

Politische Kommunikation im internationalen Vergleich

Gemeinsame Jahrestagung der DGPuk-Fachgruppe „Kommunikation und Politik“
und des DVPW-Arbeitskreises „Politik und Kommunikation“

17.-19. Februar 2000

Schloß Eichholz, Wesseling

– Abstracts der Vorträge –

Dietmar Schiller, FU Berlin

Parlamente und Fernsehen: Muster politischer Kommunikation im Mehr-Länder-Vergleich - Forschungsskizze und empirische Befunde

In über 60 Staaten sind Parlamente unterschiedlichen Typs im Fernsehen präsent, sei es in Form regelmäßiger Berichterstattung in den Fernsehnachrichten oder in Gestalt ausgedehnter Live-Übertragungen (wie z. B. in eigens geschaffenen Parlamentskanälen). Trotzdem ist der Untersuchungsgegenstand "Televising Parliaments"¹ nach wie vor ein vernachlässigtes Segment der vergleichenden politischen Kommunikationsforschung. Ausgehend von einigen Befunden meines Dissertationsprojekts (Präsentation von Parlamenten im Fernsehen: Britisches House of Commons und Deutscher Bundestag) soll im Rahmen der Tagung eine Forschungsskizze präsentiert werden, auf deren Grundlage aus politikwissenschaftlicher Perspektive Aspekte fernsehbezogener Parlamentsberichterstattung sowohl in theoretischer als auch in empirischer Hinsicht im Mehr-Länder-Vergleich analysiert werden können. Im Fokus stehen dabei fünf Länder der Europäischen Union: Deutschland, Österreich, Großbritannien, Irland und Frankreich.

Parlamente nehmen als gesetzgebende Versammlungen eine Schlüsselrolle innerhalb des politischen Prozesses ein. Neben der Kontrolle der Regierung (Wahl und Rekrutierung) tragen sie entscheidend zur Politikformulierung und Interessenartikulation bei. Dies vollzieht sich in der Sphäre politischer Öffentlichkeit mit dem Ziel der Legitimation politischer Entscheidungen. Insofern sind Parlamente zu permanenter politischer Kommunikation verpflichtet, um die Prozesse der Entscheidungsfindung sowohl transparent als auch responsiv zu gestalten. Diese dialogische politische Kommunikation ist in die jeweilige politische Kultur eingebettet und findet in Symbolen, Ritualen, Zeremonien und komplexen Inszenierungen ihren Ausdruck.

Die sich daraus ergebenden Fragen lauten: Welche televisuellen Images und Muster parlamentarischer Politik werden dem Publikum präsentiert? Wie lassen sie sich im Kontext des politischen Prozesses und der politischen Kultur erklären? Welche Rückwirkungen hat die jeweilige televisuelle Berichterstattungspraxis auf das populäre Parlamentsverständnis?² Zu diesem Zweck werden stellvertretend jeweils ein "typischer" Nachrichtenbeitrag (Videoclips) gezeigt, um Unterschiede und Ähnlichkeiten ländervergleichend zu demonstrieren.

Kontaktadresse des Verfassers:

Dietmar Schiller, Yorkstr. 82, D-10965 Berlin, Tel.: 030-7859853 schilldi@zedat.fu-berlin.de

¹ Bhardwaj, R.C.: *Televising Parliaments*, in: Kurian, George Thomas (Hg.), *World Encyclopedia of Parliaments and Legislatures*, Volume II, Washington 1998, S. 859-864; *Parliament and Television*, in: *Constitutional and Parliamentary Information*, No. 172 (1996), S. 103-183.

² Patzelt, Werner J.: *Politikverdrossenheit, populäres Parlamentsverständnis und die Aufgaben der politischen Bildung*, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte* (B7-8/99), S. 31-38.

Winand Gellner & Gerd Strohmeier, Universität Passau

Politikvermittlung - jenseits von Parteien und Massenmedien. Parteiunabhängige Wahlkampfplattformen im Internet - Deutschland und USA im Vergleich

Cyber-Campaigning lautet das Schlagwort, das sowohl in den USA als auch in Deutschland für eine weitere Evolutionsstufe moderner Wahlkämpfe steht. Das politische Angebot zu Wahlen im Internet lässt sich jedoch keinesfalls auf die Websites der Parteien reduzieren. Neben dem parteipolitischen Angebot haben sich sowohl amerikanische als auch deutsche parteiunabhängige Wahlkampfplattformen als virtuelle politische Informationsknoten herausgebildet, die neue Formen der Politikvermittlung bieten, indem sie das Potential des Internet auszuschöpfen versuchen. Parteiunabhängige Wahlkampfplattformen erfüllen für die politische Kommunikation im wesentlichen drei Funktionen:

- I. die Akquisition einer politischen Netzöffentlichkeit**
- II. die politische Erziehung und Bildung**
- III. die Selektion und Koordination politischer Informationen**

Fraglich ist, inwieweit parteiunabhängige Wahlkampfplattformen in den USA und Deutschland Unterschiede aufweisen und was dies für die Politikvermittlung in den entsprechenden Ländern bedeutet. Dabei ist von drei grundlegenden forschungsleitenden Hypothesen auszugehen:

- I. Charakteristika des Politischen Systems, insbesondere des Regierungssystems, des Wahlsystems und der Politischen Kultur, wirken sich nachhaltig auf die inhaltlichen Akzente parteiunabhängiger Wahlkampfplattformen aus**
- II. Parteiunabhängige Wahlkampfplattformen in Deutschland sind resistent gegen Formen der „Amerikanisierung“**
- III. Parteiunabhängige Wahlkampfplattformen in Deutschland wirken der „Amerikanisierung“ der Politik partiell entgegen**

Kontaktadresse der Verfasser:

Lehrstuhl für Politikwissenschaft Universität Passau
Innstraße 25
D-94032 Passau
Tel: 0851-509-2673
gellner@uni-passau.de strohmeier@uni-passau.de

Patrick Rössler, Universität München

Bilder von unserer Welt

Eine vergleichende Inhaltsanalyse der Fernsehnachrichten in sieben europäischen Staaten und den USA

Die Kommunikation politischer Themen hat im Fernsehen einen festen Platz: Tägliche Nachrichtensendungen informieren regelmäßig über das Weltgeschehen – ein Programmformat, das in nahezu allen Fernsehsystemen der Welt anzutreffen ist. Dennoch sind international vergleichende Analysen über Formate und Inhalte der Nachrichtensendungen eher dünn gesät; zumeist beziehen sie sich nur auf wenige Länder (z.B. den Vergleich Deutschland - USA) oder ein bestimmtes Thema (z.B. die Berichterstattung über Deutschland in Frankreich und umgekehrt). Eine großangelegte Studie über die aktuelle Berichterstattung in über 30 Ländern, die von einer Forschungsgruppe um Robert L. Stevenson im Herbst 1995 durchgeführt wurde („Foreign News Study“), berücksichtigte auch das Fernsehen, betrachtete aber nur die Auslandsberichterstattung der jeweiligen Medien.

In Ergänzung zu der Foreign News Study will der Vortrag aktuelle Ergebnisse einer vergleichenden Inhaltsanalyse vorstellen, im Zuge derer die komplette aktuelle Berichterstattung in den Hauptnachrichtensendungen von 17 Sendern in sieben europäischen Staaten und den USA untersucht wurde. Erhebungszeitraum war eine natürliche Woche vom 14.-19.12.1998, codiert wurden Programme aus Deutschland, der Schweiz, Österreich, Frankreich, Spanien, Italien, Norwegen und den USA. Die Studie gliederte sich in drei Teile: (1) einen qualitativen Teil, in dem die einzelnen Formate anhand eines festgelegten Kategorienrasters hinsichtlich Aufbau, Präsentationsformen und Screen-Design gegenübergestellt wurden; (2) einen quantitativen Teil, der die formalen und inhaltlichen Charakteristika der Nachrichtengebung beschreibt; und (3) eine Detailanalyse anhand eines Fallbeispiels, nämlich des amerikanischen Angriffs auf den Irak (Golfkrieg II), über den in allen Sendungen ausführlich berichtet wurde. Der Vortrag konzentriert sich auf ausgewählte Ergebnisse der Teile (2) und (3).

Einige Befunde in Kürze: Grundsätzlich besteht ein internationaler Konsens darüber, daß Nachrichtensendungen von politischer Berichterstattung dominiert werden (72% der ausgestrahlten Inhalte), wobei die US-amerikanischen, österreichischen und französischen Programme einen überdurchschnittlich hohen Politikanteil aufwiesen, während in Italien und Norwegen ausgeprägter über „Human Touch“ und Unglücke berichtet wurde. Nachrichten in den USA beziehen sich fast ausschließlich auf Ereignisse im eigenen Land oder unter Beteiligung der USA, während wiederum Österreich und Frankreich, aber auch die deutschen Sendungen internationale Aspekte verstärkt beachteten. Im Netzwerk der Nachrichtengeographie ergibt sich eine einseitige Ausrichtung aller Länder hin zu den USA, die wiederum selbst nur in verschwindendem Maße über diese Länder berichten.

...

Zweiter Schwerpunkt war aufgrund der aktuellen Nachrichtenlage der Irak; wie die Fallstudie zeigen konnte, ist bei „breaking news“ wie dem Angriff der amerikanischen Truppen eine enorme Konformität in der Berichterstattung zu verzeichnen. Diese ist freilich nur zum Teil durch die bekannten Mechanismen des Nachrichtenwesens zu erklären (Nachrichtenfaktoren als gemeinsame Selektionskriterien, Abhängigkeit von internationalen Bildagenturen, Kontrolle der Berichterstattung durch Militärs). Denn erstaunlicherweise war ein nationenübergreifender Standard auch hinsichtlich der Art und Weise zu erkennen, wie dieses Ereignis aufbereitet wurde, bis hin zur Einbettung von Interviews und Filmberichten. Außerdem zeigte die Analyse der Nachrichten vom Vortag des Angriffs, daß selbst in einer Situation, in der die aktuelle Ereignislage nur wenige Vorgaben enthielt und die Redaktionen weitgehendere Freiheiten für ihre Darstellung besaßen, trotzdem eine eher stereotype Aufbereitung vorherrschte. Diese Befunde gewinnen im Kontext der Diskussionen um eine Fragmentierung des Medienpublikums besondere Relevanz: sowohl innerhalb Deutschlands als auch im internationalen Vergleich waren auf der Inhaltsebene und auf der formalen Ebene über Sender hinweg erhebliche Übereinstimmungen in der Nachrichtenpräsentation festzustellen, so daß aus einer Vervielfachung der Kanäle nicht zwangsläufig auch auf eine Zersplitterung der rezipierten Inhalte geschlossen werden kann.

In seiner multinationalen Perspektive berührt der Vortrag die ausgeschriebenen Themenbereiche der journalistischen Kulturen bzw. der Medienstrukturen im Vergleich; von seiner methodischen Anlage her zeigt er ferner die Möglichkeiten und Grenzen solcher internationaler Vergleiche auf. Das zugrundeliegende Datenmaterial ist bislang nicht publiziert.

Kontaktadresse des Verfassers:

Universität München
Institut für Kommunikationswissenschaft
Dr. Patrick Rössler
Oettingenstr. 67
80992 MÜNCHEN

Tel. (089) 2178-2439
roessler@ifkw.uni-muenchen.de

Rüdiger Schmitt-Beck / Katrin Voltmer

**Demokratisierung durch Massenmedien?
Zum Einfluss der Medien auf die politische Kultur
in zwei post-sozialistischen Ländern**

Mit dem Zusammenbruch autoritärer Regimestrukturen in den ehemals staatssozialistischen Ländern Ostmitteleuropas hat sich auch die Rolle der Massenmedien grundlegend gewandelt. Sie sind nicht länger Machtinstrumente in den Händen der herrschenden Partei, sondern geniessen verfassungsmässig garantierte Freiheitsrechte. Während Probleme der institutionellen Demokratisierung der Medien in postsozialistischen Ländern bereits verschiedentlich untersucht wurden, gibt es nur wenige fundierte Erkenntnisse darüber, inwieweit die Medien selbst als Motor der Demokratisierung wirken und zur Ausbildung einer demokratischen politischen Kultur beitragen.

Diese Frage soll in dem vorgestellten Papier empirisch untersucht werden. Wir stützen uns dabei zum einen auf die theoretischen Konzepte der strukturfunktionalistischen politischen Kulturforschung. In diesem Ansatz stehen individuelle Einstellungen und Orientierungen, also die Mikrobedingungen der Demokratie, im Mittelpunkt des Interesses. Es können zwei Einstellungsebenen unterschieden werden, nämlich (1) die Wahrnehmung der eigenen Rolle als Bürger und (2) die Beurteilung der Leistungsfähigkeit und Legitimität der politischen Institutionen. Zum anderen beziehen wir uns auf die vorliegenden Forschungsergebnisse der „video malaise“-Hypothese, derzufolge die Art, wie Politik von den Medien dargestellt wird, bei den Rezipienten zu einer Erosion demokratischer Orientierungen führt. Wir wollen also untersuchen, ob im Übergang zur Demokratie die beiden Ebenen der politischen Kultur durch Art und Umfang der Mediennutzung beeinflusst werden:

(1) Regimewechsel stellen eine ausserordentliche kognitive Herausforderung an den einzelnen dar. Dies nicht nur, weil die politische Situation in Transformationsprozessen überkomplex und ungewiss ist, sondern auch weil demokratische Teilhabe von den Bürgern ein Mindestmass an politischem Verständnis verlangt. Den Medien kommt hier eine Schlüsselrolle zu. Da sie nunmehr keinerlei Restriktionen bei der Informationsbeschaffung und -verbreitung unterliegen, kann angenommen werden, dass die Nutzung des politischen Informationsangebots der Medien zur kognitiven Kompetenz der Bürger beiträgt.

(2) Auch die Entwicklung von Legitimität der neuen Demokratie ist in hohem Masse problematisch. Aufgrund der Vielzahl der zu bewältigenden Probleme kommt es unweigerlich zu Leistungsdefiziten; gleichzeitig agieren die Medien nicht mehr als „Schönredner“ der Politik. In der Tat scheint es, dass die Medien in post-sozialistischen Ländern ihre neue Rolle als Kontrolleure auskosten und einen deutlich konfrontativen, kritischen journalistischen Stil entwickelt haben. Es ist zu vermuten, dass dies die Beurteilung amtierender Politiker und das Vertrauen in die Funktionsweise der neuen Institutionen negativ beeinflusst.

...

Unsere Erwartungen zur demokratisierenden Kraft der Massenmedien sind also ambivalent. Verschiedene Studien zur „video malaise“, die in etablierten (westlichen) Demokratien durchgeführt wurden, haben ebenfalls widersprüchliche Ergebnisse erbracht, was auf die Kontextabhängigkeit des Zusammenhangs zwischen Mediennutzung und demokratischen Orientierungen hinweist. Eine komparative Analyse bietet die Möglichkeit zu überprüfen, inwieweit sich die vorliegenden Befunde in der besonderen Situation des politischen Umbruchs bestätigen lassen.

Im Mittelpunkt unserer Untersuchung stehen Ungarn und Bulgarien - zwei postsozialistische Länder also, die sich in jeweils unterschiedlichen Stadien der Transition befinden. Auch unterscheiden sich die beiden Länder im Hinblick auf die Fortschritte, die bei der Entstaatlichung und Privatisierung der Medien bisher gemacht wurden. Unsere empirischen Analysen stützen sich auf Umfragedaten, die im Rahmen eines international vergleichenden Wahlprojekts zu Informations- und Interessenvermittlungsprozessen in neuen Demokratien erhoben wurden. Die verwendeten Umfragen wurden anlässlich der ungarischen Parlamentswahlen 1998 und der bulgarischen Präsidentschaftswahlen 1996 durchgeführt.

Kontaktadressen der Verfasser:

PD Dr. Rüdiger Schmitt-Beck
Lehrstuhl für Politische Wissenschaft und International Vergleichende Sozialforschung
Universität Mannheim
A 5
68131 Mannheim
Tel.: 0621-181-2093
e-mail: rschmitt@sowi.uni-mannheim.de

Dr. Katrin Voltmer
Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft
Freie Universität Berlin
Ihnestr. 26
14195 Berlin
Tel.: 030-8385 50 43
email: voltmer@zedat.fu-berlin.de

Frank Esser

**Vergleichende Kommunikationswissenschaft:
Theoretische Konzeptionalisierung und empirische Umsetzung am Beispiel
der veränderten Systemverflechtungen zwischen Politik und Medien in
Deutschland, Großbritannien und den USA**

Ausgangspunkt des vergleichenden Forschungsansatzes ist die Erkenntnis, daß "jede Beobachtung ohne Bedeutung ist, wenn man sie nicht mit anderen Beobachtungen vergleicht. Erkenntnistheoretisch argumentierend kann man sagen, daß wir unsere Vorstellungswelt durch Vergleiche bilden. Wir wissen, daß Äpfel keine Birnen sind, weil wir sie miteinander verglichen haben. Ein Ding bekommt nur dann eine individuelle Identität, wenn man es mit anderen vergleicht" (Aarebrot & Bakka 1997, 49).

Als Definition läßt sich formulieren: International vergleichende Kommunikationswissenschaft liegt vor, wenn zwischen mindestens zwei geographisch definierten, räumlich getrennten Systemen Vergleiche in Hinblick auf mindestens einen Untersuchungsgegenstand – z.B. Mediennutzungsverhalten oder Presseselbstkontrolleinrichtungen – gezogen werden (vgl. Edelstein 1982, 14). Dabei wird angenommen, daß der zu analysierende Untersuchungsgegenstand in ein Netz von Wechselbeziehungen eingebunden ist. Die Interdependenzen, die dahinter stehenden Muster sowie die weiteren erklärungsrelevanten Variablen sind ebenfalls zu berücksichtigen (vgl. Blumler, McLeod & Rosengren 1992, 7). Hinsichtlich des Untersuchungsgegenstandes gibt es keine grundsätzliche Einschränkung: Verglichen werden kann alles, was (a) von medienwissenschaftlicher Bedeutung, (b) von grenzüberschreitender Qualität und (c) nicht so grundsätzlich andersartig ist, daß keine hinreichende Vergleichsbasis mehr vorliegt. "Jede weitere Eingrenzung erscheint überflüssig und engt allenfalls die komparative Phantasie ein" (Kleinsteuber 1993, 319).

Ausgehend von dieser definitorischen Konzeptionalisierung zeigt der Beitrag auf, welchen grundsätzlichen methodologischen Prämissen damit für den internationalen Vergleich verbunden sind:

- daß die „optimale“ Zahl der zu berücksichtigenden Länder größer als zwei, aber auch nicht zu groß sein darf;
- daß die Zahl der zu berücksichtigenden Variablen aufgrund theoretisch begründeter Hypothesen auf wenige Schlüsselvariablen begrenzt sein muß;
- daß gerade aufgrund der kulturhistorischen Komponente bei vergleichenden Studien quantitative und qualitative Methoden eng verschränkt werden müssen;
- daß bei der grundsätzlichen Herangehensweise klar zwischen Differenz- und Konkordanzmethode unterschieden werden muß, weil dies die Bewertung der Ergebnisse beeinflußt;
- daß nur ein Schichtenmodell der sozialen Wirklichkeit, daß die klare Trennung der Analyseebenen erlaubt, eine hinreichende konzeptionelle Klammer für Ländervergleiche bietet;
- daß – daraus folgend – eine Verbindung akteurstheoretischer Mikroansätze mit systemtheoretischen Makroansätzen beim Ländervergleich ganz besonders fruchtbar ist.

Im zweiten Teil der Beitrags soll diese theoretische Konzeptionalisierung empirisch umgesetzt werden. Dies geschieht idealtypisch am Beispiel der Medienberichterstattung über den U.S.-Präsidentenwahlkampf 1996, den britischen Parlamentswahlkampf 1997 und die deutsche Bundestagswahltag 1998. Im Mittelpunkt stehen die Systemverflechtungen zwischen Politik und Medien sowie veränderte Agenda-Building-Prozesse (siehe „Call for Papers“). Indem (1.) drei Länder berücksichtigt werden, die (2.) Schlüsselvariable „news management“ in den Mittelpunkt gestellt wird, (3.) die systemische Betrachtung Politik-Medien durch eine akteursorientierte Kampagnenmitarbeiter-Journalist ergänzt wird, die Ergebnisinterpretion (4.) nach Analyseebenen getrennt und (5.) unter Berücksichtigung qualitativ erhobener kulturhistorischer Hintergrundvariablen erfolgt, zeigt sich: In allen drei Ländern wenden Politik und der Medien unterschiedliche Öffentlichkeitsstrategien an, die durch unreflektierte Pauschaletikettierungen wie „Amerikanisierung“ überdeckt werden. Von besonderem Interesse, wie die Medien ihre eigene Rolle im Wahlkampf thematisieren.

Die Schlußdiskussion thematisiert das Theoriebildungspotential der Komparatistik. Ironischerweise demonstriert uns gerade die international vergleichende Forschung, daß die nationale Kultur eine prägende, vieles Andere überlagernde Einflußgröße für Öffentlichkeits- und Kommunikationsprozesse darstellt.

Zitierte Literatur

- Aarebrot, F. H. & Bakka, P. H. (1997): Die vergleichende Methode in der Politikwissenschaft. In: D. Berg-Schlosser & F. Müller-Rommel (Hg.): Vergleichende Politikwissenschaft. Ein einführendes Studienhandbuch. Dritte, überarbeitete und ergänzte Auflage. Opladen: Leske + Budrich, 49-66.
- Blumler, J. G., J. M. McLeod & K. E. Rosengren (1992): An introduction to comparative communication research. In: J. G. Blumler, J. M. McLeod & K. E. Rosengren (Hg.): Comparatively speaking: Communication and culture across space and time. Newbury Park: Sage, 3-18.
- Edelstein, A. S. (1982): Comparative Communication Research. Beverly Hills: Sage.
- Kleinsteuber, H. J. (1993): Mediensysteme in vergleichender Perspektive. Zur Anwendung komparativer Ansätze in der Medienwissenschaft: Probleme und Beispiele. In: Rundfunk und Fernsehen, 41, 317-338.

Kontaktadresse des Verfassers:

Dr. Frank Esser
Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Colonel-Kleinmann-Weg 2
D-55099 Mainz
Tel: 06131-39-22180
frank.esser@uni-mainz.de

Steffen Kolb & Werner Wirth, Universitäten Leipzig/Hannover

Thematisierungs- und Präsentationsmerkmale französischer und deutscher Fernsehnachrichten in dualen Systemen

Ein Vergleich französischer und deutscher Nachrichtensendungen ist besonders interessant, weil zum einen sich in beiden Ländern etwa zur gleichen Zeit der Wandel des Mediensystems von monopolistischen zu dualen Systemen vollzogen hatte, zum anderen Nachrichten in besonderer Weise von den Sendeanstalten zur Profilierung und zur Imagebildung benutzt werden. Nachrichten stehen für Autorität, Glaubwürdigkeit und Seriosität des gesamten Programms.

In der Kommunikationswissenschaft werden die Auswirkungen der Liberalisierung des Fernsehmarktes und damit die (stärkere) Wettbewerbsausrichtung der Programme hauptsächlich vor dem theoretischen Hintergrund des *Infotainment* (allgemeine Publikumsorientierung) und der *Konvergenz* (Annäherung privater und öffentlich-rechtlicher Rundfunksysteme) diskutiert. Andere *markt- bzw. wettbewerbstheoretische Gesichtspunkte* werden hingegen häufig vernachlässigt, obwohl diese neuen Perspektiven auf die Entwicklung dualer Rundfunksysteme eröffnen.

Vor diesem Hintergrund wurde eine vergleichende Inhaltsanalyse konzipiert und durchgeführt. Aufgezeichnet wurden die Nachrichtensendungen der wichtigsten Sender in Frankreich (TF1, FR2, FR3, ARTE und M6) und Deutschland (ARD, ZDF, RTL, SAT1, Pro7). Die Stichprobe wurde ereignisbezogen über zwei Perioden zu je vier Tagen in Folge erhoben. Dadurch konnten neben einer Globalanalyse von mehr als 2100 Nachrichtenbeiträgen zusätzlich Feinanalysen für insgesamt fünf Themen (unter anderen der Beginn des Kosovo-Krieges sowie der deutsch-französische Gipfel 1998, insgesamt mehr als 800 Beiträge) durchgeführt werden.

Ausgehend von den obigen theoretischen Überlegungen werden zwei Marktmodelle (Konvergenzthese und Porters Wettbewerbstheorie) anhand einer Vielzahl von formalen und inhaltlichen Merkmalen von Nachrichtensendungen (wie Themenstruktur, Platzierung, Präsentation, Ethnozentrizität der politischen Berichterstattung, Infotainmentmerkmale) gegeneinander getestet. Die Ergebnisse lassen auf deutliche Zweifel an der Gültigkeit der Konvergenzthese im Nachrichtenbereich schließen.

Kontaktadressen der Verfasser:

Dr. Werner Wirth
Hochschule für Musik und Theater Hannover
Hohenzollernstr. 47
D-30162 Hannover
Tel.: 0511-3100-480, werner.wirth@hmt.hannover.de

Steffen Kolb
Geibelstr. 11
D-04129 Leipzig
Tel.: 0341-9020606
steffen.kolb@planet-interkom.de

Medienumgebungen von Kindern und Jugendlichen in Europa: Indikatoren ihrer Teilhabe an der politischen Kommunikation der Zukunft

Der Erfolg der digitalisierten Kommunikation und insbesondere des Internet wird, so die oft gehörte Annahme, die Formen des Zusammenlebens, die Wirtschaft und die politische Kommunikation langfristig grundlegend verändern – im Zusammenhang mit anderen sozialen, politischen, technischen und wirtschaftlichen Prozessen. Wenn dies der Fall ist, so geschieht dies einerseits in globalem, jedenfalls nationenübergreifendem Ausmaß, andererseits ist zu erwarten, daß die heutigen Kinder und Jugendlichen Träger dieser Veränderungen sind: Sie sind die erste Generation, für die die neuen, digitalen Medien nicht neuer oder älter sind als alle anderen Medien, weil sie mit ihnen aufgewachsen. Welche Tendenzen lassen sich hier erkennen, wie gestalten und verwenden sie ihre Medienumgebungen und wie entwickelt sich insbesondere ihre Teilhabe an den klassischen Formen öffentlicher Kommunikation?

Um derartige Fragen zu beantworten, bedarf es langfristiger und wiederholter Untersuchungen, die sich auch nicht auf Deutschland beschränken können. Gleichwohl lassen komparative Studien einen ersten Einblick zu. Vorgestellt werden Ergebnisse einer auf qualitativen und quantitativen Erhebungen basierenden Untersuchung, die von Teams in 11 europäischen Ländern und Israel kooperativ entwickelt und durchgeführt wurde. In dem Vortrag soll es vor allem um das Mediennutzungsverhalten (Internet, Zeitung), um die Interessen (z. B. an Nachrichten) und um die soziale Einbettung der Teilhabe an politischer Kommunikation (z. B. Diskussionen mit Eltern über Nachrichten) der deutschen Kinder und Jugendlichen im Vergleich zu denen in den anderen Ländern gehen sowie um daran anschließende Thesen.

Kontaktadresse des Verfassers:

PD Dr. Friedrich Krotz
Universität Hamburg
Hans-Bredow Institut
Heimhuder Str. 21
D-20148 Hamburg
Tel.: 040-450217-33
friedrich.krotz@hans-bredow-institut.de

Eva-Maria Lessinger & Markus Moke, Universität Mainz

Vergleichende Inhaltsanalyse von Wahlwerbespots politischer Parteien in Chile und Deutschland

Die Tendenz zur Amerikanisierung von Wahlkämpfen gilt als ein globales Phänomen, das Gurevitch & Blumer (1990) wie folgt beschreiben: “The practices and ideologies of the American political communications industry are taking hold worldwide.” (S. 311) In der Tat wird der Trend zur Amerikanisierung nicht nur in Deutschland, sondern auch in Lateinamerika in gleicher Intensität diskutiert. So fragt sich auch Waisbord (1997): “¿Se puede tomar la “americanización” de las campañas electorales como un ejemplo de la globalización, un fenómeno que homogeneiza y expulsa la diversidad comunicacional de la política contemporánea?” (S. 160)

Gleichwohl existieren bislang keine einheitlichen Kriterien zur Beschreibung der Amerikanisierung. Holtz-Bacha (im Druck) erachtet die Professionalisierung – d.h. den verstärkten Einsatz von Experten aus Media-, PR- und Werbeagenturen - als zentrales Merkmal moderner Wahlkämpfe. Aufgrund der damit verbundenen Orientierung an Strategien des Marketing und der Produktwerbung, ließen sich auch andere Merkmale, mit denen vermeintlich amerikanisierte Wahlkämpfe attribuiert werden, - wie z.B. Personalisierung, Entideologisierung, Entpolitisierung oder Trivialisierung – in den Kontext der Professionalisierung einordnen. Auslöser einer stärkeren Professionalisierung der Wahlkampagnen seien nicht zuletzt Entwicklungen im Mediensystem.

Vor diesem Hintergrund stellt der Vortag einzelne Befunde aus einer international vergleichenden Inhaltsanalyse zu Wahlwerbespots politischer Parteien in der Bundesrepublik Deutschland und in Chile vor. Damit bezieht sich die Analyse auf das Fernsehen, das wie kein anderes Massenmedium für die ‘Modernisierung’ und Professionalisierung in der politischen Kampagnenführung steht. Auch in Lateinamerika, und insbesondere in Chile, nimmt das Fernsehen mittlerweile eine exponierte Position im Wahlkampf ein. (Vidal 1997) Wahlwerbespots eignen sich in besonderer Weise, um im internationalen Vergleich Tendenzen einer Homogenisierung von Wahlkampfstrategien zu untersuchen. Denn in beiden Staaten liegt die formale und inhaltliche Gestaltung der Spots vollständig in der Verantwortung der Parteien. Darüber hinaus handelt es sich bei den Wahlspots eindeutig um Werbung und damit um ein Kommunikat, das sich zumindest formal zur Adaption von Strategien der Produktwerbung anbietet.

Als Grundlage eines systematischen Vergleichs werden zunächst die jeweiligen politischen Systeme und Mediensysteme dargestellt. Die Vergleichbarkeit der inhaltsanalytischen Befunde zur Gestaltung der Spots und zum Grad der Personalisierung ist dadurch gewährleistet, daß sowohl die deutschen als auch die chilenischen Spots mit dem selben Analyseinstrument untersucht worden sind.

...

Literatur:

- Gurevitch, Michael, & Blumler Jay G. (1990). Comparative research: The extending frontier. In David L. Swanson & Dan Nimmo (Hrsg.), *New directions in political communication. A resource book* (S. 305-325). Newbury Park, CA: Sage.
- Holtz-Bacha, C. (im Druck). *Wahlkampf in Deutschland – Ein Fall bedingter Amerikanisierung*. In Klaus Kamps (Hrsg.), *Trans-Atlantik, Trans-Portabel? Die Amerikanisierungsthese in der politischen Kommunikation*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Radunski, P. (1996). Politisches Kommunikationsmanagement. Die Amerikanisierung der Wahlkämpfe. In: Bertelsmann Stiftung (Hrsg.), *Politik überzeugend vermitteln. Wahlkampfstrategien in Deutschland und den USA* (S. 33-52). Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.
- Waisbord, Silvio R. (1997). Prácticas y precios del proselitismo presidencial: Apuntes sobre medios y campañas electorales en América Latina y Estados Unidos. In Konrad Adenauer Stiftung (Hrsg.), *Medios de comunicación y la intermediación política* (S. 159-182). Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung / CIEDLA.
- Weischenberg, S. (1998, Mai). In Szene gesetzt. Amerikanisierung der Politik. *Journalist*, S. 12-16.
- Vidal, F. (1997, 14. November). Interview mit dem Generalsekretär der PPD . Santiago de Chile.

Kontaktadressen der Verfasser:

Eva-Maria Lessinger
Lange Str. 36
D-58089 Hagen
eva.m.lessinger@ruhr-uni-bochum.de

Markus Moke
Saarstr. 42
D-45663 Recklinghausen
markus.moke@ruhr-uni-bochum.de

Harald Berens & Lutz M Hagen, Universität Erlangen-Nürnberg

Dumping the dumping of Brent Spar – Thematisierungsverläufe eines publizistischen Konflikts in englischen und deutschen Qualitätszeitungen

Die Ereignisse um das Vorhaben der britischen Shell AG, die ausrangierte Öl-Lade- und Verladestation Brent Spar im Nordatlantik zu versenken waren im Frühsommer 1995 in England wie in Deutschland über Wochen hinweg Gegenstand der Berichterstattung. Allerdings unterschieden sich die Reaktionen der Politik und der Bevölkerung deutlich zwischen beiden Ländern. Selten war die deutsche Öffentlichkeit so geeint wie in ihrer Haltung zum Fall Brent Spar. Politiker aller Parteien, Gewerkschaften, Kirchen und Wirtschaftsunternehmen verurteilten geschlossen die Versenkungspläne des Mineralölkonzerns und unterstützten größtenteils den Boykott seiner Produkte. Die Umweltschutzorganisation Greenpeace hatte mit einer ihrer erfolgreichsten Aktionskampagnen den Anstoß zu dieser Entwicklung gegeben. In Großbritannien dagegen, wurde zwar über den Fall und die Boykottbewegung auf dem Kontinent berichtet. Doch fand das Thema auf der Insel weit weniger Resonanz und eine breite Mobilisierung der Öffentlichkeit blieb aus. Im britischen Unterhaus wurde die geplante Versenkung, noch wenige Stunden bevor Shell öffentlich den Verzicht bekannt gab, durch den Premierminister politisch massiv unterstützt.

Vor diesem Hintergrund lassen sich Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Thematisierungsprozesse in englischen und deutschen Qualitätszeitungen erklären. Eine explorative Untersuchung von Daily Telegraph, The Guardian, Süddeutscher Zeitung und Frankfurter Allgemeiner Zeitung zeigt, daß die Thematisierung durch alle vier Medien einer sehr ähnlichen Eigendynamik folgte. Sie läßt sich in Zeitungen aus beiden Ländern mit einem Modell erklären, in dem Initial-, Schlüssel- und Epizeeignisse spezifische Effekte auf die Berichterstattung ausüben und die Sensibilität der Medien für Ereignisse sich im Laufe der Themenkarriere verändert. Nationale Besonderheiten ergeben sich im wesentlichen durch den unterschiedlichen Nachrichtenwert von Schlüsselereignissen in England und Deutschland. Der Agenda Building-Prozeß folgt also in beiden Ländern dem Zusammenspiel einer einheitlichen Medienlogik mit spezifischen Reaktionen der nationalen politischen Akteure, die durch unterschiedliche politische Kulturen und Strukturen geprägt sind.

Kontaktadressen der Verfasser:

Harald Berens
Consultant, Icon Brand Navigation
Thumenberger Weg 27
90491 Nürnberg
Tel.: ++49 911 9593-314
Fax.: ++49 911 9593-290
harald.berens@icon-brand-navigation.com

Lutz M.Hagen
Lehrstuhl für Kommunikations- und
Politikwissenschaft
Universität Erlangen-Nürnberg
Findelgasse 7/9, 90402 Nürnberg
Tel.: ++49 911 5302-675/618
Fax.: ++49 911 5302-659
lutz.hagen@wiso.uni-erlangen.de

Frank Esser

**Vergleichende Kommunikationswissenschaft:
Theoretische Konzeptionalisierung und empirische Umsetzung am Beispiel
der veränderten Systemverflechtungen zwischen Politik und Medien in
Deutschland, Großbritannien und den USA**

Ausgangspunkt des vergleichenden Forschungsansatzes ist die Erkenntnis, daß "jede Beobachtung ohne Bedeutung ist, wenn man sie nicht mit anderen Beobachtungen vergleicht. Erkenntnistheoretisch argumentierend kann man sagen, daß wir unsere Vorstellungswelt durch Vergleiche bilden. Wir wissen, daß Äpfel keine Birnen sind, weil wir sie miteinander verglichen haben. Ein Ding bekommt nur dann eine individuelle Identität, wenn man es mit anderen vergleicht" (Aarebrot & Bakka 1997, 49).

Als Definition läßt sich formulieren: International vergleichende Kommunikationswissenschaft liegt vor, wenn zwischen mindestens zwei geographisch definierten, räumlich getrennten Systemen Vergleiche in Hinblick auf mindestens einen Untersuchungsgegenstand – z.B. Mediennutzungsverhalten oder Presseselbstkontrolleinrichtungen – gezogen werden (vgl. Edelstein 1982, 14). Dabei wird angenommen, daß der zu analysierende Untersuchungsgegenstand in ein Netz von Wechselbeziehungen eingebunden ist. Die Interdependenzen, die dahinter stehenden Muster sowie die weiteren erklärungsrelevanten Variablen sind ebenfalls zu berücksichtigen (vgl. Blumler, McLeod & Rosengren 1992, 7). Hinsichtlich des Untersuchungsgegenstandes gibt es keine grundsätzliche Einschränkung: Verglichen werden kann alles, was (a) von medienwissenschaftlicher Bedeutung, (b) von grenzüberschreitender Qualität und (c) nicht so grundsätzlich andersartig ist, daß keine hinreichende Vergleichsbasis mehr vorliegt. "Jede weitere Eingrenzung erscheint überflüssig und engt allenfalls die komparative Phantasie ein" (Kleinsteuber 1993, 319).

Ausgehend von dieser definitorischen Konzeptionalisierung zeigt der Beitrag auf, welche grundsätzlichen methodologischen Prämissen damit für den internationalen Vergleich verbunden sind:

- daß die "optimale" Zahl der zu berücksichtigenden Länder größer als zwei, aber auch nicht zu groß sein darf;
- daß die Zahl der zu berücksichtigenden Variablen aufgrund theoretisch begründeter Hypothesen auf wenige Schlüsselvariablen begrenzt sein muß;
- daß gerade aufgrund der kulturhistorischen Komponente bei vergleichenden Studien quantitative und qualitative Methoden eng verschränkt werden müssen;
- daß bei der grundsätzlichen Herangehensweise klar zwischen Differenz- und Konkordanzmethode unterschieden werden muß, weil dies die Bewertung der Ergebnisse beeinflußt;
- daß nur ein Schichtenmodell der sozialen Wirklichkeit, daß die klare Trennung der Analyseebenen erlaubt, eine hinreichende konzeptionelle Klammer für Ländervergleiche bietet;
- daß – daraus folgend – eine Verbindung akteurstheoretischer Mikroansätze mit systemtheoretischen Makroansätzen beim Ländervergleich ganz besonders fruchtbar ist.

Im zweiten Teil des Beitrags soll diese theoretische Konzeptionalisierung in Grundzügen am Beispiel der Medienberichterstattung über den U.S.-Präsidentschaftswahlkampf 1996, den britischen

Parlamentswahlkampf 1997 und die deutsche Bundestagswahltag 1998 illustriert werden. Im Mittelpunkt stehen die Systemverflechtungen zwischen Politik und Medien sowie veränderte Agenda-Building-Prozesse (siehe „Call for Papers“). Indem (1.) drei Länder berücksichtigt werden, die (2.) Schlüsselvariable „news management“ in den Mittelpunkt gestellt wird, (3.) die systemische Betrachtung Politik-Medien durch eine akteursorientierte Kampagnenmitarbeiter-Journalist ergänzt wird, die Ergebnisinterpretion (4.) nach Analyseebenen getrennt und (5.) unter Berücksichtigung qualitativ erhobener kulturhistorischer Hintergrundvariablen erfolgt, zeigt sich: In den drei Ländern wenden Politik und Medien unterschiedliche Öffentlichkeitsstrategien an, die durch unreflektierte Pauschaletikettierungen wie „Amerikanisierung“ überdeckt werden. Von besonderem Interesse ist, wie die Medien ihre eigene Rolle im Wahlkampf thematisieren.

Die Schlußdiskussion thematisiert das Theoriebildungspotential der Komparatistik. Ironischerweise demonstriert uns gerade die international vergleichende Forschung, daß die nationale Kultur eine prägende, vieles Andere überlagernde Einflußgröße für Öffentlichkeits- und Kommunikationsprozesse darstellt.

Zitierte Literatur

- Aarebrot, F. H. & Bakka, P. H. (1997): Die vergleichende Methode in der Politikwissenschaft. In: D. Berg-Schlosser & F. Müller-Rommel (Hg.): Vergleichende Politikwissenschaft. Ein einführendes Studienhandbuch. Dritte, überarbeitete und ergänzte Auflage. Opladen: Leske + Budrich, 49-66.
- Blumler, J. G., J. M. McLeod & K. E. Rosengren (1992): An introduction to comparative communication research. In: J. G. Blumler, J. M. McLeod & K. E. Rosengren (Hg.): Comparatively speaking: Communication and culture across space and time. Newbury Park: Sage, 3-18.
- Edelstein, A. S. (1982): Comparative Communication Research. Beverly Hills: Sage.
- Kleinsteuber, H. J. (1993): Mediensysteme in vergleichender Perspektive. Zur Anwendung komparativer Ansätze in der Medienwissenschaft: Probleme und Beispiele. In: Rundfunk und Fernsehen, 41, 317-338.

Kontaktadresse des Verfassers:

Dr. Frank Esser
Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Colonel-Kleinmann-Weg 2
D-55099 Mainz
Tel.: 06131-39-22180
frank.esser@uni-mainz.de