

Medienereignis Kanzlerduell 2005. Eine Analyse der Effekte auf die Kandidatenbewertungen der Zuschauer unter Berücksichtigung der Rolle der individuellen Politisierung

Abstract zur Diplomarbeit

Verfasser und Kontakt: Jan Kercher (kercher@uni-hohenheim.de)

Fertigstellung: 2006

Forschungsfragen und Forschungsrelevanz: Das Fernsehduell zwischen dem damaligen Bundeskanzler Gerhard Schröder und seiner Herausforderin Angela Merkel am 4. September 2005 war ohne Zweifel eines der größten Medienereignisse des Jahres. Das direkte Aufeinandertreffen der beiden Spitzenkandidaten zwei Wochen vor der Bundestagswahl wurde v.a. von den Medien bereits im Voraus als der entscheidende „Show-down“ des Wahlkampfes inszeniert. Auch im Anschluss an die Ausstrahlung wurde die Debatte nicht zuletzt aufgrund der außergewöhnlich hohen Einschaltquote (21 Mio. Zuschauer, 60% Marktanteil) als eine mögliche Vorentscheidung der Bundestagswahl interpretiert. Grundlegende Voraussetzung für solche Interpretationen ist die Annahme, dass das TV-Duell und die damit verbundene Medienberichterstattung die *Kandidatenbewertungen* der Zuschauer beeinflussen. An diesem Punkt setzt die Diplomarbeit an. Zwei zentrale Fragestellungen wurden untersucht: Welchen Einfluss haben die Duellwahrnehmung und das anschließende Kommunikationsverhalten der Zuschauer (z.B. Mediennutzung, Gespräche über das Duell) auf ihre Kandidatenbewertungen? Und: Welche Merkmale der Zuschauer spielen bei der Entwicklung ihrer Duell- und Kandidatenbewertungen eine maßgebliche Rolle?

Theoretische Grundlagen und zentrale Untersuchungsergebnisse: Ausgangspunkt der Arbeit war die Annahme, dass die Bedeutung der politischen Voreinstellungen von Individuen bei der Wahrnehmung von Wahlkampfereignissen mit dem Grad der politischen Involvierung bzw. Politisierung steigt. Diesen Zusammenhang hat John R. Zaller mit seinem Receive-Accept-Sample-Modell (kurz: RAS-Modell) anschaulich beschrieben und anhand zahlreicher Untersuchungen empirisch belegt. Wirkungen wahrgenommener Wahlkampfereignisse auf die Einstellungen der Rezipienten sind demnach bei gering politisierten Individuen erstens *wahrscheinlicher* und fallen zweitens meistens *stärker* aus als bei hoch politisierten Personen. Zudem ist die *Richtung* dieser Wirkungen (z.B. Veränderungen zugunsten der SPD vs. Veränderungen zugunsten der CDU) mit abnehmender Politisierung immer weniger abhängig von der Richtung der individuellen Voreinstellungen (z.B. Parteibindungen) der Rezipienten.

Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung konnten die Annahmen und Ergebnisse Zallers weitgehend bestätigen. Eine geringe Politisierung erhöht eindeutig die Chance, dass das TV-Duell sowie die anschließende Medienberichterstattung die Kandidatenbewertungen der Zuschauer beeinflussen und dass diese Wirkungen auch relativ stark ausfallen. Auch die Häufigkeit der besonders folgenreichen Überzeugungseffekte (ursprünglich neutral eingestellte Personen neigen nach dem Duell zu einem der beiden Kandidaten) steigt mit abnehmender Politisierung deutlich an. Die Ergebnisse sprechen dafür, dass sich diese Beobachtungen tatsächlich (wie von Zallers RAS-Modell postuliert) durch den politisierungsbedingten Trägheitseffekt erklären lassen: Je mehr Erwä-

gungen bezüglich der beiden Kandidaten *vor* der Rezeption des TV-Duells bereits vorhanden sind, desto geringer beeinflussen die neu aufgenommenen Informationen den Gesamtsaldo dieser Erwägungen.

Nur teilweise bestätigt werden konnten hingegen die Erwartungen bezüglich der *Richtungen der Duellwirkungen* auf die Zuschauer. So lag der Einfluss der Parteibindungen auf die Duellbewertungen bei geringer politisierten Zuschauern unmittelbar nach dem Duell höher als bei stärker politisierten Individuen. Die Ergebnisse der Analyse sprechen dafür, dass diese Abweichung von den Annahmen des RAS-Modells dadurch erklärt werden kann, dass Zaller offenbar einen bedeutenden Prozess der Meinungsbildung übersehen hat: die Funktion der Prädispositionen als „information shortcut“. Zwar mag eine geringe Politisierung die Funktion der politischen Prädispositionen als „WahrnehmungsfILTER“ abschwächen, die Bedeutung ebendieser Voreinstellungen als „Daumenregel“ bei spontanen politischen Meinungsäußerungen scheint hingegen mit sinkender Politisierung eher zuzunehmen.

Bei der Untersuchung spezifischer Kommunikationseinflüsse erwies sich die Wahrnehmung des Duellsiegers unmittelbar nach dem Duell als zentraler Bestimmungsfaktor. Effekte der Anschlusskommunikation (Gespräche, Mediennutzung) konnten hingegen kaum nachgewiesen werden. Die Vermutung liegt nahe, dass dieses Ergebnis eine Folge des relativ heterogenen Angebots an Überzeugungsbotschaften ist, mit dem die Zuschauer im Anschluss an das Duell konfrontiert waren. Denn weder Medienberichterstattung noch interpersonale Kommunikation wiesen nach den Ergebnissen der Untersuchung eindeutige Unausgewogenheiten auf. Zusammenfassend lässt sich deshalb feststellen, dass unter Bedingungen, wie sie beim TV-Duell 2005 vorlagen (keine groben Fehlritte der Duellanten und keine großen Überraschungen bei deren Duellperformanz, mit der Folge einer uneinheitlichen Medienberichterstattung), der bedeutendste Teil der Duellwirkungen mit dem Ende des Duells bereits abgeschlossen ist. Denn bei den Zuschauern, die durch das Duell insgesamt am stärksten in ihren Kandidatenbewertungen beeinflusst werden können, spielten die direkten Duellwahrnehmungen die dominante Rolle bei diesen Wirkungen. Die Medienberichterstattung kann in diesem Fall die durch das Duell direkt bewirkten Effekte zwar teilweise noch abschwächen oder weiter verstärken, eine Umkehrung der Effekte scheint aber weitgehend ausgeschlossen.

Datenbasis und Methodik: Als Basis für die Untersuchung dienten einerseits Daten aus einer Panelstudie zum TV-Duell der Universität Koblenz-Landau. Hierfür wurden 50 Probanden, die das TV-Duell live unter kontrollierten Versuchsbedingungen verfolgten, direkt *vor* der Ausstrahlung, unmittelbar *nach* der Sendung und noch einmal einige Tage im Anschluss an das Kanzlerduell zu ihren allgemeinen politischen Einstellungen und zur Beurteilung der Duellinhalte befragt. Darüber hinaus wurden Daten aus einer eigenen Inhaltsanalyse der Duell-Nachberichterstattung von fünf überregionalen und drei regionalen Tageszeitungen ausgewertet und in die Interpretation der Paneldaten einbezogen. Für diese kombinierte Untersuchungsanlage wurde auf eine Analysestrategie zurückgegriffen, die an eine Untersuchung von Rüdiger Schmitt-Beck angelehnt ist. Am Anfang der Regressionsanalysen standen deshalb so genannte Grundlinienmodelle, die zeigen, in welchem Umfang die untersuchten Duell- und Kandidatenbewertungen der Probanden unmittelbar nach dem Duell und einige Tage im Anschluss daran durch deren Voreinstellungen bestimmt wurden. In einem zweiten Schritt wurde dann untersucht, inwiefern sich die Erklärungskraft der Grundlinienmodelle verbessern lässt, wenn zusätzlich duellspezifische Einflussgrößen (z.B. unmittelbare Siegerbewertung, Tendenzen der Nachberichterstattung) als unabhängige Variablen in die Analyse mit einbezogen werden. Erst wenn hierdurch die Meinungsstellungen der Teilnehmer signifikant besser vorhergesagt werden konnten als durch die bloßen Grundlinienmodelle, wurde von Duelleffekten ausgegangen.