

Gerade das Zusammenspiel von massenmedialer und interpersonaler Kommunikation ist für die kommunikationswissenschaftliche Forschung seit Formulierung der *two step flow of communication*-These seit den 40er Jahren des vorherigen Jahrhunderts ein Dauerthema. Da das «Leitmedium» Fernsehen (jedenfalls als kontinuierliche Informationsquelle) ausfällt, Hörfunk und Zeitungen wegen ihrer Staats- beziehungsweise Parteinähe nur geringe Glaubwürdigkeit geniessen und schliesslich Versammlungsöffentlichkeiten wegen ihrer mangelnden Anonymität hochgradig selektiv (im Sinne von Dissonanzvermeidung) genutzt werden, ist im Liechtensteiner Fall zu erwarten, dass – wenn überhaupt – messbare Effekte vor allem von der Gesprächskommunikation ausgehen. Wegen der Kleinheit des Landes ist darüber hinaus von hoher sozialer Reichweite der *paid media* auszugehen. Hauswurfsendungen, abstimmungsbezogene Werbemittel, Vereins- und Firmenblätter etc., dürften wegen der Beschränkungen von Medienöffentlichkeit auch einen grösseren Stellenwert und mehr Aufmerksamkeit geniessen. Die Frage nach der Wirksamkeit unterschiedlicher Kommunikationskanäle ist im Kontext von Sachabstimmungen bisher noch kaum untersucht. Sie lautet:

Lassen sich signifikante Differenzen in den Effektstärken unterschiedlicher Öffentlichkeitsarenen nachweisen, kann insbesondere gezeigt werden, dass direkte Kommunikation stärker meinungsbildend wirkt als Medienkommunikation?

Eine weitere Basisannahme der Meinungsforschung steht schliesslich zur Prüfung. Sie besagt, dass Öffentlichkeitseffekte bei unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen unterschiedlich stark auftreten. Als entscheidende Differenz wird bei Zaller und bei anderen Autoren der Grad politischer *awareness* ausgemacht. Politisch stark interessierte und involvierte Bürger partizipieren annahmegemäss in hohem Masse an der Öffentlichkeit, werden von dieser aber nur schwach beeinflusst, weil sie über gefestigte Einschätzungen und solides Vorwissen verfügen. Schwach interessierte und involvierte Bürger sind grundsätzlich leichter beeinflussbar, weil sie den ihnen zufließenden Kommunikationsbotschaften wenig entgegenzusetzen haben, sie nehmen allerdings – wenn überhaupt – nur sporadisch an Öffentlichkeit teil, sodass sie von der Mehrheit frei verfügbarer Informationen überhaupt nicht erreicht werden. Die stärksten Öffentlichkeitseffekte müssten insoweit bei der Bevölkerungsgruppe der mittelstark involvierten Bürgerinnen und Bürger