

Programm, Anmeldung

Europäische Union und europäische Öffentlichkeit.

Gemeinsame Jahrestagung

Fachgruppe "Kommunikation und Politik" der DGPuK

Arbeitskreis "Politik und Kommunikation" der DVPW

Am Lehrstuhl für Kommunikations- und Politikwissenschaft in Nürnberg,
Universität Erlangen-Nürnberg, 7.-9. Februar 2002

Der Euro ist nun das einzige gültige gesetzliche Zahlungsmittel in der Euro-Zone. Damit ist die jüngste Etappe der politischen und wirtschaftlichen Integration Europas erreicht. Die Union des politisch-administrativen Systems in Europa ist weit fortgeschritten und die Nationalstaaten haben zunehmend Kompetenzen an die EU abgegeben. Der entstandene gemeinsame Wirtschaftsraum hat auch im Bereich der Medienindustrie das Wachstum multinationaler Allianzen und Konzerne beschleunigt. Neben der Einführung der europäischen Währung sieht sich die EU vor weiteren großen Herausforderungen, wie die geplante annähernde Verdoppelung der Mitgliedsstaaten und die Diskussion um eine europäische Verfassung.

Dagegen fristet Europa als öffentlicher Kommunikationsgegenstand nach bisheriger Erkenntnis eher ein Schattendasein, wird das Zusammenwachsen der Staaten in den Medien häufig auf ökonomische Aspekte reduziert und überwiegend aus nationaler Perspektive beurteilt und interpretiert. Ein europaweiter, europabezogener politischer Diskurs wird oft angemahnt und findet doch nur schlaglichtartig statt, wie etwa aus Anlaß des Kosovo-Krieges.

Dementsprechend hält das Interesse des Volkes an europäischer Politik mit deren zunehmendem Einfluß nicht schritt, im Gegenteil: Die Wahlbeteiligung bei Europawahlen ist europaweit gesunken und liegt in Deutschland inzwischen nur noch gut halb so hoch wie bei Bundestagswahlen.

Unsere Tagung befaßt sich mit theoretischen Hintergründen und aktuellen Forschungsergebnissen zur öffentlichen Kommunikation über die Europäische Union bzw. den Europäischen Einigungsprozeß und der Rolle, die die Medien dabei spielen.

Information zu Unterbringung, Anmeldung und Kontakt finden sie am Ende dieses Dokuments.

Programm

Donnerstag, 7.2.2002

Gaststätte Marientorzwinger, Lorenzer Str. 33

Liegt zehn Gehminuten vom Hauptbahnhof entfernt: an der Stadtmauer entlang in die nördliche Richtung gehen.

20:00 Uhr Get Together

Freitag, 8.2.2002

WiSo-Fakultät, Findelgasse 9, Raum 2.024

- 09:00 Begrüßung und Einführung
Christina Holtz-Bacha (Johannes-Gutenberg-Universität Mainz) / Lutz Hagen (Universität Erlangen-Nürnberg / Hochschule für Musik und Theater Hannover)
- 09:10 Kulturelle und politische Integration durch Medien? Theoretische Überlegungen zur Europäisierung von Öffentlichkeit.
Hartmut Weßler (International University Bremen)
- 09:30 Strukturwandel der europäischen Öffentlichkeit? Von deutscher Öffentlichkeitsforschung zur European Public Sphere.
Hans J. Kleinsteuber (Universität Hamburg)
- 09:50 Diskussion - Leitung: Gerhard Vowe (Universität Illmenau)
- 10:20 Pause
- 10:50 Medienfreiheit als europäisches Grundrecht – "dienende" oder "verdienende" Freiheit?
Martin Stock (Universität Bielefeld)
- 11:10 Gibt es eine Europäische Medienpolitik?
Patrick Donges (Universität Zürich)
- 11:30 Diskussion - Leitung: Bettina Westle (Universität Erlangen-Nürnberg)
- 12:00 Mittagspause
Mittagessen im Cinecitta, Gewerbemuseumsplatz 3
- 13:30 Public Service Broadcasting als Faktor einer europäischen Öffentlichkeit
Barbara Thomaß (Universität Hamburg)
- 13:50 Kontrolle durch Europäische Öffentlichkeit? Das Brüsseler Pressekorps und der Rücktritt der EU-Kommission
Christoph Meyer (Universität Bremen)
- 14:10 Diskussion - Leitung: Ulrich Sarcinelli (Universität Koblenz-Landau)
- 14:40 Pause
- 15:00 Marginalisiert, thematisch begrenzt und eher negativ – erste Ergebnisse einer komparativen Inhaltsanalyse der Fernsehberichterstattung über die Europäische Union
Jochen Peter (Universiteit van Amsterdam)
- 15:20 Wahlkampfkommunikation zur Europawahl 1999
Jürgen Wilke / Jens Tangemann (Johannes-Gutenberg-Universität Mainz)
- 15:40 Diskussion - Leitung: Rüdiger Schmitt-Beck (ZUMA Mannheim)
- 16:10 Pause

Freitag, 8.2.2002

- 16:30 Versammlung der DGPUK-Fachgruppe Kommunikation und Politik
Leitung: Christina Holtz-Bacha / Lutz Hagen
- 17:30 Versammlung des DVPW-Arbeitskreises Politik und Kommunikation
Leitung: Barbara Pfetsch / Winand Gellner

Abendprogramm

- 18:30 Besuch im Neuen Museum (staatliches Museum für moderne Kunst und Design) am Klarissenplatz
- 20:15 Abendessen im nahegelegenen Restaurant „Andechser“, Königstr. 55

Samstag, 9.2.2002

WiSo-Fakultät, Findelgasse 9, Raum 2.024

- 09:30 Europa in der Tagespresse Deutschlands und Griechenlands - Ergebnisse einer empirischen Untersuchung
Martha Kalantzi (Westfälische Wilhelms-Universität Münster)
- 09:50 Was schreiben die Anderen? Die Repräsentation medialer Debatten aus Ländern der EU in der nationalen Qualitätspresse als Vorform einer europäischen Öffentlichkeit.
Helmut Scherer / Simone Vesper (Hochschule für Musik und Theater Hannover)
- 10:10 Diskussion - Leitung: Winfried Schulz (Universität Erlangen-Nürnberg)
- 10:40 Pause
- 11:10 "So nah und doch so fern" - Einstellungen und Erwartungen gegenüber dem Europäischen Integrationsprozess in einer Grenzregion
Siegmar Schmidt / Jens Tenscher (Universität Koblenz-Landau)
- 11:30 Währungswechsel: Medienberichterstattung und Bevölkerungseinstellungen zum EURO
Jürgen Maier (Universität Bamberg) / Michaela Maier (Universität Hohenheim) / Frank Brettschneider (Universität Augsburg)
- 11:50 Diskussion - Leitung: Patrick Rössler (Universität Erfurt)
- 12:20 Fazit, Vorschau auf die kommende Tagung
Barbara Pfetsch (Universität Hohenheim) / Winand Gellner (Universität Passau)

An beiden Tagen ist in den Tagungsräumen die Ausstellung zu sehen:

Europa auf zehn Quadratzentimetern:

Die Darstellung Europas im Medium Briefmarke

Christoph Kuhlmann (Universität Illmenau) hat sie freundlicherweise aus seiner Sammlung zusammengestellt.

Unterbringung

Wenn sie Ihr Zimmer nicht bereits durch die Tagungsveranstalter haben reservieren lassen, setzen Sie sich bitte selbst z.B. mit einem der folgenden Hotels in Verbindung:

Hotel Agneshof

Agnesgasse 10, 90403 Nürnberg, Tel.: 0911 214440

Hotel-Central

Augustinerstrasse 2, 90403 Nürnberg, Tel.: 0911 209080

City-Hotel

Königstrasse 25-27, 90402 Nürnberg, Tel.: 0911 232645

Alle drei Hotels liegen in der Nürnberger Altstadt und sind nicht weiter als 10 Minuten zu Fuß von den Räumen unserer Tagung und den zentral gelegenen Sehenswürdigkeiten entfernt.

Bitte melden Sie sich unter der folgenden Adresse an und teilen uns mit:

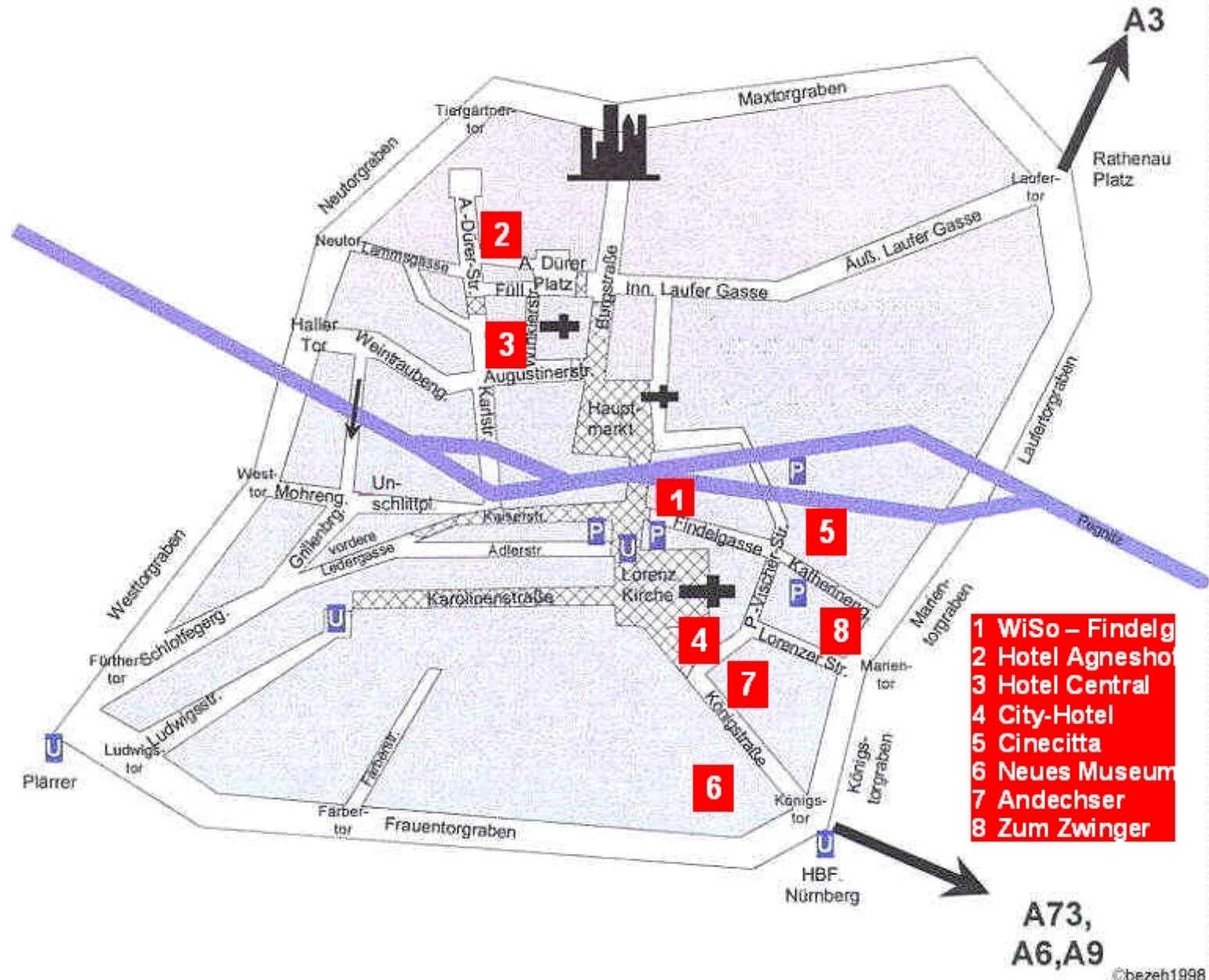
- ob sie am Get-Together-Abend am Donnerstag,
- am Museumsbesuch mit gemeinsamen Abendessen am Freitag teilnehmen.

Ein Kostenbeitrag in Höhe von 20,- € (10,- € für Studierende) wird während der Tagung erhoben.

Kontakt und Anmeldung:

Dr. Lutz Hagen, Universität Erlangen-Nürnberg,
Lehrstuhl für Kommunikations- und Politikwissenschaft,
Findelgasse 7-9, 90402 Nürnberg.
Tel. 0911 5302-674, Fax 0911 5302-659,
E-Mail: lutz.hagen@wiso.uni-erlangen.de

Lageplan Nürnberger Altstadt:



Hartmut Weßler (International University Bremen)

Kulturelle und politische Integration durch Medien? Theoretische Überlegungen zur Europäisierung von Öffentlichkeit

Im Zusammenhang mit dem vielfach konstatierten Demokratiedefizit in der Europäischen Union werden häufig große Hoffnungen auf die Massenmedien gesetzt. Sie sollen zu einem Gemeinschaftsgefühl unter den Bürgern der EU-Staaten beitragen und durch einen breiten „Europa-Diskurs“ insbesondere die politische Kommunikation in der EU transnationalisieren und zugleich demokratisieren.

Fragt man nach einer theoretischen Fundierung dieser Hoffnungen, so lassen sich in der breiteren sozialwissenschaftlichen Theorieliteratur verschiedene Modelle von kultureller und politischer Integration durch Medien ausmachen. Der vorgeschlagene Beitrag will drei dieser Modelle genauer untersuchen und gegeneinander abwägen. Es handelt sich also um einen Theoriebeitrag, der die normativen Erwartungen an die Medien auf ihre Konsistenz und Angemessenheit hin prüfen will.

Auf der einen Seite eines Kontinuums unterschiedlicher Modelle von Integration durch Medien steht das „minimalistische“ Modell Klaus Eders. Medien sind in diesem Modell nicht mehr als notwendige Infrastrukturen für die Überredungsstrategien „politischer Sinnmanager“. Sie versuchen, den Diskurs durch willentlich geschaffene Identitätsangebote zu steuern. In dieser Perspektive stellt sich vor allem die Frage, in welchem Ausmaß sich in den Medien selbst solche politischen Sinnmanager finden.

Das andere Ende des Kontinuums markiert das „maximalistische“ Modell von Charles Husband, in dem Medien so etwas wie die zentralen Verständigungsagenturen für die Kommunikation zwischen den heterogenen Gruppen in multikulturellen Settings darstellen. Medien schaffen demnach eine „multi-ethnic public sphere“, in dem die verschiedenen ethnisch-kulturellen Gruppen (oder Nationen) ein besonderes „Recht, verstanden zu werden“ ausüben können. Husband positioniert sein Konzept im Rahmen der Diskussion um eine dritte Welle von (kulturellen) Menschenrechten, die die bürgerlichen Freiheiten und die sozialen Rechte ergänzen sollen.

Der vorgeschlagene Beitrag will diese beiden Modelle mit einer dritten Konzeption kontrastieren: dem von Helmut Dubiel ausgearbeiteten Modell einer Integration durch Konflikt. Dubiel hebt auf die seiner Ansicht nach existierenden integrierenden Potentiale kommunikativ „gehegter“ Konflikte und das daraus entstehende „symbolische Kapital an ertragener Divergenz“ ab. Die Ubiquität von Konflikten in der modernen Gesellschaft macht die Formen der Konflikttaustragung zu einem zentralen Qualitätsmaßstab für demokratische Politik.

Entscheidend für das Image der EU erscheint aus dieser Perspektive die Wahrnehmung und Bewertung der Konflikttaustragungsprozesse durch die Bürger zu sein. Dies ist umso relevanter, als sich im Zuge der EU-Osterweiterung neue, möglicherweise verschärzte Konfliktlinien anbahnen. Praktisch relevant ist dabei die Frage, ob ein „harmonisches“ Außenbild der EU oder ob Formen der offenen Konfliktkommunikation

eher zu einem Gefühl von Gemeinschaft und Teilhabe beitragen können. Diese Fragen können im Rahmen des Beitrags nicht geklärt, sondern nur theoretisch begründet aufgeworfen werden. Gleichwohl lohnt eine vertiefte Theoriediskussion im Kontext der Europa-Debatte, wenn man einem einfachen instrumentellen Verständnis von Medien als Transmissionsriemen entrinnen will.

Hans J. Kleinsteuber (Universität Hamburg)

Strukturwandel der europäischen Öffentlichkeit? Von deutscher Öffentlichkeitsforschung zur European Public Sphere

Dieser Beitrag versucht, theoretische mit deskriptiven Elementen in der Öffentlichkeitsforschung zu verbinden. Ihm liegt ein Verständnis von Öffentlichkeit zugrunde, wie es – basierend auf langer deutscher Tradition – in der richtungsweisenden Studie von Jürgen Habermas zum Strukturwandel der Öffentlichkeit (1962) systematisch entwickelt worden war. Diese Analyse wird hier als Ausgangspunkt genommen und in ihren empirischen und normativen Aspekten darauf überprüft, ob sie heute noch Impulse zum Studium europäischer Öffentlichkeit zu geben vermag. Während auf der empirischen Seite eher die Schwächen der Habermas'schen Untersuchung deutlich werden, zeigt sie in normativer und universalhistorischer Perspektive interessante Wege zur Neuinterpretation der derzeitig zu beobachtenden Genese einer europäischen Öffentlichkeit auf.

Hier setzt ein zweiter Strang der Analyse an, der transkulturelle Wissenschaftskommunikation in Europa thematisiert. In Deutschland kaum beachtet, setzte in den letzten Jahren eine europäische Renaissance des Habermas'schen Ansatzes ein, die von der Übersetzung seines Buchs zur Strukturwandels (*The Structural Transformation of the Public Sphere*, 1989) angestoßen wurde. In der Folge fand eine lebendige und resonanzreiche Rezeption der Studie vor allem innerhalb der europäischen Kommunikationswissenschaft statt (eine Disziplin, die sich in Deutschland vergleichsweise wenig mit Habermas Öffentlichkeitstheorie beschäftigt hatte). Die Erträge dieser Diskussionen sind auf jeden Fall von Interesse (vgl. z. B. das Themenheft *The European Public Sphere: Dreams and Realities*, in *Javnost – the Public*, Nr.1, 2001). Dabei wird erkennbar, dass außerhalb Deutschlands die Frage, wie die europäische Öffentlichkeit gestärkt werden kann, zumeist näher an Habermas angelehnt diskutiert, als dies in Deutschland selbst der Fall ist.

Dabei wird ein weiterer Aspekt deutlich: Traditionell existieren weder Begrifflichkeiten noch Konzepte von Öffentlichkeit in (west)europäischen Wissenschaftskulturen, vergleichbare Ableitungen von „offen“ sind in anderen (west)europäischen Staaten nicht verfügbar. Es finden sich lediglich Variationen von „public“, so auch in dem Kunstwort *public sphere*, (oder franz. *espace public*) mit dem Öffentlichkeit übersetzt wird. In der Folge entwickelte der europäische Diskurs zu *public sphere* (eine Etikettierung, die dem deutschen Begriff offensichtlich nicht gerecht wird) ein interessantes Eigenleben, wobei auch in Deutschland kaum bekannte Argumentationsstränge entstanden (z. B. eine Nähe von *public sphere* und *public service* postuliert wurde). Habermas Erfolg hat sicherlich auch damit zu tun, dass Erträge der etwa 200 Jahre währenden deutschen Öffentlichkeitsforschung erstmals über seine Schrift europaweit vermittelt wurden. So wurde *public sphere* in Europa zu einem Zeitpunkt ein wissenschaftliches Paradigma, da das Interesse daran in Deutschland bereits abgeflaut war.

Umgekehrt richtet sich an Habermas die Frage, wie er 1962 die Entstehung bürgerlicher Öffentlichkeit in drei europäischen Nationalstaaten (Großbritannien, Frankreich,

Deutschland) vergleichend analysieren konnte, ohne auf die Besonderheiten der von ihm verwandten Begrifflichkeit einzugehen. Offensichtlich bestand in den 60er Jahren noch kaum ein Verständnis für Probleme der transkulturellen Kommunikation.

Diese Analyse stellt nicht die hinreichend geführte theoretischen Diskussion von Öffentlichkeit in den Mittelpunkt. Vielmehr soll deutlich werden, wie transkulturelle Kommunikationsprozesse in europäischer Geschichte (Entstehung nationaler bürgerlicher Öffentlichkeiten) und Gegenwart (Entstehung einer europäischen *public sphere*-Forschung) funktionieren und welche Rolle dabei grenzüberschreitende Lernprozesse und gegenseitige Befruchtungen, aber auch Fehldeutungen spielen. Zudem gilt, dass die von Deutschland weitgehend losgelöste Debatte um *public sphere* auch die deutsche Debatte um Öffentlichkeit, die derzeit wenig Dynamik zeigt, zu bereichern vermag.

Gemeinsam ist den verschiedenen Ansätzen, dass die normative Dimension im deutschen wie im europäischen Diskurs im Vordergrund stand bzw. steht. Es erscheint lohnenswert, diese auch auf die europäische Situation anzuwenden. Der Beitrag wird damit enden, dass hypothetisch auf einen spezifischen Zusammenhang verwiesen wird: Zwischen der einst von Habermas analysierten Entstehung einer bürgerlichen und der heute in Rede stehenden Genese einer europäischen Öffentlichkeit lassen sich beachtliche Querverbindungen herstellen.

Medienfreiheit als europäisches Grundrecht – „dienende“ oder „verdienende“ Freiheit?

Auf deutsche Initiative beschloß der Europäische Rat 1999 in Köln die Ausarbeitung einer EU-Grundrechtscharta. Dafür setzte er ein neuartiges, wesentlich aus Parlamentariern bestehendes Gremium („Konvent“) ein und beauftragte es, einen Charta-Entwurf vorzulegen, welcher an die Europäische Menschenrechtskonvention (EMRK) und die gemeinsamen mitgliedstaatlichen Verfassungstraditionen anknüpfen sollte. Dabei spielte – insbesondere auf deutscher Seite – auch die Vorstellung eine Rolle, dabei könnte es sich bereits um den Grundrechtsteil einer künftigen Europäischen Verfassung handeln. Der Grundrechtskonvent tagte im Jahre 2000 unter Vorsitz des Verfassungsrechtsexperten und früheren deutschen Bundespräsidenten Roman Herzog in Brüssel. Er stellte binnen weniger Monate einen Entwurf auf, welcher Kompromißcharakter hatte und sich als weithin konsensfähig erwies.

Hinsichtlich der allgemeinen Kommunikationsgrundrechte blieb es darin bei den – mit deutschen verfassungsrechtlichen Standards verglichen – undifferenzierten und veralteten Minimalgarantien des Art. 10 EMRK. Auf deutsches Drängen nahm der Konvent auch ein Mediengrundrecht in seinen Textvorschlag auf, das in letzter Stunde folgende Fassung erhielt: „Die Freiheit der Medien und ihre Pluralität werden geachtet“ (Art. 11 Abs. 2). Dabei wurde mancherorts an eine marktorientierte Medienunternehmerfreiheit gedacht, wie sie vorher auch schon in die EMRK hineingedeutet worden war. Die Formulierung erlaubt den Mitgliedstaaten aber auch ein Festhalten an der Public-Service-Idee, die in Ländern wie Großbritannien und Deutschland seit langem zum rundfunkrechtlichen Hausgut gehört und heute faktisch europaweit verwirklicht ist. Die europäische Dimension bleibt in dem neuen Art. 11 freilich blaß.

Der Konventsentwurf wurde nun allerseits akzeptiert und von EU-Rat, Parlament und Kommission am 7.12.2000 in Nizza feierlich verkündet. Die Charta stellt hiernach allerdings vorerst nur eine politische Deklaration dar. Ob und wie sie auch rechtsverbindlich gemacht werden könnte, wollte man erst noch in weiteren Verhandlungen klären.

Im Zuge des sog. Post-Nizza-Prozesses ergab sich dann in einigen nationalen Parlamenten und im EU-Parlament eine nach und nach stärker werdende europäisch-konstitutionelle Dynamik und Aufbruchsstimmung. Der Europäische Rat suchte ihr schließlich mit einem relativ mutigen Grundsatzbeschuß über Zukunftsfragen (Erklärung von Laeken vom 15.12.2001) Rechnung zu tragen. Darin werden eine bessere Verteilung und Abgrenzung der Zuständigkeiten sowie „mehr Demokratie, Transparenz und Effizienz“ anvisiert, einschließlich der Entwicklung einer vitalen europäischen politischen Öffentlichkeit. „Der Weg zu einer Verfassung für die europäischen Bürger“, der in der Erklärung von Laeken ins Auge gefasst wird, beginnt mit einem „Basisvertrag“, in den eventuell auch die Grundrechtscharta aufzunehmen wäre. Da-

hinter kommt dann auch schon ein veritabler europaweit anzunehmender „Verfassungstext“ als Fernziel in Sicht. Solche elementaren Fragen sollen nun von einem „Konvent zur Zukunft Europas“ näher geprüft werden. Der neue Verfassungskonvent soll ebenso zusammengesetzt sein wie der frühere Grundrechtskonvent. Er soll ab 1.3.2002 in Brüssel tagen und binnen eines Jahres ein Abschlußdokument ausarbeiten, welches dann als Ausgangspunkt für die Beschußfassung der nächsten, für 2004 vorgesehenen Regierungskonferenz dienen soll. Die Arbeiten des Konvents sollen von einem breit angelegten beratenden zivilgesellschaftlichen Forum begleitet werden, wie es ansatzweise auch schon beim ersten Konvent der Fall gewesen war. Noch nicht geklärt ist zur Zeit, ob der zweite Konvent die inhaltliche Diskussion über die Grundrechtscharta noch einmal eröffnen und sich hier um weitere Fortschritte und Verbesserungen bemühen wird. Im politischen Raum scheint insoweit eher Zurückhaltung vorzuherrschen. Anders z.B. in der deutschen rechtswissenschaftlichen und rechtspolitischen Fachdebatte, in der häufig gefordert wird, den etwaigen künftigen supranationalen Grundrechtskatalog noch einmal auf seine innere Stimmigkeit zu überprüfen. Das erscheint auch mir wünschenswert.

Nunmehr sollte auch noch einmal gründlich über eine angemessene Formulierung des EU-Mediengrundrechts nachgedacht werden. Anzustreben wäre m.E. eine stärkere Berücksichtigung des Public-Service-Gedankens in einer modernisierten Version. Dabei sollte auch die EU-Ebene einbezogen werden. Zu einer Europäischen Verfassung gehört auch eine europäische diskursivische Öffentlichkeit, die durch europäische öffentliche Medien zu vermitteln wäre. Dies läuft auf eine EU-Medienfreiheit mit größeren funktionalen Anteilen ungefähr i.S. der deutschen Verfassungsrechtsprechung hinaus, auch mit Wirkung für den privaten Sektor. Art. 11 EU-Charta stellt sich in der gedachten verbesserten Fassung als grundrechtliche Plattform öffentlich-privater nationaler und auch supranationaler dualer Systeme dar, mitsamt allen im innerstaatlichen Bereich wohlbekannten Schwierigkeiten einer derartigen strukturellen Diversifizierung. Wir hätten es dann auch auf europäischer Ebene mit Medienfreiheit als „dienender“ und „verdienender“ Freiheit zu tun. Immerhin würden sich dadurch auch neue Möglichkeiten europaweiter Qualitätssicherung und Konzentrationsbekämpfung eröffnen. Es könnte endlich zu konzeptionell in sich schlüssigen, nicht nur irgendwie zusammengeschusterten oder schlicht neoliberalen Brüsseler Gewährleistungsaktivitäten kommen.

Gibt es eine Europäische Medienpolitik?

Die Europäische Union hat sich in den vergangenen Jahren zu einem wichtigen medienpolitischen Akteur entwickelt und insbesondere Einfluss auf die Regulierung des Fernsehens genommen, ohne dass ihr hierzu in den europäischen Verträgen eine ausdrückliche Kompetenz zugewiesen wird. Vielmehr leitet die EU-Kommission ihre Zuständigkeit für den Rundfunk aus dessen Dienstleistungscharakter heraus ab. So heißt es in der EG-Fernsehrichtlinie von 1989: „Die Fernsehtätigkeit stellt unter normalen Umständen eine Dienstleistung im Sinne des Vertrages dar“. Damit gilt auch für das Fernsehen, dass anknüpfend an Artikel 49 des EG-Vertrages „die Beschränkungen des freien Dienstleistungsverkehrs innerhalb der Gemeinschaft für Angehörige der Mitgliedstaaten, die in einem anderen Staat der Gemeinschaft als demjenigen des Leistungsempfängers ansässig sind, (...) nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen verboten“ sind (EG-Vertrag Artikel 49). Dieses Verbot gelte, so die EU in der Fernsehrichtlinie, für alle Dienstleistungen, „unbeschadet ihres kulturellen oder sonstigen Inhalts“. Erst in Maastricht wurde 1992 in den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft ein eigener Artikel zur Kultur aufgenommen. Danach leistet die Gemeinschaft „einen Beitrag zur Entfaltung der Kulturen der Mitgliedstaaten unter Wahrung ihrer nationalen und regionalen Vielfalt sowie gleichzeitiger Hervorhebung des gemeinsamen kulturellen Erbes“ und „förderst durch ihre Tätigkeit die Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten und unterstützen und ergänzt erforderlichenfalls deren Tätigkeit“ auch im audiovisuellen Bereich.

Die Rundfunkpolitik der Europäischen Union war und ist von dem Konflikt zwischen diesen beiden Perspektiven (Rundfunk als Dienstleistung versus als Kulturgut) geprägt. Innerhalb der Europäischen Union entwickelten sich aus ihm heraus zwei medienpolitische Ansätze, die als dirigistische und als deregulierende Position bezeichnet werden können. „Dirigistisch“ meint dabei generell, dass sich die EU aktiv an der Rundfunkregulierung beteiligen soll, wobei diese Position dahingehend differenziert werden kann, ob ihr eher ökonomische oder kulturelle Zielsetzungen zu Grunde liegen. Die Position, dass die EU aus kulturellen Gründen eine stärkere Rolle in der Rundfunkpolitik einnehmen soll lässt sich weiter dahingehend unterscheiden, ob damit eine gemeinsame europäische Kultur oder aber die unterschiedlichen nationalen Kulturen innerhalb Europas gefördert werden sollen. Eine solche dirigistische Position wird innerhalb der EU vor allem von der Generaldirektion Bildung und Kultur, dem Europäischen Parlament und unter den Mitgliedsstaaten vor allem von Frankreich verfolgt, während die Generaldirektion Binnenmarkt und in Teilen die Generaldirektion Wettbewerb eine deregulierende Position vertreten.

Die EU stellt sich damit insgesamt als sehr inhomogener Regulierungsakteur dar, da es zwischen und zum Teil innerhalb ihrer Institutionen kein Einverständnis über die Ziele der Regulierung gibt. Zielsetzungen wie die Schaffung eines liberalisierten Binnenmarktes, die Förderung der europäischen Kultur und die Förderung der Kulturen innerhalb Europas widersprechen sich. Aktuell deutlich wird das Problem an der Haltung der EU zur Gebührenfinanzierung des öffentlichen Rundfunks deutlich. Teile der EU-Kommission werten die Gebührenfinanzierung als unerlaubte Beihilfe, vom

Europäischen Parlament hingegen wird die Bedeutung des öffentlichen Rundfunks herausgestrichen und auf seine Sicherung gedrängt. Auch wehrt sich eine Mehrheit der Mitgliedsländer dagegen, auf ihre nationalen Regulierungskompetenzen im Rundfunkbereich zu verzichten – so verständigten sich die Staats- und Regierungschefs der Mitgliedsländer während des Gipfeltreffens in Amsterdam 1997 darauf, dass die Gebührenfinanzierung des öffentlichen Rundfunks nicht mit dem Gemeinschaftsrecht kollidiere. Für die Rundfunkpolitik auf nationaler Ebene setzt die EU gleichwohl wichtige Parameter fest, indem sie auf eine Vereinheitlichung der nationalen Regulierungen unter dem Leitbild eines liberalisierten Binnenmarktes drängt.

Vor diesem Hintergrund setzt sich der Beitrag mit der Frage auseinander, ob es etwas wie eine „Europäische Medienpolitik“ – bezogen auf das Fernsehen – geben kann. Dazu werden die skizzierten Positionen und Interessen innerhalb der EU als auch vergleichend in ausgewählten Mitgliedsstaaten analysiert. Gefragt wird nach den Parametern, die von der EU für die Rundfunkpolitik innerhalb der Mitglieds- und Anrainerstaaten festgelegt werden und die Reaktionen innerhalb der Länder auf diese Form der Europäisierung eines vormals nationalen Politikfeldes.

Public Service Broadcasting als Faktor einer europäischen Öffentlichkeit

Vor dem Hintergrund von Theorien der Öffentlichkeit und theoretisch fundierten Konzepten des Public Service Broadcasting untersucht dieser Beitrag, ob und inwiefern öffentlicher Rundfunk den Erfordernissen einer europäischen Öffentlichkeit (public sphere) Genüge tun kann.

Dazu werden in einem ersten Schritt relevante Öffentlichkeitstheorien im Hinblick auf die Frage geprüft, welche Aussagen sie zur Funktionsweise von Medien bei der Konstituierung von Öffentlichkeit machen. Wird Öffentlichkeit in systemtheoretischer Sicht als ein Kommunikationssystem besonderer Art“ (Gerhards/Neidhard 1991) bzw. als „Beobachtungssystem der Gesellschaft“ (Gerhards 1998) betrachtet, so werden in einem normativ ausgerichteten Öffentlichkeitsbegriff wie er bei Habermas in verschiedenen Schriften expliziert wurde, Kriterien entwickelt, die eine demokratiedienliche Idealform von Öffentlichkeit charakterisieren (Habermas 1992, 1996, 2001).

In einem zweiten Schritt wird dieses Anforderungsprofil mit Konzepten des Public Service Broadcasting und den darin gemachten Aussagen zu seiner Leistungsfähigkeit im Hinblick auf Öffentlichkeitskonstituierung konfrontiert. Auch auf europäischer Ebene stellt Public Service Broadcasting eine normative Idee von Medien, die im Dienst der Demokratie stehen, dar, da er die Entwicklung und Aufrechterhaltung von einem Staatsbürgerbewusstsein fördern soll.

Relevant wird dabei eine Beschreibung, die den öffentlichen Rundfunk charakterisiert, indem sie Distinktionen zum kommerziellen Rundfunk aufstellt (Raboy 1995a, Wolton 1992, Chaniac/Jézéquel 1993). Aber auch eine funktional-differenzierende Beschreibung wie die von Blumler oder Brants/Siune kann als Grundlage des Abgleichs der Profile von Public Sphere und Public Service Broadcasting dienen.

In einem dritten Schritt wird untersucht, inwieweit die so gewonnenen Erkenntnisse auf eine europäische Ebene übertragen werden können, bzw. welchen Beitrag öffentlicher Rundfunk zu einer Entwicklung europäischer Öffentlichkeit leisten könnte. Dabei steht die Gegenüberstellung von zwei Entstehungsmodellen europäischer Öffentlichkeit im Mittelpunkt: ein einheitliches Mediensystem oder die Europäisierung der nationalen Öffentlichkeit (van de Steeg 2000). In diesem Schritt werden außerdem in deskriptiv-vergleichender Herangehensweise das Selbstverständnis des Public Service in drei westeuropäischen Ländern (Frankreich, Großbritannien, Deutschland) skizziert.

Grundlage dieses empirischen Teils des Beitrages sind Dokumente und die Auswertung von Experteninterviews, die mit Verantwortlichen des Public Service in den genannten Ländern geführt wurden. Er soll Auskunft geben, inwieweit das Selbstverständnis öffentlicher Rundfunkveranstalter in Europa für die Konstituierung europäischer Öffentlichkeit angemessene Voraussetzungen bzw. Anknüpfungspunkte bieten. Darüber hinaus soll ein Vergleich der Leistungsprofile öffentlich-rechtlicher Sender in den genannten Ländern in Bezug auf ihre Relevanz für die Konstituierung von Öffentlichkeit (Programmstrukturen, „europäische“ Themen) diesem Erkenntnisinteresse dienen.

Dafür werden Studien ausgewertet, die Aussagen zu diesen Leistungsprofilen machen (u.a. Kevin 2001).

Die Abschlussthese des Beitrages lautet: Public Service Broadcasting ist aufgrund von Herkunft, rechtlichem Rahmen und Praxis eine national begrenzte Institution. Mandat, Potential und Ressourcen lassen jedoch unter bestimmten Voraussetzungen eine Europäisierung der durch sie konstituierten nationalen Öffentlichkeiten zu.

Literatur:

- Gerhards, Jürgen (2001): Das Öffentlichkeitsdefizit der EU im Horizont normativer Öffentlichkeitstheorien. Vortrag gehalten auf der Tagung „Bürgerschaft, Öffentlichkeit und Demokratie in Europa“ im Wissenschaftszentrum für Sozialforschung in Berlin, 6. und 7. Juli 2001. Text erscheint in Hartmut Kaelble, Martin Kirsch, Alexander Schmidt-Gernig (Hrsg), 2002: Transnationale Öffentlichkeiten und Identitäten im 20. Jahrhundert. Frankfurt: Campus
- Gerhards, Jürgen/Neidhard, Friedhelm (1991) Strukturen und Funktion moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. In: Müller-Dohm, Stefan/Neumann-Braun, Klaus (Hrsg.): Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation. Oldenburg, S. 31-90.
- Gerhards, Jürgen (1998): Öffentlichkeit. In: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Opladen. S. 268-274.
- Habermas, Jürgen (2001), „Warum braucht Europa eine Verfassung?“, in: DIE ZEIT, 27, 28. Juni 2001, S. 7.
- Habermas, Jürgen (1992), Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats, Frankfurt am Main.
- Habermas, Jürgen (1996), „Drei normative Theorien der Demokratie“, in: ders. (Hrsg.): Die Einbeziehung des Anderen. Studien zur politischen Theorie, Frankfurt am Main, S.277-292.
- Kevin, Deirdre (2001): Debates about Europe in the National News Media. In: Bajomi-Lázár, Péter/Hegedus, István (Hrsg.): Media and Politics. Budapest.
- van de Steeg, Marianne (2000), “An Analysis of the Dutch and Spanish Newspaper. Debates on EU Enlargement with Central and Eastern European Countries: Suggestions for a Transnational European Public Sphere”, in: Barbara Baerns und Juliana Raupp (Hrsg.): Information und Kommunikation in Europa. Transnational Communication in Europe, Berlin, S. 61-87.

Christoph Meyer (Universität Bremen)

Kontrolle durch Europäische Öffentlichkeit? Das Brüsseler Pressekorps und der Rücktritt der EU-Kommission

Nicht Europa, wohl aber die Europäische Union ist unbeliebt. Schlimmer noch, die EU, ihre Institutionen und Akteure sind den meisten Besitzern des EU-Reisepasses suspekt. Unter diesen Umständen droht der Versuch administrativer und wirtschaftlicher Eliten grundlegende Reformen der EU im Zuge des Beschlusses von Nizza einzuleiten, nur noch stärkere Skepsis in weiten Kreisen der Bevölkerung auszulösen. Kernelement des in vielen Leitartikeln und Journalbeiträgen beklagten Legitimitätsdefizits der EU scheint ein tiefes Misstrauen in Teilen der Bevölkerung zu sein, die in Brüssel, Strassburg oder anderen Hauptstädten verhandelnden Eliten verfolgten lediglich ihr eigenen, unrepräsentativen Interessen und entschieden über die Köpfe der Bürger hinweg. Wie gerechtfertigt dieser Vorwurf im einzelnen auch sein mag, so lässt sich doch aus der Kompetenzfülle der EU, die normative Forderung nach einer öffentlichen Kontrolle sowohl des Regierungshandelns als auch der handelnden Akteure ableiten. Neben der Mitsprache durch direkte demokratische Verfahren kommt den Medien eine Kernfunktion bei der Herstellung von Öffentlichkeit zur Kontrolle und Meinungsbildung zu. Allerdings scheint die Medienberichterstattung und damit die Herstellung von Öffentlichkeit dem politischen und wirtschaftlichen Integrationsprozess hinterherzuinkommen. Muss sich nicht erst eine länderübergreifende europäische Öffentlichkeit entwickeln, bevor man über eine Vertiefung der Europäischen Union nachdenken kann? Inwieweit ist das Öffentlichkeitsdefizit dem vielbeklagten Demokratiedefizit der EU vorgelagert, ja geradezu dessen Ursache? Wie lässt sich politische Öffentlichkeit jenseits des Nationalstaates organisieren? Und welche Rolle können und sollen die Medien bei Herstellung von politischer Meinungsbildung und Kontrolle in Europa spielen?

Der Beitrag soll einerseits die theoretischen Positionen in der Debatte um die Funktion und Struktur von europäischer Öffentlichkeit vor dem Hintergrund der Legitimitätskrise der EU erläutern und weiterentwickeln. Dabei wird zum einen die Frage gestellt werden, welche normativen Kriterien zur Anwendung kommen sollen im Bezug auf die Europäische Union, die sich hinsichtlich ihrer Entscheidungsmechanismen, Institutionen und Zuständigkeiten noch immer stark von Nationalstaaten unterscheidet. Inwiefern kann von Funktionserwartungen an politische Öffentlichkeit auch auf ihre Strukturen zurückgeschlossen werden? Und schliesslich bleibt zu fragen, wie europäische Öffentlichkeit theoretisch zu fassen ist, ohne das Ergebnis empirischer Recherchen vorwegzunehmen. In dem theoretischen Teil des Beitrages sollen deshalb aus der politikwissenschaftlichen Debatte um das Legitimitätsdefizit der EU verschiedene Funktionen von Öffentlichkeit abgeleitet und unterschieden werden. Dabei hängen die normativen Erwartungen zum einen mit der Natur der von der EU entschiedenen Politikfragen (Zero sum vs. positive sum games?), sowie der Art der verwendeten Entscheidungsverfahren zusammen. Zum anderen stellt sich die Frage, nach dem gewählten normativen Bezugsrahmen, insbesondere ob ein deliberativ-diskursives oder liberal-repräsentatives Modell von Öffentlichkeit bevorzugt wird. Die häufig gestellte Diagnose, Europäische Öffentlichkeit könne es allein aufgrund einer

fehlenden *lingua franca* oder eines Europäischen Mediensystems nicht geben, ist vor diesem Hintergrund theoretisch weder zwingend, noch plausibel. Demgegenüber sind die skeptischen Einschätzungen im Bezug auf eine Europäisierung/Transnationalisierung von politischer Öffentlichkeit vor allem aus empirischen Gründen in Zweifel zu ziehen.

Zum anderen sollen die theoretischen Fragestellungen an empirischen Befunden über die europapolitische Kommunikation in und aus Brüssel gemessen werden. Der Vortrag wird sich dabei auf eine Kernfunktion politischer Öffentlichkeit, nämlich die Kontrolle politischer Verantwortlichkeit durch die Medien konzentrieren, die in beiden normativen Modellen von Öffentlichkeit zu finden ist. In der empirischen Untersuchung wird der Kommunikationsraum Brüssel als Mikrokosmos der europapolitischen Kommunikation angenommen, trotz der durchaus vorhandenen Unterschiede in der regional oder mitgliedsstaatlich verankerten Berichterstattung. Brüssel wird dabei als ein Kommunikationssystem verstanden, das im wesentlichen aus den EU-Institutionen, den Mitgliedstaaten, Interessensvertretern und dem Pressekorps besteht. Die Funktionsweise dieses Systems wird zum einen mit Hilfe verschiedener Fallstudien untersucht. Darauf aufbauend wird die EU-Kommission und die bei der EU akkreditierten Korrespondenten gesondert analysiert, um die in den Fallstudien beobachtbaren Veränderungen verstehen und erklären zu können. Es soll gezeigt werden, insbesondere anhand des Korruptionsskandals um die EU-Kommission von 1998/1999, dass sich die Bedingungen für die Entstehung transnationaler Öffentlichkeit verbessert haben, auch wenn es noch viele Hindernisse für die Entstehung einer leistungsfähigen Öffentlichkeit im europäischen Kommunikationsraum gibt. In diesem Zusammenhang sollen strukturelle Veränderungen in der Berichterstattung aus und über Brüssel herausgearbeitet werden, die auf eine, wenn auch langsame, Synchronisierung der europapolitischen Berichterstattung nationaler Medienvertreter hindeutet. Hintergrund ist vor allem die Kommerzialisierung der Europaberichterstattung, die seit dem Vertrag von Maastricht zu beobachten ist und den Wettbewerb um exklusive Nachrichten in und aus Brüssel verschärft hat.

Für die Recherche der Fallstudien wurde vor allem auf die Ergebnisse aus Interviews mit Pressesprechern, Journalisten und Parlamentariern aus verschiedenen EU-Mitgliedstaaten zurückgegriffen. Hinzu kommt die Auswertung der relevanten Berichterstattung vor allem der britischen, deutschen, spanischen und französischen Printmedien. Bei der Analyse der Veränderungen auf Seiten des Pressekorps wurde ein Fragebogen eingesetzt, der von 70 Journalisten aus verschiedenen EU-Mitgliedstaaten beantwortet wurde und Fragen nach den professionellen Einstellungen, Arbeitsroutinen, Zugang zu Informationen und politischen Bewertungen enthielt. Diese Ergebnisse wurden ergänzt und kontrastiert mit den Erkenntnissen des Autors, die er im Dienst der Pressesprecher der EU-Kommission und als Assistent/Praktikant eines deutschen und eines englischen Korrespondenten in Brüssel sammeln konnte.

Jochen Peter (Universiteit van Amsterdam)

Marginalisiert, thematisch begrenzt und eher negativ – erste Ergebnisse einer komparativen Inhaltsanalyse der Fernsehberichterstattung über die Europäische Union

Ein "Labor der Weltgeschichte" an einer "Nahtstelle der historischen Entwicklung" wird die Europäische Union nicht selten genannt (Weidenfeld, 1999, S. 15). Während die Politikwissenschaft der Bedeutung der EU in zahlreichen Studien Rechnung trägt, (z.B. Schmitt & Thomassen, 1999; van der Eijk & Franklin, 1996), finden sich in der Kommunikationswissenschaft nur vereinzelt Studien, die sich thematisch mit der EU auseinandersetzen. Besonders auffällig ist dieser Mangel, wenn es um die Medienberichterstattung über die EU geht. Zwar wird oft vermutet, daß die Medien die öffentliche Meinung über die EU prägen (z.B. Hewstone, 1986); selten werden solche Vermutungen aber mit Inhaltsanalysen der Berichterstattung über die EU gestützt. Die wenigen inhaltsanalytischen Studien zur EU-Berichterstattung konzentrieren sich auf zentrale EU-Ereignisse, wie die Europawahl (Blumler, 1983; Schulz & Schönbach, 1981), die Einführung des Euro 1999 (De Vreese, Peter, & Semetko, 2001) oder wichtige Gipfel der Staats- und Regierungschefs (Semetko & Valkenburg, 2000). Völlig unklar ist aber, wie die aktuelle tägliche, eher routinehafte Berichterstattung über die EU aussieht – vor allem auch im Vergleich zwischen verschiedenen EU-Mitgliedstaaten.

Das Ziel der vorliegenden Studie ist es, diese Forschungslücke zu füllen, also die aktuelle tägliche Berichterstattung über die EU mit einer quantitativen Inhaltsanalyse international vergleichend zu untersuchen. Die Studie beschränkt sich dabei auf die Fernsehberichterstattung in den Hauptnachrichtensendungen. Die Wahl fiel auf das Medium Fernsehen, weil kontinuierlich rund 60% der EU-Bürger das Fernsehen als ihre Hauptinformationsquelle über Vorgänge in der EU nennen (z.B. Eurobarometer 53). Nachrichtensendungen wurden analysiert, weil zu erwarten ist, daß eine primär politisch-ökonomische Institution wie die EU hauptsächlich in den Nachrichten Beachtung findet.

Methode

Um die EU-Routineberichterstattung im internationalen Vergleich zu analysieren, wurden fünf Mitgliedsstaaten ausgewählt: Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritannien und die Niederlande. Da die Fernsehsysteme dieser fünf Staaten sich in den letzten Jahren stark angenähert haben (Siune & Hulten, 1998), bilden die Länder in dieser Hinsicht ein most similar design. Ein solches Design bietet – im Vergleich zu einem most dissimilar design – den Vorteil, daß die Anzahl möglicher konfundierender Variablen reduziert wird. Gerade wenn, wie in der vorliegenden Studie, über ein Thema wenig bekannt ist, können in einem most similar design potentielle Unterschiede zwischen den Ländern nicht durch Faktoren verursacht worden sein, in denen die Länder gleich sind (Dogan & Pelassy, 1990, S. 133; Mackie & Marsh, 1995, 178-179).

Für den Zeitraum Februar 2000 bis Dezember 2000 wurden pro Land vom jeweils reichweitenstärksten privaten und öffentlich-rechtlichen Sender für jeweils sieben Tage pro Monat die Hauptnachrichtensendung analysiert. Die Schulung und Betreuung der Codierer (alle Muttersprachler) fand während des gesamten Projektes zentral an der Universität von STADT statt. Um die Gefahr zu reduzieren, daß Länderunterschiede durch mangelnde Standardisierung zwischen den Ländergruppen entstehen (was mitunter selbst bei guten Intercoderreliabilitäten innerhalb eines Landes nicht auszuschließen ist), wurden neben den üblichen Intercoderreliabilitäten auch die Reliabilitäten zwischen den Codertrainern sowie die Akkuratheit der Coder-Codierung mit einer Mastercodierung ermittelt (ausführlich zu diesem Problem: AUTOR, 2001).

Forschungsfragen und Ergebnisse

Aufgrund der fehlenden Forschung zum Thema hat die vorliegende Studie explorativen Charakter. Die Grundfrage ist, inwieweit die Fernsehberichterstattung über die EU der zunehmenden Bedeutung der EU Rechnung trägt. Dies wird in einem ersten Schritt zunächst anhand der Quantität und formaler Charakteristika der Berichterstattung über die EU untersucht:

- *Welchen Anteil haben Beiträge über die EU an der gesamten Berichterstattung?*
In den untersuchten Ländern betrug der Anteil der Berichterstattung über die EU an der gesamten Berichterstattung nicht mehr als 3%, mit Ausnahme von Dänemark (10%). Diese Anteile bleiben auch dann in etwa bestehen, wenn man die Länge der Beiträge als Berechnungsgrundlage nimmt.
- *Inwieweit ist die EU in Beiträgen präsent, die die EU nicht zum Hauptthema haben?*
Wenn man die alleinige Erwähnung der EU, von EU-Institutionen, EU-Politikern oder EU-Ereignissen zur Analysegrundlage macht, schwankte die Präsenz der EU zwischen je 2% in Großbritannien bzw. Deutschland und 4% in Frankreich. Nimmt man die politische Berichterstattung als Basis, variierte dieser Anteil zwischen 4% in England und 7% in Frankreich.
- *Wie aufwendig sind Beiträge über die EU gestaltet?*
Berechnet man anhand des Auftretens der Elemente Sprecheranmoderation, Filmbeitrag, Korrespondent, Interview und Studio Gespräch über einen additiven Index die Aufwendigkeit eines Beitrages, so zeigt sich, daß in England die aufwendigsten Beiträge ausgestrahlt wurden. Dieser Unterschied war signifikant im Vergleich mit den übrigen vier Ländern. Deutschland, Frankreich und die Niederlande wiesen weniger aufwendige Beiträge auf. Diese Unterschiede zeigten sich aber (sogar noch etwas verschärfter) auch in der politischen Berichterstattung – die gefundenen Länderunterschiede sind also vermutlich auf generell unterschiedliche Nachrichtenstile zurückführbar.

In einem zweiten Schritt soll der Blick auf Inhalt, Valenz und Ton der EU-Berichterstattung gelegt werden:

- *Welche Themen dominieren die Berichterstattung über die EU?*
In den Ländern, die noch nicht der Euro-Zone beigetreten sind, also in Dänemark und Großbritannien, machten Beiträge über den Euro mehr als 30% der EU-Berichterstattung aus. In Deutschland, Frankreich und den Niederlanden

konzentrierte sich die Berichterstattung vor allem auf die EU-Integration/Osterweiterung sowie die Entscheidungsprozesse innerhalb der EU. Allerdings war dieser Schwerpunkt in Deutschland am wenigsten stark ausgeprägt.

- *Inwieweit werden Erfolg und Fortschritt bzw. Mißerfolg und Probleme in den Beiträgen über die EU angesprochen?*
Während in England und Dänemark in der Mehrzahl der EU-Beiträge Erfolg nicht thematisiert wurde, fanden sich solche Aspekte in der Mehrheit der deutschen und französischen Beiträge. Diese Läderunterschiede zeigten sich aber auch, was Mißerfolge und Probleme angeht.
- *Inwieweit wird die EU explizit bewertet? Wer nimmt diese Bewertungen vor?*
Die Mehrheit der Beiträge über die EU verzichtete auf eine explizite Bewertung der EU. Während allerdings in Dänemark und England die EU so gut wie nie bewertet wurde, fanden sich Bewertungen in etwa einem Drittel der Beiträge in Deutschland und Frankreich. In diesen beiden Ländern herrschte ein eher negativer Ton gegenüber der EU vor, der zumeist von den Journalisten kam.

Diskussion

Mit Ausnahme von Dänemark läßt sich in den täglichen Fernsehnachrichten die ökonomische und politische Bedeutung der EU nicht erkennen (wobei allerdings in Dänemark das Euro-Referendum die Berichterstattung in die Höhe trieb). Thematisch wird die EU in fast allen Ländern auf einige wenige Themen reduziert; die vielfältigen Implikationen der EU finden sich in der Nachrichtenberichterstattung kaum wieder. Während in Deutschland und Frankreich die Berichterstattung sowohl positive als auch negative Töne anschlägt (tendenziell aber negativ ist), vermeiden englische und dänische Journalisten jegliche Färbung der EU-Berichterstattung. Zukünftige Forschung wird diese Ergebnisse in einem anderen Untersuchungszeitraum mit anderen Ländern und ggf. auch anderen Formaten (z.B. Magazinsendungen) überprüfen müssen. Auch muß ermittelt werden, ob die Fernsehnachrichten Einfluß auf die Meinung über die EU haben. Die vorliegenden Ergebnisse lassen aber vermuten, daß die Bürger der EU aus den Abendnachrichten kaum erfahren (können), welche Bedeutung die Europäische Union hat.

Literatur

Blumler, J. G. (Hg.) (1983). Communicating to voters. Television in the first European Parliamentary Elections. London: Sage.

Dogan, M., & Pelassy, D. (1990). How to compare nations. Strategies in comparative politics (2. Ausg.). Chatham, NJ: Chatham House Publishers.

Eijk, C. van der, & Franklin, M. N. (1996). Choosing Europe: The European electorate and national politics in the face of the Union. Ann-Arbor: University of Michigan Press.

Hewstone, M. (1986). Understanding attitudes to the European Community. A social-psychological study in four member states. Cambridge: Cambridge University Press.

- Mackie, T., & Marsh, D. (1995). The comparative method. In D. Marsh & G. Stoker (Hg.), Theory and methods in political science (S. 173-186). New York: St. Martin's Press.
- Schmitt, H., & Thomassen, J. (Hg.) (1999). Political representation and legitimacy in the European Union. Oxford: Oxford University Press.
- Schulz, W., & Schönbach, K. (1981). Das Fernsehen im Europawahlkampf: Erste Ergebnisse aus einer international vergleichenden Multimethodenstudie. Rundfunk und Fernsehen, 29, 26-41.
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. Journal of Communication, 50/2, 93-109.
- Siune, K., & Hulten, O. (1998). Does public broadcasting have a future? In D. McQuail & K. Siune (Hg.), Media policy. Convergence, concentration & commerce (S. 23-37). London: Sage.
- De Vreese, C. H., Peter, J., & Semetko, H. A. (2001). A cross-national comparative study of frames in the news. Political Communication, 18, 107-122.
- Weidenfeld, W. (1999). Vorwort. In: W. Weidenfeld (Hg.), Europa-Handbuch (S. 15-16). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

Wahlkampfkommunikation zur Europawahl 1999

Wahlen sind seit längerem eines der wichtigsten Themen der Kommunikationsforschung und der Politikwissenschaft. Die meisten Studien konzentrieren sich in Deutschland bislang jedoch auf Bundestagswahlen, weniger schon auf Landtags- und Kommunalwahlen. Am seltensten widmen sich Untersuchungen den Wahlen zum Europäischen Parlament, die seit 1979 alle fünf Jahre stattfinden. Diese geringe Aufmerksamkeit ist bedauerlich, wenn auch Reflex eines Desinteresses, das auch in der schwachen Wahlbeteiligung zum Ausdruck kommt. Zudem haben sich die bisher vorliegenden Untersuchungen allenfalls mit der Berichterstattung der Medien zu Europawahlen oder mit dem Wahlverhalten selbst beschäftigt (Reiser 1994). Unbeachtet geblieben ist hingegen der Einsatz der Wahlkampfkommunikation bei Europawahlen.

Diesem Defizit soll in diesem Beitrag begegnet werden, der auf einer Erhebung zur Europawahl 1999 basiert, an der sich 45,2 Prozent der Wahlberechtigten beteiligten. Obwohl der Erfolg - daran gemessen - ziemlich schwach ausfiel, wurden im Wahlkampf erhebliche Anstrengungen zur Wahlwerbung und Wahlkommunikation unternommen. Diese beschränkten sich nicht auf die hierzulande agierenden Parteien, sondern gingen auch von anderen nationalen und supranationalen Akteuren aus.

Dementsprechend soll eine primär an den Akteuren orientierte Darstellung der Wahlkampfkommunikation gegeben werden. Allerdings sollen diese Akteure zunächst kurz in Modellen der politischen Wahlkampfkommunikation „verortet“ werden (Radunski 1980; Schmitt-Beck / Pfetsch 1994). Im Zentrum stehen die Wahlkampszenarien der Parteien, die aufgrund vorhandener Unterlagen und anhand von Interviews schon während des Europawahlkampfs 1999 verfolgt und registriert wurden. Insbesondere zeigte sich die zunehmende Bedeutung der Zusammenarbeit der Parteien mit Agenturen. Auch die Tatsache, dass die Orte für Wahlkampfveranstaltungen nach der „Abdeckung der Medienlandschaft“ ausgewählt wurden, macht ihren Charakter als Medieneignisse deutlich.

Die SPD stützte sich (in Analogie zur Bundestagswahl 1998) auf ihre „Eurokampa“. Bei der CDU wurden die zentralen Strategien in der Abteilung „Grundsatzplanung und politische Planung“ festgelegt. Die FDP fasste aus ihren Abteilungen „Organisation“, „Politik und Strategie“ und „Pressearbeit“ jeweils Arbeitsgruppen speziell für den Europawahlkampf zusammen. Wie schon die FDP, haben auch die Grünen als kleinere Partei eine andere Organisationsstruktur als die Volksparteien. Deren Wahlkampforgанизation bestand aus zwei zentralen Ebenen, dem Koitionsausschuss und dem Wahlkampfstab.

Gesondert soll eingegangen werden auf die Rolle des Internet im Europawahlkampf 1999. Zum ersten Mal ist auch dieses „Medium“ bei einer solchen Wahl eingesetzt worden. Dies war gewiss ein „Probefall“ für die Zukunft. Deshalb interessiert, wieviel an

Bemühungen in dieses Medium investiert, wozu es benutzt und welche Wahlkampfauftritte darin gestartet wurden.

Abschließend soll auf das Umfeld eingegangen werden, in welchem der Europawahlkampf 1999 stattfand. Denn dieses Umfeld war für diese Wahl nicht günstig (was sich an der Wahlbeteiligung zeigte). Im März 1999 trat die EU-Kommission zurück. Und die innenpolitische Situation war in der Bundesrepublik Deutschland von den Startschwierigkeiten der rot-grünen Bundesregierung unter Gerhard Schröder überschattet. Jedenfalls muss die Wahlkampfkommunikation zur Europawahl 1999 unter diesen Randbedingungen gewürdigt werden. Dies wirft nochmals theoretische Fragen auch nach der Funktion dieser Wahl auf.

Martha Kalantzi (Westfälische Wilhelms-Universität Münster)

Europa in der Tagespresse Deutschlands und Griechenlands – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung

Europa befindet sich momentan in einer Periode entscheidender Veränderungen, die das Zusammenleben auf dem Kontinent in den kommenden Jahren komplett verändern werden: Die Einführung des Euro sowie die geplante Aufnahme einer Vielzahl neuer Staaten in die EU und die daraus notwendigen Umstrukturierungen bilden wichtige Herausforderungen für die Zukunft. In diesem Zusammenhang stellen die europäischen Medien, wie die überregionale Tagespresse, durch ihre Berichterstattung eine wichtige Grundlage für die Informationsbasis ihrer Leser dar und können maßgeblich für die Gestaltung von öffentlichen Diskursen sein.

Im Rahmen einer im Mai/Juni 2000 durchgeführten empirischen Studie zur Auslandsberichterstattung wurde die überregionale Tagespresse Deutschlands und Griechenlands auch hinsichtlich ihrer politischen Berichterstattung über Europa und insbesondere die Europäische Union hin analysiert. Dabei wurden sechs ausgewählte Tageszeitungen – jeweils drei Zeitungen aus einem Land (FAZ, SZ, FR aus Deutschland und Kathimerini, NEA, Eleftherotypia aus Griechenland) – durch eine quantitativ wie auch qualitativ ausgerichtete Inhaltsanalyse mittels 22 Variablen analysiert. Ausgehend von insgesamt 2.319 untersuchten Artikeln wurden Untersuchungseinheiten ermittelt, die sich auf europäische Sachverhalte beziehen. In einer ersten Phase wurde zunächst die formale Struktur (Darstellungsformen, Umfang, Platzierung und Aufmachung, Quellen) der Berichterstattung analysiert. Zudem wurde nach den Inhalten geforscht im Hinblick auf die Schwerpunktsetzung und Pluralität der politischen Europa-Berichterstattung. Die behandelten Themen, die Länderschwerpunkte sowie die Überprüfung einer Reihe von Nachrichtenfaktoren – wie Nähe, Bezug, Personalisierung, „Elite“-Nation und „Elite“-Person, Negativismus – standen hierbei im Vordergrund. In einer zweiten Phase wurde weiteren Fragen der Aufbereitung der Themen nachgegangen: Wer kommt zu Wort? Welche Argumentation wird angewandt? Inwieweit wird dem Leser eine ausgewogene Berichterstattung selektierter Ereignisse geboten? Welches ist das Bild, das die Presse Europa zuspricht? Hierbei wurde die im Untersuchungszeitraum intensiv diskutierte Europa-Rede des deutschen Außenministers Joschka Fischers besonders behandelt.

Die Betrachtung der Berichterstattung über Europa zeigt, wie beschränkt das Bild des Kontinents in der Presse ist: Es sind überwiegend EU-Mitgliedstaaten, über die am häufigsten berichtet wird – Ausnahmen bilden Russland und aktuell bedingt Jugoslawien. Doch auch unter den EU-Mitgliedstaaten ergibt sich ein weitaus ungleiches Bild, was ihren Nachrichtenwert anbelangt: So sind es überwiegend die „Großen“ Europas, welche die Berichterstattung dominieren: Großbritannien, Frankreich und Deutschland prägen das Bild in der Presse beider Länder und werden als die wortführenden Kräfte Europas dargestellt. Über sie und ihre Regierenden kann sich der

Leser ein detaillierteres Bild machen. Informationen über die übrigen Mitgliedstaaten und ihrer Europapolitik sind jedoch nur spärlich anzutreffen.

Die Presse beschäftigt sich zwar mit Europa, doch tut sie dies überwiegend aus einer nationalzentrierten Brille heraus. Das Vermitteln eines *gemeinsamen* europäischen Schaffens lässt weitaus zu wünschen übrig. Wichtige Aspekte des politischen und gesellschaftlichen Lebens spielen in diesem Zusammenhang eine nur geringe Rolle und werden überwiegend aus der nationalen Perspektive der einzelnen Mitgliedstaaten betrachtet und bewertet. Sowohl die Themen, die in der Presse beider Länder behandelt werden, als auch die Aspekte die hervorgehoben werden, sind weitgehend ähnlich sodass die Vielfalt beschränkt bleibt. Der Leser erfährt Europa als reine Angelegenheit der Regierungen, die bemüht sind, ihre innenpolitischen Interessen durch eine „erfolgreiche“ Europapolitik zu stärken.

Der Vergleich der Zeitungen beider Länder zeigt deutliche Unterschiede hinsichtlich des Aufbaus und der Bearbeitung der Themen, doch haben die Zeitungen beider Länder eines gemeinsam: Wenn es einen Anspruch geben kann, dass im Rahmen des Zusammenwachsens Europas und der damit verbundenen großen Veränderungen die europäischen Medien von einer national ausgerichteten Berichterstattung hin zu einer europäischen Berichterstattung übergehen sollten, ist seine Erfüllung noch weit entfernt von der heutigen Pressewirklichkeit.

Was schreiben die Anderen?

Die Repräsentation medialer Debatten aus Ländern der EU in der nationalen Qualitätspresse als Vorform einer europäischen Öffentlichkeit.
Eine empirische Analyse am Beispiel deutscher Qualitätszeitungen.

Der Begriff Öffentlichkeit kann in der kommunikationswissenschaftlichen Debatte keineswegs als geklärt gelten. In unterschiedlichen Kontexten wird damit jeweils unterschiedliches angesprochen. So können wir zwischen Begriffsverwendungen unterscheiden, die zum einen das Publikum der Medien als Öffentlichkeit ansprechen oder zum anderen die Medien selbst meinen. Am ehesten lässt sich wohl ein Konsens darüber erzielen, dass Öffentlichkeit als gesellschaftliches Teilsystem anzusehen ist, welches den kommunikativen Austausch zwischen den verschiedenen anderen gesellschaftlichen Teilsystemen sicherstellt und damit gesellschaftliche Integration ermöglicht. Dies geschieht durch die Herstellung wechselseitiger Beobachtbarkeit von Teilsystemen. Medien und ihre Publika sind somit nur bestimmte, allerdings zentrale Aspekte von Öffentlichkeit. Medien stellen Beobachtbarkeit her, Publika realisieren Beobachtung.

Fällt es schon unter einer nationalen Perspektive sehr schwer, den Begriff Öffentlichkeit einigermaßen konkret zu definieren, so wird diese Problematik um ein vielfaches schwerwiegender, wenn man dies auf transnationaler, auf europäischer Ebene versucht. Nimmt man Medien und ihre Publika als zentrale Größen des Systems Öffentlichkeit, dann wären europäische Medien und ein europäisches Publikum wesentliche Elemente einer europäischen Öffentlichkeit. Beides erscheint aber nicht einmal ansatzweise realisiert. Zwar gibt es durchaus Ereignisse, die europaweit medial vermittelt werden und auch europaweit ein großes Publikum finden, diese Ereignisse sind aber eher selten (nicht jedes Jahr heiratet ein norwegischer Prinz) und sie werden medial jeweils national unterschiedlich aufbereitet. Auch gibt es kaum Medien, die wirklich für sich in Anspruch nehmen können, europäische Medien zu sein. Dies verhindern in der Regel die Schranken von nationaler Sprache und nationaler Kultur.

In diesem Beitrag wollen wir einen anderen Ansatz wählen, Vorformen europäischer Öffentlichkeit empirisch nachzuspüren. Wenn wir der oben aufgestellten Prämissen folgen, dass die Beobachtbarkeit zentrales Element von Öffentlichkeit ist, dann können in nationalen Öffentlichkeiten erste Ansatzpunkte für europäische Öffentlichkeit zu finden sein. Ausgangspunkt der Überlegungen ist die Idee, dass die zentrale Leistung einer europäischen Öffentlichkeit darin bestehen müsse, einen europaweiten Diskurs über relevante Fragen zu ermöglichen und den Bürgern in den europäischen Ländern die Möglichkeit zu bieten, sich durch die Beobachtung dieser Diskurse eine Meinung zu bilden, so dass sich auch eine europäische öffentliche Meinung entwickeln kann. Einen ersten Schritt in diese Richtung können Medien dann leisten, wenn sie ihren nationalen Publika die Möglichkeit bieten, zu beobachten, welche Diskurse in den anderen Ländern geführt werden. Ein weiterer Schritt hin zu einer europäischen Öffentlichkeit geschieht

dann, wenn diese ausländischen Diskurse auf die Debatten im eigenen Lande bezogen werden. Ansatzpunkte für eine europäische Öffentlichkeit liegen also dann vor, wenn die Öffentlichkeit anderer europäischer Länder zum Thema in nationalen Öffentlichkeiten wird. Wenn wir also z.B. in unseren nationalen Medien erfahren können, was in den Medien anderer Länder diskutiert wird. Es wird gewissermaßen veröffentlicht, was woanders veröffentlicht wurde. Genau dieser Sachverhalt lässt sich empirisch untersuchen. Mit Hilfe einer Inhaltsanalyse wollen wir erheben, wie in den beiden Qualitätszeitungen Süddeutsche Zeitung und FAZ, Zeitungen aus den anderen Ländern der EU und aus den sogenannten EU-Anwärterstaaten zitiert werden.

Diese Zitate können in unterschiedlicher Art und Weise gestaltet sein. Sie können sich etwa auf unterschiedliche Themen und Kontexte beziehen. Für uns sind in diesem Zusammenhang mehrere Merkmale von besonderer Relevanz. Zum einen erscheint es wichtig, aus welchen Ländern die zitierten Zeitungen stammen. Wir vermuten, dass in der Häufigkeit mit der bestimmte Länder auftauchen, deren Bedeutung in der europäischen Union reflektiert wird. So erwarten wir deutliche Unterschiede zwischen EU-Mitgliedsstaaten und den sogenannten Anwärterstaaten. Auch scheint es bei der Entwicklung einer europäischen Öffentlichkeit von großer Relevanz, ob ausländische Zeitungen nur zitiert werden, wenn es um Entwicklungen und Vorgänge in ihren Heimatländern geht, oder ob sich auch Stellungnahmen zu Fragen der EU oder zur deutschen Politik finden lassen. Insbesondere im letzten Fall müsste man dies als einen Schritt in Richtung auf eine europäische Öffentlichkeit deuten, da in diesem Fall ausländische öffentliche Debatten direkt mit deutschen Debatten verknüpft werden. Durch die Vermittlungsleistung der Medien entsteht somit ein transnationaler Diskurs. Da es von besonderer Relevanz ist, ob sich diese Prozesse intensivieren, ist die Untersuchung als Längsschnittstudie angelegt.

Zum methodischen Vorgehen

Untersucht werden die FAZ und die SZ für die Jahre 1994, 1997 und 2000. Mit einer CD-ROM-Recherche werden für die Untersuchungsjahre jeweils die Stellen in der Berichterstattung identifiziert, bei denen auf Zeitungen aus Mitgliedsländern der EU oder EU-Anwärterstaaten Bezug genommen wird. Diese Fundstellen werden u.a. nach den folgenden Kriterien eingestuft:

- Meinung, Nachricht oder Zitat
- Bezugsland
- Thema
- Akteur
- Titel der Zeitung
- Herkunftsland der Zeitung
- Formaler Kontext

„So nah und doch so fern“ Einstellungen und Erwartungen gegenüber dem Europäischen Integrationsprozess in einer Grenzregion

Nicht nur aus politikwissenschaftlicher und soziologischer Perspektive, sondern auch von Seiten der wesentlichen Entscheidungsträger innerhalb der Europäischen Union wird Grenzregionen und grenzüberschreitenden Regionen spätestens seit dem Maastrichter Vertrag besondere Bedeutung zugemessen, wenn es um die Entwicklung, Durchsetzung und Stärkung des europäischen Integrationsprozesses geht. Auch wenn subnationale Räume auf der institutionellen Ebene bislang nur durch den (beratenden) Ausschuss der Regionen vertreten sind, so haben die EU-Kommission sowie weitere Pro-Integration eingestellte Akteure mit ihrer aktiven Regionalpolitik in den vergangenen Jahren vor allem folgende drei Ziele verfolgt:

1. Transnationale Kooperation und Netzwerkbildung sollen einen Gegenpart zum „Europa von oben“, zu einer als bürgerfern empfundenen „Brüsseler Eurokratie“ bilden. Die gewährte Handlungsautonomie für Regionen im Rahmen der Interregionalitätspolitik ist in diesem Sinne sowohl als zentrale Maßnahme zur Verwirklichung des Subsidiaritätsprinzips als auch zur Minderung eines zunehmend beklagten Demokratiedefizits der EU zu verstehen.
2. Durch grenzüberschreitende Kooperation sollen unmittelbare Alltagsprobleme der Bürger über Ländergrenzen hinweg adäquat bearbeitet und die Lebensqualität verbessert werden – Europa soll konkret erfahrbar werden.
3. Von einer verdichteten grenzüberschreitenden Kooperation wird eine Stärkung der europäischen Identität sowie – noch einen Schritt weiter – der Ausbildung einer europäischen politischen Kultur erwartet. Dabei geht es derzeit vor allem um die affirmative Unterstützung des Integrationsgedankens und die Veränderung von innerstaatlichen Loyalitäten zugunsten supranationaler Institutionen.

Der vorgesehene Beitrag konzentriert sich vor allem auf diesen letzten Aspekt der europäischen Identitätsfindung und somit weniger auf politische Strukturen und Verfahren, als vielmehr auf kulturelle Voraussetzungen, welche in den subjektiven Einstellungen der BürgerInnen zu suchen sind. Schließlich kommt der Frage der Akzeptanz und der Legitimität des EU-Projektes gerade vor dem Hintergrund der unmittelbar bevorstehenden Integrationsschritte, wie z.B. der Einführung des EURO, der Aufstellung einer militärische Eingreiftruppe bis 2003, sowie der Diskussion um eine Europäische Verfassung und damit über die Finalität der Integration eine zentrale Bedeutung zu.

Mehrheitlich wird unter Integrationsforschern die Auffassung vertreten, dass Grenzregionen „Keimzellen“ der europäischen Integration darstellen könnten. Demnach würden die dem Verhalten vorgesetzten kognitiven und affektiven Einstellungen und Wertorientierungen der BürgerInnen in den Grenzregionen der „alten“ 15 Mitgliedsländer gegenüber den Strukturen und Vorhaben der EU auf Grund derer alltäglichen

Erfahrungen mit dem zunehmend grenzenlosen Europa überdurchschnittlich positiv ausfallen. Die gegenteilige These, wonach Grenzregionen in der Akzeptanz nicht signifikant über dem Landesdurchschnitt bzw. sogar darunter liegen, wird vor allem für Regionen, die an osteuropäische Länder grenzen, vertreten.

Der vorgesehene Beitrag verfolgt das Ziel, diese beiden gegensätzlichen Positionen in Hinblick auf die Akzeptanz gegenüber verschiedenen Facetten des Europäischen Integrationsprozesses empirisch am Beispiel einer repräsentativen Umfrage in einer ausgewählten Grenzregion zu überprüfen. Dabei wird, vor dem Hintergrund der zentralen Rolle, die die Massenmedien im Prozess politischer, sozialer und kultureller Veränderungen in zunehmendem Maße spielen, nicht zuletzt der Frage nachgegangen, inwieweit politische Informationen über Europa gesucht, genutzt und bewertet werden. Schließlich ist die Nutzung politischer Medieninhalte, insbesondere wenn es um Europa geht, die gängigste – und für einige auch die einzige – Form politischer Beteiligung. So könnte sich gerade in der Art der Mediennutzung das Ausmaß der Identifikation mit der eigenen Region, der Nation und dem „Projekt Europa“ spiegeln – und zugleich diese determinieren.

Die Überprüfung der Ausgangsthesen erfolgt auf Basis einer noch nicht veröffentlichten, repräsentativen, telefonischen Umfrage in der Südpfalz, einer an das französische Elsass angrenzenden Region. Dazu wurden im Frühjahr 2000 insgesamt 880 Personen befragt. Neben der zentralen Variable des Mediennutzungs- bzw. Informationsverhaltens gegenüber EU-Themen wurden hierbei allgemeine Einstellungs- und Partizipationsvariablen, Einschätzungen aktueller Entwicklungen, wie z.B. der Einführung des EURO oder der Aufnahme neuer Mitgliedsländer, und Meinungen zu ausgesuchten Reformüberlegungen (u.a. Europäische Verfassung, Europäische Polizei, Europäische Armee) erhoben. Um Aussagen über das Ausmaß der Identifikation mit Europa und der Befürwortung verschiedener Facetten des europäischen Integrationsprozesses treffen zu können, werden die für die Region charakteristischen Befunde im Rahmen bi- und multivariater Verfahren mit nationalen Umfragedaten (insbesondere aus dem EUROBAROMETER) in Beziehung gesetzt.

Als eine der ersten repräsentativen Befragungen in einer Grenzregion verweisen die Befunde auf z.T. stark widersprüchliche Einstellungen gegenüber dem „Projekt Europa“. Sie deuten darauf hin, dass zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht die Rede von einer gefestigten europäischen Identität gesprochen werden kann. Vielmehr zeigen die BürgerInnen dieser Grenzregion auch ein stark ausgeprägtes regionales Bewusstsein. Dabei treten z.T. deutliche, durch soziodemographische Variablen und durch das Mediennutzungsverhalten erklärbare Unterschiede zutage.

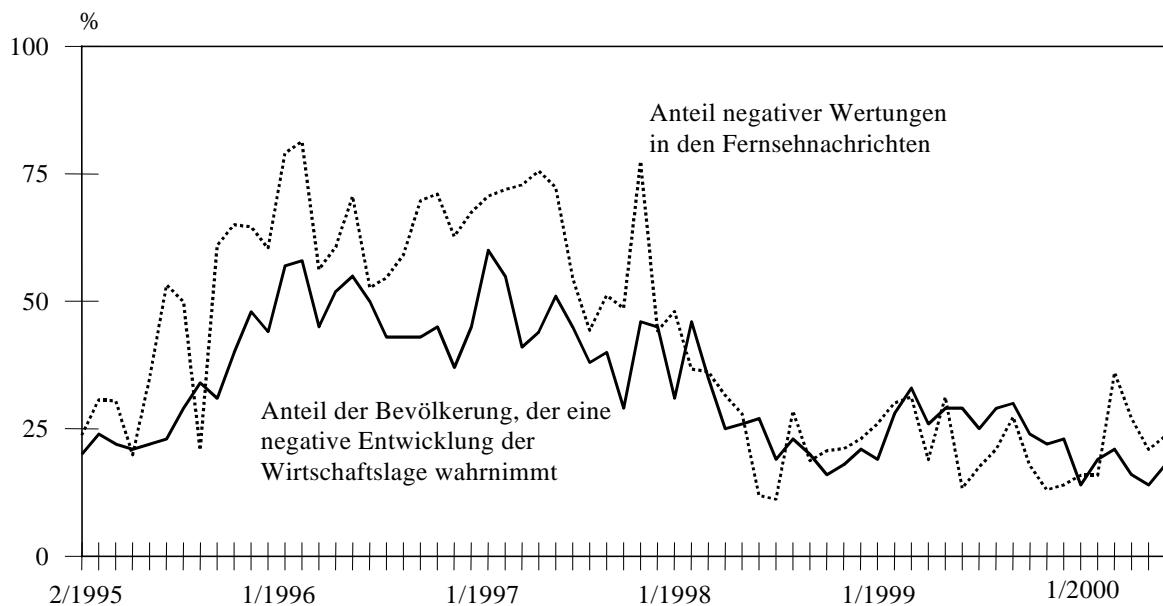
Jürgen Maier (Universität Bamberg) / Michaela Maier (Universität Hohenheim) /
Frank Brettschneider (Universität Augsburg)

Währungswechsel: Medienberichterstattung und Bevölkerungseinstellungen zum EURO

Hintergrund des Vortragsthemas

Analysen der Medienberichterstattung über die allgemeine Wirtschaftslage in Deutschland sowie der Bevölkerungswahrnehmung derselben haben gezeigt, dass die Einstellungen der Bundesbürger in starkem Maße von der Berichterstattung der Massenmedien abhängen. Vor allem die negative Darstellung der Wirtschaftslage in den Fernsehnachrichten führt in der Bevölkerung zu einer pessimistischen Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung (Abbildung 1).

Abbildung 1: Die allgemeine Wirtschaftslage in den Fernsehnachrichten und in der Wahrnehmung der Bevölkerung, 1995-2000



Nachrichtensendungen: Tagesschau, Tagesthemen, Heute, Heute-Journal, RTL aktuell, SAT.1 18:30. Daten: Medien Tenor; Forschungsgruppe Wahlen.

Die Wahrnehmung der Wirtschaftslage durch die Bevölkerung ist gesellschaftlich höchst relevant: Sie prägt das Kaufverhalten der Konsumenten sowie das Börsen-Verhalten der wachsenden Zahl von Privatanlegern und beeinflusst somit die reale Entwicklung der Konjunktur. Ferner hängt die Popularität der Regierung in hohem Maße von der Wahrnehmung der Wirtschaftslage ab.

Mit der Einführung des EURO wurde eine der bedeutendsten wirtschafts- und finanzpolitischen Weichenstellungen der Nachkriegszeit vorgenommen. Trotz der herausragenden Bedeutung dieser Entscheidung für die wirtschaftliche Leistungs- und die internationale Wettbewerbsfähigkeit der deutschen und der europäischen Volkswirtschaften, lässt die Akzeptanz des EURO in der deutschen Bevölkerung zu wünschen übrig. Weit verbreitet sind immer noch Befürchtungen, die sich vor allem auf die Einführung des EURO als alleiniges Zahlungsmittel zum 1.1.2002 konzentrieren. Und dies, obwohl die wirtschaftliche Integration Europas von der Bevölkerung stärker befürwortet wird, als politische oder militärische Aspekte.

In Kenntnis des Zusammenhangs zwischen Wirtschaftsberichterstattung und diesbezüglichen Bevölkerungseinstellungen ist auch für den EURO zu vermuten, dass sein Akzeptanzdefizit mit der Art der Medienberichterstattung zusammenhängt, die sich vornehmlich auf einige wenige – überwiegend negativ bewertete – Teilespekte der Thematik wie etwa die Wechselkursproblematik sowie die erwarteten logistischen Schwierigkeiten bei der Ausgabe des neuen Geldes konzentriert.

Inhalt des Vortrags und erste empirische Befunde

Der hier skizzierte Vortrag basiert auf den Ergebnissen eines Projektes, in dessen Rahmen sowohl die Medienberichterstattung über die Währungsreform als auch die Bevölkerungseinstellungen zum EURO im Zeitraum vom 1.5.2001 bis zum 31.3.2002, also der „heißen Phase“ der Implementation des EURO, analysiert werden. Dabei stehen folgende Forschungsfragen im Vordergrund des Interesses:

1. Wie berichten die Medien vor und nach dem Währungswechsel über den EURO? Stehen dabei jeweils einige wenige, negativ bewertete Teilespekte im Vordergrund, wie dies bei der Berichterstattung über die allgemeine Wirtschaftslage der Fall ist, oder verändert sich die Berichterstattung hinsichtlich der Bewertung der neuen Währung und hinsichtlich ihrer Differenziertheit?
2. Kann ein Zusammenhang zwischen der Medienberichterstattung und der Akzeptanz des EURO in der Bevölkerung nachgewiesen werden, oder orientieren sich die Bürger eher an „harten Fakten“ wie zum Beispiel der Entwicklung des Außenwerts der neuen Währung?

Die Analyse erfolgt einerseits auf der Basis täglicher Inhaltsanalysen der EURO-Berichterstattung in den Fernsehnachrichten und in ausgewählten Tageszeitungen. Die Datenerhebung erfolgt durch das Institut für Medieninhaltsanalysen Medien Tenor. Die Daten zur Medienberichterstattung werden andererseits durch repräsentative Bevölkerungsumfragen ergänzt. Neben den Daten, die regelmäßig im Rahmen der Eurobarometer-Umfragen erhoben werden, stehen für dieses Projekt Umfragedaten zur Verfügung, die im Auftrag des Bundesverbandes deutscher Banken im Rahmen der „Politbarometer“-Befragungen der Forschungsgruppe Wahlen erhoben werden. Neben einer Reihe von Einstellung zum EURO wird in diesen Umfragen auch die Mediennutzung der Bürger erfasst.

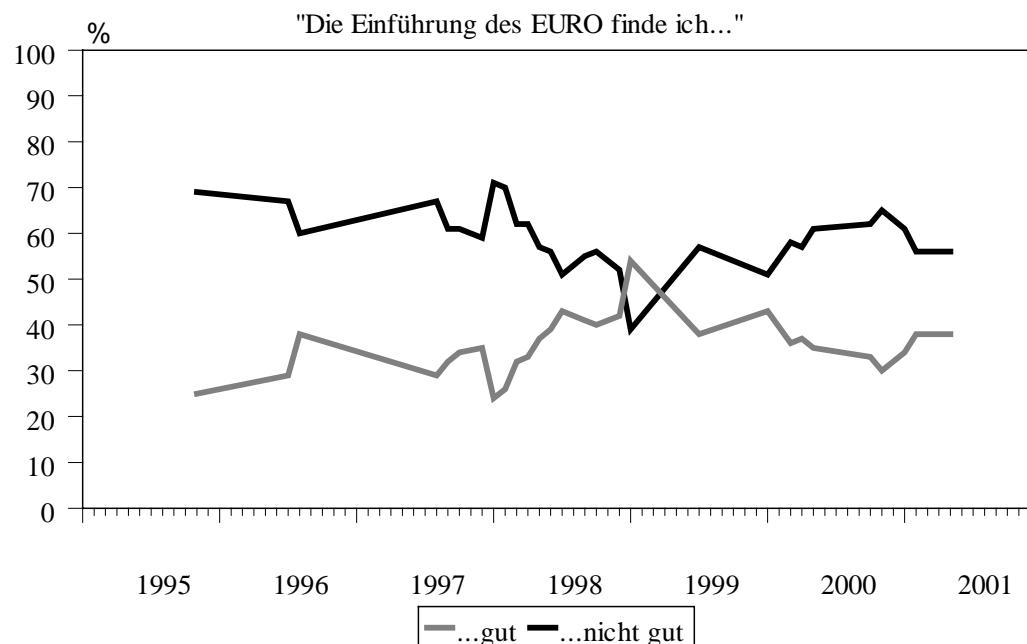
Tabelle 1: Bevölkerungseinstellungen zum EURO, Mai 2001

	% Vorteile	% Vor- und Nachteile	% Nachteile
die Mitgliedschaft in der EU hat für Deutschland eher...	23	36	35
für mich persönlich bringt der EURO eher...	14	46	38
für Deutschland bringt der EURO eher...	20	32	48

Daten: Politbarometer/Bundesverband deutscher Banken; N=1.266.

Auf der Grundlage der bereits vorliegenden Daten aus der Bevölkerungsbefragung vom Mai 2001 kann festgehalten werden, dass rund ein halbes Jahr vor der Einführung des EURO nicht nur die EU-Mitgliedschaft Deutschlands, sondern auch die individuellen Konsequenzen der EURO-Einführung sowie die Folgen, die sich für Deutschland aus dem Währungswechsel ergeben, eher skeptisch beurteilt werden (Tabelle 1). Die Einstellung zum EURO hat sich zwar in den vergangenen Jahren deutlich verändert, von einem kontinuierlichen Abbau der Bedenken gegenüber dem neuen Zahlungsmittel kann aber keine Rede sein (Abbildung 2).

Abbildung 2: Zustimmung der Bevölkerung zum EURO, 1995-2001



Hinsichtlich der Effekte der Mediennutzung auf die Bewertung des Währungswechsels wird erneut die besondere Rolle der Fernsehnachrichten deutlich, die auch schon bei der Einschätzung der allgemeinen wirtschaftlichen Lage sichtbar wurde. Dabei wirkt sich eine regelmäßige Nutzung öffentlich-rechtlicher Nachrichtensendungen eher positiv auf die Bewertung der Mitgliedschaft Deutschlands in der Europäischen Union sowie die Folgen der Währungsunion aus, während von der Rezeption privat-kommerzieller Informationsangebote tendenziell negative Effekte ausgehen. Es ist zu vermuten, dass sich diese Einstellungsunterschiede auf eine unterschiedliche Berichterstattung öffentlich-rechtlicher und privat-kommerzieller Fernsehanbieter zum EURO zurückführen lassen.

Zum Zeitpunkt der Tagung werden die Ergebnisse sowohl der Inhaltsanalyse als auch der Bevölkerungsbefragungen für den Zeitraum von Mai bis Dezember 2001 zur Verfügung stehen, so dass der Vortrag auf den zum Zeitpunkt des Währungswechsels aktuellen Daten basieren wird.