Marquis Wissen über Institutionen – nicht als Kompetenz Politik mit Ideologien zu verbinden.

„While political knowledge can be combined with other individual characteristics relating to, for example, political thinking [...] unlike political awareness or political sophistication, it does not *per se* tell us anything about cognitive processes, ability or emotional commitment to political engagement and ideological leanings“ (Rapeli 2013, 14).

3.3. Erwerb von Politischen Wissen

In Bezug auf das Politische Wissen ist auch interessant woher es kommt, wie es gebildet wird und wie wir es aufbauen und vergrößern können. Das Politische Wissen bezieht sich auf das Speichern von politischen Fakten im Gedächtnis. In dieser Arbeit steht dabei der Einfluss von Medien auf das Politische Wissen im Mittelpunkt. Die Basis bildet dabei die Wahrnehmung von Informationen. Wahrnehmung besteht nicht nur aus dem *Registrieren* von Informationen, sondern auch aus der *Interpretation* und *Zuordnung* der Informationen laut Bodenmann (2004, 28).

Damit das geschehen kann brauchen Menschen ein Gedächtnis, denn nur wenn man über „informationsverarbeitende Strukturen und entsprechende Speicherkapazitäten“ (Bodenmann et al. 2004, 25) verfügt, kann man etwas Lernen. Das Gedächtnis „kann als aktiv wahrnehmendes kognitives System definiert werden, das Informationen aufnimmt, enkodiert, modifiziert und wieder abrufen“ (Bodenmann et al. 2004, 25).¹²

Im Alltagsverständnis verstehen wir unter Lernen den Erwerb von Wissen durch Anleitung oder Ausbildung. Im lernpsychologischen Kontext muss der Begriff erweitert und detaillierter gefasst werden. Lernen wird laut Bodenmann (2004, 14) als Erfahrungsprozess verstanden. Dieser führt zu einer permanenten Änderung des Verhaltens. Die Veränderung des Verhaltens in einer bestimmten Situation steht auch im Zusammenhang mit wiederholten Erfahrungen, die in der Situation gemacht wurden.¹³

In der Lernpsychologie existieren neben den Verhaltenstheorien des Behaviorismus auch kognitive Theorien. Während die Verhaltenstheorien des Behaviorismus auf den Stimulus-Response Modell basieren, umfassen kognitive Theorien verschiedene Arten von Lernen, beispielsweise Reflexlernen, Instinktlernen, Automatisierung von Abläufen, das Lernen von Bedeutungen, Emotionsgeladene Erlebnisse als Punkt der Erinnerung, das Lernen von Überzeugungen (Angermeier, Bednorz, and Schuster 1984).

„Das Modell der „kognitiven Prozesse“ legt eher die Definition nahe, daß [sic!] Lernen eine überdauernde Veränderung des Wissens bzw. der kognitiven Struktur ist, die sich in motorischen oder verbalen Verhaltensweisen nachweisen läßt [sic!]“ (Angermeier, Bednorz, and Schuster 1984, 27).

In der empirischen Literatur in Bezug auf Politisches Wissen lassen sich wenige lernpsychologische fundierte Ergebnisse in Bezug auf politisches Wissen finden. Nur wenige Studien beschäftigen sich mit dem Erwerb, sondern eher mit Einfluss und Aus-

¹² In Bezug auf das Gedächtnis gibt es verschiedene theoretische Ansätze, die dieses in verschiedene Modelle gliedert. Ein äußerst bekanntes Modell ist beispielsweise das Dreispeichermodell von Atkinson und Shiffrin, das sie 1986 vorgestellt haben, und das Gedächtnis in ein sensorisches Gedächtnis (Ultrasensitivgedächtnis), ein Kurzzeitgedächtnis und ein Langzeitgedächtnis einteilt (Bodenmann et al. 2004, 26).

¹³ Wahrnehmen und Lernen sind psychische Funktionen, die man von den psychischen Kräften wie Motivation und Emotion, die ebenfalls interne Prozesse darstellen, abgrenzen kann (Renner 2008, 82). Auch in Bezug auf Motivation gibt es einige Forschungen. Carpini Delli und Keeter (2002, 136) argumentieren beispielsweise, dass sich heutzutage das Interesse oder die Motivation leichter durch die Flut an Informationen in Politisches Wissen umsetzen lässt. BürgerInnen tendieren eher dazu etwas zu lernen, wenn sie interessiert oder motiviert sind und die größere Kontrolle über die Informationsflut, die die AutorInnen den BürgerInnen attestieren, kann zu größerem Politischen Wissen führen. Sie (Delli Carpini and Keeter 2002, 139) argumentieren aber auch, dass Studien gezeigt haben, dass die Informationslandschaft einen Einfluss auf das politische Wissen hat ungeachtet des Interessenniveaus. Ebenfalls abzugrenzen vom Erwerb von Wissen sind die Forschungsbereiche Meinungsbildung und Veränderung der Meinung, da diese Aspekte nicht im Konzept Politisches Wissen enthalten sind.

wirkungen von Politischen Wissen. Lupia und McCubbins (1998, 19) basieren ihre Ergebnisse beispielsweise auf der behavioristischen *Learning Theory*, die Lernen als aktiv und Ziel orientiert definiert, daher entscheiden Menschen wann und was sie lernen. Lernen ist daher nicht das erzwungene Produkt von Rezeption.

In Bezug auf Wahlbeteiligung ist Lernen ebenfalls wichtig. Wahlbeteiligung und wählen zu gehen kann als wiederholter Erfahrungsprozess gesehen werden. Franklin (2004, 60) argumentiert, dass in Bezug auf die Wahlbeteiligung die Untersuchung jüngerer und älterer Kohorten wichtig ist. Insbesondere auf ältere Kohorten und Frauen ist dies in Bezug auf den Gender gap zu berücksichtigen, da ältere Frauen nicht die Gewohnheit des Wählens gelernt haben. Jüngere Frauen, die das Wählen genau zum gleichen Zeitpunkt gelernt haben wie die Männer, könnten zwar inzwischen die Mehrheit der weiblichen Wählerschaft ausmachen, aber es braucht einige Zeit, dass ältere Kohorten aus der Wählerschaft ausscheiden.¹⁴ Zum anderen weisen jüngere Kohorten deswegen eine niedrigere Wahlbeteiligung auf, da die Personen aufgrund ihres Alters, ihrer noch nicht beendeten Ausbildung und nicht etabliert in ihrer Erwerbstätigkeit noch keine Möglichkeit haben Verbindungen zu Gruppen und Gemeinschaften aufzubauen, die der Wahl Relevanz geben würde.

Insgesamt ist in dieser Arbeit der Erwerb von politischem Wissen insofern wichtig, da es beim Konzept Politisches Wissen um das Speichern der politischen Fakten im Gedächtnis geht. Dabei könnten Medien hier einen Einfluss im Erwerbsprozess haben. Den Prozess können aber auch andere Faktoren beeinflussen, Elo und Rapeli (2010) zeigen auf, dass für das Strukturelle Wissen die Bildung der wichtigste bestimmende Faktor ist.

4. Wahlbeteiligung in Österreich

Nachdem sich das letzte Kapitel ausführlich dem Politischen Wissen gewidmet hat, wird das folgende Kapitel die Wahlbeteiligung fokussieren. Dabei wird in dieser Arbeit

¹⁴ Lazerfeld, Berelson und Gaudet (1969, 80) berichten, dass Frauen keinen Grund zum Wählen gehen finden, während Männer stärker unter sozialem Druck stehen und auch dann wählen wenn sie nicht interessiert sind. „Es ist nicht nur so, daß [sic!] Frauen keinen Zwang, zu wählen, empfinden; einige von ihnen betrachten ihre Zurückhaltung vielmehr als eine Tugend. Bemerkungen wie die folgenden waren nicht selten: »Ich mache mir nichts aus Wählen. Das Wählen ist Männersache.« »Ich glaube, daß [sic!] die Männer wählen sollten, und die Frauen zu Hause bleiben und sich um ihre Arbeit kümmern sollten.« » Ich habe nie gewählt. Ich werde auch nie wählen... Die Frau gehört ins Haus... Laß [sic!] die Politik den Männern.«“ Die Autoren attestieren der Gesellschaft und ihrer Bräuche ein Hinterhinken der Gesetze, denn die gesetzlichen Schranken seien schon vor ungefähr 25 Jahren gefallen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Studie schon über vier Jahrzehnte alt ist, aber sie zeigt eindrucksvoll das Stimmungsbild der damaligen Situation auf.

angenommen, dass es zwischen dem Politischen Wissen und der Wahlbeteiligung einen Zusammenhang gibt. Daher wird beleuchtet, was die Relevanz und die Funktion von Wahlen sind und wer denn eigentlich die WählerInnen in Bezug auf Nationalratswahlen in Österreich sind.

4.1. Relevanz und Funktion von Wahlen

Seit dem Beginn der 2. Republik ist die Wahlbeteiligung in Österreich gesunken. Bis in die 80er Jahre sind über 90 % der wahlberechtigten Bevölkerung wählen gegangen. Seit den 80er Jahren ist sie inzwischen auf das Allzeittief von 74,9 % gesunken. Das bedeutet, dass nur rund drei Viertel der wahlberechtigten Bevölkerung wählen gegangen sind (siehe Tabelle).

Tabelle 1: Wahlbeteiligung bei Nationalratswahlen

Jahr	Wahlbeteiligung	Jahr	Wahlbeteiligung
1945	94,3	1983	92,6
1949	96,8	1986	90,5
1953	95,8	1990	86,1
1956	96,0	1994	81,9
1959	94,2	1995	86,0
1962	93,8	1999	80,4
1966	93,8	2002	84,3
1970	91,8	2006	78,5
1971	92,4	2008	78,8
1975	92,9	2013	74,9
1979	92,2		

Wahlbeteiligung in Prozent der Wahlberechtigten

Quelle: Aichholzer, Johann, and Zeglovits 2014, 177

Schon vor 16 Jahren hat Lijphart (1998, 1) aufgerufen sich mit den Höhe der Wahlbeteiligung auseinanderzusetzen. Damals, in den 90er Jahren, gingen noch mehr als 80 % der wahlberechtigten Bevölkerung wählen, aber schon damals konnte man innerhalb von drei Jahrzehnten eine Verdreifachung der Anzahl der Nicht-WählerInnen erkennen. Laut Lijphart (1998, 3) ist dies ein Problem, weil eine geringere Wahlbeteiligung bedeutet, dass weniger privilegierte BürgerInnen noch weniger vertreten werden. Eine ungleiche Partizipation bedeutet einen ungleichen Einfluss. Die Tatsache wer wählt und wer

nicht wählt hat entscheidende Konsequenzen im Wahlausgang, also wer gewählt wird und welche Verordnungen und Gesetze entstehen. Franklin (2004, 2) argumentiert, dass eine niedrige Wahlbeteiligung oft als schlecht für die Demokratie betrachtet wird, entweder inhärent oder weil sie einen Legitimitätsmangel von gewissen Gruppen und ungleichbehandelnde Policies auslöst. Dabei werden auch die zivile Mentalität (civic-mindedness) der BürgerInnen eines Landes und ihr Bekenntnis zu demokratischen Normen und Pflichten in Frage gestellt.

Grundsätzlich sind Wahlen in Demokratien nicht wegzudenken, da laut Sartoris Demokratietheorie schließlich die BürgerInnen die Entscheidungen fällen. Andere ganz zentrale Funktionen von Wahlen zeigt de Nève (2009, 45) auf. Die offensichtlichsten Funktionen sind die der Repräsentation, Legitimation und Partizipationsmöglichkeit. Wahlen erfüllen die Funktion der Entscheidungsfindung. Es werden Personen oder Körperschaften für bestimmte Funktionen indirekt oder direkt für bestimmte Funktionen oder Positionen gewählt. Zwei weitere Funktionen sind die des Wettbewerbs und der Kontrolle. Zentral für demokratische Systeme ist der kompetitive Charakter von politischen Entscheidungsprozessen. Es geht dabei um einen Wettbewerb zwischen Personen und um Inhalte. Dabei wird der für die Demokratie so wichtige politische und gesellschaftliche Pluralismus sichtbar. Die Kontrollfunktion von Wahlen ist dadurch gegeben, dass WählerInnen die Möglichkeit haben, durch Nichtwahl, Abgabe einer ungültigen Stimme oder konkrete Wahl einer Position das Wahlergebnis zu beeinflussen. Damit können frühere Entscheidungen und Entwicklungen korrigiert werden, bisherige politische HerrschaftsträgerInnen bestätigt oder abgewählt werden und neue HerrschaftsträgerInnen an die Macht gebracht werden. Durch diese Macht der WählerInnen werden die gewählten Akteure zur Responsivität gezwungen.

4.2. Wer sind die WählerInnen?

Diese Arbeit fokussiert sich auf alle jene Personen, die bei der letzten Nationalratswahl wahlberechtigt waren. In Österreich waren das bei der Nationalratswahl 2013 rund 6,4 Millionen Menschen. Davon haben 74,9% tatsächlich an der Wahl teilgenommen, das bedeutet rund 4,8 Millionen Personen haben ihre Stimme abgegeben. Nur rund 1,8 % hat davon eine ungültige Stimme überliefert (Bundesministerium für Inneres 2013).

Rund ein Viertel der wahlberechtigten BürgerInnen sind daher nicht wählen gegangen. De Nève (2009, 29) zeigt, dass zwar alle Personen die nicht an Wahlen teilnehmen als NichtwählerInnen definiert werden, aber das heißt nicht, dass alle NichtwählerInnen

auch wahlberechtigt wären. Es gibt systematische und strukturelle Exklusionen, individuelle Wahlverzichte und unechte NichtwählerInnen laut de Nève. Auf die Medien bezogen ist die strukturelle Exklusion interessant. Eine strukturelle Exklusion ist beispielsweise eine geringe Wahlbeteiligung von Minderheiten. Die Ursachen können dabei wirtschaftlich, soziale oder kulturell bedingt sein. Die formale Gleichberechtigung von allen BürgerInnen geht nicht immer mit gleichen Handlungsspielräumen einher. So ist beispielsweise der Anteil der NichtwählerInnen, die keine Zeitung lesen, signifikant höher als jener der WählerInnen laut de Nève (2009, 151).

5. Medienlandschaft und die Mediennutzung in Österreich

In dem folgenden Kapitel wird die österreichische Medienlandschaft beschrieben. In dieser Magisterarbeit wird von einem Zusammenhang zwischen den Medien und Politischem Wissen und von einem Zusammenhang zwischen den Medien und der Wahlbeteiligung ausgegangen. Daher werden die Kapitel die Medienlandschaft in Österreich näher beschreiben, insbesondere der Printsektor, die Fernsehlandschaft und die Internetnutzung. Danach wird die Situation im Kontext von Demokratie und Wahlen betrachtet.

Die Bedeutung der Darstellung der österreichischen Medienlandschaft ist nicht zu unterschätzen, vor allem da sich diese Arbeit nicht nur grundsätzliche Medieneinflüsse ansieht, sondern auch im speziellen jene der österreichischen Medien. Die spezifische Medienlandschaft ist deshalb wichtig zu beleuchten, weil das Wissen der BürgerInnen über Politik nicht nur etwas über die Personen aussagt, sondern auch über die politische Umwelt in der sie leben laut Delli Carpini und Keeter (1996, 8). Elenbaas et al. (2014, 495) zeigen, dass eine größere Distribution von politischen Information in den Medien die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die BürgerInnen die Information aufnehmen.

„Indeed, because the environment – and most notably the mediated information environment – is a critical determinant of political learning opportunity, and because such opportunity is rarely constant across contexts, it is of much greater consequence for how well informed the public ends up being than commonly assumed” (Elenbaas et al. 2014, 495).

5.1. Printsektor

Insgesamt lesen 70 % der ÖsterreicherInnen täglich eine Zeitung in Papierform. Die Tageszeitung ist für rund 72 % die wichtigste Informationsquelle. Dabei zeigen Frauen

eine höhere politische Informationsnutzung als Männer mit Ausnahme der TV-Nachrichten (Lengauer, Plasser, and Seeber 2012, 63). Die meisten BürgerInnen greifen zur Kronen Zeitung, sie ist bundesweit gesehen die reichweitenstärkste Zeitung. Ihre Reichweite liegt bundesweit bei 32 % laut Media-Analyse 2013/14, das bedeutet täglich 2,3 Millionen LeserInnen (“Ergebnisse Der MA 13/14” 2014). Insgesamt sind die Boulevard-Tageszeitungen sehr stark. Auch Platz 2 und 4 der reichweitenstärksten Zeitungen – Heute, Österreich – mit Reichweiten von 13,1 % und 9,8 % fallen in Kategorie der Boulevard-Tageszeitungen. Diese beiden Gratiszeitungen sind besonders in Wien sehr stark, wo sie eine Reichweite von 35,8 % und 22,9 % haben. Im Mid-Market Sektor befinden sich die Kleine Zeitung, die zweitstärkste Tageszeitung und der Kurier, der an fünfter Stelle liegt. Die beliebtesten Qualitätsblätter sind der Standard und die Presse, welche sich an sechster (5,7 %) und siebter Stelle (4,1 %) in der Reichweiten-Rangordnung einreihen (“Ergebnisse Der MA 13/14” 2014). Die starke Boulevardpresse ist deutlich, da 24,3 % der WählerInnen ausschließlich die Tageszeitungen Kronen Zeitung, Österreich oder Heute als Quelle von politischen Informationen nutzen (Lengauer, Plasser, and Seeber 2012, 72).

In den jeweiligen Bundesländern gibt es auch starke regionale Tageszeitungen, beispielsweise die Oberösterreichischen Nachrichten mit 29,9 % Reichweite in Oberösterreich, die Salzburger Nachrichten mit 38,6 % Reichweite in Salzburg, die Tiroler Tageszeitung mit 44,5 % in Tirol und die Vorarlberger Nachrichten mit 52,5 % in Vorarlberg (“Ergebnisse Der MA 13/14” 2014).

Österreichs Medienlandschaft birgt eine große Anzahl an *wöchentlichen* Zeitschriften und Nachrichtenmagazinen. Insgesamt gibt es 160, davon sind die Niederösterreichische Nachrichten und die Oberösterreichische Rundschau die Größten. Ein weiteres beliebtes Magazin ist das Profil. Der Verlagsgruppe News gehören sowohl News und Profil, letzteres kann als Gegenstück zum Boulevardmagazin Die ganze Woche gesehen werden laut Trappel (2004, 6). Allerdings werden Zeitschriften und Magazine im Gegensatz zu Tageszeitung in dieser Studie nicht miteinbezogen.

5.2. Fernsehen

Das Fernsehen ist für 87 % der ÖsterreicherInnen die wichtigste Informationsquelle (Lengauer, Plasser, and Seeber 2012, 63). Der Fernseher ist schon fast überall, 98 % der österreichischen Privat-Haushalte besitzen ein Fernsehgerät (“Entwicklung Der Haushaltsausstattung 1990-2013” n.d.). Grundsätzlich erhalten die Haushalte bis zu

40 verschiedene Kanäle in Deutsch. Unter diesen vierzig Kanälen befinden sich zwei aus österreichischer Herstellung ORF-1 und ORF-2 (Trappel 2004, 6). Das österreichische Rundfunksystem wird stark vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk (ORF) dominiert. Vor 2002 gab es praktisch keine privaten TV-Sender aus Österreich. 2003 startete ATV und war damit das erste terrestrische österreichweite Privat-Fernsehprogramm (Plasser and Pallaver 2012, 252). In den darauffolgenden Jahren folgten weitere Privatsender, im Jahr 2004 folgte Puls4, im Jahr 2009 folgte Servus TV und im Jahr 2011 folgte ATV2.

Den größten Marktanteil hatten im Jahr 2013 immer noch die Fernsehprogramme des ORF. Der Sender ORF-2 steht an der Spitze mit 21,5 %, ORF-1 mit 12,4 %, weit dahinter kommen Sat.1 und RTL mit jeweils 5,4 %, PRO7 mit 5 %, ZDF mit 4,4 %, VOX mit 3,9 %. Die anderen österreichischen Konkurrenten liegen mit einem Marktanteil von 3,5 % bei Puls4, 3,4 % bei ATV, 1,5 % bei Servus TV und 0,5 % bei ATV2 weit dahinter ("TV-Marktanteile 2013 Nach Sendern" n.d.). Der ORF ist mit seinen beiden Sendern klarer Marktführer. Trappel (2004, 8) führt diesen Erfolg auf die Konsequenz der Programm-Policy, welche sich am Massenpublikum orientiert, zurück. Während sich ORF-1 eher auf Entertainment fokussiert, dabei gehen 58 % der Zeit auf Unterhaltung und nur 6 % Information, fokussiert ORF-2 höchst erfolgreich auf die lokalen Inhalte. Dabei sind 64 % der Zeit Information und nur 35 % der Zeit Unterhaltung. Am Abend werden an den Wochentagen von den regionalen Studios der Bundesländer lokale Nachrichtenprogramme ausgestrahlt. Die Programmformate erreichen die höchste Anzahl an Publikum, auch mehr als die ZIB 1, das bundesweite Hauptnachrichtenprogramm (Trappel 2004, 8).¹⁵ Allerdings ist der Hard-News Anteil der Bundesland Heute-Sendungen weit geringer. Die ZIB 1 sehen zumindest zwei Drittel aller WählerInnen mehrmals pro Woche und ein Drittel täglich. Das quasi Monopol wird deutlich beim Fakt, dass 88,3 % der WählerInnen ausschließlich TV-Nachrichtensendungen des öffentlich-rechtlichen Anbieters sehen (Lengauer, Plasser, and Seeber 2012, 66).

¹⁵ Zwar ist das Fernsehen die wichtigste Informationsquelle für die ÖsterreicherInnen so ist aber laut Bonfadelli (2004, 54) die Infoleistung des Fernsehen eher gering einzuschätzen, da Labor- und Feldexperimente zeigen, dass von 15-20 Meldungen der Tagesschau kaum mehr als 4 bis 5 Meldungen erinnert werden, daher ca. 25 %. Dabei erinnert man sich eher an konkretes (Was, Wo, Wie), aber eher weniger an die Ursachen und die Folgen. Außerdem sind mit 25 % bis 50 % auch der Anteil an Falschwissen und Missverständnissen hoch. Im Vergleich zu anderen Info-Kanälen führt das Zeitungslesen laut Bonfadelli kaum zu einer höheren Informiertheit.

5.3. Internet

Das Internet ist für rund 19 % der ÖsterreicherInnen die primäre politische Informationsquelle (Lengauer, Plasser, and Seeber 2012, 63). Die meisten Zeitungen sind dem Beispiel des Standards gefolgt und haben ebenso eine eigene Website kreiert. Bei den meisten lässt sich der Zeitungsinhalt ebenso finden wie extra special interest channels. Dabei haben die Websites eine klare Referenz zur offline Zeitung (Plasser and Pallaver 2012, 256). Bis heute gibt es kein erfolgreiches Web-only media laut Trappel (2004, 11). Die erfolgreichste Website ist orf.at. Unter den Nachrichtenanbietern ist laut ÖWA ("ÖWA Plus 4. Quartal 2013- Monatsreichweiten" n.d.) derstandard.at die meist abgerufene Webseite. An zweiter Stelle liegt krone.at, an dritter Stelle kurier.at, dann kleinezeitung.at, diepresse.com, meinbezirk.at (woche.at), heute.at, news.at, nachrichten.at, salzburg.com (Salzburger Nachrichten).

5.4. Einschätzung der Medienlandschaft im Kontext der Demokratie

In demokratischen Gesellschaften ist die Informationsfunktion eine der zentralen Leistungen von Massenmedien laut Burkart (2002, 402). Ihm zufolge können Demokratien auch Ansprüche an die Qualität der massenmedialen Informationsvermittlung stellen, beispielsweise Vollständigkeit, Objektivität und Verständlichkeit, da die Massenmedien in Demokratien eine wichtige Funktionalität innehaben.

Auch Elenbaas et al. (2014, 495) argumentieren, dass die Medioumwelt ein entscheidender Faktor im politischen Informations- und Lernprozess ist, da eine größere Distribution von politischen Informationen die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass BürgerInnen die Information erhalten. Daher ist es nicht nur wichtig wie viele Menschen fernsehen, Zeitungen lesen oder das Internet benutzen um sich zu informieren, sondern es ist ebenso wichtig, den Rahmen und die Leistungen der Medienlandschaft selbst einzuschätzen.

Insgesamt ist der Zeitungsmarkt in Österreich äußerst konzentriert laut Trappel (2004, 4). Es gibt eine hohe ökonomische Konzentration am österreichischen Pressemarkt mit horizontalen und vertikalen Verflechtungen. Die Konsequenzen sind unter anderen laut Plasser und Pallaver (2012, 252)

„vielschichtig und reichen von verzerrten Wettbewerbsverhältnissen, einer Verengung der redaktionellen Aufmerksamkeit auf selektive Themenfelder und Themenaspekte, orchestrierten Synchronisation der redaktionellen Beiträge bis zu Kampagnejournalismus [sic!] und Bevorzugung bestimmter Positionen und Standpunkte

einzelner politischer Akteure, wie sie in der redaktionellen Berichterstattung der Kronen Zeitung wie der Gratisblätter Heute und Österreich empirisch nachweisbar sind“.

Besonders der starke Boulevardsektor ist charakteristisch für Österreich. Problematisch ist dabei, dass es eindeutige politische Strukturen in der Berichterstattung und Themenbehandlung gibt, eine Tendenz zum redaktionellen Populismus und Kampagnenjournalismus laut Plasser und Pallaver (2012, 253).

Der Fernsehmarkt besteht größtenteils aus dem Quasi-Monopol des ORF laut Plasser und Pallaver (2012, 256).

„Das Quasi-Monopol des ORF am audio-visuellen Informations- und Nachrichtensektor provoziert gleichzeitig heftige Interventions- und Steuerungsversuche politischer Eliten, die ihre Themen, Argumente und Akteure in den Nachrichtenbeiträgen wiederfinden wollen. Der ORF ist somit externen Einflussnahmen ausgesetzt, die in dieser Dichte im westeuropäischen Vergleich öffentlich-rechtlicher Anstalten nur in Italien und Frankreich zu beobachten sind“ (Plasser and Pallaver 2012, 256).

Seit dem ORF-Gesetz von 2001 dürfen zwar politische Mandatare und FunktionsträgerInnen im Stiftungsrat des ORF nicht mehr vertreten sein, die Mitglieder des Stiftungsrates spiegeln trotzdem das politische Kräfteverhältnis der Parteien im Land wieder (Plasser and Lengauer 2012, 32).

Plasser und Pallaver (2012, 259) argumentieren, dass die BürgerInnen an „einem vergleichsweise verengten politischen Informationsrepertoire“ leiden, dass die Medienlandschaft widerspiegelt. Dabei sind vor allem das Quasi-Monopol des ORF am Rundfunksektor und die Dominanz des Boulevardblattes Kronen Zeitung und die Dominanz der boulevardesk aufgemachten Gratiszeitungen Heute und Österreich Charakteristika dieser Medienlandschaft. Laut den Autoren (Plasser and Pallaver 2012, 263) wird in keinem europäischen Land der politische Einfluss der nationalen Qualitätspresse von PolitikerInnen und JournalistInnen so gering eingeschätzt wie in Österreich. Umgekehrt wird der politische Einfluss der Boulevardzeitungen in keinem Land so hoch eingeschätzt wie in Österreich.

6. Forschungsstand

Im Mittelpunkt der Untersuchung steht die Beziehung zwischen Medien, politischem Wissen und Wahlbeteiligung. Zahlreiche Studien haben zumindest eine dieser Verbindungen untersucht. Diese werden in den folgenden Kapiteln aufgezeigt. Ziel der folgen-

den Kapitel ist es zu zeigen, dass bereits erbrachte empirische Ergebnisse teilweise sehr unterschiedlich ermittelt wurden in Bezug auf Konzeptualisierung und Operationalisierung. Es zeigt sich, dass einige Effekte stark vom Kontext abhängig sind und teilweise in weiteren Studien bestätigt aber auch nicht bestätigt werden konnten. Die sich ergebenden Forschungslücken und die darauf basierende Forschungsfrage und Hypothesen dieser Arbeit werden im vierten Kapitel erklärt.

6.1. Der Einfluss von Mediennutzung auf das Politische Wissen

Politisches Wissen und die Mediennutzung hängen theoretisch und empirisch eng zusammen. Die Medien haben so Sartoris Überlegungen eine entscheidende Rolle im Meinungsbildungsprozess. Sie sind die Basis für den Konsum von politischen Informationen.

Bisherige Forschungen zeigen ein differenziertes Bild des Einflusses von Medien auf das Politische Wissen. Der Zusammenhang zwischen den Medien und dem politischen Wissen wurde schon in einigen Erhebungen festgestellt (Clark 2014; Elo and Rapeli 2010; Eveland et al. 2005; Fraile and Iyengar 2014; Fraile 2011; Prior 2003; De Vreese and Boomgaarden 2006). Der Einfluss beziehungsweise eine Beziehung hängt stark von zwei Faktoren ab, erstens von der Art des Mediums und daher von Inhalt, beispielsweise Qualitätszeitungen vs. Boulevardzeitungen, und zweitens von der Mediengattung, beispielsweise Zeitung vs. Fernsehen. Bei den folgenden Studien wird kurz skizziert, was untersucht wurde, das Konzept von politischem Wissen, wie politisches Wissen und Mediennutzung operationalisiert wurde und welche Effekte gefunden wurden.

6.1.1. Zeitungen

Elo und Rapeli (2010) unterscheiden das politische Wissen in strukturelles Wissen und politische Informationen (siehe dazu Kapitel 1). Sie argumentieren, dass Mediennutzung primär das Wissen rund um politische Informationen beeinflusst, aber nur marginal das strukturelle Wissen. Sie haben das Konzept Politisches Wissen mit Wissensfragen über das politische System, über Politik, politische Konzepte und relevante politische Akteure erhoben. Mediennutzung in Bezug auf Zeitungen wurde erhoben mit der Frage, wie oft die Befragten lokale, inländische, ausländische und auf Wirtschaft bezogene Nachrichten, Editorials und Kolumnen konsumieren mit teils offenen und teils multiplen vorgegebenen Antwortmöglichkeiten. Fernsehkonsum wurde abgefragt durch die Abschätzung wie oft die Befragten Programme, die sich mit Politik beschäftigen,

ansehen. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass Zeitung die einzige Mediengattung ist, die eine positive Wirkung auf das Wissen über Politik hat. Genauer gesagt hat das Zeitungslernen einen moderaten Einfluss auf politische Information, aber nicht auf das strukturelle Wissen. In ihrer Studie haben Boulevard-Zeitungen eine negative Korrelation mit dem politischen Wissen. Das bedeutet, dass jene Personen, die Boulevard-Medien nicht als wichtige Quelle für politische Informationen ansehen, mehr Wissen über Politik hatten.

Fraile und Iyengar (2014) untersuchen den Effekt von verschiedenen Nachrichtenprogrammen auf politisches Wissen. Ihre Vorstellung von politischem Wissen bleibt völlig unklar. Sie messen politisches Wissen mit richtig-oder-falsch Fragen über Wissensaspekte über die EU und Wissen über nationale Politik (beispielsweise Identität eines Ministers, Rules of the Game). Die Mediennutzung wurde in Bezug auf Fernsehen und Zeitungen erhoben durch die Frage an wie vielen Tagen die folgenden Nachrichtenprogramme angesehen werden, an wie vielen Tagen die folgende Zeitung gelesen wird. Fraile und Iyengars Ergebnisse zeigen, dass der positive Effekt von großformatigen Zeitungen und öffentlich-rechtlichen Fernsehen auf Wissen robust bleibt. Allerdings schmälert nur der Konsum von großformatigen Zeitungen (und nicht von öffentlich-rechtlichem Fernsehen) die Wissenslücke zwischen Nationen. Die Ergebnisse zeigen, dass der Konsum von Medien, die Hard News produzieren, in höherem politischem Wissen resultiert. Sie argumentieren, dass es nicht das Medium per se ist, das den Ausschlag gibt, sondern der Inhalt. Insbesondere ist das Publikum von Boulevardzeitungen deutlich weniger über Public Affairs informiert als die Leserschaft von großformatigen Zeitungen.

Delli Carpini und Keeter (1996) interessieren sich dafür, was US-AmerikanerInnen über die Politik wissen und welche Bedeutung dies hat. Delli Carpini und Keeter (1996, 183) definieren politisches Wissen als „the range of factual information about politics that is stored in long-term memory“. Sie empfehlen die Messung von politischem Wissen mit Fragen welche Partei die Mehrheit im Repräsentantenhaus stellt, über das Veto-recht des Präsidenten, Ideologische Ausrichtung der Parteien, richterliches Prüfungsrecht und die Identität des Vizepräsidenten. Zeitungskonsum wurde abgefragt mit den Tagen an denen Zeitung gelesen wurde mal der Aufmerksamkeit auf Nachrichten über Politik. Fernsehkonsum wurde ähnlich erhoben mit den Tagen an denen in der letzten Woche ferngesehen wurde mal der Aufmerksamkeit auf Nachrichten über Politik. Die Ergebnisse zeigen auf, dass das Wissen der Bevölkerung über Institutionen und Prozes-

se signifikant höher ist, als das Wissen über Personen und Policys. Sie finden positive Effekte von Zeitungslernen auf Medienkonsum.

Fraile (2011) definiert politisches Wissen wie Delli Carpini und Keeter (1996, 10). Die Daten stammen aus dem European Social Survey, die Operationalisierung von politischem Wissen besteht aus Fragen bezüglich Wissen von Regeln, Akteuren, relevanten politischen Angelegenheiten, der Kapazität von individuellen BürgerInnen das Resultat zu beeinflussen. Dabei gibt es multiple Antwortmöglichkeiten, wobei es nur die Merkmale falsche Antworten und richtige Antworten gibt. Es gibt keine Angaben über die Operationalisierung von Mediennutzung. Die Untersuchung zeigt, dass in Spanien nur ein Medium, die Zeitungen, einen signifikanten Effekt auf politisches Wissen haben.

Price und Zaller (1993) interessieren sich dafür, wer die Nachrichten rezipiert und behält. Sie benutzen die Daten der National Election Studie und messen Mediennutzung mit Fragen an wie vielen Tagen in der letzten Woche Nachrichten gesehen wurden und wie viel Aufmerksamkeit ihnen geschenkt wurden. Das politische Wissen wurde mittels zehn Items abgefragt, beispielsweise welche Partei eher konservativ sei, welche Partei die meisten Mitglieder im Repräsentantenhaus hat. Price und Zaller (1993) zeigen auf, dass das bereits existierende politische Wissen wichtig ist, wenn neue Nachrichten gelesen werden und erinnert werden sollen. Das bedeutet, dass bereits gut informierte Personen im Allgemeinen dazu tendieren gut informiert zu bleiben über was auch immer die Medien berichten. Sie argumentieren, dass Wissen und Mediennutzung interdependent sind.

Keinen Zusammenhang zwischen Zeitungskonsum und politischem Wissen fanden Kenski und Stroud (2006), obwohl ihre Operationalisierung von politischem Wissen dem in dieser Arbeit vorgestellten Konstrukt politische Informationen entspricht.

6.1.2. Fernsehen

De Vreese und Boomgaarden (2006) untersuchen die Dynamik und die Veränderung der Beziehungen zwischen Medieninhalten auf politisches Wissen und Partizipation. Dabei verwenden sie nicht nur Daten einer Panel-Befragung, sondern führen auch eine Inhaltsanalyse durch. Politisches Wissen wurde über Kenntnisse in Bezug auf die EU abgefragt, beispielsweise die Anzahl der KommissarInnen, der Name des derzeitigen Präsidenten der Kommission, der Name des nationalen Kommissars, welches Land den Vorsitz innehat, die Anzahl der derzeitigen Beitrittskandidaten. Die meisten Fragen beinhalten eine offene Antwortmöglichkeit. De Vreese und Boomgaarden untersuchen

insbesondere den Medieninhalt. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass der *Medieninhalt* eine entscheidende Rolle spielt in der Beziehung zwischen Medienwirkung und politischem Wissen. Die Mediennutzung von Inhalten mit hohem politischem Level (beispielsweise öffentlich-rechtliche Fernsehnachrichten und Nachrichten von großformatigen Qualitätszeitungen) tragen am meisten zum Wissenserwerb und zur Neigung sich an Wahlen zu beteiligen bei. Der Medienkonsum von Medien, die wenig politischen Inhalt senden, hat entweder keinen Effekt oder nur wenig Effekt, etwas das vom Typ des Inhalts abhängt.

Ein ähnliches Bild bildet Prior (2003) ab. Ihn interessiert vor allem ob Soft News einen Einfluss auf politisches Wissen haben. Er unterteilt dabei das politische Wissen in Wissen bezüglich Angelegen der Kategorie Hard News und Angelegenheiten der Kategorie Soft News. Fragen in Bezug auf Soft News sind beispielsweise welcher Politiker die Existenz eines illegitimen Kindes gestanden hat oder wie die Anklage der Tochter von Präsident Bush lautet. Hard News hingegen wurde beispielsweise gemessen mit den Fragen welche Partei die Mehrheit im Repräsentantenhaus innehat und welcher Ideologie die Parteien nahestehen. Prior (2003, 162) zeigt, dass „People who prefer soft news formats are significantly less knowledgeable than those who prefer hard news, even in the political domains most easily presented as entertainment.“ Er zeigt auch auf, dass zwar eine Präferenz für Soft News keinen Lerneffekt erzeugt, dass aber der wahre Gegner die lokalen Nachrichten sind. Der Effekt zwischen Mediennutzung von lokalen Nachrichten und dem politischen Wissen (von Hard News) ist nämlich negativ. Dabei sind lokale Nachrichten noch viel populärer als Nachrichten von Soft News. Diesen negativen Effekt in Bezug auf lokale Nachrichten konnten auch Kenski und Stroud (2006) nachweisen.

Fraile und Iyengar (2014, 290) zeigen ebenfalls, dass ZuseherInnen von öffentlich-rechtlichen Fernsehen besser informiert sind als jene die kommerzielle Fernsehnachrichtenkanäle konsumieren. Dabei haben private Sender und Boulevardzeitungen sogar einen negativen Effekt auf politisches Wissen.

Eveland und Scheufele (2000) untersuchen welchen Einfluss Wissenslücken auf Partizipation haben und inwiefern dies von Mediennutzung moderiert wird. Sie benutzen Panel-Daten aus der American National Election Study. Politisches Wissen wurde mit Fragen in Bezug auf die Themen, Vorlieben und Abneigungen in Präsidentschaftskandidaten, Themenpositionierung von Kandidaten, Themenpositionierung von Parteien und Wissen rund um Ideologien. Bei Mediennutzung wurde die Aufmerksamkeit und

der Medienkontakt für den Index zusammengeführt. Eveland und Scheufele (2000, 215) Ergebnisse zeigen auf „that gaps in knowledge between higher and lower education groups were greater among light than heavy users of television news. A similar pattern was found for knowledge gaps across levels of newspaper use, but this pattern was weaker“.

Im Vergleich dazu gibt ebenso einige Studien, die keinen Effekt von Fernsehen auf das politische Wissen feststellen können (Delli Carpini and Keeter 1996; Elo and Rapeli 2010; Fraile 2011; Romer and Jamieson 2000).

6.1.3. Internet

Die Untersuchungen zeigen, dass Zeitungen eher einen Effekt auf das politische Wissen haben als das Fernsehen oder das Internet. In Bezug auf den Einfluss des Internet auf politisches Wissen sind die Ergebnisse unterschiedlich, aber meistens eher schwach.

Kenski und Stroud (2006) untersuchen unter anderem die Verbindung zwischen dem Internetzugang und den politischen Wissen. Sie benutzen die Daten der National Annenberg Election Survey. Politisches Wissen definieren sie gleich wie Delli Carpini und Keeter. Sie messen das Konzept mit Fragen über die Präsidentschaftskandidaten und ihre Themenpositionierung. In Bezug auf das Internet wurden die Befragten gefragt ob sie Internetzugang haben und wenn ja, an wie vielen Tagen sie Informationen über den Wahlkampf online gesehen haben. Ihre Ergebnisse zeigen, dass der Internetzugang einen positiven Effekt hat, allerdings ist er nur marginal.

Grönlund (2007) untersucht die Nutzung des Internets und politisches Wissen. Er benutzt Delli Carpini und Keeters Definition von politischem Wissen und misst das Konzept mit Fragen beispielsweise bezüglich der Zuordnung eines Politikers zur korrekten Partei, Russland als permanentes Mitglied des UN Sicherheitsrates, der nationalen Einkommensversteuerung, der Parteien in Parlament geordnet nach Größe. Die Ergebnisse zeigen nur eine schwache Wirkung, Internet spielt zwar eine Rolle aber ihre Bedeutung ist relative gering. Die Ergebnisse lassen vermuten, dass InternetnutzerInnen über ein geringfügig größeres politisches Wissen verfügen.

Dimitrova et al. (2014) untersuchen die Effekte von Digitalen Medien auf Partizipation und auf politisches Wissen beziehungsweise Lernen. Sie benutzen Panel-Daten einer Befragung in der sie politisches Lernen mittels jenen politischen Informationen abfragen, deren Themen während des Wahlkampfes aktuell wurden, nämlich Themenpositionierung und Policy Vorschläge, inländische Veranstaltungen und Entwicklungen

und ausländische Events. Die digitale Mediennutzung wurde erhoben mit wie oft die NutzerInnen im Internet Nachrichtenprogramme sehen, Boulevardzeitungen und beliebte Tageszeitungen im Internet lesen. Dimitrova et al. zeigen auf, dass Digitale Medien nur einen limitierten Effekt auf das Politische Wissen und Politische Partizipation haben. Innerhalb der digitalen Medien haben nur online Nachrichten Webseiten (online news sites) einen Einfluss auf das politische Wissen. Obwohl das Lesen von Nachrichten online einen signifikanten positiven Effekt auf Lernen hat, so ist dieser jedoch relativ schwach.

Elo und Rapli (2010) finden keinen signifikanten Einfluss von Internet auf politisches Wissen. Auch Trans (2013) Ergebnisse deuten auf keinen signifikanten Zusammenhang zwischen der Nutzung von online Nachrichten und dem politischen Wissen hin.

6.2. Der Einfluss von Mediennutzung auf Wahlbeteiligung

Die Verbindungen von Medien und Wahlbeteiligung (Aichholzer, Johann, and Zeglovits 2014; Corrigan-Brown and Wilkes 2014; Tolbert and McNeal 2003) wurde in einigen Studien aufgezeigt.

Corrigan-Brown und Wilkes untersuchen den Effekt von verschiedenen Medien auf das Wahlverhalten. Sie benutzen Daten einer Panel-Untersuchung, die Befragungen wurden in den Jahren 1965, 1973, 1992, 1997 durchgeführt mit denselben Personen. Die Mediennutzung wurde erhoben mit je drei Frageitems zur Häufigkeit der Mediennutzung von politischen Nachrichten in Zeitungen, Radio und Fernsehen. Sie finden in ihrer Untersuchung, dass der Zeitungskonsum einen starken, signifikanten positiven Effekt auf das Wahlverhalten hat, der Konsum von Fernsehen hingegen keinen.

Tolbert und McNeal (2003, 175) haben untersucht ob das Internet eine Wirkung auf die individuelle politische Partizipation über längeren Zeitraum hat. Sie benutzen die Daten der American National Election Studies. Internetnutzung messen sie dabei als Zugang zum Internet und politischen Informationen. Sie haben herausgefunden, dass WählerInnen mit Zugang zum Internet und online Wahlkampfnachrichten eher wählen gegangen sind in den Jahren 1996 und 2000 in den USA.

Eveland und Scheufele (2000, 215) zeigen, dass weder das Konsumieren von Zeitungen noch von Fernsehnachrichten in Beziehung mit nicht-wählen (gaps in voting) steht. Allerdings haben auf Wahlen Zeitungen, aber nicht Fernsehen einen signifikanten Einfluss. Allerdings gibt es hier eine signifikante Interaktion zwischen Bildung und Zeitung.

6.3. Der Einfluss von Politischem Wissen auf Wahlbeteiligung

Das politische Wissen hat ebenfalls unterschiedliche Wirkungen. Kenski und Stroud (2006) finden einen positiven Effekt zwischen dem Internetzugang und online Konsum von Wahlkampfinformationen mit politischen Wissen und Partizipation. Obwohl die Ergebnisse signifikant sind, sind die Assoziationen nur sehr klein.

Corrigan-Brown und Wilkes (2014) untersuchen nicht nur den Effekt von Medien auf Wahlbeteiligung, sondern auch den Effekt von politischem Wissen auf Wahlbeteiligung. Sie messen politisches Wissen mittels einer Scala von 0 bis 6, welche die Anzahl der korrekten Antworten angibt. Die Ergebnisse zeigen, dass politisches Wissen einen starken, signifikanten, positiven Effekt auf die Wahlteilnahme hat. Medien und politisches Wissen sind die stärksten Variablen, welche Wahlverhalten erklären. Sie argumentieren, dass die Mediennutzung politisches Wissen erhöht. Ein großes politisches Wissen wird nicht nur mit einer hohen Wahrscheinlichkeit zu wählen assoziiert, sondern wenn eine Person ihr Wissen über längere Zeit erweitert, dann erhöht sich auch die Wahrscheinlichkeit, dass sie wählen geht.

Andererseits gibt es Ergebnisse von Studien, die die Bedeutung der Unterscheidung von politischem Wissen aufzeigen. Johann (2011, 2012a, 2012b) verwendet dabei die Daten der Allgemeinen Bevölkerungsumfrage (ALLBUS). Die Daten erlauben es ihm laut eigenen Angaben Wissen in Strukturen beziehungsweise Spielregeln des politischen Systems und in Wissen über politische Akteure einzuteilen. Johanns (2012b) Ergebnisse zeigen, dass politisches Wissen im Allgemeinen die Tendenz politisch inaktiv zu sein senkt, aber dass das Wissen über politische Akteure einen positiven Effekt auf die Wahlteilnahme hat. Das Wissen über die Rules of the Game ist ein wichtiger Faktor, wenn BürgerInnen über das Wählen hinaus politisch partizipieren, vor allem bei Protesten. Johanns (2011) Studie hingegen zeigt auf, dass Kenntnisse über die Spielregeln des politischen Systems irrelevant für die Wahlteilnahme sind, aber dass Kenntnisse über das politische Personal beziehungsweise über politische EntscheidungsträgerInnen einen positiven Effekt auf die Wahlbeteiligung haben. In einer weiteren Untersuchung analysiert Johann (2012a) die direkten und indirekten Effekte von politischem Wissen auf politische Partizipation. Die Ergebnisse bestätigen, dass die Kenntnisse über die politischen Akteure einen stärkeren direkten und indirekten Effekt auf die Absicht zur Wahlteilnahme haben als die Kenntnisse über die Spielregeln des politischen Systems. Grundsätzlich sind dabei die indirekten Effekte von Wissen über Akteure größer, als die Kenntnisse über Spielregeln, auf die Wahlabsicht.

Ein ungewöhnliches Resultat findet Grönlund (2007). Er untersucht die Einflussfaktoren von politischem Wissen und findet Wahlteilnahme als hochsignifikanten Determinanten, der politischem Wissen erhöht. Dieses Ergebnis zeigt, wie wichtig die Untersuchung dieser Verbindung ist, auch im Hinblick, dass es Studien (Dimitrova et al. 2014) gibt, die keinen Effekt von politischem Wissen auf politische Partizipation finden.

6.4. Zusammenfassung der Effekte

Der Einfluss von Medien auf politisches Wissen ist unbestritten jene Verbindung unter den hier aufgezeigten, die bisher am meisten untersucht wurde. Insgesamt zeigen hier die Ergebnisse der meisten Studien, dass Zeitungen eher einen Effekt haben als Fernsehen und Internet, und Fernsehen eher einen Effekt hat als die Nutzung des Internets. Die Wirkung des Internets bleibt uneindeutig, ist aber im besten Falls, wenn überhaupt, sehr gering. Allerdings kommt es weniger auf die Mediengattung per se an, sondern mehr auf den tatsächlichen Medieninhalt. Nachrichtenformate über Soft News, daher Privatsender und Boulevardmedien haben keinen Einfluss auf das politische Wissen, während insbesondere Qualitätsblätter und öffentlich-rechtliche Sender einen positiven Effekt haben. Einen negativen Effekt haben lokale Nachrichten auf das politische Wissen, einmal wurde dieser Effekt auch für Boulevard Zeitungen gefunden. In Bezug auf das spezifische Wissen scheint das Wissen über Institutionen und Prozesse höher zu sein, als das Wissen über Personen und Entscheidungsinhalte.

Der Effekt von Mediennutzung auf Wahlbeteiligung ist bisher kaum untersucht worden. Dabei hat sich gezeigt, dass auch hier verschiedene Mediengattungen verschiedene Auswirkungen haben. Während dem Fernsehkonsum kein Effekt auf die Wahlbeteiligung nachgewiesen werden konnte, so sind die Ergebnisse bezüglich des Zeitungskonsums nicht eindeutig. Auch dem Internet wurde ein Effekt zugeschrieben, allerdings besteht hier die Frage inwiefern dies heute danach immer noch der Fall ist, da die Studie 15 Jahre alt ist und das Internet mittlerweile eine enorme Veränderung durchgemacht hat.

Der Einfluss von politischem Wissen auf die Wahlbeteiligung ist ebenfalls ein wenig erforschtes Gebiet. Die Studien zeigen unterschiedliche Ergebnisse, es gibt Analysen die einen starken, positiven Effekt zeigen und Ergebnisse die nur kleine Effekte finden. Im speziellen haben bisherige Forschungen gezeigt, dass es auf das spezifische Wissen über Politik drauf ankommt. Nicht jeder Typ von politischen Informationen hat die gleiche Wirkung auf Wahlbeteiligung. Aber auch hier zeigen die Ergebnisse ein unklares

Bild. Einerseits wurde gezeigt, dass politische Informationen irrelevant für die Wahlteilnahme sind, andererseits wurde auch das Gegenteil gefunden. Die Analyse zeigt auch auf, dass scheinbar die Kenntnisse über politische Informationen einen größeren Effekt haben als das strukturelle Wissen. Das strukturelle Wissen scheint in einer Studie ein signifikanter, positiver Effekt zu sein, in einer anderen Studie wird gezeigt, dass dieses Wissen nur als indirekter Effekt auf Wahlteilnahme besteht. Diese Ergebnisse zeigen deutlich, wie wichtig hier weitere Untersuchungen auf dem Gebiet sind.

In Bezug auf das Forschungsdesign haben die meisten Studien Daten aus Befragungen analysiert. Teilweise wurden sie auch mit Inhaltsanalysen verbunden um Aussagen über den Medieninhalt treffen zu können. Dabei werden Längsschnittstudien als die vorteilhaftere Methode gesehen, jedoch auch Daten aus Querschnittstudien werden durchaus benutzt. Die Konzeptualisierung von politischem Wissen, eine genaue Definition, wird nicht immer gegeben, da der Fokus oft zu sehr auf den Medien und der Mediennutzung liegt. Die meisten Studien unterscheiden innerhalb des politischen Wissens nicht, oder nur in Bezug auf die Operationalisierung.

Gemeinsam liegt allen Studien der Gedanke der Kausalität. Obwohl nur wenige mit Daten aus Längsschnittuntersuchungen arbeiten, so nehmen sie alle einen gerichteten Effekt von Medien auf das politische Wissen an. Es gibt viele Studien, die den Einfluss von Medien nicht durch Veränderungen feststellen, sondern einfach nur durch eine einmalige Erhebung vom politischen Wissen (beispielsweise (Elo and Rapeli 2010; Gibson and McAllister 2014; Prior 2003), während andere wiederum Daten hernehmen, die tatsächlich Veränderungen feststellen können (beispielsweise (Corrigall-Brown and Wilkes 2014; Eveland et al. 2005; Fraile 2011; Price and Zaller 1993; De Vreese and Boomgaarden 2006). Eveland et al. (2005) haben sich dieser Thematik angenommen und untersuchen ob hier eine Kausalität zwischen Medien und politischem Wissen. Sie ziehen die Schlussfolgerung, dass die Kommunikation in eine Richtung verläuft, von den Medien zum politischen Wissen.

7. Forschungsfrage und Hypothesen

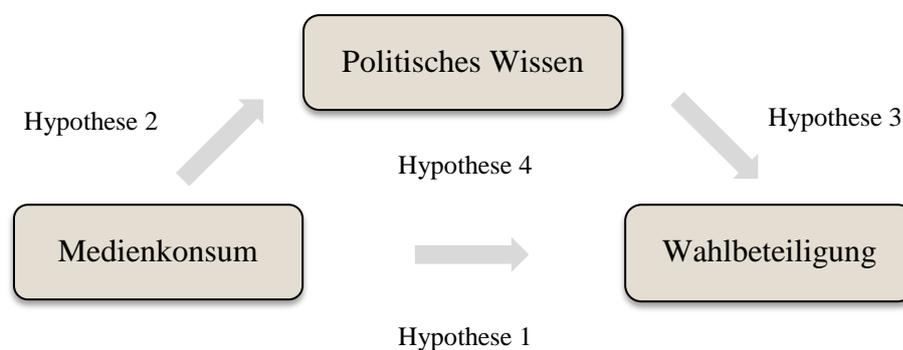
Auf Basis der oben dargestellten Ergebnisse des Forschungsstands wird sich diese Magisterarbeit der Dreiecksbeziehung von Medienkonsum, politischem Wissen und Wahlbeteiligung in Österreich widmen. Die Forschung hat sich bisher auf die Verbindung zwischen Medien und institutionellen Formen von politischer Aktion, insbesondere Wahlteilnahme fokussiert (Aichholzer, Johann, and Zeglovits 2014; Corrigall-Brown

and Wilkes 2014; Ksiazek, Malthouse, and Webster 2010; Tolbert and McNeal 2003). Allerdings gibt es eine Reihe weiterer Faktoren, die immens einflussreich in Bezug auf die Wahlteilnahme sind (de Nève 2009). Ein Faktor ist das politische Wissen, das schon in vielen Untersuchungen aus vielfältigen Perspektiven untersucht wurde. Studien haben empirisch einen positiven Effekt zwischen politischem Wissen und Wahlbeteiligung festgestellt (Corrigall-Brown and Wilkes 2014; Dimitrova et al. 2014; Johann 2011, 2012a, 2012b; Kenski and Stroud 2006; De Vreese and Boomgaarden 2006). Relativ neu ist die Ansicht, dass politisches Wissen allerdings aus spezifischen Komponenten besteht, die einen unterschiedlichen Einfluss auf die Wahlbeteiligung haben und auch durch unterschiedliche Faktoren verursacht oder gefördert werden (Elo and Rapeli 2010; Johann 2012b). Diesem Argument wird in der Forschung wenig Beachtung geschenkt und soll weiter untersucht und analysiert werden. Des Weiteren soll die Beziehung zwischen Medien und Wahlbeteiligung, die vom politischen Wissen als Mediator beeinflusst wird, untersucht werden. Nur wenige Studien haben alle drei Konzepte in Verbindung zueinander untersucht (Scheufele 2002; De Vreese and Boomgaarden 2006).

Es wird der Forschungsfrage nachgegangen: Wie wirkte sich der Medienkonsum und das politische Wissen der ÖsterreicherInnen auf die Wahlbeteiligung der Nationalratswahl 2013 aus? Das hier vorgeschlagene Modell visualisiert in Abbildung 2 die Beziehung.

Dieses Modell wird von Andrew Hayes (2013, 86) als “The Simple Mediation Modell” bezeichnet. Dabei umfasst das Modell zwei „consequent variables“ das politische Wissen und die Wahlbeteiligung und zwei „antecedent variables“ der Medienkonsum und das politische Wissen. Dabei beeinflusst Medienkonsum kausal das politische Wissen und die Wahlbeteiligung, das politische Wissen beeinflusst kausal die Wahlbeteiligung.

Abbildung 2: Mediation Modell: politisches Wissen als Mediator zw. Medienkonsum und Wahlbeteiligung



Quelle: Eigene Darstellung

Das Model ist ein kausales System in dem der Medienkonsum die Wahlbeteiligung beeinflusst und durch die intervenierende Variable des politischen Wissens beeinflusst wird. Es gibt dabei zwei eindeutige Pfade durch die der Medienkonsum auf die Wahlbeteiligung Einfluss nimmt. Daraus ergeben sich folgende Hypothesen:

Die Erwartungen sind,

- (H1) einen positiven Effekt von Medienkonsum auf Wahlbeteiligung zu finden. Erstens wird dabei erwartet, dass Qualitätsmedien einen stärkeren positiveren Effekt haben als Boulevardmedien. Dies Annahme basiert auf den Ergebnissen von de Vreese und Boomgarden (2006).
- (H2) einen positiven Effekt von Medienkonsum auf politisches Wissen zu finden.
- (H3) einen positiven Effekt von politischen Wissen auf die Wahlbeteiligung zu finden.
- (H4) einen positiven Effekt von Medienkonsum auf politisches Wissen auf Wahlbeteiligung zu finden. Dabei wird die Beziehung zwischen Medienkonsum und Wahlbeteiligung von politischem Wissen beeinflusst.

Die vierte Hypothese stammt aus der logischen Schlussfolgerung, die aufgrund der Logik des Mediationsmodelles erfolgt, da der Mediator die Ursache und den Effekt verbindet. Da andere Studien Hypothesen 1 – 3 schon teilweise bestätigen konnten, wird diese Beziehung durch den Mediator hier untersucht.

Als Kontrollvariablen sind Alter, Bildung, Geschlecht und politisches Interesse vorgesehen, da etliche Studien ihren Einfluss gezeigt haben. Alter ist beispielsweise ein wichtiger Prädiktor von politischem Wissen (Clark 2014; Delli Carpini and Keeter 1996; Dow 2009; Elo and Rapeli 2010; Fraile 2011; Westle and Johann 2010). Bildung ist in vielen Studien ebenfalls ein starker Einflussfaktor (Blais et al. 2004; Elo and Rapeli 2010; Franklin 2004; Grönlund 2007; Kenski 2000). Insbesondere das Geschlecht ist interessant, da auch hier vor allem in Bezug auf das politische Wissen sich eine großer Gender gap gezeigt hat (Delli Carpini and Keeter 1996; Eveland et al. 2005; Kenski and Jamieson 2000; Kenski 2000; McGlone, Aronson, and Kobrynovicz 2006; Wolak and McDevitt 2011). Politisches Interesse wird ebenfalls in vielen Studien als Einflussfaktor eruiert (Delli Carpini and Keeter 2002; Dimitrova et al. 2014; Elo and Rapeli 2010; Eveland and Scheufele 2000; Franklin 2004; Kenski and Stroud 2006; Lazersfeld, Berelson, and Gaudet 1969; de Nève 2009).

8. Untersuchungsanlage und Methode

8.1. Auswahl der Methode und Daten

Zur Beantwortung der Forschungsfrage und zum Testen der Hypothesen werden idealerweise Daten einer großen Menge an WählerInnen gebraucht, die im besten Fall repräsentativ für die österreichische Wählerschaft sind. Aus diesem Grund werden die Daten einer Befragung herangezogen. Die Methode der Befragung bietet den Vorteil Daten über Informationen, Einstellungen und Wissen von Personen erheben zu können. Mittels Panel-Daten können dabei dieselben Personen und ihre Einstellungen und Wissen über einen längeren Zeitraum erhoben werden. Im Hinblick auf den derzeitigen Forschungsstand zeigt sich, dass jene Untersuchungen die sich um politisches Wissen drehen hauptsächlich mit Befragungen arbeiten, einige wenige Untersuchungen kombinieren diese mit Medieninhaltsanalysen. Diese Studie arbeitet mit Panel-Daten aus einer Befragung, da es hier möglich ist die Richtung von Beziehungen zweier Variablen festzustellen. Somit kann die Richtung der Beziehung zwischen dem Medienkonsum und dem Wissen der BürgerInnen analysiert werden. Damit die Ergebnisse dieser Studie auch generalisierbar sind, wurden die Umfragedaten der repräsentativen WählerInnenbefragung der österreichischen nationalen Wahlstudie (AUTNES) für diese Untersuchung herangezogen.

8.2. Befragungsdesign

Die Befragung wurde im Rahmen der österreichischen nationalen Wahlstudie (AUTNES) durchgeführt. Die Daten aus der Panel-Befragung stammen aus dem AUTNES Pre- and Post-Election Voter Survey 2013 (Kritzinger et al. 2014). Es handelt sich dabei um eine repräsentative WählerInnenbefragungen in Österreich. Mittels kognitiven Interviews wurde zwischen Juni bis September 2011 und im Februar 2012 Pretests durchgeführt.

Bei der tatsächlichen Vorwahlbefragung wurden 3200 Interviews angestrebt und das Sample wurde basierend auf Adressen ausgewählt. Ein erstes Sample wurde zwischen November und Dezember 2012 (n= 802) gezogen, ein weiteres zwischen April und Juni 2013 (n= 2020). Die Vorwahlbefragungen wurden face-to-face mittels CAPI gemacht. Die Befragungen haben im Schnitt ungefähr 45 Minuten gedauert. Den ausgewählten Haushalten wurde vor der Befragung ein Informationsbrief zugeschickt um sie auf die Befragung vorzubereiten und zu informieren. In der zweiten Phase der Befragung zwischen April und Juni 2013 wurden auch Anreize in Format eines 7 €-Gutscheins angeboten. Die Befragten wurden auch gefragt, ob sie für eine weitere Befragung bei den Nachwahlbefragungen zur Verfügung stehen würden.¹⁶

Die Nachwahlbefragungen wurden mittels Telefon und CATI Computer durchgeführt und haben ca. 20 Minuten gedauert. Die Befragungen haben am Tag nach der Wahl (30. September 2013) begonnen, die letzte Befragung wurde Anfang Dezember 2013 durchgeführt. Das Ziel die Hälfte der Personen der Vorwahlbefragung für die Nachwahlbefragung zu interviewen wurde nicht erreicht, am Ende wurden nur 1504 Interviews durchgeführt. Die Bereitschaft ein zweites Mal an der Befragung teilzunehmen stellte sich als extrem gering heraus. Auch hier wurde als Anreiz wieder 7€- oder 14€-Gutscheine angewendet um die Personen für die Befragung zu gewinnen. Bei beiden Befragungen wurden Filter, Randomisierung und die Rotation von Items implementiert (Kritzinger et al. 2014).

¹⁶ Den Befragten wurden laut Fragebogen (Kritzinger et al. 2014, 51) diesbezüglich folgende Informationen von der/dem InterviewerIn zur Verfügung gestellt: „Wir werden kurz nach den Nationalratswahlen eine Fortsetzungs-Befragung durchführen, bei der es um ähnliche Fragen wie heute geht. Allerdings ist das Interview viel kürzer und wird etwa 15 bis 20 Minuten dauern und am Telefon durchgeführt. Für unser Forschungsprojekt wäre es sehr wichtig, wenn Sie uns auch nach den Wahlen wieder unterstützen würden. Ich lasse Ihnen hierzu auch eine Information des IFES und der Universität Wien da, da finden Sie noch einmal die wichtigsten Hinweise für diese Befragung. Für eine erste Einschätzung möchte ich Sie fragen, wie sicher Sie aus heutiger Sicht auch an dieser Fortsetzungs-Befragung teilnehmen werden? Sicher, eher schon, eher nicht, sicher nicht, weiß nicht, verweigert.“

8.3. Operationalisierung, Messung und Indexerstellung

8.3.1. Konzept: politisches Wissen

Für die Analyse von politischem Wissen werden die Fragen und Antworten der Vorwahlbefragung verwendet. Untersuchungsgegenstand ist der Einfluss der Medien und des Wissens auf die Wahlbeteiligung. Daher macht es nur Sinn, die Ergebnisse der Vorwahlbefragung und nicht der Nachwahlbefragung zu nehmen, da das Wissen vor der Wahl die Entscheidung wählen zu gehen beeinflusst und nicht das Wissen nach der Wahl. Die Nachwahlbefragung dauerte bis zu vier Monate nach der Wahl an.

Insgesamt wurden für die Abdeckung des Konstrukts politisches Wissen sechs Fragen aus dem Fragebogen ausgewählt. Aus ihnen ergeben sich acht Frageitems, da die Frage nach der Parteizugehörigkeit in drei Wissensitem aufspaltet wurde. Von den AutorInnen der AUTNES sind nur sieben davon explizit als Wissensitem abgefragt worden, allerdings bezieht sich auch die erste Frage nach den Abgeordneten des Nationalrats (siehe Tabelle) auf Kenntnisse von politischen Informationen und wurde daher inkludiert. Das Konstrukt politisches Wissen umfasst daher acht Frageitems, die die Befragten richtig beantworten konnten. Bei jeder Frage wurde zwischen richtigen und falschen Antworten unterschieden.

Der Index für die Variable Politisches Wissen besteht aus allen acht Frageitems. Somit kann der Wert zwischen 0 und 8 Annehmen, da es 8 mögliche richtige Antworten gibt. Der Index wird standardisiert indem der Wert durch die Anzahl der möglichen richtigen Antwort dividiert wird. Daher ergeben sich Werte zwischen 0 und 1. Sie können als Anteil richtiger Antworten interpretiert werden. Cronbach's Alpha beträgt 0,360.

Der Index für Strukturelles Wissen besteht aus vier Frageitems. Die Befragten konnten daher zwischen 0 und 4 richtige Antworten haben. Der Wert wurde ebenfalls standardisiert. Cronbach's Alpha ergibt einen Wert von 0,314.

Der Index für das Wissen über politische Informationen wurde auf die gleiche Art und Weise erstellt. Es gibt vier Frageitems, die zu einer Variable zusammengefasst und standardisiert wurden. Cronbach's Alpha ist ebenfalls sehr niedrig mit 0,373.

Tabelle 2: Fragen zur Messung vom Politischen Wissen

Strukturelles Wissen	Wissen über politische Informationen
Ab welchem Alter darf man in Österreich wählen? (offene Frage)	In Umfragen zeigt sich oft, dass Abgeordnete zum Nationalrat wenig bekannt sind. Wie ist das bei Ihnen? Kennen Sie den Namen eines oder mehrerer Nationalratsabgeordnete aus Ihrem Bezirk oder Ihrem Bundesland? ¹⁸
Wie viel Prozent der Stimmen braucht eine Partei für den Einzug in den Nationalrat? 3%; 4%; 5%	Ja; Nein; weiß nicht; verweigert; ¹⁹
Wer ernennt den österreichischen Bundeskanzler? Der Bundespräsident; Der Nationalrat; Der Bundesrat; weiß nicht; verweigert	Zu welcher Partei gehören die folgenden Politiker? SPÖ, ÖVP, FPÖ, BZÖ oder Grüne? Wie ist das mit ... Item 1 Maria Fekter?; Item 2 Alois Stöger?; Item 3 Rudolf Hundstorfer? ²⁰
In einigen Ländern gibt es Gesetze, die es den Bürgern erlauben, Einsicht in Akten und Dokumente der Regierung und Verwaltung zu nehmen, die zeigen, was diese tun. Warum ist es in einer Demokratie wichtig, dass man sich diese Unterlagen ansehen kann? ¹⁷ damit die Bürger sich ein begründetes Urteil über die Entscheidungen der Regierung bilden können; damit die Regierung nur Entscheidungen trifft, mit denen alle einverstanden sind; damit kein Bürger die Entscheidungen der Regierung kritisiert; weiß nicht; verweigert	

8.3.2. Konzept: Medienkonsum

Die Daten zum Medienkonsum stammen aus der Nachwahlbefragung, da nur hier und leider nicht in der Vorwahlbefragung Mediennutzungsdaten erhoben wurden. Für das Konzept Medienkonsum werden drei Kanäle herangezogen: Fernsehen, Tageszeitungen

¹⁷ Diese Frage wurde nur in der Vorwahlbefragung gestellt.

¹⁸ Hier wurde die Antwort „Ja“ als richtig gewertet, auch wenn es hier keine richtigen oder falschen Antworten gibt. Die Einteilung in richtige und falsche Antworten ist bloß eine Messung von vorhandenem Wissen und wenn eine Person hier „Ja“ antwortet, dann ist das Wissen vorhanden und damit fällt sie in die Kategorie der richtigen Antworten.

¹⁹ Diese Frage wurde nur bei der Vorwahlbefragung gestellt und nicht bei der Nachwahlbefragung.

²⁰ Werden in der Analyse als 3 getrennte Fragen behandelt, eine Frage pro Item.

und Internet. Bei den Fragen zum Fernsehkonsum wurden die TeilnehmerInnen gefragt an wie vielen Tagen einer Woche sie die jeweiligen Nachrichtensendungen ansehen: ZIB I, ZIB II, ZIB 20, ZIB Magazin, ZIB 24, ATV-aktuell, ATV-aktuell – das wichtigste vom Tag, Pro7 – Austria News. Zusammengefasst in einem Index wurde analysiert wie oft in der Woche die Befragten sich im Fernsehen über das politische Geschehen informieren. Der Wert wurde standardisiert indem er durch die Anzahl der maximalen Möglichkeiten dividiert wurde, daher ergeben sich Werte zwischen 0 und 1. Auf dieselbe Art und Weise wurden Indexe für die Variablen Nachrichtensendungen vom ORF und Nachrichtensendungen von privaten Sendern erstellt. Dabei umfasst die Variable Nachrichtensendungen vom ORF fünf Frageitems und die Variable Nachrichtensendungen von privaten Sendern drei Frageitems. Auch hier wurden die Werte standardisiert. Somit können alle Indexe verglichen werden.

Beim Nutzungsverhalten in Bezug auf Zeitungen wurden die Interviewten befragt, an wie vielen Tagen pro Woche sie die Zeitungen Kronen Zeitung, Österreich, Kurier, Heute, Kleine Zeitung, Standard, Presse oder Salzburger Nachrichten lesen. Es wurde analysiert wie oft die Personen eine dieser Tageszeitungen in der Woche liest. Hier wurden ebenfalls drei Variablen gebildet: Tageszeitungsnutzung gesamt, Boulevardblätter und Qualitätsblätter. Für Boulevardblätter wurden nur die Zeitungen Kronen Zeitung, Heute und Österreich herangezogen. Die Variable Qualitätsblätter umfasst Presse und Standard. Die Werte wurden standardisiert indem sie durch die Anzahl an möglich gelesenen Ausgaben in der Woche dividiert wurden. Sie stellen den Anteil an möglich gelesenen Ausgaben dar.

Das Informationsverhalten im Internet wurde im Fragebogen erhoben mit der Frage wie häufig sich die Befragten im Internet über das politische Geschehen informieren. Die Variable wurde umcodiert in eine dichotome Variable. Die Befragten wurden eingeteilt in Personen, die sich selten oder nie im Internet informieren und Personen, die sich mindestens mehrmals pro Monat informieren.

Tabelle 3: Fragen zur Mediennutzung

Fernsehen	Zeitung	Internet
An wie vielen Tagen einer normalen Woche sehen Sie im Durchschnitt die jeweilige Nachrichtensendung, oder sehen Sie diese nie?	Ich lese Ihnen jetzt die Namen einiger Tageszeitungen vor. Bitte sagen Sie mir, wie oft sie die Zeitung lesen. Wir meinen NUR die gedruckte Ausgabe und nicht die Onlineausgabe. An wie vielen Tagen einer normalen Woche lesen Sie im Durchschnitt die gedruckte Ausgabe der jeweiligen Zeitung, oder lesen Sie diese nie?	Wie häufig informieren Sie sich im Internet über das politische Geschehen in Österreich? Nahezu täglich, mehrmals pro Woche, mehrmals pro Monat, seltener oder nie?

8.3.3. Konzept: Wahlbeteiligung

Die Wahlbeteiligung wurde ebenfalls im Fragebogen abgefragt (siehe Tabelle 3). Die Antwortmöglichkeiten wurden umkodiert, sodass es nur mehr zwei Ausprägungen gibt: WählerInnen und NichtwählerInnen.

Tabelle 4: Fragen für Wahlbeteiligung

Wahlbeteiligung
Bei der Nationalratswahl am 29. September gab es viele Bürger, die aus guten Gründen nicht an der Wahl teilnehmen konnten oder wollten. Wie war das bei Ihnen, welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu? Ich habe bei der Nationalratswahl am 29.Sept nicht gewählt. Ich habe in Erwägung gezogen zu wählen, es diesmal aber nicht gemacht. Ich wähle normalerweise schon, aber diesmal nicht. Ich bin sicher, dass ich am 29.Sept gewählt habe. Ich habe per Brief gewählt. weiß nicht; verweigert

8.3.4. Kontrollvariablen

Des Weiteren wurden noch das Politische Interesse und die soziodemographische Daten, Alter, Bildung und Geschlecht erhoben.

Alter und Bildung wurden gleich zu Beginn erhoben: „Damit ich feststellen kann, wen ich befragen soll, zählen Sie mir bitte zuerst auf, aus wie vielen Personen Ihr Haushalt besteht: Zählen Sie bitte nur die Personen mit, die hier ihren Hauptwohnsitz haben,

das ist für uns wichtig, wegen der Wahlberechtigung bei der Nationalratswahl: Wie viele Personen wohnen hier, die 15 Jahre oder älter sind? Und wie viele in der Altersgruppe...“ Das Alter wurde in Jahren vermerkt, das Geschlecht wurde ebenfalls von der/dem InterviewerIn vermerkt.

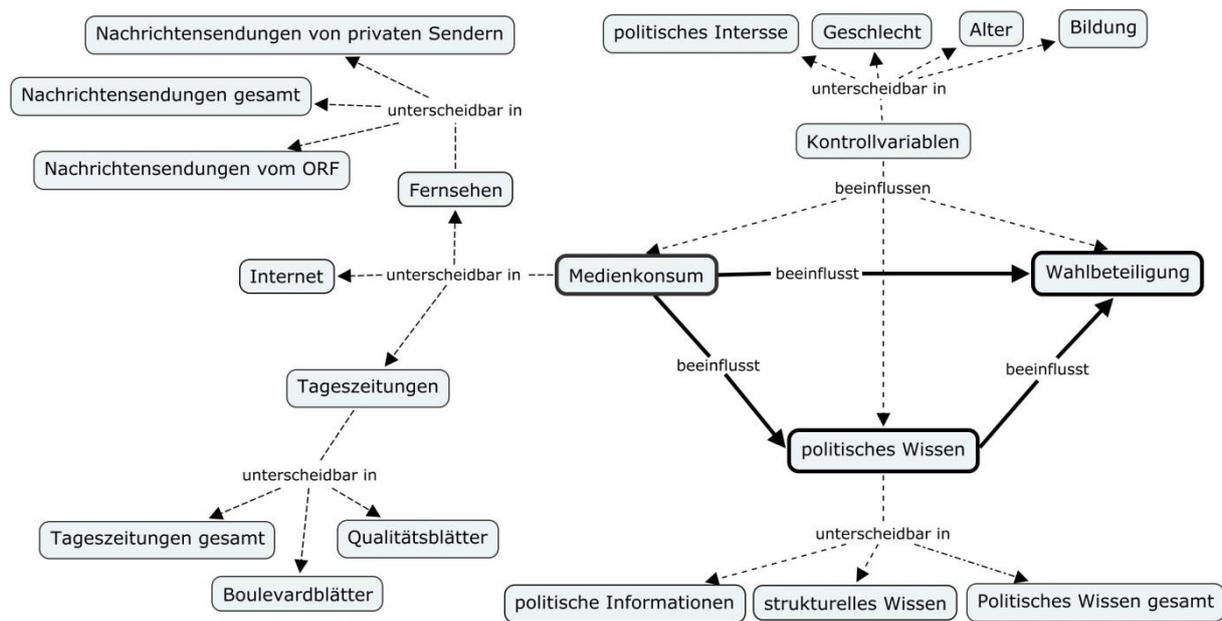
Das Politische Interesse wurde ebenfalls gleich zu Beginn des Fragebogens abgefragt. „Einmal ganz allgemein gesprochen: Sind Sie sehr, ziemlich, wenig oder gar nicht an Politik interessiert? Sehr interessiert, ziemlich interessiert, wenig interessiert, gar nicht interessiert, weiß nicht, verweigert“.

Bildung wurde am Ende des Interviews abgefragt: „Was ist der höchste Schul- oder Bildungsabschluss, den Sie erreicht haben?“ Folgende Antwortmöglichkeiten standen zur Auswahl: Keine Schule besucht; Keine Schule abgeschlossen; Volksschule oder weniger; Hauptschule oder AHS Unterstufe; Sonderschule; Polytechnikum, BMS (Fachschule, z.B. HASCH); Lehre, Berufsschule; AHS mit Matura; BHS mit Matura (z.B. HTL, HAK, HBLA, BAKIPÄD); Hochschulverwandte Lehranstalt (berufsbildende oder pädagogische Akademie, z.B. Gesundheits- und Sozialakademien); Kolleg; Bachelor; Magister / Master / Diplomingenieur / Fachhochschule; Doktor / PhD; Andere, und zwar: (offene Antwortmöglichkeit); Weiß nicht; Verweigert“;

8.3.5. Übersicht der Konzepte und Variablen

Die Abbildung 3 visualisiert die vorgestellten Konzepte und deren Variablen. Im Mittelpunkt stehen Medienkonsum, politisches Wissen und Wahlbeteiligung. Medienkonsum lässt sich in drei Kanäle aufspalten: Fernsehen, Internet und Tageszeitungen. Politisches Wissen lässt sich in die Variablen Politisches Wissen gesamt, Strukturelles Wissen und Wissen über politische Informationen aufspalten. Zudem gibt es noch die Kontrollvariablen politisches Interesse, Geschlecht, Alter und Bildung.

Abbildung 3: Übersicht der Konzepte und Variablen



8.4. Gütekriterien und Designprobleme

8.4.1. Objektivität, Reliabilität und Validität

Gütekriterien dienen in der Sozialwissenschaft um die Qualität und Beschaffenheit einer Studie feststellen zu können. Die anschließende Reflexion soll darstellen, welche Schwächen und Probleme diese Studie und die gewählte Methode beinhalten und wo ihre Stärken liegen. Dabei werden kurz die Kriterien Objektivität, Reliabilität und Validität diskutiert, bevor das Problem des Overreporting bei Umfragen dargestellt wird.

Objektivität ist insofern gewährleistet, als dass die Analyse jederzeit wiederholt werden kann. Der Fragebogen, die genauen Instruktionen, das Codebuch und die Daten sind im Internet frei zugänglich für jeden. Die intersubjektive Nachprüfbarkeit ist durch die Standardisierung des Vorgehens und die vollständige Dokumentation und daher Transparenz der Untersuchung gegeben.

Die Reliabilität wird durch mehrere Items pro Konstrukt hoch gehalten. Dabei wird bei den gebildeten Indizes jeweils der Alpha-Koeffizient von Cronbach angegeben um die interne Konsistenz der Konstrukte darzustellen.

Die externe Validität dieser Magisterarbeit, welche die Generalisierbarkeit der Ergebnisse beschreibt, ist im Vergleich zu anderen Magisterarbeiten sehr hoch, da es sich um eine repräsentative WählerInnenbefragung handelt. Sie ist eine der Stärken dieser Untersuchung. Dieser Fakt ist auch ein Grund für die hohe Generalisierbarkeit der kau-

salen Interpretation dieser Studie. Ein weiterer Bestandteil der externen Validität ist die Konstruktvalidität, welche die Operationalisierung der Konstrukte beschreibt. In Bezug auf diese Magisterarbeit ist festzuhalten, dass die Erhebung der Daten vor der Erstellung der Konstrukte stattgefunden hat. Somit wurden aus der Vielzahl der Frageitems jene herangenommen, die auch von den MacherInnen von AUTNES allgemein für die jeweiligen Konzepte veranschlagt wurden (im Fall des Konstrukts politisches Wissen plus ein weiteres Item, das ursprünglich nicht dafür intendiert war). Ein Vorteil der face-to-face durchgeführten Vorwahlstudie ist auch, dass die Befragten keine Antworten und Lösungen auf die Wissensfragen aus anderen Quellen, wie dem Internet, suchen konnten.

Die interne Validität, welche die Eindeutigkeit der Ergebnisse beschreibt, ist in dieser Magisterarbeit ebenfalls als teilweise hoch, teilweise annehmbar anzusehen. Die statistische Validität, ein Teil der internen Validität welcher zu kleine Stichproben und ungenaue Messinstrumente umfasst, ist einerseits durch die große Stichprobe hoch, andererseits durch das Overreporting niedrig.²¹

8.4.2. Das Problem des Overreporting und der Fragebogenformulierung

Ein zentrales Problem, das auch in dieser Studie und in vielen anderen Wahlstudien besteht, ist das sogenannte *overreporting* (Bernstein, Chadha, and Montjoy 2001). Laut den erhobenen Daten ist die berichtete Wahlbeteiligung in der Umfrage höher als die faktische Wahlbeteiligung. Die AutorInnen der Studie (Aichholzer, Johann, and Zeglovits 2014, 178) geben an dieses Problem mit sorgfältigen Stichprobenziehungen und Frageformat versucht haben zu beschränken, allerdings ist die echte Wahlbeteiligung mit rund 75 % doch deutlich geringer im Vergleich zu den berichteten rund 80 % Wahlbeteiligung. Laut de Nève (2009, 27) ist overreporting es ein verbreitetes Problem, in der die Anzahl der BürgerInnen, die in der Wahluntersuchung angeben wählen zu gehen, die eigentlich Wahlbeteiligung übersteigt. In anderen Worten, manche Menschen sagen zwar sie gehen wählen, tun dies aber dann doch nicht. Viele NichtwählerInnen geben bei Befragungen eine bewusste falsche Antwort an. Die staatsbürgerliche Pflicht zu wählen scheint als soziale Norm sehr verinnerlicht zu sein, sodass sie nicht die reale

²¹ Als weiteres Problem könnte man sehen, dass die Befragten bei der Nachwahlbefragung dieselben Wissensfragen gestellt bekommen haben. Es ist also nicht auszuschließen, dass eine Person gerade diese speziellen Fragen durch die Vorwahlbefragung gelernt hat. Dagegen spricht der große Zeitraum, zwischen der Vor- und der Nachwahlbefragung liegen zwischen 4 bis 12 Monate je nach Interview, daher Zeit genug um die Antworten wieder zu vergessen, sofern die Person überhaupt die Richtigkeit der gegebenen Antworten hinterfragt hat. Von den 3266 Personen der Vorwahlstudie haben sich ca. 62% die Quizlösungen am Ende der Befragung angesehen. Die Analyse ergibt des Weiteren, dass das Ansehen der Quizlösungen keinen Einfluss auf das weitere Quiz in der Nachwahlbefragung.

Angabe berichten. Auch die Stimmenthaltung gehört hier dazu. Dieses Verhalten ist eine Abweichung der sozialen Norm und wird deshalb von vielen NichtwählerInnen nicht zugegeben (Karp and Brockington 2005; de Nève 2009, 27). Die Studie von Karp und Brockington (2005) konnte diese Annahme auch empirisch belegen. Eine weitere Möglichkeit ist auch, dass die befragten Personen in den Vorwahlbefragung wirklich vorhatten wählen zu gehen, aber am Wahltag aus unvorhersehbaren Gründen doch nicht teilnehmen konnten. Bei Nachwahlbefragungen kann es auch sein, dass sich die Befragten nicht mehr erinnern, ob sie wählen waren.²²

Das Problem des Overreporting kann grundsätzlich auch bei den Angaben des Medienkonsums bestehen. Bechtel, Achelpohl und Akers (1972) zeigen auf, dass es im Vergleich der Selbstangaben bei einem Fragebogen mit der Echtzeitnutzung von TV-Nutzung eine klare Tendenz zum Overreporting in Befragungen gibt. Insofern ist die gewählte Methode der Befragung auch in dieser Hinsicht problematisch. Andererseits gibt es bei dieser Befragung keine bekannten Hinweise auf overreporting von Medienutzung. Beipielsweise wurde bei der Befragung jede ausgewählte TV-Nachrichtensendung einzeln abgefragt.

Ein weiterer Grund für overreporting in Befragungen liegt im Erhebungsverfahren beziehungsweise im Forschungsdesign. Es gibt die Möglichkeit, dass a) ein Problem der Formulierung oder b) Anordnung der Fragen besteht (de Nève 2009, 27). Das erste Problem Formulierung der Fragen der Austrian National Election Study wurde in der Studie in Bezug auf die Konstrukte politisches Wissen und politisches Interesse offensichtlich bedacht. Da die Fragen in Bezug auf politisches Wissen politische Fakten abfragen gibt es hier richtige und falsche Antworten. Im Gegensatz dazu gehen die anderen Fragen der Studie der persönlichem Meinung oder Einschätzung nach, dabei gibt es keine falschen oder richtigen Antworten. Um dies den Befragten klar zu machen, haben die InterviewerInnen die Befragten folgendermaßen instruiert: „Die nächsten Fragen sind eine Art Quiz über die österreichische Politik. Uns geht es darum, den aktuellen Informationsstand in der Bevölkerung zu erheben. Wenn Sie sich bei einer Frage nicht sicher sind, sagen Sie das einfach. Wir machen dann mit der nächsten Frage weiter“

²² Bernstein Chadha und Montjoy (2001) zeigen, dass diejenigen Personen, die unter dem meisten Druck stehen wählen zu gehen, auch diejenigen sind, die am wahrscheinlichsten ein falsches Wahlverhalten bei Umfragen angeben, wenn sie nicht wählen gehen. Ihre Studie und die Studie von Silver, Anderson und Abramson (1986) ergeben, dass dies vor allem Menschen mit einem hohen Bildungsniveau sind, jene mit stärkerer Parteibindung, die religiöseren Personen, jene die kontaktiert wurden und zu mobilisieren versucht worden sind, Personen die Wahlen grundsätzlich positiv gegenüberstehen und Menschen, denen die Norm des Wählens wichtig ist.

(Kritzinger et al. 2014, 33)²³. Mit dem Wort *Quiz* wird klar, dass es falsche und richtige Antworten gibt²⁴, mit dem zweiten und dritten Satz wollen die InterviewerInnen bewirken, dass die Befragten bei Nichtwissen ein ehrliches „weiß nicht“ kommunizieren und nicht einfach raten. Das *raten* ist vor allem in Bezug auf den Faktor Gender eine wichtige zu vermeidende Komponente. Eine Reihe von Untersuchungen (Kenski and Jamieson 2000; Kenski 2000; Westle and Johann 2010) zeigen, dass Frauen eher als Männer die Option „weiß nicht“ im Fragebogen wählen. Männer geben öfter falsche Antworten, während Frauen häufiger fehlendes Wissen zugeben. Kenski und Jamieson vermuten, dass Männer eher als Frauen dazu neigen zu raten. Allerdings kann der Gender gap im Politischen Wissen nicht durch die höhere Neigung der Männer als der Frauen zu raten erklärt werden.

“Even when controls are in place for a variety of factors, men answer more questions about candidate positions correctly than do women. Women are more likely to give “don’t know” response. These “don’t know” responses – although difficult to attribute to any one factor – continue to place women behind men in retention of political knowledge. Gender, however, is not a significant predictor of answering questions incorrectly” (Kenski and Jamieson 2000, 88).

Ein weiterer wichtiger Grund für die wahrheitsgemäße Aussage der Befragten ist die Tatsache, dass es einen Unterschied gibt, ob die Personen einfach raten oder sie wirklich eine falsche Antwort als richtig erachten. Westle und Johann (2010) argumentieren, dass es einen Unterschied macht, ob sich BürgerInnen des eigenen Nichtwissens oder Falschwissens bewusst sind oder ob sie ihr Verhalten und ihre politische Einstellung auf falschen Fakten und Annahmen basieren. Der Unterschied hat laut Westle und Johann Konsequenzen in Bezug auf die politische Entscheidungsfindung und auf die Partizipationsneigung und –fähigkeit.

Wie hier gezeigt wurde, ziehen Probleme in der Fragen- und Antwortformulierung viele mögliche Probleme mit sich. Nicht nur die Frageformulierung sondern auch das Problem b) der Anordnung über Fragen in Bezug auf politisches Interesse und Wissensfragen über Politik können die Untersuchung beeinflussen. Lasorsa (2009) zeigt in sei-

²³ In den Fällen, in den die Befragten nachfragten um die richtige Antwort, wurde ihnen geantwortet, dass sie am Ende des Interviews die richtigen Antworten einsehen können (Kritzinger et al. 2014, 33). Mehr dazu im Kapitel 5.4.1.

²⁴ Eine ähnliche Methode haben Eveland et al. (2005) angewendet. Sie haben in ihrer Umfrage jegliche Bedenken der Befragten, die die korrekte Antwort nicht wussten, explizit folgendermaßen versucht zu reduzieren: „Of course, there is so much going on these days that it’s impossible to keep track of all of it. In any case, do you happen to know which presidential candidate...?“ (Eveland et al. 2005, 19).

nem Experiment, dass das Level an politischem Interesse zurückgeht wenn Wissensfragen über Politik davor gestellt werden. Wenn die Fragen davor gestellt wird, ist der Effekt noch verschärft. Die Ergebnisse deuten auf einen Priming Effekt hin. Allerdings können andere Fragen als Buffer benutzt werden (Lasorsa 2003). In Bezug auf die hier verwendete Befragung von AUTNES besteht diese Problematik nicht, da die Frage nach dem politischen Interesse am Anfang als vierte Frage abgefragt wird. Daher besteht zwischen dem politischen Interesse Frageitem und dem Quiz über politisches Wissen 65 andere Fragen ein ziemlich großer Buffer.

8.5. Analyseplan

Der erste Schritt ist zu sehen, ob das politische Wissen, besonders das Wissen rund um politische Informationen, zugenommen hat zwischen der ersten Befragung und der zweiten Befragung.

Für die Analyse wird Andrew Hayes Program PROCESS mittels SPSS benutzt. PROCESS ist ein Werkzeug für Pfadanalysebasierte Moderations- und Mediationsanalyse (path analysis-based moderation and mediation analysis) (Hayes 2013, 419). In dieser Untersuchung geht es primär um eine binäre abhängige Variable, daher werden mittels PROCESS logistische Regressionsanalysen durchgeführt werden. Die Konfidenzintervalle für den indirekten Effekt werden auf üblichem Wege als Produkt des Pfades von der unabhängigen Variable zur Mediator Variable und des Pfades des Mediators zur abhängigen Variable berechnet. Berechnungen der Effektgröße sind nicht verfügbar bei binären abhängigen Variablen. Die logistischen Regressionskoeffizienten werden mittels dem Newthon-Raphson Iteration Algorithmus berechnet (Hayes 2013, 436).

9. Ergebnisse der Analyse

An dieser Stelle werden die Ergebnisse der Analyse vorgestellt. Dabei wird in einem ersten Schritt Medienkonsum, Politisches Wissen und Wahlbeteiligung näher einzeln beschrieben. Dabei werden auch die Beziehungen der einzelnen Konzepte zu Geschlecht, Alter und Bildung und politischem Interesse näher beleuchtet. Anschließend werden die Hypothesen geprüft und die Ergebnisse dargestellt. Als Kontrollvariablen wurden Alter, Geschlecht, Bildung und politisches Interesse in die Analysen miteinbezogen. Eine Diskussion der Ergebnisse erfolgt im darauffolgenden Kapitel.

9.1. Mediennutzungsverhalten

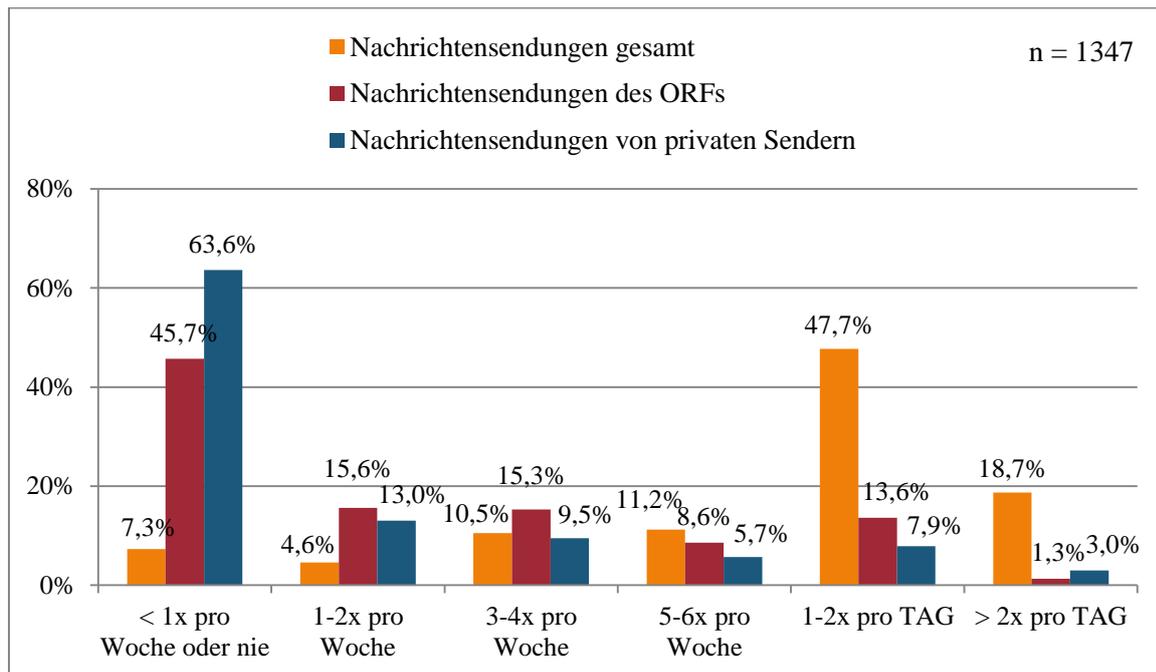
Das Mediennutzungsverhalten oder auch Medienkonsum hier genannt lässt sich nach Fernsehen, Zeitung und Internet sowie Qualitätsblätter vs. Boulevardblätter und ORF und private Sender unterscheiden.

9.1.1. Nutzung von politischen Nachrichtensendungen im Fernsehen

Die TeilnehmerInnen wurden gefragt an wie vielen Tagen einer Woche sie die jeweiligen Nachrichtensendungen ansehen: ZIB I, ZIB II, ZIB 20, ZIB Magazin, ZIB 24, ATV-aktuell, ATV-aktuell – das wichtigste vom Tag, Pro7 – Austria News. Zusammengefasst in einem Index wurde analysiert wie oft die Befragten sich im Fernsehen über das politische Geschehen informieren. Die Ergebnisse zeigen, dass sich 7,3 % der Befragten seltener als 1x pro Woche oder nie im Fernsehen informieren. 4,6 % der Befragten sehen 1-2 Sendungen pro Woche, 10,5 % der Befragten sehen 3-4 Sendungen pro Woche, 11,2 % der Befragten sehen 5-6 Sendungen pro Woche. Der Großteil der Befragten nämlich 47,4 % sieht 1-2 Nachrichtensendungen am Tag.

Diese Daten wurden aufgespaltet um sich die Mediennutzung von Nachrichtensendungen beim ORF anzusehen, und jene Nachrichtensendungen von den privaten Sendern ATV und PRO7 Austria. Beim ORF sieht die Mehrheit der Befragten 45,7 % seltener als 1x pro Woche oder nie eine Nachrichtensendung des ORFs. Rund ein Drittel sieht 1-4x in der Woche eine Sendung. Nur 13,6 % der Befragten sieht 1-2 ORF-Nachrichtensendungen pro Tag und nur 1,3 % (17 Personen von 1343) sehen mehr als 2 Sendungen pro Tag. Bei den Nachrichtensendungen der privaten Sender sehen 63,6 % der Befragten seltener als 1x pro Woche oder nie eine Nachrichtensendung. Im Vergleich meiden um ca. 18 % mehr Menschen die Nachrichtensendungen der privaten Sender als die des öffentlich-rechtlichen Senders. Ein bis vier Nachrichtensendungen von ATV oder PRO 7 pro Woche sehen rund ein Fünftel (22,5 %) der Befragten, etwas weniger Personen als beim ORF. Nur 7,9 % sehen 1-2 Sendungen pro Tag, fast doppelt so viele Personen sehen 1-2 Sendungen pro Tag im ORF.

Abbildung 4: Nachrichtensendungsnutzung im TV, ORF und auf privaten Sendern



Quelle: Eigene Darstellung

9.1.2. Zeitung

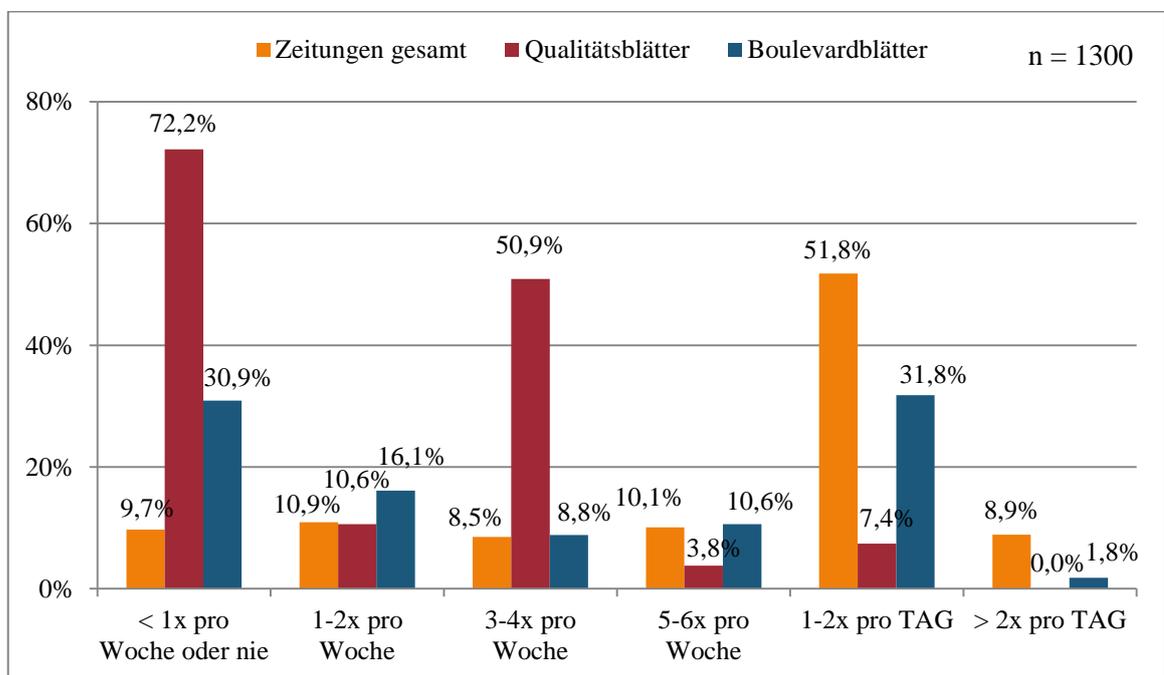
Beim Nutzungsverhalten in Bezug auf Zeitungen wurden die Interviewten befragt, an wie vielen Tagen pro Woche sie die Zeitungen Kronen Zeitung, Österreich, Kurier, Heute, Kleine Zeitung, Standard, Presse oder Salzburger Nachrichten lesen. Es wurde analysiert wie oft die Personen eine dieser Tageszeitungen in Woche liest. Die Ergebnisse zeigen, dass 9,7 % der Befragten seltener als 1x pro Woche oder nie eine Zeitung in die Hand nehmen. Rund 10 % liest 1-2 Zeitungen pro Woche, 3-4 Zeitungen werden von 8,5 % gelesen, rund 10 % liest 5-6 Ausgaben pro Woche. Der Großteil der Befragten 51,8 % liest 1-2 Zeitungen pro Tag. Mehr als 2 Zeitungen pro Tag lesen 8,9 % der Befragten.

Diese Ergebnisse wurden untersucht nach den Boulevardblättern Kronen Zeitung, Heute und Österreich und den Qualitätsblättern Presse und Standard. Die Ergebnisse vom Index der Boulevardblätter Kronen Zeitungen, Österreich und Heute: Insgesamt lesen 30,9 % der Befragten seltener als 1x pro Woche oder nie eine dieser Blätter. Fast ebenso groß ist die Gruppe der Befragten 31,8 % die 1-2 Zeitungsausgaben pro Tag an Boulevardausgaben liest. 1-2 Zeitungen pro Woche lesen 16,1 % der Befragten, 3-4 Zeitungen lesen 8,8 % der Befragten und 5-6 Zeitungsausgaben lesen 10,6 %.

Die Ergebnisse hinsichtlich Qualitätsblätter zeigen, dass die Mehrheit der Befragten, 72,2 % seltener als 1x pro Woche oder nie diese Tageszeitungen lesen. 1-2 Zeitungen pro Woche lesen 10,6 %, 3-4 lesen 5,9 %, 5-6 Zeitungen lesen 3,8 % der Befragten, und 1-2 Zeitungen pro Tag lesen 7,4 % der Befragten.

Im Vergleich zum Index der Boulevardzeitungen Kronen Zeitung, Heute und Österreich ist erkennbar, dass die Qualitätsblätter von doppelt so vielen Befragten selten oder nie gelesen werden. Außerdem lesen 8x mehr Personen ein bis zwei Boulevardblätter als Qualitätsblätter täglich.

Abbildung 5: Nutzung von Tageszeitungen



Zeitungen gesamt: Kronen Zeitung, Österreich, Kurier, Heute, Kleine Zeitung, Der Standard, Die Presse, Salzburger Nachrichten

Qualitätszeitungen: Der Standard, Die Presse

Boulevardzeitungen: Kronen Zeitung, Heute, Österreich

Quelle Eigene Darstellung

9.1.3. Internet

Beim Internetnutzungsverhalten wurden die Befragten abgefragt, wie häufig Sie die Webseiten orf.at, derstandard.at, krone.at, oe24.at besuchen, um sich über das politische Geschehen in Österreich zu informieren. Am häufigsten wird orf.at besucht. Hier informieren sich 36,7 % der Befragten nahezu täglich oder mehrmals die Woche, im Vergleich die anderen: derstandard.at 17,4 %, krone.at 10,4 % und oe24.at 4,4 %.

9.2. Politisches Wissen

9.2.1. Allgemeine Informationen

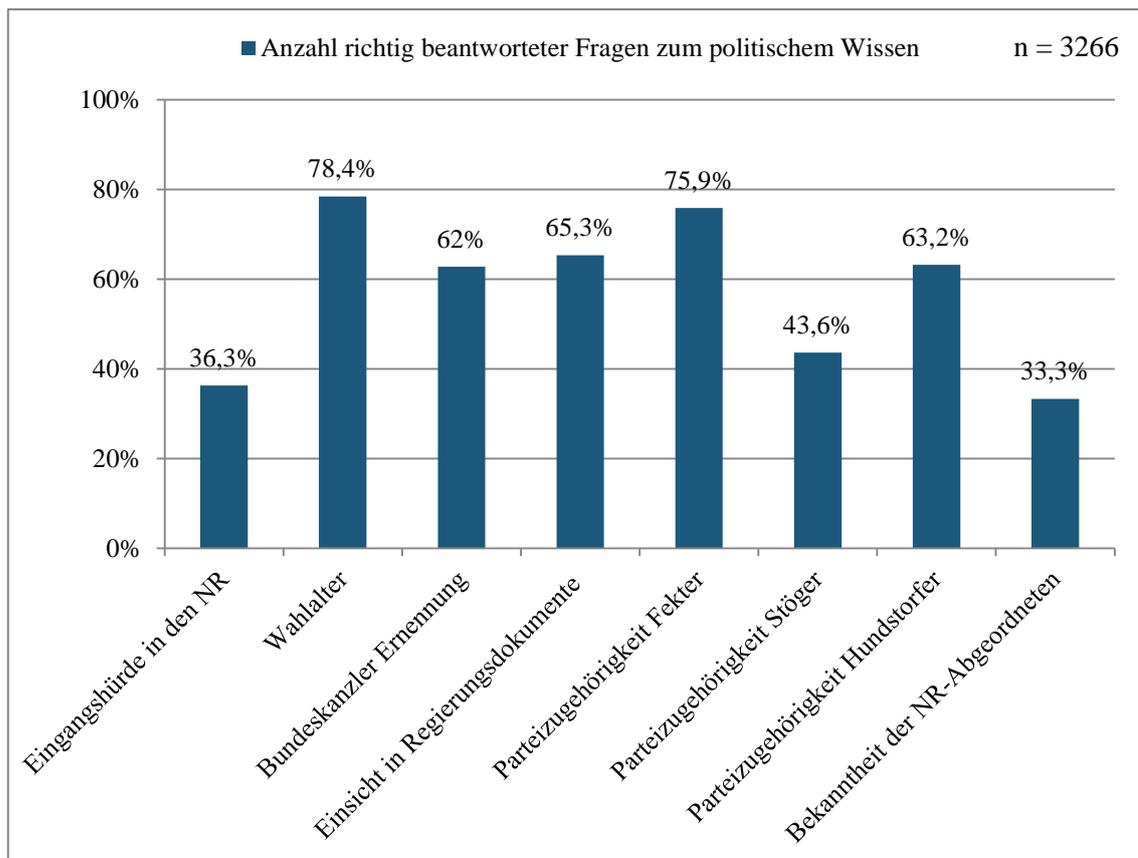
Insgesamt gab es leichte und schwierige Fragen, oder anders gesagt Fragen, die der Großteil der Befragten richtig beantworten konnte und Fragen, die der Großteil nicht wusste. Durchschnittlich konnten die Befragten 4,5 Fragen von acht richtig beantworten, standardisiert sind das $0,57 \pm 0,004$ ²⁵. Die Abbildung 1 zeigt, dass es insgesamt acht Fragen zum Politischen Wissen gibt. Davon wurden sechs Fragen sowohl bei der Vorwahlbefragung als auch bei der Nachwahlbefragung gestellt. Die Abbildung zeigt, wieviel Prozent der Befragten die jeweilige Frage richtig beantworten konnte²⁶. Über 80 % der Befragten konnten nur erstens die Frage ab welchem Alter man wählen darf und zweitens die Frage welcher Partei die Politikerin Maria Fekter zugehörig ist richtig beantworten. Am wenigsten wussten die Befragten die Nationalratsabgeordneten und wie viel Prozent der Stimmen eine Partei braucht um in den Nationalrat einziehen zu können.

Die Analyse des **Strukturellen Wissens** zeigt, dass nur knapp ein Fünftel der Befragten alle Fragen zum Strukturellen Wissen der Vorwahlbefragung richtig beantworten konnten. Rund 30 % hat drei von vier Fragen richtig beantwortet, weitere rund 30 % hat die Hälfte richtig beantwortet. Nur eine richtig beantwortete Frage haben 15,6 % der Befragten, während 5,3 % der Befragten keine der Fragen richtig beantwortet hat. Durchschnittlich konnten die Befragten 2,4 Fragen von vier richtig beantworten, standardisiert sind das $0,61 \pm 0,005$.

²⁵ Standardisiert bedeutet, den Wert durch die Anzahl der möglichen richtigen Antworten zu dividieren, um den standardisierten Wert zu Vergleichszwecken mit den anderen Indexen verwenden zu können.

²⁶ Dabei gab es die Möglichkeit die Fragen folgendermaßen zu beantworten: richtig, falsch, weiß nicht, verweigert.

Abbildung 6: richtige Antworten auf Wissensfragen (in Prozent)

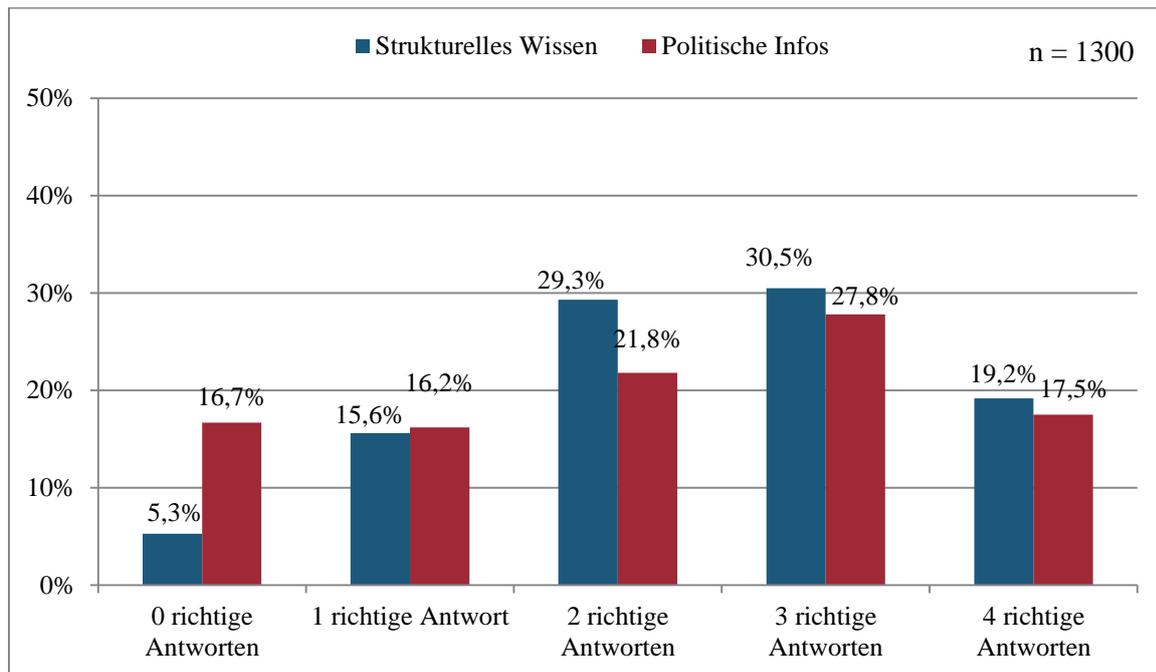


Quelle: Eigene Darstellung

Die Ergebnisse der Analyse des **Wissens rund um politische Informationen** zeigt, dass rund die Hälfte der Befragten zwei oder drei richtige Antworten gegeben haben. Zu rund gleichen Teilen haben die Befragten eine, zwei oder alle richtigen Antworten gewusst. Durchschnittlich haben die Befragten 2,1 richtig Antworten von vier gegeben, standardisiert sind das $0,53 \pm 0,006$.

Die Indexe (siehe Abbildung 2) für das **gesamte Politische Wissen** wurden aus allen acht Items gebildet. In der Vorwahlbefragung haben rund ein Drittel der Befragten maximal drei (von acht) richtige Antworten.

Abbildung 7: Anzahl der richtig gegeben Antworten der Wissensindexe in Prozent



Quelle: Eigene Darstellung

Die Abbildung 2 zeigt die wieviel Prozent der Befragten 0, 1, 2, oder die maximale Anzahl der richtigen Antworten gewusst hat. Die erste Säule stellt dar, dass 5,3 % der Befragten keine richtige Antwort von fünf möglichen in Bezug auf das Strukturelle Wissen bei der Vorwahlbefragung gegeben hat. Des Weiteren haben 15,6 % eine richtige Antwort, 29,3 % haben drei richtige Antworten, fast ebenso viele, 30,5%, hatten vier richtige Antworten und nur 19,2% der Befragten konnten alle fünf Fragen richtig beantworten.

In Bezug auf das Politische Wissen besteht die Annahme, dass der Erwerb von politischem Wissen zunimmt. Analysen konnten dieses Verhältnis bestätigen, da das Wissen vor der Wahl geringer ist als nach der Wahl. Das Politische Wissen wird signifikant zum Zeitpunkt der Befragung beeinflusst.²⁷

²⁷ Die Ergebnisse einer one-way repeated measure ANOVA zeigen, dass das Politische Wissen gesamt signifikant beeinflusst vom Zeitpunkt der Befragung ist, $F(1, 1503) = 112,51$, $p < 0,001$. Post-Hoc Tests mittels Bonferroni Korrektur zeigen, dass das Politische Wissen nach der Nationalratswahl signifikant höher war, als vor der Wahl ($0,604 \pm 0,249$ vs. $0,675 \pm 0,265$), $p < 0,001$. Dieses Ergebnis basiert wiederum auf der Annahme, dass das Ansehen der Quizergebnisse keinen Einfluss auf die Befragten hatte. Auch hier kann die Annahme bestätigt werden. Die Ergebnisse einer Moderationsanalyse mittels Regressionsgleichungen zeigen, dass es keinen Zusammenhang zwischen dem Politischem Wissen in der Vorwahlbefragung und dem Politischem Wissen der Nachwahlbefragung laut Moderationanalyse ($\beta = 0,0493$, $p < 0,0665$) gibt. Es existiert kein Zusammenhang zwischen Quizlösungen angesehen und der Politischem Wissen POST ($\beta = -0,0070$, $p = 0,6219$). Die Interaktion zwischen Politischem Wissen PRE und Quizlösungen angesehen ist nicht signifikant ($\beta = 0,0474$, $p = 0,3821$).

9.2.2. Die Beziehung zu Geschlecht, Bildung, Alter und politischem Interesse

Das Politische Wissen wurde auch in Bezug auf Geschlecht, Bildung, Alter und politisches Interesse analysiert. Für die Analyse der Beziehungen zwischen politischem Wissen und Geschlecht, Bildung und Alter wurden unabhängige T-Tests durchgeführt, für die Beziehung zwischen Politischem Wissen und politisches Interesse lineare Regressionsanalysen.

Insgesamt kann man sagen, dass Frauen in allen Kategorien zu allen Zeitpunkten **weniger über Politik wissen** als Männer, der Unterschied immer signifikant.

Die Ergebnisse zeigen, dass Personen ohne Matura weniger richtige Antworten auf die Wissensfragen haben als Personen mit Matura. Insgesamt ist die **Beziehung für Bildung** und Politisches Wissen, Strukturelles Wissen und Politische Informationen immer signifikant.²⁸

Beim **Alter** zeigen die Analysen, dass ein Effekt des Alters auf das gesamte politische Wissen existiert. Jedoch unterscheiden sich nicht alle Altersgruppen voneinander signifikant. Die Ergebnisse zeigen, dass man bis zum rund vierzigsten Lebensalter signifikant mehr über Politik lernt. Ab dann ändert sich der Stand nicht mehr signifikant (siehe Tabelle 2).

Die Beziehung zwischen **politischem Interesse** und Politischem Wissen ist ebenfalls signifikant. Das gilt sowohl für Politisches Wissen, aber auch für das Strukturelle Wissen und das Wissen über politische Informationen. Je höher das politische Interesse, desto höher das politische Wissen.

9.3. Wahlbeteiligung

Ob eine Person an der Wahl teilgenommen hat, wurde durch mehrere Ausprägungen abgefragt. Insgesamt haben 81,3 % der Befragten angegeben am 29. September 2013 an der Nationalratswahl teilgenommen zu haben. Die tatsächliche Wahlbeteiligung liegt laut offiziellen Angaben allerdings bei 74,9 %.

Im Zusammenhang mit der Wahlbeteiligung ist vielleicht noch interessant zu wissen, dass die Befragung auch abgefragt hat, ob die Befragten Wahlen als Pflicht des/der BürgerInnen sehen und ob eine Nicht-Teilnahme ein schlechtes Gewissen erzeugt. Zu-

²⁸ Die Ergebnisse eines unabhängigen T-Tests zeigen, dass Personen ohne Matura in der Vorwahlbefragung insgesamt rund 53 % der Wissensfragen richtig beantwortet haben, während Personen mit Matura 67 % richtig beantwortet haben. Im Durchschnitt haben die Befragten ohne Matura weniger richtige Antworten auf die politischen Wissens-Fragen gegeben ($M = 0,53$, $SE = 0,01$), als diejenigen mit Matura ($M = 0,67$, $0,01$). Dieser Unterschied $-0,14$, BCa 95% CI $[-0,16, -0,12]$, ist signifikant $t(3259) = -14,93$, $p = 0,001$.

sammengefasst stehen auf der einen Seite nur 10,6 %, die meinen dass Wahlbeteiligung keine Bürgerpflicht ist, während rund 75 % dem nicht zustimmt und meint, dass Wahlbeteiligung sehr wohl eine Bürgerpflicht ist. Die Pflicht zu wählen ist eine sehr weit verbreitete Ansicht.

Beim Faktor Wahlbeteiligung wurden auch die Beziehungen zu Geschlecht, Alter und Bildung analysiert. Hier wurde für Geschlecht, Alter und Bildung und politisches Interesse binäre logistische Regressionsanalysen durchgeführt.

Die Ergebnisse zeigen, dass Wahlbeteiligung nicht vom **Geschlecht** beeinflusst wird. Es gibt eine signifikante Beziehung zwischen Wahlbeteiligung und **Bildungsniveau**. Die Wahrscheinlichkeit wählen zu gehen ist bei Menschen mit Matura höher als bei Menschen ohne Matura. Auch das **Alter** und das **politische Interesse** beeinflusst die Wahlbeteiligung (siehe Tabelle 1).

9.4. H1: Medienkonsum beeinflusst Wahlbeteiligung

Die erste Hypothese nimmt die Beziehung zwischen Medienkonsum und Wahlbeteiligung in den Fokus. Hier wird ein positiver Effekt von Medienkonsum auf Wahlbeteiligung erwartet. Dabei wird erwartet, dass Qualitätsmedien einen stärkeren positiveren Effekt haben als Boulevardmedien. Die Analyse wurde durchgeführt mittels logistischen Regressionsanalysen.

Die Ergebnisse zeigen, dass insgesamt Wahlbeteiligung direkt von Nachrichtensendungen des ORFs, von privaten Sendern, von Boulevardblättern, von Qualitätszeitungen und von der Internetnutzung beeinflusst wird. Allerdings gibt es hier gravierende Unterschiede. Die Wahlbeteiligung ist negativ und signifikant beeinflusst von Nachrichtensendungen des ORFs ($\beta = -1,83$, $p = 0,005$) und von Nachrichtensendungen der Privatsender ($\beta = -1,65$, $p = 0,002$). Es gibt einen signifikanten und negativen Zusammenhang zwischen Boulevardblätter und Wahlbeteiligung ($\beta = -1,25$, $p = 0,003$). Es gibt einen positiven und signifikanten Zusammenhang zwischen Qualitätszeitungen und Wahlbeteiligung ($\beta = 1,25$, $p = 0,047$). Es gibt einen Zusammenhang zwischen der Internetnutzung und der Wahlbeteiligung, ($\beta = 0,05$, $SE = 0,01$, $p < 0,0001$). Menschen, die sich im Internet über Politik informieren, gehen eher wählen, als Menschen die sich nicht im Internet informieren.

Die Ergebnisse können die Hypothese 1 bestätigen. Qualitätsmedien haben einen positiven Effekt auf Wahlbeteiligung, während alle Nachrichtensendungen im TV und Boulevardmedien einen negativen Effekt haben.

Tabelle 5: Prädiktoren von Wahlbeteiligung

Unabhängige Variablen	Std. Beta Koeffizient	SE	p
Nachrichtensendungen des ORFs	-1,83**	0,65	0,005
Nachrichtensendungen der Privatsender	-1,65**	0,52	0,002
Boulevardblätter	-1,25**	0,42	0,003
Qualitätsblätter	1,25*	0,63	0,047
Internetnutzung	0,27***	0,17	< 0,0001
Geschlecht	0,13	0,13	0,34
Alter	0,03***	0,004	< 0,001
Bildung	-0,67***	0,15	< 0,001
Politisches Interesse	-0,94***	0,14	< 0,001

Binäre Regressionsanalysen mit Wahlbeteiligung als abhängige Variable

Anmerkung: *p < 0,05, ** p = 0,01, ***p < 0,001

Quelle: Eigene Darstellung

9.5. H2: Medienkonsum beeinflusst Politisches Wissen

Bei der zweiten Hypothese gibt es die Erwartung, einen positiven Effekt von Medienkonsum auf politisches Wissen zu finden. Für die Analyse wurden lineare Regressionsanalysen durchgeführt. Dabei wurden Analysen zwischen Nachrichtensendungen und Zeitungskonsum auf Politischem Wissen, Strukturellem Wissen und Wissen über politische Informationen durchgeführt. Bei den Nachrichtensendungen wurde unterschieden zwischen Nachrichtensendungen vom ORF und von privaten Sendern. Bei Zeitungen wurden unterschieden zwischen Boulevardblätter und Qualitätsblätter.

Die Ergebnisse für **Nachrichtensendungen** zeigen insgesamt, dass es keine signifikante Beziehung zwischen Nachrichtensendungen gesamt, Nachrichtensendungen von privaten Sendern und Nachrichtensendungen vom ORF auf Politischen Wissen, Strukturellem Wissen und Politische Informationen gibt.

Die Ergebnisse für das Mediennutzungsverhalten von **Zeitungen** und Politischem Wissen zeigen insgesamt, dass es hier ebenfalls wenige Beziehungen gibt. Es gibt keinen Effekt von Zeitungslernen gesamt und Boulevardblätter auf das Politische Wissen, das Strukturelle Wissen und das Wissen über politische Informationen.

Es gibt eine positive und signifikante *Tendenz* von **Qualitätsblätter** auf das Politische Wissen, $\beta = 0,06$, $t = 1,70$, $p = 0,09$. Es gibt eine positive und signifikante *Tendenz*

zwischen Qualitätsblätter und Strukturellem Wissen, $\beta = 0,08$, $t = 1,89$, $p = 0,06$. Es gibt keine Beziehung zwischen Qualitätsblätter und Politische Informationen.

Das **Internetnutzungsverhalten** ist in allen Bereichen des Politischen Wissens einflussreicher. Es gibt eine positive und signifikante Beziehung zwischen Internetnutzung und Politischem Wissen, $\beta = 0,06$, $SE = 0,01$, $t = 4,85$, $p < 0,0001$. Es gibt eine signifikante Beziehung zwischen Internetnutzung und Strukturellem Wissen, $\beta = 0,08$, $SE = 0,01$, $t = 5,27$, $p < 0,0001$. Es gibt eine signifikante Beziehung zwischen Internetnutzung und Wissen über politische Informationen, $\beta = 0,04$, $SE = 0,02$, $t = 2,42$, $p = 0,016$. Jene Personen die im Internet Informationen über politisches Geschehen mindestens mehrmals im Monat rezipieren haben auch ein höheres politisches Wissen als jene, die sich selten oder nie im Internet informieren.

Die zweite Hypothese konnte damit nur für die Internetnutzung bestätigt werden. Die Analysen zeigen, dass es keinen Effekt von Nachrichtensendungen im TV auf das Politische Wissen gibt. Bei den Qualitätsblättern zeigt sich, dass hier eine Verbindung denkbar wäre, da es eine Tendenz gibt, aber keine signifikanten Effekte gefunden wurden. Das Internet beeinflusst das Politische Wissen positiv.

Tabelle 6: Prädiktoren von Politischem Wissen

UV	Politisches Wissen		Strukturelles Wissen		Politische Infos	
	Std. Beta Koeffizient	SE	Std. Beta Koeffizient	SE	Std. Beta Koeffizient	SE
Qualitätsblätter	0,06 ⁺	0,03	0,08 ⁺	0,04	0,03	0,04
Internetnutzung	0,06***	0,01	0,08***	0,01	0,04*	0,02
Geschlecht	-0,06***	0,01	-0,03*	0,01	-0,07***	0,01
Alter	0,002***	0,0003	0,0005***	0,0004	0,005***	0,0004
Bildung	0,10***	0,01	0,11***	0,01	0,08***	0,02
Politisches Interesse	0,17***	0,01	0,08***	0,01	0,26***	0,02

Regressionsanalysen mit Politischem Wissen, Strukturellem Wissen und Wissen über politische Informationen als abhängige Variable

Anmerkung: ⁺p < 0,1, *p < 0,05, **p < 0,01, ***p < 0,001

Quelle: Eigene Darstellung

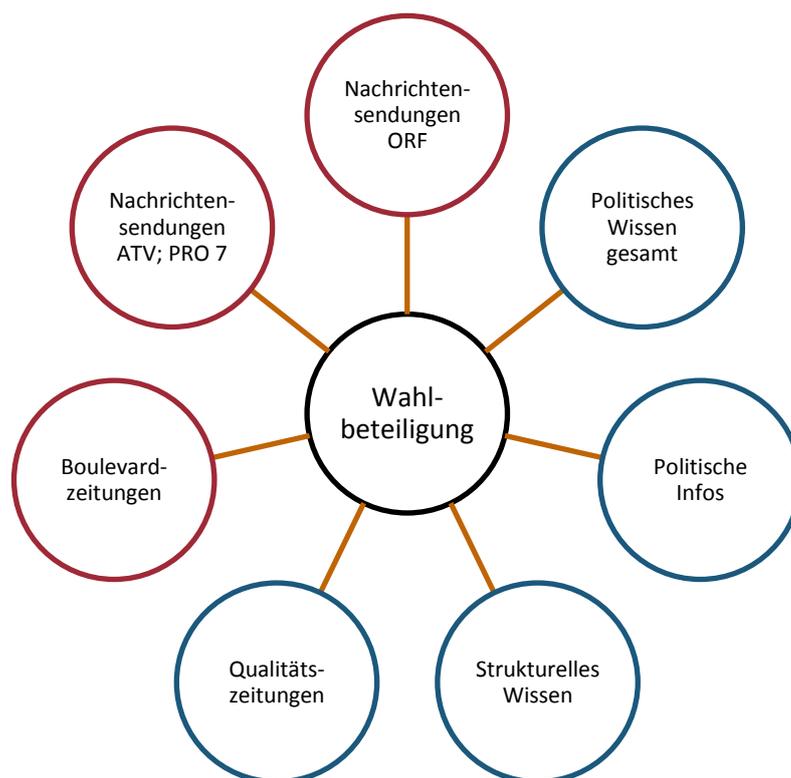
9.6. H3: Politisches Wissen beeinflusst Wahlbeteiligung

Die Hypothese 3 besagt einen erwarteten positiven Effekt von Politischem Wissen auf Wahlbeteiligung. Sie wurde analysiert durch die Berechnung von logistischen Regressionsanalysen.

Die Ergebnisse zeigen, dass insgesamt Wahlbeteiligung eindeutig vom Politischen Wissen beeinflusst wird. Die Wahlbeteiligung ist positiv und signifikant beeinflusst vom Politischen Wissen ($\beta = 1,77$, $p < 0,0001$) vom Strukturellen Wissen ($\beta = 1,05$, $p < 0,001$) und vom Wissen über politische Informationen ($\beta = 1,14$, $p < 0,0001$)

Die Hypothese kann eindeutig bestätigt werden. Es gibt einen positiven Effekt vom Politischem Wissen, vom Strukturellem Wissen und vom Wissen über politische Informationen auf Wahlbeteiligung.

Abbildung 8: Faktoren, die direkt mit Wahlbeteiligung positiv (blau) oder negativ (rot) signifikant in Beziehung stehen



Quelle: Eigene Darstellung

9.7. H4: Politisches Wissen beeinflusst Beziehung zwischen Medienkonsum und Wahlbeteiligung

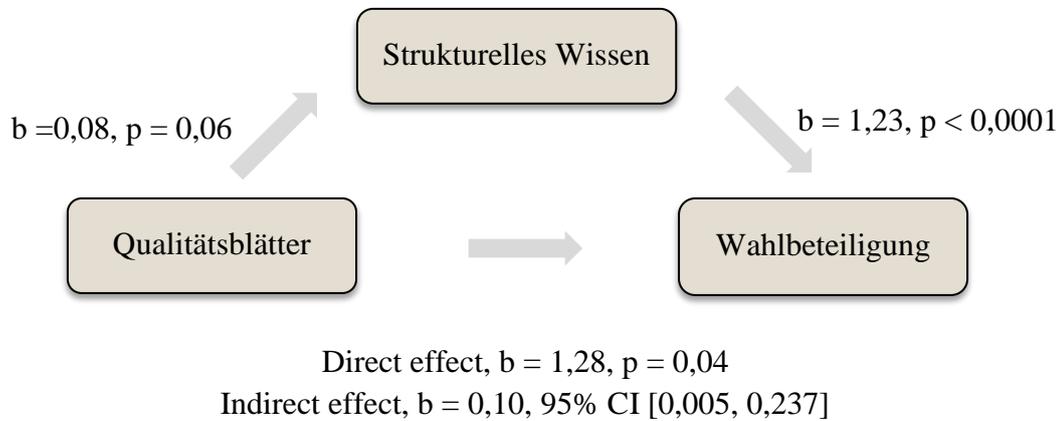
Bei der vierten Hypothese sind die Erwartungen einen positiven Effekt von Medienkonsum auf politisches Wissen auf Wahlbeteiligung zu finden. Dabei wird die Beziehung zwischen Medienkonsum und Wahlbeteiligung vom Politischem Wissen beeinflusst. Dabei wurde in Erwägung gezogen, dass Politisches Wissen als Mediator oder als Moderator²⁹ auftreten könnte. Die Hypothese wurde analysiert in Bezug auf Politisches Wissen, Strukturelles Wissen und auf Wissen über politische Informationen. Sie wurde auch auf die Faktoren Boulevardmedien und Qualitätsmedien, jeweils bei TV und Zeitungskonsum, beachtet. Die Analyse wurde berechnet mittels Regressionsanalysen (in PROCESS). Die Daten wurden für die vierte Hypothese in Hinblick auf einen Mediationseffekt analysiert. Auch hier wurden Regressionsanalysen berechnet (Modell 4 PROCESS).

Die Ergebnisse zeigen, dass die Beziehung von **Nachrichtensendungen** gesamt, Nachrichtensendungen des ORFs und von privaten Sendern auf Wahlbeteiligung, nicht vom Politischen Wissen, Strukturellem Wissen und Wissen über politische Informationen beeinflusst wird. Es liegen keine Mediationseffekte vor. Da die Hypothese 2 (Nachrichtensendungen beeinflusst Politisches Wissen) nicht bestätigt werden konnte, sind diese Ergebnisse die logische Konsequenz.

In Bezug auf den **Zeitungskonsum** zeigen sich ebenfalls fast keine Mediationseffekte, bis auf eine Ausnahme. Insgesamt haben Politisches Wissen, Strukturelles Wissen und Wissen über politische Informationen keine Mediationswirkung zwischen der Beziehung Zeitungskonsum gesamt, Boulevardblätter und Qualitätsblätter auf Wahlbeteiligung. Die Ausnahme stellt die Beziehung von Qualitätsblättern auf Wahlbeteiligung dar. Hier gibt es eine Mediation durch das Strukturelle Wissen. Die Analysen haben (schon bei der Hypothese 2) gezeigt, dass zwischen Qualitätsblätter und Strukturellem Wissen ein tendenzieller Effekt existiert. Es gibt einen signifikanten indirekten Effekt von Qualitätsblätter auf Wahlbeteiligung über das Strukturelle Wissen, $\beta = 0,10$, BCa CI [0,005, 0,237].

²⁹ Die vierte Hypothese wurde nicht nur auf Mediationseffekte, sondern auch auf Moderationseffekte überprüft. Es konnte keine Moderation der Beziehung Medienkonsum auf Wahlbeteiligung mittels Politischem Wissen gefunden werden.

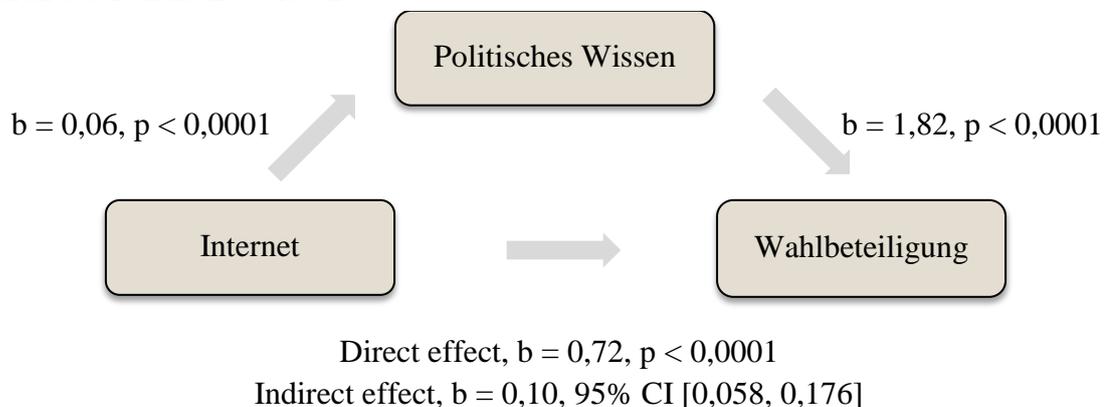
Abbildung 9: Mediationseffekt zwischen Qualitätsblätter auf Wahlbeteiligung durch Strukturelles Wissen



Quelle: Eigene Darstellung

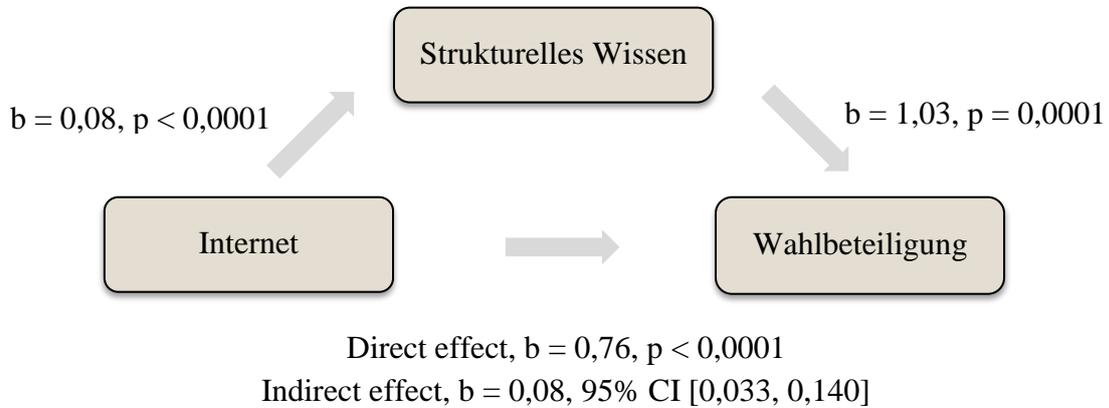
In Bezug auf das Informationsverhalten im **Internet** haben die Analysen eine Mediation der Beziehung Internetnutzung und Wahlbeteiligung durch Politisches Wissen, Strukturelles Wissen und Politische Information gefunden. Es gibt einen signifikanten indirekten Effekt von Internetnutzung auf Wahlbeteiligung über das Politische Wissen, $\beta = 0,10$, BCa CI [0,058, 0,176]. Es gibt einen signifikanten indirekten Effekt von Internetnutzung auf Wahlbeteiligung über das Strukturelles Wissen, $\beta = 0,08$, BCa CI [0,033, 0,140]. Es gibt einen signifikanten indirekten Effekt von Internetnutzung auf Wahlbeteiligung über das Wissen von politischen Informationen, $\beta = 0,05$, BCa CI [0,012, 0,098].

Abbildung 10: Mediationseffekt zw. Internetnutzungsverhalten auf Wahlbeteiligung durch das Politische Wissen



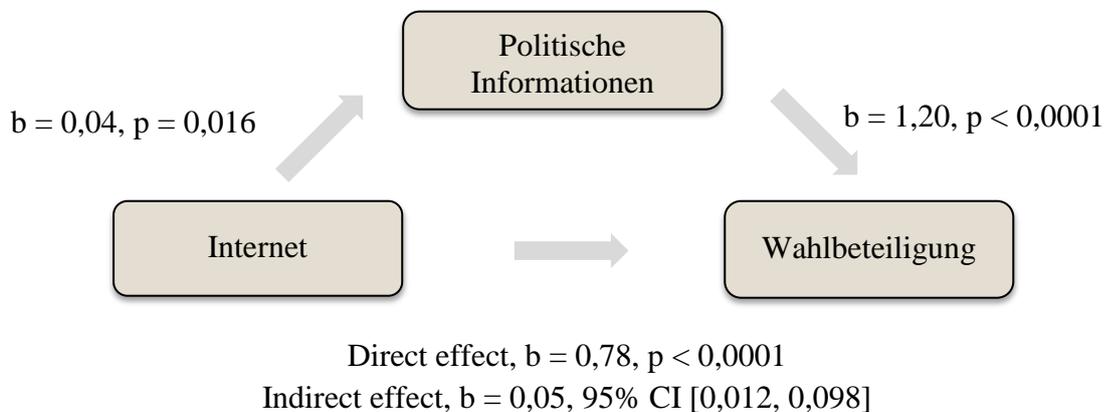
Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 11: Mediationseffekt zw. Internetnutzungsverhalten und Wahlbeteiligung durch das Strukturelle Wissen



Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 12: Mediationseffekt zw. Internetnutzungsverhalten und Wahlbeteiligung durch das Wissen über politische Informationen

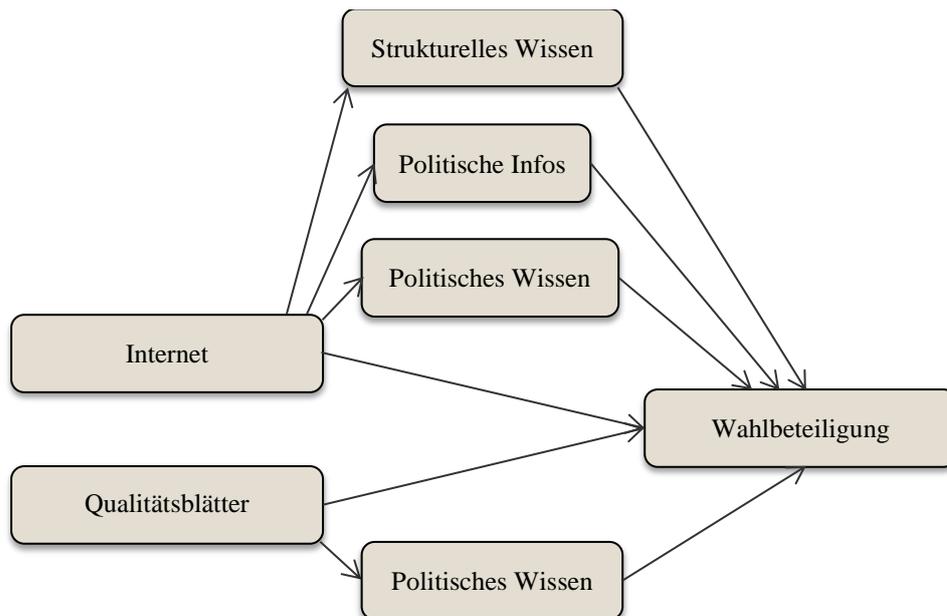


Quelle: Eigene Darstellung

Insgesamt konnte die 4 Hypothese für die TV-Nutzung nicht bestätigt werden. Auch bei Tageszeitungen gibt es keine Mediationseffekt, mit der Ausnahme von Qualitätsblättern. Als einziges Medium zeigt das Internet eindeutige Mediationseffekte von Politischem Wissen auf. Grundsätzlich wirkt Politisches Wissen nicht als Moderator oder Mediator zwischen der Beziehung Medienkonsum von Fernsehen, Tageszeitungen und Wahlbeteiligung. Die Ausnahme stellt die Beziehung der Nutzung von Qualitätsblättern

auf Wahlbeteiligung dar, die einen Mediationseffekt durch das Strukturelle Wissen aufweist. Das bedeutet, dass die Beziehung von Qualitätszeitungen auf Wahlbeteiligung auch durch das Strukturelle Wissen erklärt werden kann. Ebenso kann die Beziehung von Internetinformationsverhalten und Wahlbeteiligung durch das Politische Wissen als Mediator in allen Bereichen erklärt werden.

Abbildung 13: Mediationseffekte



Quelle: Eigene Darstellung

10. Diskussion der Ergebnisse

10.1. Diskussion des Einflusses von Medienkonsum auf Wahlbeteiligung

Diese Studie beschäftigt sich mit dem Einfluss von Medienkonsum und Politischem Wissen auf Wahlbeteiligung. Diese Beziehungen wurden untersucht, indem der Einfluss von Medienkonsum auf Politisches Wissen, der Einfluss von Politischem Wissen auf Wahlbeteiligung und der Einfluss von Medienkonsum auf Wahlbeteiligung analysiert wurde. Dafür wurden Umfragedaten der AUTNES-Studie herangezogen.

Die Ergebnisse der Hypothese 1 zeigen, dass die Mediennutzung einen Einfluss auf Wahlbeteiligung hat. Sowohl Nachrichtensendungen als auch Boulevardblätter und Qualitätsblätter beeinflussen die Wahlbeteiligung, allerdings haben Nachrichtensendungen und Boulevardblätter einen negativen Einfluss. Das bedeutet, dass jene Menschen, die sich mehr über politische Geschehnisse im Fernsehen informieren eher nicht wählen

gehen. Im Gegensatz dazu haben Qualitätsblätter einen positiven Effekt. Diese Effekte zeigen deutlich welche unterschiedlichen Auswirkungen die österreichischen Medien hier haben. Österreich ist ein Land in denen knapp 70 % der Bevölkerung über 14 Jahren täglich zur Zeitung greifen. Die Tageszeitungen Kronen Zeitung, Heute und Österreich haben zusammengezählt eine Reichweite von über 50 %, die Qualitätsblätter der Standard und die Presse haben hingegen zusammengezählt bloß eine Reichweite von knapp 10 %. Das bedeutet, dass sich diese negativen und positiven Einflüsse nicht ausgleichen. Weit mehr Menschen sind dem negativen Einfluss ausgesetzt als dem positiven Einfluss. Interessant ist auch, dass nur Qualitätsblätter und Boulevardblätter einen Einfluss haben. Ein Mix aus allen großen österreichischen Tageszeitungen hat keinen Effekt auf die Wahlbeteiligung.

Ebenso haben die Nachrichtensendungen des ORFs und der privaten Sender einen negativen Effekt auf die Wahlbeteiligung. Das bedeutet, dass jene Menschen die sich mehr im Fernsehen über Politik informieren eher weniger zu Wahl gehen. Interessant ist hier auch, dass mehr Menschen mit geringerem Bildungsniveau Nachrichtensendungen sehen als Menschen mit höherem Bildungsabschluss (Matura oder höherer Abschluss).

Einen positiven Ausblick gibt das Internet. Hier zeigen die Ergebnisse deutlich einen positiven Effekt. Menschen, die sich im Internet über Politik informieren, gehen eher zur Wahl als Menschen, die sich nicht im Internet informieren. Das bedeutet, dass die Nutzung des Online Mediums zur Informationssuche über Politik eine eindeutige positive Wirkung auf die politische Partizipation hat.

Laut der partizipatorischen Demokratietheorie entscheiden ja die BürgerInnen in einer Demokratie. Das bedeutet, dass eher jene Wählerschaft die Entscheidungen in unserer Demokratie trifft, die Qualitätsblätter liest und das Internet nutzt. Qualitätsblätter und Internetmedien bekommen so eine gewichtigere Rolle im Meinungsbildungsprozess. Ihre LeserInnen und NutzerInnen sind schließlich diejenigen, die dann Entscheidungen für das Land treffen.

Im Vergleich zu anderen Studien sind diese Ergebnisse durchaus überraschend. Während hier Zeitungsnutzung sowohl negative und positive Effekte auslöst, finden Corrigan-Brown und Wilkes (2014) nur einen positiven Effekt von Zeitungsnutzung, Eveland und Scheufele (2000) finden auch einen signifikanten Einfluss und sogar einen Moderationseffekt durch Bildung. Relativ neu ist daher das Ergebnis, dass die österreichischen Boulevardblätter eine negative Auswirkung haben. In Bezug auf die Fernsehnutzung haben Corrigan-Brown und Wilkes sowie die Untersuchung von Eveland und Scheufele

keinen Effekt von TV-Nutzung festgestellt. Der signifikante und negative Effekt von Nachrichtensendungen ist also hier ein überraschendes Ergebnis. In Bezug auf das Internet kann der positive Effekt in die gefundenen Ergebnisse von Tolbert und McNeal (2003) eingereiht werden, die ebenfalls einen positiven Effekt der Internetnutzung auf politische Partizipation gefunden haben.

10.2. Diskussion des Einflusses von Mediennutzung auf Politisches Wissen

Die Ergebnisse der Hypothese 2 zeigen, dass nicht alle Medien das Politische Wissen beeinflussen. Nachrichtensendungen und Tageszeitungen haben keinen Effekt. Höchstens Qualitätsblätter zeigen eine Tendenz das Strukturelle Wissen zu beeinflussen. Hier wird deutlich wie wichtig die Aufteilung von Politischen Wissen in Strukturelles Wissen und Wissen über politische Informationen ist. Am einflussreichsten ist hier das Internetnutzungsverhalten. Jene Personen, die sich über Politik im Internet informieren, haben ein höheres Politisches Wissen, das gilt auch für das Strukturelle Wissen und für das Wissen über politische Informationen.

Insgesamt sind die Menschen mehr über das Strukturelle Wissen informiert als über das Wissen rund um politische Informationen, ein Ergebnis das auch in andere Studien (Delli Carpini and Keeter 1996) gefunden wurde. Dabei wissen Menschen mit geringerem Bildungsabschluss in allen drei Wissensbereichen weniger als Menschen, die mindestens Matura gemacht haben. Elo und Rapeli (2010) zeigen, dass in ihrer Untersuchung Bildung der wichtigste bestimmende Faktor für Politisches Wissen ist, dieses Ergebnis konnte auch hier gefunden werden. Für das Wissen über politische Informationen ist hingegen das politische Interesse der wichtigste Faktor.

In Bezug auf die österreichische Medienlandschaft zeigt sich, dass der ORF und private Sender über das Fernsehen keinen Einfluss auf das Politische Wissen haben. Auch Boulevardblätter haben keinen Einfluss. Höchstens die Tageszeitungen der Standard und die Presse zeigen, dass es tendenziell sein könnte, dass sie das Wissen über Politik positiv beeinflussen. Das Internet hat hier den größten Einfluss, hier wird mit Abstand am meisten die Website orf.at genutzt. Weitere wichtige Websites sind derstandard.at, krone.at und oe24.at. Das zeigt, dass hier ein öffentlich-rechtliches Medium am stärksten ist, während die österreichischen Boulevardmedien nur eine vergleichsweise kleine Rolle spielen.

Für unser Demokratieverständnis ist ein adäquates Wissen von politischen Geschehnissen und Strukturen nötig um Allokation von Ressourcen bewerkstelligen zu können.

Hier haben die Medien, bis auf das Internet, nur wenig Einfluss. Aber auch die Wirkung des Internets ist eher klein. Es bleibt also die Frage offen, wenn die Medien keinen Einfluss auf das politische Wissen haben, was sind dann die entscheidenden Faktoren? Die Untersuchung zeigt, dass unter anderem das Politisches Wissen nach Geschlecht, Bildung, Alter und politischem Interessen variiert. Besonders der Gender gap ist in der *political knowledge*-Forschung ein Faktor, der immer wieder gefunden wird, aber für den es kaum belegte Erklärungsansätze gibt.

Im Vergleich mit anderen Studien sind auch in diesem Fall die Ergebnisse in Bezug Einfluss von Medienkonsum auf Politisches Wissen überraschend, da kaum Effekte nachgewiesen werden konnte. Während bisherigen Studien eher Zeitungen als Fernsehen, und eher Fernsehen eher als Internet Effekte nachweisen konnten, sind die hier gefundenen Ergebnisse konträr. Es wurden keine Effekte von Boulevardblättern und keine Effekte von Nachrichtensendungen auf Politisches Wissen entdeckt. Der schon oft nachgewiesene positive Effekt von Boulevardzeitungen konnte nur tendenziell bestätigt werden. Die Analysen zeigen, dass ein positiver und signifikanter Effekt von Nachrichtensendungen im TV seine ursprüngliche Wirkungskraft gänzlich verliert, wenn man in das Modell die Variablen Geschlecht, Bildung, Alter und politisches Interesse inkludiert. Dasselbe gilt für die positive Beziehung von Qualitätsblättern auf Politisches Wissen und für die negative Beziehung von Boulevardblättern auf Wissen über politische Informationen. Ebenso überraschend ist der positive Effekt von Internetnutzung auf Politisches Wissen, da einige bisherigen Studien (Elo and Rapeli 2010; Tran 2013) keinen Effekt gefunden haben. Die Analyse kann hingegen das Ergebnis von Dimitrova et al. (2014) bestätigen, dass online Nachrichten Webseiten einen schwachen Einfluss auf politisches Wissen haben.

10.3. Diskussion des Einflusses von Politischem Wissen auf Wahlbeteiligung

Die Ergebnisse der Hypothese drei zeigen, dass das Politische Wissen, das Strukturelle Wissen und das Wissen über politische Informationen, alle drei Bereiche, einen positiven Einfluss auf die Wahlbeteiligung haben. Das bedeutet, dass Personen, die mehr über Politik wissen, auch eher wählen gehen.

Die österreichische Wahlbeteiligung bei Nationalratswahlen sinkt stetig in den letzten Jahrzehnten. Seit der Jahrtausendwende bewegt sich die Wahlbeteiligung zwischen

70 – 80 % bei den bundesweiten Wahlen. Das bedeutet, dass rund ein Viertel der wahlberechtigten Bevölkerung in Österreich nicht wählen gegangen ist.

Hinsichtlich des Demokratieverständnisses wird eine informierte Öffentlichkeit als essentiell für die Demokratie angesehen. Es wird von einem Paradox gesprochen, dass das demokratische System funktioniert, obwohl die Bevölkerung wenig politisches Wissen besitzt. Der Durchschnitt der Befragten wusste nur knapp mehr als die Hälfte des abgefragten Wissens.³⁰ Ein solches Level legt nahe, dass viele Personen kein adäquates Wissen haben um Probleme, ihre komplexen Interdependenzen und ihre Effekte verstehen zu können. Voraussetzung dafür ist, dass BürgerInnen die Informationen haben und diese in adäquates Wissen umwandeln um Entscheidungen treffen zu können. Dieses Idealbild der Demokratietheorie trifft in der Realität allerdings auf viele Personen nicht zu. Weniger als ein Fünftel der Befragten wusste bei allen Politik-Fragen richtig bescheid. Insgesamt ist das Strukturelle Wissen höher als das Wissen über politische Informationen, Bildung und politische Interesse sind hier die wichtigsten Faktoren. Möchte man also die Wahlbeteiligung erhöhen, so muss man das politische Interesse und die Bildungschancen erhöhen, damit sich das Politische Wissen erhöht. Das Paradoxe ist, dass sich die Bildungschancen in den letzten Jahrzehnten stetig erhöht, die Wahlbeteiligung jedoch unaufhörlich sinkt.

Das Ergebnis des Einflusses von politischem Wissen auf Wahlbeteiligung ist nicht überraschend. Es bestätigt die ebenso gefundenen positiven Effekte von anderen Studien (Corrigall-Brown and Wilkes 2014; Johann 2012a; Kenski and Stroud 2006).

10.4. Diskussion des Einflusses von Politischem Wissen auf die Beziehung zwischen Medienkonsum und Wahlbeteiligung

Die Analyse hat gezeigt, dass die Beziehung von Medienkonsum auf Wahlbeteiligung teilweise vom Politischen Wissen beeinflusst wird. Ob eine Mediation vorliegt oder nicht, kommt auf das Medium an. Bei Fernsehnutzung und Tageszeitungen gibt es keinen Effekt, außer bei den Qualitätsblättern. Die Beziehung von Qualitätsblättern und Wahlbeteiligung wird durch das Strukturelle Wissen beeinflusst. Das bedeutet, dass das Strukturelle Wissen erklärt warum dieser Effekt zustande kommt beziehungsweise wie. Der Fakt, dass Qualitätsblätter einen Effekt auf Wahlbeteiligung haben, wird unter anderen durch das Politische Wissen erklärt. Qualitätsblätter haben einen Einfluss auf

³⁰ Ähnliche Levels an politischen Wissen lassen sich bei (Dimitrova et al. 2014) finden.

Wahlbeteiligung, weil sie das Politische Wissen tendenziell erhöhen und das wiederum die Wahlbeteiligung.

Dieser Effekt wurde nur für Qualitätsblätter und Internet gefunden. Dass insbesondere die Beziehung zwischen Internet und Wahlbeteiligung von allen Bereichen des Politischen Wissens beeinflusst wird ist interessant, da das Internet ein Medium ist, das immer mehr NutzerInnen hat. In Bezug auf die Wirkung des Internet muss man bedenken, dass das Internet eine spezifische Gruppe an NutzerInnen hat. Es benutzen fast doppelt so viele Männer wie Frauen und mehr Menschen mit hohem Bildungsabschluss das Internet um sich täglich zu informieren. Es ist für rund ein Fünftel der ÖsterreicherInnen die primäre politische Informationsquelle. Das Quasi-Monopol des ORF findet sich auch hier wieder, da die Website des ORF die mit Abstand meist besuchte Nachrichtenwebsite ist. Erstaunlich ist auch das die Website des Standards mehr LeserInnen hat als die Boulevardmedien krone.at und oe24.at. Das „verengte politische Informationsrepertoire“, wie es Plasser und Pallaver (2012, 259) genannt haben, findet sich auch in der österreichischen Medienlandschaft der Websites wieder.

Im Vergleich zu anderen Studien ist dieser Effekt nicht unbedingt überraschend. Bisherige Studien konnten bereits die Effekte der drei einzelnen Pfade aufzeigen. Neu ist allerdings das Qualitätsblätter nur über das Strukturelle Wissen und nicht über das Wissen über aktuelle Informationen einen Effekt ausüben. Insgesamt zeigt sich, dass einerseits die Aufteilung des Politischen Wissens in die einzelnen Bereiche zwar interessante Ergebnisse aufzeigt, aber andererseits sich sich keine wirklich großen Unterschiede aufzeigen lassen, bis auf die Beziehung Qualitätsblätter und Strukturelles Wissen.

11. Ausblick

Diese Studie hat Einfluss der Medien auf das Politische Wissen und auf die Wahlbeteiligung der Nationalratswahl 2013 untersucht. Die Analyse zeigt auf, dass nur Qualitätsblätter und das Internet das Politische Wissen beeinflussen, aber dass alle Medien die Wahlbeteiligung beeinflussen. Zudem gibt es einen Effekt der Mediation, die Beziehung zwischen Internetnutzung und Wahlbeteiligung wird vom Politischen Wissen beeinflusst.

Die Analyse wurde durchgeführt mittels der Daten der AUTNES-Befragung. Dabei wurden 1500 Personen auf ihr Politisches Wissen getestet, ihr Mediennutzungsverhalten und ihre Wahlbeteiligung abgefragt. Hinsichtlich der Befragung und Methode gibt es durchaus Faktoren, die man noch verbessern könnte. In Bezug auf den Fragebogen und

den Frageitems zum Konstrukt Politisches Wissen gibt es laut Dow (2009, 121) die Diskussion, ob die Fragen über politische Akteure und Policies mehr auf das Interesse der Männer bezogen sind. Auch die Ergebnisse dieser Studie haben den Gender gap hinsichtlich des Politischen Wissens bestätigt. Dow argumentiert, dass dieser Interessensbias nicht den aufgezeigten Gender gap im politischen Wissen abmildert. Auch wenn dieser Bias bei den Fragen der AUTNES Studie wahrgenommen werden würde³¹, so muss man sich klar machen, dass Frauen aufgrund ihrer rechtlichen Gleichstellung nicht nur die gleichen Rechte aber auch die gleichen Pflichten als BürgerInnen haben. Lazarsfeld, Berelson und Gaudet (1969, 80) haben aufgezeigt, dass viele Frauen in den 1940er Jahren in den USA sich nicht oder wenig für Politik interessierten, weil es nach eigenen Aussagen *Männersache* sei. Allerdings gehen in einer partizipatorischen Demokratie die Entscheidungen von allen aus, deshalb muss man auch hier das Ideal hochhalten, dass alle Bereiche, normativ gesehen, von allen Menschen, egal welchem Geschlecht oder Gender zugehörig, entschieden werden sollen. Daher ist auch das allgemeine politische Wissen, im Gegensatz zum Spezialwissen in bestimmten Bereichen, bei allen Wahlberechtigten wichtig. Daher ist die Relevanz der Frage ob ein Genderbias in den Frageitems vorhanden ist im Lichte der partizipatorischen Demokratie mit Ausnahme der Darstellung eines verzerrten Bildes des Gender gaps im politischen Wissen gering.

Die Konzepte Politisches Wissen, Strukturelles Wissen und Wissen über politische Informationen weisen leider eine geringe interne Konsistenz auf. Das bedeutet, dass die Reliabilität der Konstrukte sehr gering ist. In anderen Worten zeigt dies, dass es sehr unterschiedliches Wissen gibt und die gewählte Einteilung in Strukturelles Wissen und Wissen über politische Akteure vielleicht noch zu ungenau ist.

Methodisch gesehen wurde in den Daten der AUTNES Erhebung das politische Wissen durch relativ unzusammenhängende Fragen abgefragt, die kognitive Komplexität der politischen Realität wurde dabei nicht wirklich erfasst. In der Zukunft wäre es methodisch gesehen interessant, die kognitive Komplexität in der Operationalisierung zu beachten, da dies eine wichtige Komponente im politischen Wissen darstellt. McLeod Kosicki und McLeod (2002, 230) berichten von Studien, in denen hier die Techniken der Gruppendiskussion und der offenen Fragestellungen angewendet worden sind um die Komplexität und die Struktur der Gedanken des Publikums in Bezug auf ein bestimmtes Thema zu messen. Dabei kann die kognitive Komplexität erhoben werden

³¹ Es gibt dafür weder Bestätigungen noch Wiederlegungen.

durch das Zählen der Merkmale von offenen Antworten und der Argumente, Zeitrahmen, Gründe und Implikationen, die eine Person in die Diskussion miteinbringt. Zwar ist die kognitive Komplexität mit dem faktischen Wissen korreliert, jedoch, so argumentieren die Autoren, haben diese beide Kriterien ein eigenes Set von sozialen Strukturen und medialen Vorbedingungen. Daher würde die Forschung davon profitieren, wenn in der Erhebung von politischem Wissen auch kognitive politische Komplexität mit einfließt.

Eine Limitation dieser Studie ist, dass die Daten der Mediennutzung auf Self-Report-Daten basiert. Bechtel, Achelpohl und Akters (1972) konnten nachweisen, dass diese Methode zu keinen akkuraten Ergebnissen kommt im Vergleich zur direkten Messung der Mediennutzung. Hier ist definitiv ein Verbesserungsbedarf vorhanden.

Diese Studie hat einige interessante Ergebnisse liefern können, aber auch Fragen offenen gelassen. Es wurde analysiert, dass österreichische Boulevardzeitungen einen negativen Effekt und Qualitätszeitungen einen positiven Effekt auf die Wahlbeteiligung haben. Doch wie wirken sich andere Zeitungen, wie die Kleine Zeitung oder Kurier aus? Diese Mid-Market Zeitungen wurden nicht in den Fokus genommen. Eine weitere interessante Untersuchung wäre die Auswirkung von lokalen Nachrichten. Prior (2003) zeigte, dass eine Präferenz für lokale Nachrichten eine negative Auswirkung auf das Hard-News-Politische Wissen hat. Ist dies auch in Österreich der Fall? In Bezug auf das Internetmedium bleibt offen, *welche* Websites hier einen Einfluss haben. Hier könnte man noch analysieren ob der Effekt von Internetnachrichtenportalen auf politisches Wissen von spezifischen Websites abhängig ist, da Dimitrova et al. (2011) gezeigt haben, dass nur manche der online Nachrichtenportale zu einem höheren politischen Wissen führen.

Insgesamt konnte die Analyse neue und interessante Ergebnisse finden. Einige Effekte wurden auch in anderen Studien gefunden, andere sind wiederum neu und geben Anstöße zu weiteren Untersuchungen. Hinsichtlich der Verwendung und Verwertbarkeit der Ergebnisse können diese für Diskussionen rund um die Bedeutung von Medien, politischem Wissen im Allgemeinen und Wahlbeteiligung verwendet werden. Für die Diskussion von BildungsexpertInnen rund um die Einführung des Unterrichtsfaches Politische Bildung zeigt die Studie auf, dass die Bildung der wichtigste Faktor für politisches Interesse ist, was wiederum wichtig für die Wahlbeteiligung ist. Für Akteure im täglichen politischen Geschehen könnte es interessant sein zu wissen, welche Medien Personen

anspricht, die auch wirklich wählen gehen. Die Mobilisierung am Wahltag ist im Wahlkampf ein wichtiges Thema.

Diese Studie hat versucht einen Betrag zu leisten in der Frage wie unsere Demokratie funktioniert, weil es dafür nötig ist zu verstehen, wie politische Informationen produziert, präsentiert, rezipiert und genutzt werden.

Literaturverzeichnis

- Aichholzer, Julian, David Johann, and Eva Zeglovits. 2014. "Wahlbeteiligung." In *Die Nationalratswahl 2013. Wie Parteien, Medien Und Wählerschaft Zusammenwirken.*, eds. Sylvia Kritzinger, Wolfgang C. Müller, and Klaus Schönbach. Wien-Köln-Weimar: Böhlau Verlag, 177–90.
- Angermeier, Wilhelm F., Peter Bednorz, and Martin Schuster. 1984. *Lernpsychologie*. München, Basel: E. Reinhardt.
- Arceneaux, Kevin, Martine Johnson, and Hermine H Maes. 2012. "The Genetic Basis of Political Sophistication." *Twin Research and Human Genetics* 15(1): 34–41.
- Bechtel, Robert B, Clark Achelpohl, and Roger Akers. 1972. "Correlates between Observed Behavior and Questionnaire Responses on Television Viewing." In *Television and Social Behavior*, eds. Eli A Rubinstein, George A Comstock, and John P Murray. Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 274–394.
- Bernstein, Robert, Anita Chadha, and Robert Montjoy. 2001. "Overreporting Voting: Why It Happens and Why It Matters." *Oxford University Press* 65(1): 22–44.
- Blais, André, Elisabeth Gidengil, Neil Nevitte, and Richard Nadeau. 2004. "Where Does Turnout Decline Come From?" *European Journal of Political Research* 43: 221–36.
- Bodenmann, Guy, Meinrad Perrez, Marcel Schär, and Andrea Trepp. 2004. *Klassische Lerntheorien. Grundlagen Und Anwendungen in Erziehung Und Psychotherapie*. Bern: Verlag Hans Huber.
- Bonfadelli, Heinz. 2004. *Medienwirkungsforschung II*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Bundesministerium für Inneres. 2013. "Wahlen." *bmi.gv.at*. http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_wahlen/nationalrat/2013/Vorl_Erg_Gesamt.aspx (February 27, 2015).
- Burkart, Roland. 2002. *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen Und Problemfelder. Umriss Einer Interdisziplinären Sozialwissenschaft*. Wien-Köln-Weimar: Böhlau Verlag.
- Clark, Nicholas. 2014. "The EU's Information Deficit: Comparing Political Knowledge across Levels of Governance." *Perspectives on European Politics and Society* 15(4): 445–63.
- Converse, Philip E. 1964. "The Nature of Belief Systems in Mass Publics." In *Ideology and Discontent*, ed. David E Apter. London: Collier - Macmillan Limited, 206–61.
- Corrigall-Brown, Catherine, and Rima Wilkes. 2014. "Media Exposure and the Engaged Citizen: How the Media Shape Political Participation." *The Social Science Journal* 51(3): 408–21.

- Dalton, Russel J. 2002. *Citizen Politics. Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies*. New York, London: Chatham House Publishers.
- Delli Carpini, Michael X, and Scott Keeter. 2002. "The Internet and an Informed Citizenry." In *The Civic Web*, eds. D. Anderson and M. Cornfield. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers, 129–53.
- Delli Carpini, Michael X., and Scott Keeter. 1996. *What Americans Know about Politics and Why It Matters*. New Haven, London: Yale University Press.
- Dimitrova, Daniela V., Adam Shehata, Jesper Stromback, and Lars W. Nord. 2014. "The Effects of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns: Evidence From Panel Data." *Communication Research* 41(1): 95–118.
- Dow, Jay K. 2009. "Gender Differences in Political Knowledge: Distinguishing Characteristics-Based and Returns-Based Differences." *Political Behavior* 31(1): 117–36.
- Elenbaas, Matthijs, Cleas de Vreese, Andreas Schuck, and Hajo Boomgaarden. 2014. "Reconciling Passive and Motivated Learning: The Saturation-Conditional Impact of Media Coverage and Motivation on Political Information." *Communication Research* 41(4): 481–504.
- Elo, Kimmo, and Lauri Rapeli. 2010. "Determinants of Political Knowledge: The Effects of the Media on Knowledge and Information." *Journal of Elections, Public Opinion & Parties* 20(1): 133–46.
- "Entwicklung Der Haushaltsausstattung 1990-2013." *Medienforschung ORF*. http://medienforschung.orf.at/c_fernsehen/console/console.htm?y=4&z=1 (February 25, 2015).
- "Ergebnisse Der MA 13/14." 2014. *HORIZONT online*. <http://www.horizont.at/home/detail/ma-1314-erschiene.html> (February 20, 2015).
- Eveland, William P. Jr., Andrew F. Hayes, Dhavan V. Shah, and Nojin Kwak. 2005. "Understanding the Relationship Between Communication and Political Knowledge: A Model Comparison Approach Using Panel Data." *Political Communication* 22(4): 423–46.
- Eveland, William P. Jr., and Dietram A. Scheufele. 2000. "Connecting News Media Use with Gaps in Knowledge and Participation." *Political Communication* 17(3): 215–37.
- Field, Andy. 2013. *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage.
- Fraile, Marta. 2011. "Widening or Reducing the Knowledge Gap? Testing the Media Effects on Political Knowledge in Spain (2004-2006)." *The International Journal of Press/Politics* 16(2): 163–84.

- Fraile, Marta, and Shanto Iyengar. 2014. "Not All News Sources Are Equally Informative: A Cross-National Analysis of Political Knowledge in Europe." *The International Journal of Press/Politics* 19(3): 275–94.
- Franklin, Mark N. 2004. *Voter Turnout and the Dynamics of Electoral Competition in Established Democracies since 1945*. Cambridge: University of Cambridge.
- Galston, William A. 2001. "Political Knowledge, Political Engagement, and Civic Education." *Annual Review of Political Science* 4: 217–34.
- Gibson, Rachel K., and Ian McAllister. 2014. "New Media, Elections and the Political Knowledge Gap in Australia." *Journal of Sociology* (May): 1–17.
- Grönlund, Kimmo. 2007. "Knowing and Not Knowing: The Internet and Political Information." *Scandinavian Political Studies* 30(3): 397–418.
- Hayes, Andrew F. 2013. *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis. A Regression-Based Approach*. New York, London: The Guilford Press.
- Held, David. 1996. *Models of Democracy*. Cambridge: Politiy Press.
- Johann, David. 2011. "Spielregeln Und AkteurInnen: Politisches Wissen Als Ressource Verschiedener Formen Politischer Partizipation." *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft* 40(4): 377–94.
- . 2012a. "Direkte Und Indirekte Effekte Spezifischen Politischen Wissens Auf Politische Partizipation." *Politische Psychologie* 2(1): 23–46.
- . 2012b. "Specific Political Knowledge and Citizens' Participation: Evidence from Germany." *Acta Politica* 47(1): 42–66.
- Karp, Jeffrey A, and David Brockington. 2005. "Social Desirability and Response Validity: A Comparative Analysis of Overreporting Voter Turnout in Five Countries." *Journal of Politics* 67(3): 825–40.
- Kenski, Kate. 2000. "Women and Political Knowledge During the 2000 Primaries." *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 572: 26–28.
- Kenski, Kate, and Kathleen Hall Jamieson. 2000. "The Gender Gap in Political Knowledge: Are Women Less Knowledgeable than Men about Politics?" In *Everything You Think You Know about Politics and Why You're Wrong*, ed. Kathleen Hall Jamieson. New York: Basic Books, 83–92.
- Kenski, Kate, and Natalie Jomini Stroud. 2006. "Connections Between Internet Use and Political Efficacy , Knowledge, and Participation." *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 50(2): 173–92.
- Kritzinger, Sylvia et al. 2014. *AUTNES Pre- and Post Panel Study 2013. GESIS Data Archive, Cologne. ZA5859 Data File Version 1.0.0, Doi: 10.4232/1.11959. <http://data.autnes.at/datadownload.htm>*.

- Krosnick, Jon A. 1990. "Expertise and Political Psychology." *Social Cognition* 8(1): 1–8.
- Ksiazek, Thomas B., Edward C. Malthouse, and James G. Webster. 2010. "News-Seekers and Avoiders: Exploring Patterns of Total News Consumption Across Media and the Relationship to Civic Participation." *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 54(4): 551–68.
- Lachat, Romain. 2007. *A Heterogeneous Electorate*. Baden-Baden: Nomos.
- Lasorsa, D. L. 2009. "Political Interest, Political Knowledge, and Evaluations of Political News Sources: Their Interplay in Producing Context Effects." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 86(3): 533–44.
- Lasorsa, Dominic L. 2003. "Question-Order Effects in Surveys: The Case of Political Interest, News Attention, and Knowledge." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 80(3): 499–512.
- Lazersfeld, Paul F., Brenard Berelson, and Hazel Gaudet. 1969. *Wahlen Und Wähler*. Neuwied und Berlin: Hermann Luchterhand Verlag.
- Lengauer, Günther, Fritz Plasser, and Gilg Seeber. 2012. "Media Milieus: Politische Informations- Und Mediennutzungstypen." In *Erfolgreich Wahlkämpfen. Massenmedien Und Wahlkampagnen in Österreich*, ed. Fritz Plasser. Wien: facultas.wuv, 57–86.
- Lijphart, Arend. 1998. *The Problem of Low and Unequal Voter Turnout - and What We Can Do about It*. Wien: Institut für Höhere Studien.
- Lupia, Arthur, and Mathew D McCubbins. 1998. *The Democratic Dilemma*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Luskin, Robert C. 1990. "Explaining Political Sophistication." *Political Behavior* 12(4): 331–61.
- Luskin, Robert C. 1987. "Measuring Political Sophistication." *American Journal of Political Science* 31(4): 856–99.
- Maier, Jürgen. 2009. "Was Die Bürger Über Politik (nicht) Wissen - Und Was Die Massenmedien Damit Zu Tun Haben - Ein Forschungsüberblick." In *Politik in Der Mediendemokratie. PVS - Politische Vierteljahresschrift. Sonderheft 42.*, eds. Frank Marcinkowski and Barbara Pfetsch. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 393–414.
- Marquis, Lionel. 2010. "Understanding Political Knowledge and Its Influence on Voting Preferences in the 2007 Federal Election." *Swiss Political Science Review* 16(3): 425–56.
- McGlone, Matthew S., Joshua Aronson, and Diane Kobryniewicz. 2006. "Stereotype Threat and the Gender Gap in Political Knowledge." *Psychology of Women Quarterly* 30(4): 392–98.

- McLeod, Douglas M, Gerald M Kosicki, and Jack M McLeod. 2002. "Resurveying the Boundaries of Political Communication Effects." In *Media Effects. Advances in Theory and Research.*, eds. Jennings Bryant and Dolf Zillmann. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 215–68.
- De Nève, Dorothee. 2009. *NichtwählerInnen - Eine Gefahr Für Die Demokratie*. Opladen & Farmington Hills: Verlag Barbara Budrich.
- "ÖWA Plus 4. Quartal 2013- Monatsreichweiten." *Medienforschung ORF*. http://medienforschung.orf.at/c_internet/console/console.htm?y=4&z=1 (February 24, 2015).
- Pateman, Carol. 1970. *Participation and Democratic Theory*. London: Cambridge University Press.
- Plasser, Fritz, and Günther Lengauer. 2012. "Rules of the Game: Österreichs Politische Kommunikationskultur Im Europäischen Vergleich." In *Erfolgreich Wahlkämpfen. Massenmedien Und Wahlkampagnen in Österreich*, ed. Fritz Plasser. Wien: facultas.wuv, 29–57.
- Plasser, Fritz, and Günther Pallaver. 2012. "Österreichische Medien Und Politische Kommunikaiton in Komparativer Sicht." In *Die Österreichische Demokratie Im Vergleich*, eds. Ludger Helms and David M Wineroither. Baden-Baden: Nomos, 249–69.
- Price, Vincent, and John Zaller. 1993. "Who Gets the News ? Alternative Measures of News Reception and Their Implications for Research." *The Public Opinion Quarterly* 57(2): 133–64.
- Prior, Markus. 2003. "Any Good News in Soft News? The Impact of Soft News Preference on Political Knowledge." *Political Communication* 20(2): 149–71.
- Rapeli, Lauri. 2013. *The Conception of Citizen Knowledge in Democratic Theory*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Renner, Karl-Heinz. 2008. "Theoretische Perspektiven Für Die Medienpsychologie." In *Medienpsychologie*, eds. Bernad Batinic and Markus Appel. Berlin Heidelberg: Springer, 77–104.
- Romer, Dan, and Kathleen Hall Jamieson. 2000. "Does Local Television News Inform As Well As Local Newspaper?" In *Everything You Think You Know about Politics and Why You're Wrong*, New York: Basic Books, 149–53.
- Rosenstone, Steven J., and John Mark Hanson. 1993. *Mobilization, Participation, and Democracy in America*. New York: Macmillan.
- Sartori, Giovanni. 1987. *The Theory of Democracy Revisited*. New Jersey: Chatham House Publishers.

- Scheufele, Dietram A. 2002. "Examining Differential Gains from Mass Media and Their Implications for Participatory Behavior." *Communication Research* 29(1): 46–65.
- Sidanius, Jim. 1988. "Political Sophistication and Political Deviance: A Structural Equation Examination of Context Theory." *Journal of Personality and Social Psychology* 55(1): 37–51.
- Silver, Brian D, Barbara A Anderson, and Paul R Abramson. 1986. "Who Overreports Voting?" *The American Political Science Review* 80(2): 613–24.
- Steenbergen, Marco R. 2010. "The New Political Psychology of Voting." In *Information - Wahrnehmung - Emotion. Politische Psychologie in Der Wahl- Und Einstellungsforschung.*, eds. Thorsten Faas, Kai Arzheimer, and Sigrid Roßteutscher. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 13–31.
- Tolbert, Caroline J., and Ramona S. McNeal. 2003. "Unraveling the Effects of the Internet on Political Participation?" *Political Research Quarterly* 56(2): 175–85.
- Tran, Hai. 2013. "Does Exposure to Online Media Matter ? The Knowledge Gap and the Mediating Role of News Use." *International Journal of Communications* 7: 831–52.
- Trappel, Josef. 2004. "Austria." In *Media in Europe. The Euromedia Handbook.*, eds. Mary Kelly, Gianpietro Mazzoleni, and Denis McQuail. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage, 4–15.
- "TV-Marktanteile 2013 Nach Sendern." *Medienforschung ORF*.
http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/console/console.htm?y=3&z=1 (February 25, 2015).
- De Vreese, Claes H, and Hajo Boomgaarden. 2006. "News, Political Knowledge and Participation: The Differential Effects of News Media Exposure on Political Knowledge and Participation." *Acta Politica* 41(4): 317–41.
- Westle, Bettina, and David Johann. 2010. "Das Wissen Der Europäer/innen Über Die Europäische Union." In *Information - Wahrnehmung - Emotion. Politische Psychologie in Der Wahl- Und Einstellungsforschung.2*, eds. Thorsten Faas, Kai Arzheimer, and Sigrid Roßteutscher. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 353–74.
- Wirth, Werner, Christian Schemer, and Jörg Matthes. 2006. *Politische Willensbildung in Der Schweizerischen Mediengesellschaft. Unveröffentlichter Projektbericht Zuhanden Des Bundesamtes Für Kommunikation (BAKOM)*.
- Wolak, Jennifer, and Michael McDevitt. 2011. "The Roots of the Gender Gap in Political Knowledge in Adolescence." *Political Behavior* 33(3): 505–33.

Zusammenfassung

In dieser Untersuchung steht der Einfluss von Medien auf die sinkende Wahlbeteiligung bei der Nationalratswahl 2013 im Mittelpunkt. Welchen Einfluss haben der Medienkonsum und das Wissen rund um Politik auf die Wahlbeteiligung? Bisherige Studien in anderen Staaten haben einen Zusammenhang zwischen dem Medienkonsum, dem politischen Wissen und der Wahlbeteiligung aufgezeigt. Dabei wird beim Konzept politisches Wissen unterschieden zwischen Strukturellem Wissen und Wissen über politische Informationen. Dieser Frage wird mittels der Daten aus der Umfrage der AUTNES nachgegangen. Die Ergebnisse zeigen, dass sich im Fernsehen, in der Zeitung und im Internet zu informieren Einfluss hat auf die Wahlbeteiligung. Die Nutzung von Qualitätsblättern und von online Nachrichtenportale hat Einfluss auf das Politische Wissen. Das Politische Wissen, das Strukturelle Wissen und das Wissen über politische Informationen hat wiederum Einfluss auf die Wahlbeteiligung. Zudem konnte ein Mediationseffekt von Politischen Wissen auf die Beziehung zwischen online Nachrichtenportale auf Wahlbeteiligung gefunden werden. Insgesamt zeigt sich, dass auch in Österreich die Medien einen Einfluss auf die Wahlbeteiligung haben und dass sie, ausgenommen das Internet, wenig Einfluss auf das politische Wissen haben.

Abstract

This study examines the effect media has on voter turnout at the Austrian elections for the national council in 2013. What effect has Austrian media on political knowledge and voter turnout? Previous studies have shown a significant effect between media consumption, political knowledge and voter turnout. The conception of political knowledge follows Elo und Rapeli (2010) who propose a differentiation between structural knowledge and political information. The data was provided by the Austrian National Election Study, who conducted a survey by testing Austrians about their political knowledge and asking them about media information habits and voter turnout. The results show that television, newspaper and internet have an effect on voter turnout. Daily quality newspaper and online media have an impact on political knowledge, which itself has an impact on voter turnout. There was also a mediation effect found. The results show political knowledge a mediator between internet and voter turnout. The study demonstrates that Austrian media has an impact on voter turnout, but with the exception of the internet has less impact on the political knowledge.

Lebenslauf

Angaben zur Person

Nachname / Vorname **Patscheider Cornelia**
E-Mail cornelia.patscheider@gmail.com
Staatsangehörigkeit Österreich
Geburtsdatum 27.03.1989

Berufserfahrung

Daten 01.10.2011 – 30.06.2015
Beruf oder Funktion (e)Fachtutoriumsleiterin (STEP 4 – VO Einführung in die Methoden der empirischen Kommunikationswissenschaft und STEP 2 – VO Medien- und Kommunikationsgeschichte) am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien

Daten 20.08.2013 – 15.05.2014
Beruf oder Funktion German Foreign Language Assistant am Central College, IA, USA

Daten 01.10.2010 – 31.05.2011
Beruf oder Funktion German Foreign Language Assistant an der King Edward VII School, UK

Schul- und Berufsbildung

Daten 01.03.2012 – dato
Studium Magisterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Bildungseinrichtung Universität Wien

Daten 01.10.2010 – 30.03.2015
Studium Masterstudium Politikwissenschaft
Bildungseinrichtung Universität Wien

Daten 01.03.2007 – 27.02.2012
Studium Bakkalaureatsstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Bildungseinrichtung Universität Wien

Daten 01.10.2007 – 16.08.2010
Studium Bachelorstudium Politikwissenschaft
Bildungseinrichtung Universität Wien