

Kommunikationswissenschaft

Packaging Politics

Strategien und Mechanismen medialer
Politikvermittlung
in deutschen und amerikanischen
Nachrichtensendungen

Inaugural – Dissertation
zur Erlangung des Doktorgrades
der
Philosophischen Fakultät
der
Westfälischen Wilhelms – Universität
zu Münster (Westf.)

vorgelegt von
Maren Crone
aus Haltern am See
2004

Tag der mündlichen Prüfung: 13. Oktober 2004

Dekan: Prof. Dr. Tomas Tomasek

Referent: Prof. Dr. Joachim Westerbarkey

Korreferent: Prof. Dr. Klaus Merten

Meinen Eltern

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitende Bemerkungen	1
2.	Grundlagen der medialen Politikvermittlung	7
2.1	Rahmenbedingungen im medialen Politikvermittlungsprozess	7
2.2	Systemtheoretische Perspektiven	9
2.2.1	Logik der Systeme	12
2.2.2	Wechselseitige Durchdringung der Systeme	15
3.	Politik in den Medien – Politik für die Medien	20
3.1	Aufgaben und Strategien der politischen Öffentlichkeitsarbeit	21
3.2	Dimensionen symbolischer Politik	27
3.3	Symbolische Politik als Legitimationsfalle?	30
4.	Darstellung von Politik im Fernsehen: Strategien & Mechanismen	35
4.1	Personalisierung	36
4.2	Emotionalisierung	44
4.3	Symbole	56
4.4	Ritualisierung	64
5.	Politikberichterstattung in Nachrichtensendungen	71
5.1	Besonderheiten des Nachrichtenformats	72
5.2	Politikberichterstattung im dualen Rundfunksystem	77
6.	Amerika in der Schrittmacherfunktion	84
6.1	Amerikanisierung der Berichterstattung?	85
6.2	Amerikanisierung der politischen Kommunikation?	87
7.	Ländervergleich	94
7.1	Struktur der politischen Ordnung	94
7.2	Medienlandschaft	98
7.3	Politische Öffentlichkeitsarbeit	102
8.	Forschungsstand & Empirische Befunde	107
8.1	Politikberichterstattung in Nachrichtensendungen	107
8.2	Zum Vergleich deutscher und amerikanischer Nachrichtensendungen	113

Inhaltsverzeichnis

9.	Untersuchungskonzept	119
9.1	Untersuchungsgegenstand	120
9.2	Untersuchungsinstrument & Kategorien	121
9.2.1	Personalisierung	122
9.2.1.1	Position des politischen Akteurs	123
9.2.1.2	Darstellungsform	124
9.2.2	Symbole	124
9.2.3	Rituale	125
9.2.4	Emotionalisierung	126
9.2.5	Überblick über die Kategorien und ihre Ausprägungen	130
9.3	Forschungsleitende Hypothesen	131
9.4	Multifaktorielle, mehrstufige Analyse	133
9.5	Auswerteverfahren	138
10.	Darstellung der Ergebnisse	143
10.1	Untersuchungsebene 1: Sendungsportrait	143
10.1.1	Themenverteilung	144
10.1.2	Sendeverlauf	145
10.1.3	Visualisierung	149
10.2	Untersuchungsebene 2: Politikberichterstattung	151
10.3	Untersuchungsebene 3: Politische Beiträge unter Beteiligung politischer Akteure	153
11.	Darstellung der Hauptwirkungen	156
11.1	Ergebnisse der Varianzanalyse	156
11.2	Anmerkungen zur Ergebnisdarstellung	157
11.2.1	Position	158
11.2.2	Handlungsrahmen	160
11.2.3	Darstellungsform	162
11.2.4	Emotion	166
11.2.5	Kameraeinstellung	167
12.	Darstellung der Zweifach-Wechselwirkungen	169
12.1	Interaktion: Position - Darstellungsform	169
12.2	Interaktion: Position - Handlungsrahmen	173
12.3	Interaktion: Position - Emotion	178
12.4	Interaktion. Position - Kamera	182
12.5	Interaktion: Darstellungsform - Handlungsrahmen	185
12.6	Interaktion: Darstellungsform - Emotion	190
12.7	Interaktion: Emotion - Handlungsrahmen	194
12.8	Weitere Zweifach-Wechselwirkungen	199

Inhaltsverzeichnis

13.	Ergebnisse der Dreifach-Wechselwirkungen	200
13.1	Interaktion: Handlungsrahmen - Darstellungsform - Emotion	200
13.2	Interaktion: Emotion - Position - Handlungsrahmen	207
13.3	Interaktion: Darstellungsform - Position - Handlungsrahmen	212
14.	Überprüfung der Hypothesen	218
15.	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	233
15.1	ARD Tagesschau	233
15.2	RTL aktuell	236
15.3	NBC Nighly News	240
15.4	Diskussion der Ergebnisse	243
16.	Fazit	252
17.	Literaturverzeichnis	267
	Anhang	

Verzeichnis der Tabellen

Bezeichnung	Titel	Sender	Seite
Tab.: 8 - 1	Berichterstattung in Nachrichtensendungen: Ausgewählte Forschungsergebnisse		118
Tab.: 9 - 1	Dimension-Kategorie-Ausprägung		130
Tab.: 9 - 2	Erhebungsmatrix Hauptwirkungen	ARD	135
Tab.: 9 - 3	Erhebungsmatrix Wechselwirkungen	ARD	136
Tab.: 9.5-1	Varianzanalyse der Originaldaten von ARD	ARD	141
Tab.: 9.5-2	Varianzanalyse der transformierten Daten von ARD		142
Tab.: 10.2	Politikberichterstattung in der Nachrichtensendezeit		151
Tab.: 11.1	Signifikanzen für die Parameter aus der Varianzanalyse		157
Tab.: 11.2.3-1	Aufteilung der Sendezeiten nach Handlungsrahmen und Position		164

Verzeichnis der Abbildungen

Bezeichnung	Titel	Sender	Seite
Abb.: 2-01	Beziehung der Systeme		19
Abb.: 4.2-1	Emotionalisierung politischer Medieninhalte		54
Abb.: 4.4 -1	Rituale in der Politikberichterstattung		69
Abb.: 9.5-1	Häufigkeitsverteilung der transformierten Erhebungsdaten	ARD	139
Abb.: 9.5-2	Häufigkeitsverteilung der originalen Erhebungsdaten	ARD	140
Abb.: 10.1.1-1	Sendungsportraits		144
Abb.: 10.1.2-1	Thematischer Sendeablauf RTL mit Modalwert		146
Abb.: 10.1.2-2	Vergleich der Sendeabläufe		148
Abb.: 10.1.3-1	Verteilung der Häufigkeiten nach Art der Beiträge		150
Abb.: 10.3-1	Verteilung der Häufigkeiten nach politischem Ressort		154
Abb.: 10.3-2	Inhaltliche Schwerpunkte der Beiträge		155
Abb.: 11.2.1-1	Verteilung der Auftrittshäufigkeit der Führungsebenen		158
Abb.: 11.2.1-2	Auftrittshäufigkeit der Führungsebenen (normiert)		160
Abb.: 11.2.2-1	Verteilung der Häufigkeiten nach dem Handlungsrahmen: <i>Fest/ Nicht Fest</i>		161
Abb.: 11.2.2-2	Verteilung der Häufigkeiten nach dem Handlungsrahmen: <i>Medien / Politik</i>		162
Abb.: 11.2.3-1	Verteilung der Häufigkeiten nach der Darstellungsform		163
Abb.: 11.2.3-2	Originalton der Position FE 1 im Sendervergleich		165
Abb.: 11.2.4-1	Verteilung der Häufigkeiten nach der Emotion		166
Abb.: 11.2.5-1	Verteilung der Häufigkeiten nach der Kameraeinstellung: <i>Einzelbild / Gruppenbild</i>		167
Abb.: 11.2.5-2	Verteilung der Häufigkeiten nach der Kameraeinstellung: <i>Nahaufnahme / Ganzbild</i>		168

Verzeichnis der Abbildungen

Bezeichnung	Titel	Sender	Seite
Abb.: 12.1-1	Interaktion: Darstellungsform und Position	ARD	170
Abb.: 12.1-2	Interaktion: Darstellungsform und Position	RTL	171
Abb.: 12.1-3	Interaktion: Darstellungsform und Position	NBC	172
Abb.: 12.2-1	Interaktion: Position und Handlungsrahmen	ARD	174
Abb.: 12.2-2	Interaktion: Position und Handlungsrahmen	RTL	175
Abb.: 12.2-3	Interaktion: Position und Handlungsrahmen	NBC	176
Abb.: 12.2-4	Handlungsrahmen und Position der FE 1 im Sendervergleich		177
Abb.: 12.3-1	Interaktion: Position und Emotion	ARD	178
Abb.: 12.3-2	Interaktion: Position und Emotion	RTL	180
Abb.: 12.3-3	Interaktion: Position und Emotion	NBC	181
Abb.: 12.4-1	Interaktion: Position und Kameraeinstellung	ARD	182
Abb.: 12.4-2	Interaktion: Position und Kameraeinstellung	RTL	183
Abb.: 12.4-3	Interaktion: Position und Kameraeinstellung	NBC	184
Abb.: 12.5-1	Interaktion: Darstellungsform und Handlungsrahmen	ARD	186
Abb.: 12.5-2	Interaktion: Darstellungsform und Handlungsrahmen	RTL	187
Abb.: 12.5-3	Interaktion: Darstellungsform und Handlungsrahmen	NBC	188
Abb.: 12.5-4	Interaktion: Darstellungsform und Handlungsrahmen <i>Medien</i> im Sendervergleich		189
Abb.: 12.6-1	Interaktion: Emotion und Darstellungsform	ARD	190
Abb.: 12.6-2	Interaktion: Emotion und Darstellungsform	RTL	191
Abb.: 12.6-3	Interaktion: Emotion und Darstellungsform	NBC	192
Abb.: 12.6-4	Interaktion: Darstellungsform Emotion Freude im Sendervergleich		193
Abb.: 12.7-1	Interaktion: Emotion und Handlungsrahmen	ARD	195
Abb.: 12.7-2	Interaktion: Emotion und Handlungsrahmen	RTL	196
Abb.: 12.7-3	Interaktion: Emotion und Handlungsrahmen	NBC	197
Abb.: 12.7-4	Interaktion: Emotion und Handlungsrahmen <i>Politik</i> im Sendervergleich		198
Abb.: 13.1-1	Interaktion: Handlungsrahmen <i>Medien</i> , Emotion und Darstellungsform	ARD	201
Abb.: 13.1-2	Interaktion: Handlungsrahmen <i>Medien</i> , Emotion und Darstellungsform	RTL	202
Abb.: 13.1-3	Interaktion: Handlungsrahmen <i>Medien</i> , Emotion und Darstellungsform	NBC	203
Abb.: 13.1-4	Interaktion: Handlungsrahmen <i>Politik</i> , Emotion <i>Freude</i> und Darstellungsform im Sendervergleich		204
Abb.: 13.1-5	Interaktion: Handlungsrahmen <i>Politik</i> , Emotion <i>Ruhe</i> und Darstellungsform im Sendervergleich		205
Abb.: 13.1-6	Interaktion: Handlungsrahmen <i>Politik</i> , Emotion <i>Ärger</i> und Darstellungsform im Sendervergleich		206
Abb.: 13.2-1	Interaktion: Position, Emotion und Handlungsrahmen <i>Medien</i>	ARD	208
Abb.: 13.2-2	Interaktion: Position, Emotion und Handlungsrahmen <i>Medien</i>	NBC	209
Abb.: 13.2-3	Interaktion: Position, Emotion und Handlungsrahmen <i>Politik</i>	NBC	210
Abb.: 13.2-4	Interaktion: Position, Emotion und Handlungsrahmen <i>Politik</i>	ARD	211
Abb.: 13.3-1	Interaktion: Position, Handlungsrahmen und Darstellungsform <i>Symbolischer Gehalt</i>	NBC	213
Abb.: 13.3-2	Interaktion: Position, Handlungsrahmen und Darstellungsform <i>Symbolischer Gehalt</i>	ARD	214
Abb.: 13.3-3	Interaktion: Position, Handlungsrahmen und Darstellungsform <i>Keinsymbolischer Gehalt</i>	ARD	215
Abb.: 13.3-4	Interaktion: Position, Handlungsrahmen und Darstellungsform <i>Keinsymbolischer Gehalt</i>	NBC	216
Abb.: 13.3-5	Interaktion: Darstellungsform und Handlungsrahmen für die Position FE 1	ARD und NBC	217

1. Einleitende Bemerkungen

Unter dem Begriff der politischen Inszenierung äußert sich immer wieder das allgemeine Unbehagen bezüglich einer Überlagerung des diskursiven Moments von Politik durch ihre Darstellung in den Medien. Längst ist unstrittig, dass Medienkompetenz einen unverzichtbaren Baustein in der Karriere politischer Akteure darstellt. Aufgrund der weitgehenden Ermangelung an direkten Kontakten zwischen politischen Repräsentanten und Repräsentierten findet Politik in modernen Gesellschaften vorwiegend als vermittelte Politik statt. Für politische Akteure wird die Präsenz in den Medien daher zum Schlüsselement, um Interessen zu artikulieren und Zustimmung zu erreichen. Vor diesem Hintergrund ist im Rahmen der Professionalisierung des politischen Kommunikationsmanagements ein mehrdimensionales Instrumentarium politisch-kommunikativer Strategien entstanden, dessen Zielgröße in der Erzeugung erwünschter Medienresonanzen besteht. Die Ausrichtung politischer Kommunikations- und Selbstdarstellungsbemühungen auf mediale Auswahlkriterien beinhaltet dabei nicht nur eine interessen geleitete Vorstrukturierung politischer Wirklichkeiten, sondern bietet gleichzeitig das darstellungsorientierte Material zur mediengerechten Verpackung schwer vermittelbarer Inhalte.

In Antizipation medialer Arbeitsweisen und Auswahlkriterien wird auf diese Weise eine Medienversion von Politik entworfen, die verdichtete Veranschaulichungen politischer Zusammenhänge in Form von ausgewählten Ausschnitten anbietet. Auf diese Weise entsteht eine Darstellungsebene von Politik, deren Kommunikationsangebote angesichts ihrer Kompatibilität mit Medienbedürfnissen eine hohe Publikationswahrscheinlichkeit versprechen. Insbesondere im Fall der audiovisuellen Politikvermittlung in Nachrichtensendungen ist aufgrund der spezifischen Produktions- und Präsentationsbedingungen des Formats eine hohe Nachfrage nach darstellungsorientiertem Sendematerial zu vermuten. In der Konsequenz sind in der resultierenden Politikberichterstattung wiederkehrende Bildfolgen zu beobachten, die zwar eingängig und aussagekräftig, aber doch von seltsamer Gleichförmigkeit sind. Pressekonferenzen, Staatsbesuche, Fototermine – an diesen wohlbekanntem Ausschnitten politischer Vorgänge werden komplexe Zusammenhänge beobachtbar und damit vermittelbar gemacht. Politik begegnet den

Rezipienten folglich im mediengerechten Gewand. In austauschbaren Nachrichtenbildern findet sich ein kleiner Kreis stets berücksichtigter Akteure vor ähnlichen Kulissen zu bekannten Aktivitäten zusammen. Die Außendarstellung politischer Vorgänge vollzieht sich auf diese Weise mittels standardisierter Schemata, die gleichzeitig eine Typisierung der Politikberichterstattung nach sich ziehen. Nicht nur die Politik, sondern auch ihre mediale Vermittlung erscheint damit als ständig wiederkehrendes Ritual.

Auf der Grundlage der beobachteten Typisierung politischer Berichterstattung werden in der vorliegenden Arbeit die Bedingungen und Formen der medialen Darstellung von politischen Inhalten einer näheren Betrachtung unterzogen. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Erforschung und empirischen Überprüfung verschiedener Mechanismen der medialen Politikvermittlung, mittels derer abstrakte politische Zusammenhänge veranschaulicht und mediengerecht aufbereitet werden können. Die Personalisierung politischer Sachverhalte ist das wohl prominenteste Beispiel komplexitätsreduzierender Darstellungsmechanismen und ist in der Forschungsliteratur¹ wiederholt hervorgehoben und diskutiert worden. Neben dem Vermittlungsmuster der Personendarstellung werden in der vorliegenden Arbeit ebenfalls die Bedeutung von Ritualen, Symbolen und Emotionen für die politische Berichterstattung betrachtet. Die Beleuchtung dieser Aspekte erfolgt unter der grundlegenden Annahme, dass die Vermittlung politischer Inhalte anhand von Personen, Emotionen, Ritualen und Symbolen eine Reduktion politischer Komplexität erreichen kann, die sowohl die Verständlichkeit des Sendematerials erhöht und dadurch medialen Auswahlkriterien entspricht, als auch politischen Darstellungsinteressen entgegenkommt. Die Vermittlung politischer Zusammenhänge mittels dieser komplexitätsreduzierenden Mechanismen ist folglich von gegenseitigem Vorteil für alle Beteiligten, wodurch trotz unterschiedlich motivierter Eigeninteressen denselben Mechanismen Vorschub geleistet wird. In der vorliegenden Arbeit werden die verschiedenen Formen und Funktionen einer Personalisierung, Emotionalisierung, Ritualisierung und Verwendung von Symbolen in der Politikberichterstattung diskutiert und am konkreten Medienprodukt nachvollzogen.

¹ Vgl. statt anderer Holtz-Bacha 1998; Marcinkowski/Greger 2000; Kepplinger 2000; Bergsdorf 2002; Wegener 2001; Meyer 1997.

Die Untersuchung dieser Darstellungsmechanismen der medialen Politikvermittlung leistet daher eine empirische Operationalisierung und Überprüfung der zumeist theoretisch monierten Merkmale von Politikberichterstattung und ermöglicht so ein differenziertes Verständnis von standardisierten Vermittlungsmustern. Dem Vorwurf der politischen Inszenierung und einer einhergehenden Typisierung der Berichterstattung nähert sich die Analyse über die Betrachtung einzelner Vermittlungsmuster im Medienprodukt, das als beobachtbares Ergebnis medialer wie politischer Darstellungsbedürfnisse betrachtet wird. Indem sowohl politische Akteure als auch Medienvertreter an Berichterstattung interessiert sind, entsteht die Darstellung von Politik in den Medien als Schnittmenge aus politischen Kommunikationsinteressen und medialen Produktions- und Präsentationsbedingungen. Die in den Nachrichtensendungen beobachteten Mechanismen der Darstellung von Politik sind folglich das Resultat beidseitiger Strategien und stehen am Ende eines mehrstufigen Vermittlungsprozesses. Denn was sich im Medienprodukt als Verwendung komplexitätsreduzierender Darstellungsmechanismen zeigt, geht auf unterschiedliche Ebenen² des Vermittlungsprozesses zurück, in dem sich Elemente der expressiven Selbstdarstellung von politischer Seite zu Bedingungen der medialen Fremd-Darstellung im Medienprodukt niederschlagen.

Im Zuge ihrer mehrfachen, darstellungsorientierten Aufarbeitung durchlaufen politische Inhalte und Zusammenhänge notwendigerweise eine grundlegende Transformation. Die in Nachrichtensendungen aufgegriffene Veranschaulichung von Politik ist gewissermaßen das Ergebnis einer doppelten Vermittlungsleistung und muss folgerichtig vollständig anderen Kriterien genügen als das zugrundeliegende, politische Entscheidungshandeln. Die drastische Veränderung des zu Vermittelnden liegt dabei sowohl in der Natur des Vermittlungsprozesses als auch in den besonderen Merkmalen politischer Zusammenhänge begründet. Die Komplexität und Langwierigkeit politischer Prozesse macht eine Vereinfachung ihrer medialen Darstellung nicht nur unvermeidlich, sondern auch unerlässlich. Dennoch ist davon auszugehen, dass politische Komplexität nicht nur um ihrer selbst willen reduziert wird, sondern dass die so entstehende Bedeutsamkeit von Darstellungs-

² In ihrem Aufsatz „Interaktion von Politik, Public Relations und Journalismus“ entwickeln Brosda und Schicha ein mehrstufiges Analyseraster, das drei Ebenen des politischen Vermittlungsprozesses unterscheidet: 1) instrumenteller Politikvollzug in vorwiegend nicht-öffentlichen Gremien, 2) expressive Selbstdarstellung der Politik im öffentlichen Raum, 3) mediale Fremd-Darstellung der Politik durch den Journalismus (vgl. Brosda / Schicha 2002a: 43).

elementen interessengeleitet genutzt werden kann. Insbesondere von politischer Seite bieten die Darstellungsmechanismen der Personalisierung, Ritualisierung, Emotionalisierung und die Verwendung eingängiger Symbolik mediengerechte Spielräume zur vorteilhaften Selbstdarstellung und letztlich zur Sicherung von Zustimmung und Macht. Die Effizienz solcher politisch motivierter Kommunikations- und Darstellungsangebote hängt jedoch maßgeblich von der Beschaffenheit und Arbeitsweise des Mediensystems ab. Die Politikberichterstattung in Nachrichtensendungen bewegt sich daher in einem ständigen Spannungsverhältnis zwischen der idealtypisch sachbezogenen Vermittlung politischer Inhalte, den medienspezifischen Produktions- und Präsentationsbedingungen sowie dem Darstellungsbestreben politischer Akteure.

Die Darstellung von Politik in Nachrichtensendungen ist somit das beobachtbare Produkt des komplexen Wechselspiels von politischen Kommunikationsstrategien und der Beschaffenheit und Arbeitsweise des Mediensystems. Die stetige Wiederholung ähnlicher Vermittlungsmuster im Rahmen typisierter Berichterstattung erscheint vor diesem Hintergrund als Ausdruck des eingespielten Zusammenwirkens der unterschiedlichen Ebenen des Vermittlungsprozesses. Die wenig antagonistische Beziehung von politischen Akteuren und Medienvertretern sowie die Selbstverständlichkeit ihrer routinierten Interaktion manifestiert sich beispielsweise in der Verleihung des *Deutschen Medienpreises*³, mit dem sowohl der deutsche Bundeskanzler Schröder als auch der ehemalige amerikanische Präsident Clinton ausgezeichnet wurden. Begrifflichkeiten wie *Medienkanzler* und *Telepolitiker* haben Hochkonjunktur und erinnern an das am Beispiel der USA oft monierte, und unter dem Stichwort der Mediokratie subsumierte Verhältnis von Politik und Medien. Nicht selten werden die USA als Prototyp einer medienzentrierten Demokratie angeführt sowie als Textbuchbeispiel ihrer Folgen (vgl. Plasser 2000: 53). Auch wenn sich die Strukturen der politischen Ordnung, die Etablierung der zugehörigen Öffentlichkeitsarbeit sowie die Medienlandschaft in den USA deutlich von den deutschen Gegebenheiten unterscheiden, ist der Bedeutungszuwachs von Medien für den politischen Prozess ein länderübergreifendes Phänomen. Zur

³ Schröder wurde im März 2001 vom Marktforschungsinstitut Media Control für seine neue Form im Umgang mit Menschen, Medien und Macht ausgezeichnet. In seiner Dankesrede resümierte der Kanzler, er sei selbst gern Medienkonsument und sehr gern ein Medienzulieferer. Medienkanzler genannt zu werden, so Schröder, sei in der Demokratie schließlich nichts Schlechtes (vgl. Matthies 2001).

Differenzierung und Überprüfung der unterstellten Vorreiterrolle der USA wird die Politikberichterstattung in amerikanischen und deutschen Nachrichtensendungen unter Einbeziehung der jeweiligen landesspezifischen Bedingungen verglichen.

Die vergleichende Analyse ausgewählter Merkmale von Politikberichterstattung in Nachrichtensendungen setzt zunächst die Einbeziehung der grundlegenden Rahmenbedingungen von medialer Politikvermittlung voraus. Nach einer allgemeinen Skizzierung der verschiedenen Wirkungskräfte im Vermittlungsprozess werden die Funktionsweisen und Handlungslogiken des politischen Systems sowie des Mediensystems systemtheoretisch abgegrenzt und in ihren gegenseitigen Abhängigkeiten und Leistungsanforderungen diskutiert (vgl. Kapitel 2). In diesem Zusammenhang ist ebenfalls die Rolle der politischen Öffentlichkeitsarbeit zu berücksichtigen, deren politisch-kommunikative Strategien erörtert und in ihren Folgen für den Prozess der medialen Politikvermittlung erwogen werden (vgl. Kapitel 3). Darauf aufbauend werden konkrete Mechanismen und Strategien der Darstellung von Politik in den Medien theoretisch hergeleitet und in ihrer Bedeutung und Funktion für die beteiligten Systeme beleuchtet (vgl. Kapitel 4). Um die Materialisierung und Verwendung dieser Strategien im Medienprodukt einordnen zu können, werden anschließend die formatspezifischen Bedingungen und Kennzeichen von Nachrichtensendungen einer näheren Betrachtung unterzogen. Neben den Besonderheiten des Formats werden ebenfalls die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Nachrichtensendungen öffentlich-rechtlicher und privater Sendeanstalten herausgearbeitet (vgl. Kapitel 5). Um der Frage einer Amerikanisierung der Darstellung von Politik nachgehen zu können, wird an entsprechender Stelle zunächst der Begriff der Amerikanisierung zu klären und die Besonderheiten der politischen Kommunikation und medialen Berichterstattung aufzuzeigen sein (vgl. Kapitel 6). Der länderübergreifende Vergleich von deutschen und amerikanischen Nachrichtensendungen erfordert vor diesem Hintergrund eine Einbeziehung landesspezifischer Aspekte in Bezug auf die jeweiligen Strukturen der politischen Ordnung, der Medienlandschaft sowie der Rolle der politischen Öffentlichkeitsarbeit (vgl. Kapitel 7).

Ausgehend von den theoretisch erläuterten Bedingungen und Einflussgrößen im Prozess der medialen Politikvermittlung dient die empirische Untersuchung der sender- und länderübergreifenden Erfassung unterschiedlicher Merkmale der Politikberichterstattung in Nachrichtensendungen. Um ein umfassendes Bild der formalen und inhaltlichen Präsentation politischer Themen in Nachrichtensendungen zu gewinnen, findet die Analyse dabei auf drei unterschiedlichen Ebenen statt. Zunächst wird auf der Ebene der Gesamtsendung das inhaltliche Themenspektrum, der Sendeablauf sowie die formale Präsentation von Beiträgen erhoben. Darauf aufbauend wird auf der Ebene aller politischen Beiträge der Anteil von politischen Themen am gesamten Sendevolumen sowie die Art ihrer Präsentation betrachtet. Um die Abhängigkeiten und Rahmenbedingungen der Präsenz politischer Akteure in Nachrichtensendungen zu untersuchen, werden in einem dritten Schritt solche Beiträge herausgegriffen, in denen politische Akteure im Bildmaterial vorkommen. Unter besonderer Berücksichtigung der Darstellungsmechanismen der Personalisierung, Ritualisierung, Emotionalisierung sowie der Verwendung von Symbolen sollen die Medienauftritte politischer Akteure in ihren Formen und Rahmenbedingungen beschrieben und erhoben werden.

Aus den theoretischen Überlegungen werden an verschiedenen Stellen der vorliegenden Arbeit erste Vermutungen bezüglich der Auftrittsbedingungen politischer Akteure sowie kennzeichnender Merkmale von politischer Berichterstattung abgeleitet (vgl. Kapitel 4.1/ 4.2/ 4.3/ 4.4/ 7.1/ 7.3). Diese Ableitungen ergeben sich direkt aus den theoretischen Erläuterungen und werden in einem nächsten Schritt operationalisiert und in Hypothesen überführt (vgl. Kapitel 9). Die im Untersuchungsdesign entwickelten Kategorien und Ausprägungen werden anschließend in ein mehrstufiges Erhebungsinstrument integriert, das eine multifaktorielle, mehrstufige Analyse erlaubt und eine stringente Systematik für die Datenauswertung nach mathematisch-statistischen Methoden bereitstellt (vgl. Kapitel 9.4 /9.5). Diese Vorgehensweise ermöglicht die statistische Ermittlung von Zusammenhängen und Wechselwirkungen zwischen den einzelnen Kategorien und eröffnet daher eine differenzierte Betrachtung der Abhängigkeiten und Rahmenbedingungen der Medienpräsenz politischer Akteure in den verschiedenen Nachrichtensendungen.

2. Grundlagen der medialen Politikvermittlung

Demokratische Ordnungen beruhen auf dem Verständnis einer vom gesamten Volk getragenen Verantwortung und Staatsgewalt. Demokratietheoretisch betrachtet ist jede politische Entscheidung in ihrer Funktion der Bereitstellung von bindenden Entscheidungen für ein Kollektiv zustimmungspflichtig und somit der Herstellung von Kommunikationssituationen zur gemeinsamen Aktualisierung von Sinn, Themen und Informationen verpflichtet. Insbesondere das Modell der repräsentativen Vertretung des Volkswillens macht Kommunikationen zwischen Repräsentanten und Repräsentierten unverzichtbar für die Funktionsfähigkeit und gleichzeitig die Legitimität eines demokratischen Systems. Politik hat folgerichtig immer auch eine kommunikative Dimension:

„Denn ganz gleich, ob man Politik traditionell mit Macht, Werten, Konflikten oder dem Gemeinwohl verknüpft oder ob man sie, wie mittlerweile üblich, als den Prozeß der Herstellung allgemein verbindlicher Entscheidungen auffaßt – die Frage bleibt, wie Macht, Werte oder Gemeinwohl verwirklicht, wie Konflikte ausgetragen oder Verbindlichkeiten hergestellt werden sollen, ohne daß Kommunikation ein zentrales Medium wäre“ (Oberreuter 1997: 11).

2.1 Rahmenbedingungen im medialen Politikvermittlungsprozess

Kommunikation ist demzufolge von legitimitätssichernder Bedeutung und wird in modernen Demokratien vor allem über Massenmedien sichergestellt. Doch in massenmedialen Kommunikationssituationen ist sowohl das Publikum als auch dessen gemeinsame Aufmerksamkeit als konstitutive Leitdifferenz einer möglichen Öffentlichkeit dispers (vgl. Westerbarkey 1999: 151). Die Herstellung von Öffentlichkeit eines Ereignisses mittels Massenmedien ist folglich abhängig von der Aufmerksamkeit der Medien sowie deren Publika, so dass diese beiden Elemente gleichzeitig Grundlage und Zielgröße eines öffentlich diskutierten, politischen Ereignisses darstellen. Da massenkommunikative Öffentlichkeiten sich als flüchtig erweisen, muss die Vorstellung einer stets verfügbaren, kommunikationsbereiten Adressatengruppe politischer Mitteilungen gänzlich verworfen werden.

Vor diesem Hintergrund ist es für die politischen Akteure wünschenswert, verschiedene Mechanismen zu entwickeln, um sowohl auf die Frequenz als auch auf

den Inhalt politischer Berichterstattung Einfluss nehmen zu können. Denn die Kommunikationsintention politischer Akteure in Massenmedien konzentriert sich nicht ausschließlich auf die alleinige Herstellung von Öffentlichkeit politischer Ereignisse, sondern bemüht sich zusätzlich aus Gründen des Machterhalts bzw. – bestrebens um eine besonders vorteilhafte Darstellung der eigenen Position. Diese Medienaufmerksamkeit als Tor zu medialen Öffentlichkeiten und als potentieller Transporteur erwünschter Darstellungen wird damit zur zentralen Größe im zeitgenössischen Politikvermittlungsprozess. Die Erreichung von Zustimmung ist folglich eine idealtypische Zielgröße einer Kommunikationsabsicht, die in modernen Gesellschaften ohne Medienaufmerksamkeit nicht umgesetzt werden kann. Publizität ist die „Prämie“ (vgl. Sarcinelli 1987a: 30) dieser Bestrebungen politischer Akteure, „denn wer sich dem Urteil von Wählern, Parteimitgliedern oder einer Verbands Klientel stellen muss, wird nichts so sehr fürchten, als durch mangelnde öffentliche Aufmerksamkeit in Vergessenheit zu geraten“ (Sarcinelli 1991: 474).

Ein Versuch der Überwindung der Aufmerksamkeitsschwelle von Öffentlichkeiten findet sich in dem Bestreben, durch professionelles Kommunikationsmanagement wünschenswerte Wirklichkeiten zu konstruieren und zu verbreiten. Die politische Öffentlichkeitsarbeit kann dabei als der zentrale Handlungsbereich von politischer Kommunikation verstanden werden, in dem die Beobachtung und Beeinflussung der Medien betrieben wird (vgl. Pfetsch 2003: 21). Entsprechend den Prinzipien der Public Relations wird letztendlich auf eine positive Berichterstattung in den Medien hingearbeitet und unter Anwendung von Strategien versucht, die erwünschte Kommunikation zu erzeugen und zu verbreiten. Public Relations können damit als Meta-Kommunikatoren betrachtet werden, die entscheiden, was, wann, wo, wie und mit welcher gewünschten Wirkung kommuniziert werden soll (vgl. Merten/Westerbarkey 1994: 209). Mit dem Einsatz politischer Öffentlichkeitsarbeit unternimmt das politische System aktive Schritte, um die Berichterstattung über politische Ereignisse voranzutreiben und in seinem Sinne mitzugestalten. Damit scheint sich die Position des politischen Systems vom thematischen Objekt zum potentiellen Initiator medialer Berichterstattung zu verschieben:

„Modernes politisches Themenmanagement beschränkt sich nicht mehr darauf, Informationen und Maßnahmen weiterzuleiten oder auf die Öffentlichkeit zu reagieren, sondern legt Problemdefinitionen und Interpretationen fest und schafft Ereignisse, um kontinuierliche Vertrauensbildung zu betreiben. Politische Akteure werden zu Informationslieferanten“ (Jansen 1997: 143).

Doch die Bemühungen der politischen Akteure, Medienaufmerksamkeit zu erregen und Interpretationsmuster für die inhaltliche Bewertung politischer Ereignisse bereit zu stellen, stoßen an die Grenzen der Medien, die nach eigenen Regeln funktionieren. Politische Kommunikation in Massenmedien entsteht folglich im Spannungsverhältnis zwischen der demokratietheoretischen Notwendigkeit des politischen Diskurses, den Darstellungsbestrebungen politischer Akteure und der Eigengesetzlichkeit der Medien. Vor diesem Hintergrund erscheint es sinnvoll, Medien und Politik systemtheoretisch abzugrenzen sowie die Funktionsweisen der am Politikvermittlungsprozess beteiligten Systeme zu beleuchten. Im Folgenden wird daher die Beziehung zwischen den Systemen zu erörtern und in ihrer Bedeutung für die Politikberichterstattung in Massenmedien zu diskutieren sein.

2.2 Systemtheoretische Perspektiven

Systemtheoretisch betrachtet, handelt es sich bei Medien und Politik um zwei autonome, operativ geschlossene Systeme, die nach unterschiedlichen Regeln funktionieren und keinen direkten Einfluss aufeinander ausüben können. Als operativ geschlossene Gebilde verfügen die Systeme über eine spezifische Codierung, welche die Basis aller Selektionsmechanismen und abgrenzenden Unterscheidungen darstellt. Die Differenz von System und Umwelt ist systemerhaltend, denn operative Geschlossenheit bedeutet Selbstreferentialität: „Das System erzeugt sich als eine Form, die eine Innenseite, das System, und eine Außenseite, die Umwelt trennt; und die Innenseite der Form ist die Seite, auf der allein die Operationen sich selbst reproduzieren können, die die Form, die Differenz, das System produzieren“ (Luhmann 1995: 13). Mit der Reproduktion ihrer elementaren Einheiten operieren Systeme autopoietisch⁴, wobei die in ihnen geltenden Unterscheidungen konstituierend für ihren Bestand und ihre Abgrenzung von der Umwelt sind. Sys-

⁴ Der Begriff der Autopoiesis wurde von Humberto Maturana geprägt, der damit die zirkuläre Organisation lebender Systeme beschrieb (vgl. Maturana 1993:123). Nach seiner Definition bedeutet Autopoiesis, dass ein System seine eigenen Operationen nur durch das Netzwerk der eigenen Operationen erzeugen kann (vgl. Baecker 2002: 109).

teme sind damit strukturell an ihrer Umwelt orientiert und können einen Bezug zu ihr herstellen. Indem Systeme trotz ihrer operativen Geschlossenheit für ihre Umwelt offen und auf diese Bezug nehmen können, ergeben sich Grenzstellen zwischen den Systemen, welche die Grundlage ihrer strukturellen Kopplung bilden. Die strukturelle Kopplung verweist dabei auf das komplexe Beziehungsgefüge zwischen den beteiligten Systemen, denn „strukturell gekoppelte Systeme sind aufeinander angewiesen – insofern sind sie nicht autark -, aber zugleich operieren sie autonom, sie bleiben also füreinander Umwelt“ (Kneer/Nassehi 1994: 64). Die Anpassung eines autopoietischen Systems an die Umweltbedingungen wird durch strukturelle Kopplung vermittelt, die kognitive Prozesse des Systems nur irritieren, nicht aber determinieren kann (vgl. Luhmann 2000: 373).

Ausgehend von diesen allgemeinen Grundsätzen der Konzeption von Systemen ergibt sich ein Verständnis von Massenmedien als autopoietisch operierendes soziales System, das „auf technisch besondere Art und Weise der Erzeugung und Verbreitung von Kommunikationen potentiell für die Gesamtheit aller sinnhaft operierenden Systeme dient“ (Krause 1999: 190). Das System der Massenmedien ist also ein System mit eigenen Regeln, dient aber über die Elemente der Kommunikation in Form von Informationen zusätzlich einer Vermittlung zwischen anderen Systemen. Die Interaktion zwischen Systemen ergibt sich aus ihrer offengeschlossenen Systemkonzeption, die es den Systemen ermöglicht, Regeln zulässigen Kommunizierens aufzustellen und externe Begebenheiten in Betracht zu ziehen. Im Falle der medialen Politikvermittlung sind die Systeme Politik und Medien beteiligt, die unter den Bedingungen einer strukturellen Kopplung interagieren, jedoch als autonome Systeme weiterbestehen. Den beteiligten Systemen liegen verschiedene Leitdifferenzen zugrunde, die sich ebenfalls in unterschiedlichen Funktionsweisen und Zielsetzungen niederschlagen.

So ist das politische System ein operativ geschlossenes und kognitiv offen arbeitendes, autopoietisches System, dessen symbolisch generalisiertes Kommunikationsmedium Macht ist. Macht ist hier im Sinne legitimer Macht zu verstehen, nämlich der Artikulation und Generalisierung von Interessen und der Beschaffung von Konsens für Personen und Programme (vgl. Krause 1999: 192). Die Funktion des politischen Systems besteht in der Bereitstellung von bindenden Entscheidungen

oder deren Ermöglichung. Hingegen sind Massenmedien autonome Organisationen, die der Vermittlung zwischen anderen Systemen dienen und Kommunikation im Sinne der Unterscheidung aktuell / nicht-aktuell differenzieren. Das politische System unterscheidet zwischen Macht haben / keine Macht haben, wobei die Bildung legitimer Macht vor allem die Artikulation von Interessen mit einschließt. Obwohl folglich den Systemen unterschiedliche Codierungen zugrunde liegen, sind sie bei der Umsetzung ihrer Interessen aufeinander angewiesen:

„Whatever the exact mixture of goals, each side needs the other and must adapt its ways to theirs. Politicians need access to the communication channels that are controlled by the mass media, including the hopefully credible context of audience reception they offer. [...] Likewise, journalists cannot perform their task of political scrutiny without access to politicians for information, news, interviews, action and comment“ (Blumler 95: 33).

Während Politiker nach Medienpräsenz und einem Zugang zu Medien streben, stellen sie gleichzeitig eine unverzichtbare Informationsquelle für Journalisten dar⁵. Das Verhältnis der Systeme ist demnach von gegenseitigen Leistungsforderungen geprägt, die Sarcinelli als „Tauschverhältnis mit wechselseitiger Abhängigkeit“ versteht (Sarcinelli 1991: 477), indem Publizität gegen Information getauscht wird. Oftmals wird der Beziehungsmodus zwischen Politik und Medien als symbiotisch bezeichnet (vgl. statt anderer Sarcinelli 1991: 477; Saxer 1993: 17), was dem gegenseitigen Nutzen der Systeminteraktionen Rechnung trägt. Dennoch bleibt die Verschiedenartigkeit und Autonomie der beteiligten Systeme bestehen, denn das biologische Phänomen der Symbiose bezeichnet eine Form des engen Zusammenlebens **artverschiedener** Organismen zum gegenseitigen Vorteil (vgl. Lüttge/Kluge/Bauer 1994: 463). Insofern operieren die Systeme autonom, sind aber nicht autark. Die Systeme stehen in einem engen Zusammenhang, ohne jedoch ihre Eigenständigkeit aufzugeben, denn „es kann keine Interdependenz ohne relative Autonomie geben, also keine wechselseitige Abhängigkeit ohne Unterscheidung, Grenzen, Identität und eigenständige Ressourcen“ (Westerbarkey 1995: 153).

⁵ Sparrow illustriert die journalistische Abhängigkeit anhand einer Aufzählung von positiven sowie negativen Sanktionen, die Medien in die Rolle des ‚lab dogs‘ anstelle des ‚watch dogs‘ führen. Als Beispiele dieser Sanktionen nennt er: disinformation, stonewalling, threat of retaliation, leaks (vgl. Sparrow 1999: 57).

2.2.1 Logik der Systeme

Die systemtheoretische Perspektive bereichert die Betrachtung der medialen Politikvermittlung um den Problemkreis eines komplexen Zusammenwirkens unterschiedlicher Systeme, Funktionsweisen und Codes. Denn die Politikberichterstattung in Massenmedien ist das Produkt systemischer Interaktionen und wechselseitiger Anforderungen. Die vom politischen System generierten Inhalte werden vor einem möglichen Aufgreifen seitens des Mediensystems zuerst mit dessen systemimmanenten Kriterien und Zielsetzungen abgeglichen. Die Bemühungen des politischen Systems, die Inhalte vorteilhaft aufzubereiten und damit möglicherweise eine wünschenswerte Vorstrukturierung der medialen Berichterstattung zu erreichen, konkurriert mit den Medien und deren systemimmanenten Kriterien um die Thematisierung und Interpretation politischer Ereignisse. Beide Systeme sind an Politikberichterstattung interessiert, doch unterscheiden sie sich grundlegend in ihren Motiven. Um die Rahmenbedingungen medialer Politikberichterstattung in ihren Auswirkungen erfassen zu können, sollen nun die systemspezifischen Regeln und Arbeitsweisen einer konkreteren Betrachtung unterzogen werden.

Insbesondere im Fall des audiovisuellen Mediums Fernsehen existieren spezifische Anforderungen an den Gegenstand der Berichterstattung, die mediale Politikvermittlung entscheidend mitprägen können. Zentrale Elemente sind die Regeln der Präsentation und Selektion. Im Vergleich zu Printmedien bekommt die Dimension der Präsentation beim Fernsehen ein besonderes Gewicht, da die visuelle Darstellbarkeit eines Ereignisses eine weitgehende Voraussetzung für dessen Thematisierung ist. Die Selektion bestimmter Ereignisse für die Berichterstattung ist ein ebenso folgenreicher Mechanismus, der sowohl auf Seiten der Rezeptionsselektivität als auch der journalistischen Relevanzzuweisung immer wieder untersucht worden ist. Im Zuge der ursprünglich von Lippmann angeregten und dann von Galtung und Ruge auch empirisch erforschten Nachrichtenwerttheorie wurden zahlreiche Kataloge unterschiedlicher Nachrichtenfaktoren⁶ erstellt, um journalistische Auswahlkriterien zu erkennen und zu systematisieren. Der Selektionsprozess wird dabei immer wieder auf Nachrichtenfaktoren wie z.B. kurze Dauer

⁶ Dabei werden Eigenschaften von Ereignissen als Indikatoren für den Nachrichtenwert dieser Ereignisse angesehen. Exemplarisch für die erwähnten Kataloge von Nachrichtenfaktoren seien genannt: Galtung/Ruge 1965, Schulz 1990, Staab 1990).

von Ereignissen, ihre räumliche, politische, kulturelle Nähe zum Rezipienten, Überraschungswert, Konfliktstruktur, Schaden, Erfolg und Personalisierung (vgl. Meyer 1997: 70) zurückgeführt. Die Medien, insbesondere das Fernsehen, verfügen also über eng definierte Auswahlkriterien, nach denen ein Ereignis als zur Vermittlung geeignet oder ungeeignet bewertet wird. Das Interesse der Medien an politischen Ereignissen ist daher nicht notwendigerweise ein generelles, sondern hängt von verschiedenen Faktoren ab.

Aktualität als Auswahlkriterium lässt von Seiten der Medien eine gewisse Ergebnisorientierung vermuten, der die langwierige Prozesshaftigkeit von politischen Entscheidungen nicht entsprechen kann. Vor diesem Hintergrund sind beispielsweise auch die oft kritisierten Tendenzen des „Horse-Race Journalism“ (vgl. statt anderer Rowse 2000: 127) zu betrachten, die besonders in der Berichterstattung über Wahlkampfsituationen den politischen Prozess auf einen sportlichen Wettbewerb reduzieren. Die dargestellten Selektionskriterien sowie die generelle Ergebnisorientierung der medialen Berichterstattung bilden zentrale Systemeigenschaften, in denen die Medienlogik am deutlichsten mit der Logik des politischen Systems kollidiert. In diesem Zusammenhang ist der Politikbegriff differenzierter zu betrachten, da er mehrere Dimensionen umfasst. Während die polity-Dimension die Politik als Institutionen- und Normengefüge bezeichnet, bezieht sich die policy-Dimension auf konkrete Handlungsprogramme, also die regelnde Funktion von Politik (vgl. Donsbach et al. 1993: 11-12). Die Dimension der politics hingegen bezeichnet den Bereich der Konfliktaustragung und ist als diskursives Moment konstitutiv für den politischen Prozess. Der prozesshafte Charakter von Politik steht jedoch in einem scheinbar unüberwindbaren Kontrast zu der beschriebenen Medienlogik:

„Was für die Politik das Ausschlaggebende ist, ist ein langwirkender, offener Prozess, in dem viele Akteure mit unterschiedlichen Mitteln und Ressourcen unter vielen Restriktionen um Einfluß ringen. Dies wird in der Politikdarstellung nicht mehr erkennbar, in der übermächtige Einzelakteure in persönlichen Duellen schnelle Entscheidungen erzwingen oder unterlassen müssen“ (Meyer 1997: 70).

Im Bereich der Konfliktaustragung sowie auf der handlungsprogrammatischen Ebene von Politik, der policy-Dimension, kommt es zu langwierigen Sachdebatten und komplexen, politischen Lösungsvorschlägen, denen die Logik des Mediensystems kaum gerecht werden kann. Die angesprochenen, medialen Rele-

vanzkriterien führen vielmehr zu einer regelhaften Verkürzung und punktuellen Beobachtung politischer Prozesse. Je nach Stadium des politischen Prozesses oder Art der politischen Entscheidungen⁷ können Schwankungen der Medienaufmerksamkeit unterstellt werden. Von Beyme und Weßler stellen heraus, dass insbesondere in den frühen Stadien des politischen Prozesses, in denen Interessenartikulation sowie Interessenaggregation im Vordergrund stehen, Einfluss und Aufmerksamkeit von Medien als relativ hoch zu bezeichnen sind, während in der Phase der Implementation der Einfluss als eher gering eingeschätzt wird (vgl. von Beyme/Weßler 1998:316). Die langwierige Phase der politischen Entscheidungsfindung und argumentativen Abwägung wird demnach in der medialen Berichterstattung weitgehend ausgeblendet.

Diese Vernachlässigung von Routinepolitik innerhalb der Berichterstattung mag jedoch auch von politischer Seite als vorteilhaft empfunden und gefördert werden. Eine Ausblendung sachpolitischer Entscheidungen aus der medialen Politikvermittlung gewährt gleichzeitig einen blinden Fleck innerhalb der medialen Beobachtung und bietet politischen Akteuren einen folgenlosen Handlungsspielraum. So spricht Korte von einem bewussten Rückzug der Entscheidungsfindung hinter die Scheinwerfer der Medien als eine Konsequenz aus dem Diktat der Medienpräsenz, da jeder Fehler unbarmherzig registriert, und jede Unpopularität demoskopisch ermittelt werde (vgl. Korte 2001: 65). Ob von politischer Seite geduldet oder gefördert - die tatsächliche Entscheidungspolitik, wie sie sich beispielsweise in Parlamentsdebatten findet, bleibt von den Medien weitgehend unberücksichtigt. Die meisten politischen Entscheidungen, insbesondere Routineentscheidungen, fallen ohne Einwirkung und Darstellung durch die Medien. Die angesprochenen medialen Auswahlkriterien gehen insofern notwendigerweise mit einer Vernachlässigung des diskursiven Moments von Politik einher. Vielmehr werden politische Informationen nur im Hinblick auf ihren Neuigkeitswert, ihr Krisenpotential und ihren Folgenreichtum für die Bevölkerung ausgewählt und bearbeitet, so dass der große Bereich der Routinepolitik von den Medien kaum beachtet wird (vgl.

⁷ In ihrem Aufsatz „Politische Kommunikation als Entscheidungskommunikation“ stellen von Beyme und Weßler einen Zusammenhang zwischen verschiedenen Stadien des politischen Prozesses bzw. Entscheidungen und dem Grad der Medienaufmerksamkeit her. Sie kommen zu dem Ergebnis, dass Medien insbesondere bei politischen Entscheidungen der konservativen Art - die sich in ihrer Typologie als restriktive bzw. protektive Maßnahmen wiederfinden - Interesse und Engagement zeigen (vgl. von Beyme/Weßler 1998: 318).

Beyme/Weßler 1998: 314). Das Interesse der Medien an Politik und den dort getroffenen Entscheidungen unterliegt somit spezifischen Bedingungen. Mediales Interesse kann nur dann vorausgesetzt werden, wenn es Entscheidungen zu verkünden und Ergebnisse zu präsentieren gibt, weniger jedoch in der langwierigen Beobachtung komplizierter Sachdebatten. Medien sind daher nicht per se an Politik interessiert, sondern bleiben spezifischen Produktions- und Präsentationsbedingungen verhaftet.

Die Gegenüberstellung der medialen Selektions- und Präsentationskriterien mit dem Prozesscharakter des politischen Systems verdeutlichen, dass im Rahmen der Politikberichterstattung zwei unterschiedlich funktionierende Systeme aufeinandertreffen, die in ihren Arbeitsweisen zunächst einmal wenig kompatibel erscheinen. Die wechselseitige Abhängigkeit macht jedoch trotz kontrastierender Funktionsweisen eine Kooperation unumgänglich. Im folgenden werden daher die Anpassungsprozesse und wechselseitige Durchdringung der Systeme erörtert .

2.2.2 Wechselseitige Durchdringung der Systeme

Die mediale Darstellung von Politik hat spezifische Anforderungen zu erfüllen, die wesentlich von denen des politischen Entscheidungshandelns abweichen. Die Unumgänglichkeit der Kommunikation als Bestandteil der modernen Politik zieht trotz kontrastierender Funktionscodes die Notwendigkeit zur Anpassung an mediengenerierte Kommunikationsmuster nach sich, da jede Politik dazu gezwungen ist, die ‚Publicity-Phase‘ zu durchlaufen (vgl. Mazzoleni 1998: 112). Die Beschäftigung und Beobachtung mit medialen Selektionsprinzipien ist für das politische System unerlässlich, um Medienresonanzen zu erzeugen und erwünschte Publizität anzuregen. Zu diesem Zweck erfolgt insbesondere im Handlungsbereich der politischen Öffentlichkeitsarbeit eine umfassende Ausrichtung auf Medien, indem über die Produktion und Platzierung adäquater Kommunikationsangebote eine Mitgestaltung der Berichterstattung angestrebt wird. Die politische Öffentlichkeitsarbeit handelt im Sinne des politischen Systems, dem sie in ihrer Zielsetzung und organisatorischen Struktur zuzurechnen ist, bezieht sich jedoch gleichzeitig auf medienspezifische Arbeitsweisen und Unterscheidungen.

Vor diesem Hintergrund werden politische Akteure gezielt auf einen vorteilhaften Umgang mit Medien vorbereitet. Es werden nicht nur Medien-Trainingsprogramme für Politiker aller Ebenen angeboten, sondern es arbeiten auch mehr Journalisten in den PR-Abteilungen von politisch agierenden Organisationen und Institutionen als in den Redaktionen, die das politische Geschehen beobachten (vgl. Meyer 1997: 74). Diese Einberechnung und Vorbereitung auf medienspezifische Anforderungen und Selektionskriterien von Seiten des politischen Systems ist sowohl Ausdruck seiner immensen Abhängigkeit von Massenmedien und der erwünschten Medienaufmerksamkeit als auch Zeichen eines Machtbestrebens, das bei professioneller Umsetzung eigene Selektionen und Arbeitsweisen gegenüber der Logik der Medien durchsetzen kann. Die Verinnerlichung und Berücksichtigung eines systemfremden Codes können zwar auch als Reaktionen auf die Anforderungen einer massenmedialen Kommunikationssituation betrachtet werden, weisen aber bei aller Professionalisierung und Strategienentwicklung ebenfalls auf einen aktiven Versuch der Übernahme fremder Systemrelevanzen hin. Die Verwendung von PR-Strategien, die auf Medienbedürfnisse abgestimmt sind, eröffnen dem politischen System die Möglichkeit, die Eigengesetzlichkeit der Medien vorwegzunehmen. Politische Akteure können demnach Medien für ihre Selbstdarstellung nutzen, indem sie die Bewertung von Themen sowie den Zeitpunkt ihrer Publikation mit zu gestalten versuchen (vgl. Jansen 1997: 131). Unter Einhaltung medienrelevanter Merkmale kann folglich die Berichterstattung über politische Ereignisse in gewissem Maße provoziert werden. Die medienspezifischen Regeln bezüglich Selektion und Relevanz sind damit zwar einerseits Ausdruck der systemerhaltenden Leitdifferenzen, scheinen aber gleichzeitig in ihrer Regelmäßigkeit Angriffspunkte für systemfremde Interventionen zu bieten.

Eine Berücksichtigung dieser Anpassungsprozesse macht eine Evaluation des Systemzusammenhangs zwischen Politik und Medien aus steuerungstheoretischer Perspektive unerlässlich. Kann eine erwünschte Form der Berichterstattung erzielt werden, bedeutet die Anpassung des politischen Systems an die Logik des Mediensystems zunächst einmal einen Steuerungszuwachs. Wenn unter Anpassung an medienrelevante Kriterien die mediale Berichterstattung von politischer Seite provoziert oder gar mitgestaltet werden kann, entsteht der Eindruck einer Übersteuerung des einen Systems durch das andere, also einer Instrumentalisierung des

Mediensystems. Dennoch bleibt zu bedenken, dass dieser Anpassungsprozess des politischen Systems ein vom Mediensystem indirekt auferlegtes Verfahren darstellt. Denn in Antizipation der selektionsentscheidenden Prinzipien der Medien nimmt die Politik in ihrer Darstellung Medienbedürfnisse vorweg, um die gewünschte Publizität zu erreichen. Auch das Mediensystem erfährt also einen Steuerungszuwachs und gewinnt Macht über das politische System, indem dieses durch einen selbst initiierten Anpassungsprozess die Aufmerksamkeitsschwelle der Medien mit einzukalkulieren versucht. Die so entstehende Medialisierung von Politik dokumentiert eine Unterwerfung unter medienspezifische Kriterien und eine Veränderung der Eigengesetzlichkeit. Um dargestellt zu werden, muss sich das politische System in gewisser Weise zu etwas anderem machen. Damit wird ein Transformationsprozess in Gang gesetzt, der nicht nur die Darstellung von Politik sondern auch die Inhalte politischer Kommunikationen verändert:

„Die Sprache der Politik ist mit der Sprache der Werbung, der Öffentlichkeitsarbeit und des Showbusiness verschmolzen. Das, was Nachrichtenwert hat, was in die Schlagzeilen kommt, was in der Öffentlichkeit oder im Wahlkampf zählt, sind die kommunikativen Fähigkeiten, der Stil, mit dem man sich an die Öffentlichkeit wendet, der ‚Look‘, das Image, ja sogar die Spezialeffekte: allesamt typische Bestandteile der Sprache der Massenmedien“ (Mazzoleni 1998: 113).

Diese Art der Umwandlung und Darstellung von Politik basiert auf der antizipierten Akzeptanz entsprechend aufbereiteter Angebote durch die Medien. Die mediengerechte Außendarstellung von Politik, die sich letztlich im Medienprodukt wiederfindet, ist daher das Ergebnis eines komplexen Zusammenspiels der beteiligten Systeme: „Either way, the extent to which packaging is a characteristic of media-politics relations is dependent not just upon political actors, but also on the willingness of media outlets to play the game“ (Street 2001: 198-199). Diese Beidseitigkeit betrifft ebenfalls die steuerungstheoretischen Überlegungen bezüglich einer Instrumentalisierung des einen Systems durch das andere. So wird auf der einen Seite von einer Instrumentalisierung der Medien im Sinne einer Überformung medialer Operationscodes durch das politische System gesprochen, die Schatz schon früh als Zeichen einer „schwindenden Autonomie der Funkmedien“ auslegte (Schatz/Lange 1982: 16). Andererseits wird die Medialisierung⁸ von Politik diskutiert, die als „Folge der Anpassung politischer Organisationen und Ak-

teure an die System- und Handlungslogik der Massenmedien“ verstanden werden kann (Westerbarkey 1995: 155). Die Systeme Medien und Politik sind nicht nur interdependent, sind also nicht nur abhängig von den Leistungen des anderen, sondern übernehmen auch in gewissem Maße systemfremde Arbeitsweisen und Leistungsanforderungen. Auf diese Weise durchdringen sich die Systeme gegenseitig und das Interpenetrationsverhältnis zeigt sich in der Übernahme „Leistungen anderer zwecks Erhöhung eigener Effizienz, etwa durch Import von Operationismustern“ (Westerbarkey 1995: 154).

Die Wechselseitigkeit dieses Beziehungsmodus relativiert in gewisser Weise die Vorstellung einer einseitigen Instrumentalisierung. Die Bedenken, das Mediensystem diene als reiner Kommunikationsdienstleister (vgl. Weischenberg/ Löffelholz/Scholl 1993:30) oder als Verlautbarungsorgan erscheinen vor diesem Hintergrund unwahrscheinlich, da der erwünschten Dienstleistung in vielen Fällen bereits eine Unterwerfung des politischen Systems bezüglich medienpezifischer Relevanzkriterien vorangegangen ist. Eine Instrumentalisierung der Massenmedien durch das politische System ist unter demokratischen Bedingungen also nur im Rahmen seiner vorherigen Unterwerfung unter mediale Relevanzkriterien möglich. Reduziert sich das politische System also gezielt auf eine Medienversion, eröffnet sich in einem zweiten Schritt die Möglichkeit, durch systematische Bedienung der Medienbedürfnisse Berichterstattung zu provozieren. Die Kriterien, die dem politischen System eine Anpassung abverlangen, sind gleichzeitig die Werkzeuge zur Steuerung des Mediensystems: Instrumentalisierung durch Medialisierung.

Die Interdependenz der Systeme sowie ihre wechselseitige Durchdringung schaffen die Rahmenbedingungen, vor denen mediale Politikvermittlung entsteht. In Anlehnung an ein bestehendes Interpenetrationsmodell (vgl. Choi 1995: 100) werden die ausgeführten Zusammenhänge im Folgenden in eine grafische Darstellung integriert und vereinfacht dargestellt.

⁸ In der Literatur findet sich dieser Sachverhalt der Anpassung der Politik an die Bedürfnisse und Zwänge der Medien auch unter dem Begriff der Mediatisierung (vgl. statt anderer Kepplinger 2000: 157, Choi 1995: 77).

Beziehung der Systeme

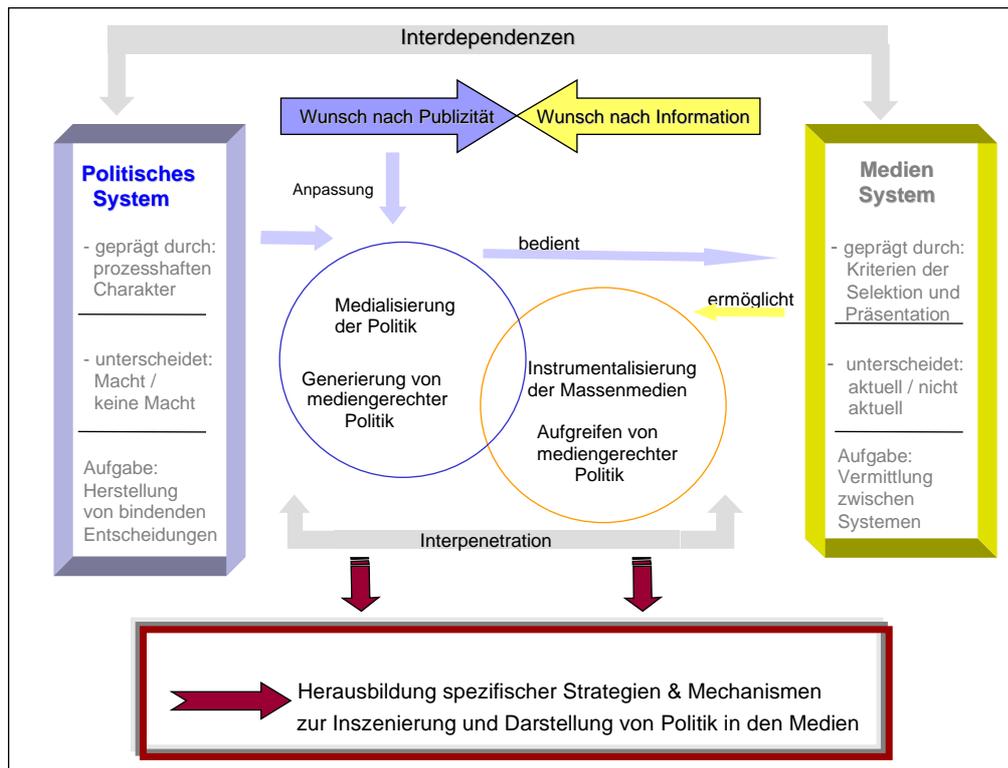


Abb.: 2 - 01

Die abgebildeten systemischen Beziehungsmodi und Modalitäten bilden den Hintergrund, vor dem Politikberichterstattung entsteht. Die wechselseitige Abhängigkeit und Interpenetration der Systeme schlägt sich ebenfalls in Form und Inhalt der resultierenden Medienprodukte nieder. Denn im Hinblick auf ihre mediale Vermittlung werden politische Themen mittels spezifischer Darstellungsstrategien medienorientiert aufbereitet. Auf diese Weise durchlaufen politische Inhalte unweigerlich einen Transformationsprozess, der zu einer Hervorhebung der Darstellungsebene von Politik führt. Im Folgenden werden daher zentrale Strategien des politischen Kommunikationsmanagements vorgestellt sowie in Bezug auf ihre Folgen und Funktionen diskutiert.

3. Politik in den Medien – Politik für die Medien

Vor dem Hintergrund der wechselseitigen Abhängigkeit und Durchdringung von Mediensystem und politischem System⁹ vollzieht sich die Medialisierung von Politik und damit eine gezielte Anpassung an massenmediale Bedürfnisse und Handlungslogiken. Ein detailliertes Verständnis sowie die gezielte Vorwegnahme von medialen Arbeitsweisen und Systemzwängen sind für politische Akteure in diesem Zusammenhang unerlässlich, um eine größtmögliche Verwertbarkeit des generierten Materials zu gewährleisten und damit eigene Publizitätschancen zu erhöhen. Im Zuge ihrer Ausrichtung an Medienbedürfnissen durchlaufen politische Inhalte daher einen Transformationsprozess, der die Darstellungszwänge des Mediums einberechnet und gezielt politische Komplexität reduziert. In der Konsequenz entsteht in den Medien ein Ausschnitt politischer Realität, der oftmals weitgehend vom tatsächlichen politischen Prozess abgelöst ist (vgl. Tenscher 1998: 186). Schließlich entsteht die mediale Vermittlung politischer Ereignisse unter einer anderen Zielsetzung und muss anderen Kriterien genügen als die politische Entscheidung an sich.

Daraus ergibt sich eine Differenzierung von Politik in eine Ebene der Darstellung einerseits und eine Ebene der politischen Entscheidung andererseits. Die Unterteilung von Politik in eine Entscheidungs- und eine Darstellungsebene ist in der Literatur wenig kontrovers, wenngleich sie dort unter verschiedenen Begrifflichkeiten diskutiert wird. Während Edelman beispielsweise die instrumentelle von der expressiven Ebene der Politik unterscheidet (vgl. Edelman 1976), spricht Käsler von Entscheidungspolitik versus Schaupolitik (vgl. Käsler 1991). Sarcinelli arbeitet mit dem Begriffspaar der Entscheidungs- und Darstellungspolitik (vgl. Sarcinelli 1994), das im Folgenden zur Bezeichnung des Sachverhalts übernommen wird. Allen diesen Unterscheidungen liegt eine strukturelle wie funktionale Abgrenzung politischer Entscheidungsfindungsprozesse von ihrer gezielt aufbereiteten Außendarstellung zugrunde. Da demokratische Politik der Vermittlung bedarf, haben alle politischen Prozesse notwendigerweise eine instrumentelle wie expressive Dimension. Denn ein begründungspflichtiges System ist der Kommunikation und

⁹ Im Folgenden werden die systemischen Zusammenhänge zwischen dem politischen System sowie dem Mediensystem auf die Akteursebene bezogen und die Begrifflichkeiten in diesem Sinn verwendet. Die Akteure der Systeme sind Teil ihrer jeweiligen systemspezifischen Umgebung und agieren folglich entsprechend der gültigen Leitdifferenzen und Funktionsregeln.

somit ebenfalls der Darstellung nach außen verpflichtet. Mit der wachsenden Bedeutung der Massenmedien und vor allem des Fernsehens hat sich diese Doppelung des Politischen jedoch noch weiter verstärkt (vgl. Sarcinelli/ Tenscher 1998b: 305). Auch wenn die Darstellungsebene dabei auf die Entscheidungsebene verweist, verfolgt sie dennoch andere Ziele und funktioniert nach völlig anderen Regeln. Die auf Medienberichterstattung ausgelegte Komponente der Darstellungspolitik vermittelt folgerichtig eine aufbereitete Version von Politik, deren entscheidungspolitische Zusammenhänge hinter dem Kriterium der Darstellbarkeit zurückstehen. Darstellungspolitik wird aktiv und weitgehend medienorientiert konstruiert und entfernt sich insofern von der Entscheidungsebene der Politik, denn politische Inhalte verändern sich grundlegend, wenn sie medial vermittelt und verbreitet werden (vgl. Mazzoleni 1998: 117). Die Darstellungsebene von Politik wird damit unweigerlich zum omnipräsenten Begleiter der medialen Politikvermittlung und soll vor diesem Hintergrund in ihren Entstehungsbedingungen und Darstellungsstrategien betrachtet werden.

3.1 Aufgaben und Strategien der politischen Öffentlichkeitsarbeit

Herstellung und Darstellung von Politik sind zwei Seiten desselben politischen Prozesses, die als funktional abgrenzbar aber dennoch grundsätzlich zusammengehörig einzuschätzen sind. Die mediale Vermittlung politischer Inhalte operiert dabei vornehmlich auf der Darstellungsebene von Politik, an deren Zustandekommen sowohl das politische System und das Mediensystem als auch politische Öffentlichkeitsarbeit als vermittelnde Instanz beteiligt sind. Die politische Öffentlichkeitsarbeit ist dabei eine besondere Form der politischen Kommunikation, die den zentralen Mechanismus bei der Herstellung, Durchsetzung und Begründung von Politik bildet und damit selbst Politik ist (vgl. Jarren 1994: 34). Politische Kommunikation und ihre Ausformung der politische Öffentlichkeitsarbeit sind damit integrale Bestandteile des politischen Prozesses, denn „aus einer systemtheoretischen Perspektive sind die Beobachtung öffentlicher Meinung und die Beeinflussung öffentlicher Meinung Funktionen und Voraussetzungen dafür, dass das Regierungssystem die ihm zugewiesenen Funktionen der Herstellung und Implementation kollektiv verbindlicher Entscheidungen erfüllen kann“ (Pfetsch 1999:

183). Politische Kommunikation ist insofern für die Vermittlung politischer Inhalte substantiell und trägt gleichzeitig über die Möglichkeit zur Erreichung von Zustimmung zur Legitimation der politischen Ordnung bei.

Idealtypisch betrachtet, gewährleistet politische Öffentlichkeitsarbeit über den Funktionsbereich der Information demnach politische Transparenz und Orientierung für den Bürger. Doch neben der Information gehören auch Selbstdarstellung und Persuasion zu den Funktionsbereichen politischer Öffentlichkeitsarbeit (vgl. Bentele 1998: 125). Auch im Bereich der politischen Öffentlichkeitsarbeit sind daher zwei unterschiedliche Ebenen zu differenzieren. Eine verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit erfüllt dabei eine legitimitätssichernde Informationsfunktion, wobei die Gestaltung der öffentlichen Meinung verfassungsrechtlich¹⁰ festgeschrieben und explizit normativ begründet wird. Demgegenüber steht die persuasive Öffentlichkeitsarbeit, die durch routinemäßige Medienarbeit vornehmlich kurzfristige und taktische Ziele verfolgt und dabei versucht, „die Medien mit möglichst vielen Informationsvorprodukten zu füttern“ (vgl. Tenscher 1998: 189). Je nach Herangehensweise und Zielsetzung können demnach mindestens zwei unterschiedliche Arten politischer Öffentlichkeitsarbeit unterschieden werden. In Anlehnung an das von Mazzoleni entwickelte Gegensatzpaar der medienlogischen versus parteilogischen Produktion politischer Botschaften (vgl. Mazzoleni 1987: 85) spricht Pfetsch in diesem Zusammenhang von einem medienorientierten Typ und einem politischen Typ der politischen Öffentlichkeitsarbeit:

„Bei der politischen Variante stehen politische Ziele im Mittelpunkt der Kommunikation, die Medien sind Mittel, aber nicht die Ziele der politischen Kommunikation. [...] Im Gegensatz dazu zielt die medienorientierte politische Öffentlichkeitsarbeit direkt und ausschließlich auf eine positive Mediendarstellung und Unterstützung, für die das Medienpublikum als Surrogat steht“ (Pfetsch 1999: 183).

Wird eine positive Mediendarstellung zur Zielgröße der politischen Öffentlichkeitsarbeit steht Persuasion, nicht Information im Vordergrund. Die wachsende Bedeutung von Medienberatern sowie die zunehmende Aktivität von Journa-

¹⁰ Parteiengesetz §1, (2): „Die Parteien wirken an der Bildung des politischen Willens des Volkes auf allen Gebieten des öffentlichen Lebens mit, indem sie insbesondere auf die Gestaltung der öffentlichen Meinung Einfluß nehmen, die politische Bildung anregen und vertiefen, [...] und für eine ständige lebendige Verbindung zwischen dem Volk und den Staatsorganen sorgen“.

listen¹¹ und Medienexperten im Dienste der politischen Außendarstellung ist ein aussagekräftiger Indikator für die starke Medienorientierung der politischen Kommunikationsbemühungen. Mit den Kommunikationsabsichten der Öffentlichkeitsarbeit sowie der Qualifikation ihrer Akteure ändern sich notwendigerweise ebenfalls die Maßnahmen, mit denen Politik mediengerecht in Szene gesetzt wird. Vor dem Hintergrund medialer Vermittlungsbedingungen ist auf diese Weise ein mehrdimensionales Instrumentarium verschiedener Darstellungsstrategien entstanden, mit deren Hilfe politische Akteure Publizität zu erreichen und Unterstützung zu mobilisieren versuchen. In Anlehnung an Sarcinelli und Edelman bezeichnet Choi die Gesamtheit dieser politisch-kommunikativen Strategien als symbolische Politik, deren wichtigstes Kommunikationsinstrument die politische Öffentlichkeitsarbeit darstellt (vgl. Choi 1995: 93). Symbolische Politik ist damit gewissermaßen Ausdruck der Medialisierung von Politik, da sie als Rückwirkung aus den Selektionsmustern und Kommunikationsmustern der Massenmedien entsteht. Symbolische Politik ist über vielfältige Darstellungsstrategien auf das Mediensystem ausgerichtet und passt sich an mediale Gesetzmäßigkeiten an:

„Die Grundregel der symbolischen Politik durch die politische Öffentlichkeitsarbeit ist es, nicht nur sich der Eigengesetzlichkeit des Mediensystems anzupassen, sondern vielmehr sich dessen Eigengesetzlichkeit zu bedienen, um das Mediensystem für politische Ziele zu instrumentalisieren“ (Choi 1995: 194).

Um die Berichterstattung beeinflussen und in gewissem Sinne initiieren zu können, werden daher politische Informationsanlässe so aufbereitet, dass für das Mediensystem eine höhere Verwertbarkeit des Materials besteht. Über die Berücksichtigung medialer Relevanzkriterien kann auf diesem Wege Berichterstattung provoziert und im besten Falle mitgestaltet werden. Im Zuge der Professionalisierung politischer Öffentlichkeitsarbeit ist dabei ein umfassender Vorrat an kommunikativen Strategien entstanden, die von unterschiedlichsten Seiten auf die Außendarstellung von Politik Einfluss zu nehmen versuchen. Der gezielte Aufbau eines Images, Eindruckssteuerung durch Impression Management oder das Lobbying als zielgruppenspezifisches Instrument sind dabei Beispiele für die Vielseitigkeit der strategischen Instrumente, die sowohl im vorpolitischen Raum als auch bei der Person des politischen Akteurs oder seiner Medienauftritte anset-

¹¹ So spricht Lünenborg von einer andauernden personellen Verquickung zwischen PR und Journalismus und beschreibt an einzelnen Beispielen die „spielerische Überwindung“ jeglicher Grenzen zwischen den Bereichen Politik, Journalismus und PR (vgl. Lünenborg 1999: 100).

zen können. Im Hinblick auf den Problemkreis der medialen Politikvermittlung sollen an dieser Stelle solche Strategien einer näheren Betrachtung unterzogen werden, die explizit auf die Erwirkung und Gestaltung von Medienberichterstattung ausgerichtet sind.

Die Einberechnung medialer Produktionsbedingungen zeigt sich zunächst einmal in dem generell unter ‚Timing‘ gefassten Bemühen, die Planung politischer Ereignisse auf den Zeitrahmen von Medien und deren Produktionszyklus abzustimmen. Denn den Zeitpunkt der Veröffentlichung bestimmter Informationen geschickt zu wählen, kann über Erfolg oder Misserfolg des Kommunikationsangebots im Sinne einer medialen Berücksichtigung entscheiden. Die Terminkontrolle ist ein wirksames Instrument, veröffentlichte Meinung zu steuern, wobei diese Steuerung sowohl im Sinne einer Thematisierung als auch De-Thematisierung gemeint sein kann: „Pressemitteilungen kurz vor Redaktionsschluss finden bekanntlich weniger Berücksichtigung als solche am Vormittag, was sich der zunutze macht, der die öffentliche Aufmerksamkeit gering halten will“ (Rolke 1998: 69). Das Timing ist als maßnahmenübergreifende Strategie zu verstehen und schafft effiziente Rahmenbedingungen für jede Art von politischer Medienaktivität.

Die zentrale Aufgabe der politischen Öffentlichkeitsarbeit besteht in der Produktion und Platzierung erwünschter Mitteilungen in den Medien und wird mittels verschiedener Thematisierungsstrategien angestrebt. Zielgröße ist dabei die Beeinflussung der öffentlichen Agenda, die in einem komplexen vielschichtigen Beziehungsgeflecht durch die Kommunikation von und zwischen politischen Akteuren, Massenmedien und Bürgern entsteht (vgl. Rössler 1999: 150). Da sich die Prioritäten innerhalb der öffentlichen Agenda ebenfalls in gesellschaftlichen Willensbildungs- und politischen Entscheidungsprozessen niederschlagen, erweist sich der Einfluss auf die Themen der aktuellen politischen Diskussion als erhebliches Machtpotential (vgl. Rössler 1999: 151). Um eine thematische Assoziation erwünschter Themenkreise mit ihrer Person zu fördern, können politische Akteure gezielt Informationen bereitstellen und Kommunikationsangebote machen. Diese Strategie der offensiven Thematisierung bzw. des Agenda-Buildings verleiht dem einzelnen politischen Akteur Einfluss auf den Verlauf von Themenkarrieren und

ist insofern ein Mittel zur Beeinflussung von Meinungen und Vorstellungen über einzelne politische Akteure (vgl. Wiek 1996: 60). Durch offensives Agenda-Building werden folglich Themenkarrieren beeinflusst, die dann mit erwünschten Interpretationen angereichert werden können. In diesem Zusammenhang ist die strategische Besetzung von Begriffen und ihrer gezielten Hervorhebung von zentraler Bedeutung. Denn die Assoziation positiv oder negativ besetzter Begrifflichkeiten mit politischen Organisationen und Akteuren hat starke Auswirkungen auf die Wahrnehmung derselben durch Öffentlichkeiten (vgl. Wiek 1996: 60). Im Rahmen des Aspektmanagements werden daher offensive Thematisierungsstrategien durch eine Fokussierung auf positiv besetzte Einzelaspekte ergänzt, die dann in den Medien transportiert werden sollen: „Beispiel hierfür ist die Öko-Steuer, faktisch eine neue Doppelsteuer, die Rot-Grün einführte, der aber durch das Label „Öko“ ein anderer Sinn zugesprochen wurde“ (vgl. Delhaes 2002: 111).

Gleichzeitig gewährt diese Hervorhebung einzelner Aspekte ebenfalls die Möglichkeit, durch gezielte Hinlenkung von kontroversen Themen abzulenken. Schließlich bedeutet politische Öffentlichkeitsarbeit ebenfalls im Vorfeld der Kommunikation Öffentliches von Nicht-Öffentlichem zu trennen und damit zu entscheiden, welche Sachverhalte des politischen Systems kommuniziert werden und welche nicht (vgl. Delhaes 2002: 106). Thematisierungsstrategien können folgerichtig auch im Sinne einer De-Thematisierung eingesetzt werden, da das Unausgesprochene und Nicht-Öffentliche ebenso bedeutend und folgenschwer sein kann wie das Ausgesprochene. Die offensive Thematisierung wie auch gezielte De-Thematisierung politischer Sachverhalte sind somit zentrale Instrumente der politischen Öffentlichkeitsarbeit. Bei professioneller Anwendung bedeutet diese Mitbestimmung von Inhalt und Form der politischen Diskussion einen beträchtlichen Steuerungszuwachs. Indem politische Akteure die Tagesordnung politischer Themen in den Medien mitbestimmen, können sie auch in gewisser Weise die mediale Berichterstattung gestalten. Da von Journalisten und Medien vorrangig das aufgegriffen wird, was von politischen Akteuren an Problemen und Themen angeboten wird, kann mittels differenzierter Thematisierungsversuche der Unsicherheitsbereich beherrscht werden, der für die Politik durch die Medien entsteht (vgl. Jarren/Röttger 1998: 216).

Im Kampf um das knappe Gut der medialen Aufmerksamkeit wird nicht nur eine Nachfrage nach politischen Themen bedient, sondern auch aktiv geschaffen. Die Produktion von Events ist dabei eine häufig verwendete Möglichkeit, mediale Berichterstattung voranzutreiben und gewissermaßen zu provozieren. Das politische Event-Management kann sich dabei sowohl auf medialisierte Ereignisse wie auch auf pseudo-politische¹² Ereignisse beziehen. Während pseudo-politische Events eigens für die Medienberichterstattung erschaffene Ereignisse bezeichnen, handelt es sich bei medialisierten Ereignissen um mediengerecht überformte und strategisch geplante Ereignisse der materiellen Politik, wie sie sich beispielsweise in Form von Auslandsreisen oder Parteitag finden (vgl. Tenscher 1998: 189). Beide Formen des Event-Managements sind auf Medienberichterstattung ausgerichtet und dienen letztlich der Steigerung von Aufmerksamkeit und von Medienpräsenz. Die Erschaffung von pseudo-politischen Ereignissen geht dabei jedoch einen Schritt weiter als die mediengerechte Überformung, da pseudo-politische Ereignisse nur durch ihre Berichterstattung zum Ereignis werden. Ein Beispiel für die Etablierung dieser Kommunikationsstrategie ist die routinemäßige Inszenierung von Pressekonferenzen. Medialisierte und pseudo-politische Ereignisse sind daher Ausdruck eines geplanten und bewusst gestalteten Interaktionsmanagements, das die Bedürfnisse und Arbeitsweisen von Massenmedien einberechnet. Dabei kommt es gewissermaßen zu einer bewussten Instrumentalisierung von Medien- und Rezipientenverhalten und „diese Instrumentalisierung ist durch ein ausgeklügeltes Instrumentarium so perfektioniert worden, dass die Grenze zwischen Events und Pseudo-Events letztlich nicht mehr nachvollziehbar ist“ (Wiek 1996: 65). Mit wachsender Professionalisierung der politischen Öffentlichkeitsarbeit stellt sich daher notwendigerweise die Frage nach einem zunehmenden Inszenierungscharakter politischer Ereignisse sowie nach der Glaubwürdigkeit von medial vermittelter Darstellungspolitik.

¹² Der Begriff des „Pseudoereignisses“ geht auf Boorstin zurück und bezeichnet die Inszenierung von Ereignissen im Hinblick auf ihre massenmediale Resonanz (vgl. dazu: Boorstin 1961). Da jedoch in diesem Kontext vor allem die politische Natur der Ereignisse als vorgetäuscht zu betrachten ist, wird hier und im folgenden die begriffliche Erweiterung des pseudo-politischen Ereignisses verwendet.

3.2 Dimensionen symbolischer Politik

Die professionelle Entwicklung und Anwendung politisch-kommunikativer Strategien eröffnet dem politischen System die Möglichkeit, wünschenswerte Ausschnitte politischer Realitäten in mediengerechter Weise zur medialen Verbreitung anzubieten. Da Politik der Kommunikation und somit auch der Außendarstellung bedarf, erscheint die strategische Erhöhung eigener Publikationswahrscheinlichkeiten zunächst als logische und produktive Nutzung moderner, medialer Kommunikationsbedingungen. Die auf diese Weise ausschnittthaft kreierte und daher vermittelbare Stellvertretung politischer Vorgänge birgt jedoch ebenfalls die Gefahr der Ersetzung von Entscheidungspolitik durch ihre mediengerechte Aufmachung. In Ergänzung der von Choi definierten Begrifflichkeiten wird symbolische Politik an dieser Stelle nicht nur als Mittel sondern auch als Ergebnis politischer Kommunikationsstrategien kontrovers diskutiert. Unter dieser Perspektive erfolgt eine Gleichsetzung von symbolischer Politik mit dem beobachtbaren Ergebnis der Schaupolitik, die als eine Art Surrogat für nicht dargestellte Entscheidungshandeln bewertet wird. In der Literatur gibt es zahlreiche kritische Einschätzung einer so verstandenen symbolischen Politik. Die Existenz einer Darstellungsebene von Politik ist in dieser Diskussion wenig kontrovers, die Kritik konzentriert sich vor allem auf den schwindenden Verweisungszusammenhang zwischen Entscheidungs- und Darstellungsebene. Wenn eine vollständige Ablösung dieser Ebenen zu befürchten ist und die Ebene der Darstellung das Entscheidungshandeln ersetzt, dann erscheint symbolische Politik tatsächlich als „Ersatz von politischen Problemlösungen durch Kommunikation“ (Schulz 1987: 138).

Die Evaluation symbolischer Politik als Ersatzleistung erfordert dennoch eine differenzierte Betrachtung ihrer verschiedenen Dimensionen und Funktionen. Ausgerichtet an den zugrundeliegenden Intentionen der Akte symbolischer Politik lassen sich drei unterschiedliche Arten symbolischer Politik unterscheiden. So kann symbolische Politik einerseits als Mittel der Komplexitätsreduktion eingesetzt werden, andererseits aber ebenfalls zur Wirklichkeitsreduktion oder Wirklichkeitsverfälschung dienen:

„Sie kann von Politikern als Mittel der Wirklichkeitsverfälschung eingesetzt werden, um das Publikum gezielt im Sinne einer bewussten Falschdarstellung zu täuschen; sie kann als Mittel der Wirklichkeitsreduktion dienen, indem symbolische Handlungen einen Teil der Wirklichkeit in den Vordergrund stellen, um dadurch von anderen Aspekten abzulenken, oder sie kann als Mittel der Komplexitätsreduktion zur vereinfachten Darstellbarkeit substantieller Politik verwendet werden“ (Sartor 2000: 144).

Die von Sartor formulierten Arten symbolischer Politik unterscheiden sich maßgeblich in der Intention ihrer Entstehung, Herstellung und Verbreitung. Im folgenden wird dennoch davon ausgegangen, dass die unterschiedenen Arten symbolischer Politik bei ihrer Umsetzung immer auch ineinander enthalten sind. Wenngleich sich Wirklichkeitsreduktion im definierten Sinne und insbesondere Wirklichkeitsverfälschung intentional von Komplexitätsreduktion unterscheiden, können und müssen sie sich doch ihrer bedienen. Die interessengeleitete Reduktion von Wirklichkeit bedarf unweigerlich der Reduktion von Komplexität. Anders betrachtet ist die Reduktion von Komplexität ebenso unausweichlich eine mehr oder weniger absichtsvolle Reduktion von Wirklichkeit. Denn was zur vereinfachenden Darstellbarkeit aufbereitet wird, schließt immer auch die Nicht-Darstellung von Nicht-Dargestelltem mit ein. Die Auswahlentscheidung, die unweigerlich in der Komplexitätsreduktion enthalten ist, zieht insbesondere auf politischer Seite den Verdacht der interessengeleiteten Vereinfachung auf sich. Unter den dargestellten Kommunikationsbedingungen politischer Akteure sowie der Professionalisierung ihrer politisch-kommunikativen Strategien vollzieht sich Komplexitätsreduktion vermutlich nicht allein um ihrer selbst willen, sondern ist neben Selbstzweck auch strategisches Mittel zur erwünschten Reduktion von Wirklichkeit.

Insbesondere im Kontext massenmedialer Vermittlungsbedingungen kommt Reduktionsmechanismen eine große Bedeutung zu. Die mit ihnen einhergehende Vereinfachung komplexer Zusammenhänge erleichtert nicht nur die medieninterne Verarbeitung des Darzustellenden sondern enthält ebenso eine potentiell rezeptionsentlastende Komponente. Diese mehrdimensionale Vorteilhaftigkeit komplexitätsreduzierender Darstellungen von Politik gewährleistet eine eigennützige Akzeptanz ihrer Ausdrucksformen auf Seiten der Medien und eröffnet gleichzeitig für das politische System die Möglichkeit einer erwünschten Wirklichkeitsreduktion durch akzeptierte Komplexitätsreduktion. Auf der Ebene der symbolischen

Politik verbinden sich daher mediale Vermittlungskriterien mit politischen Darstellungsbedürfnissen, so dass ein wechselseitig vorteilhafter Kreislauf entsteht, der sich stetig selbst verstärkt.

Symbolische Politik erscheint vor diesem Hintergrund als prädestiniertes Element der medialen Politikvermittlung. In Anerkennung und Einberechnung gegenseitiger Bedürfnisse, sind die am Vermittlungsprozess beteiligten Systeme wohl positioniert. Die Professionalität und Effizienz der vorgestellten Kommunikationsstrategien verweist auf die routinierte Beziehung der beteiligten Systeme sowie ihre scheinbar reibungslose Interaktion. Die infolgedessen als vorbereitet und inszeniert empfundenen Medienauftritte politischer Akteure erinnern an das Bühnenmodell des Theaters. Früh wurde der Vorwurf laut, Politik sei nur noch „Zuschauersport“ (Edelman 1976:4) und ein „Aufmerksamkeit heischendes Schauspiel“ (Käsler 1991: 25). Dennoch muss ein wichtiger Unterschied zur Bühnenanalogie hervorgehoben werden. Während der Schauspieler im Sinnbereich Theater agiert und infolgedessen der Inszenierungscharakter seiner Darstellung deutlich ist, darf der Auftritt eines politischen Darstellers nicht als inszeniert erscheinen (vgl. Kugler 1998: 155). Fällt der politische Darsteller aus der Rolle, gefährdet er seine Glaubwürdigkeit und Integrität. Diese Verschleierung des Inszenierungscharakters erscheint dabei bedenklicher als die Inszenierung selbst, da eine überzeugende Darstellungsleistung auf der Vorderbühne die Existenz und Bedeutung der Hinterbühne gänzlich negiert. Symbolische Politik dient an dieser Stelle nicht mehr der Darstellbarkeit substantieller Politik und geht ebenfalls über die Wirklichkeitsreduktion im Sinne einer Überbetonung ausgewählter Teile politischer Realitäten hinaus. Vielmehr bewegt sich symbolische Politik in dieser Form in eigenständigen, abgelösten Sinnzusammenhängen und wird damit zur sinnfälligen Inszenierung, die nur noch auf eine trügerische Suggestion verweist (vgl. Dörner 1995: 53). Denn der eigentliche Prozess der politischen Kompromiss- und Entscheidungsfindung wird vollständig ausgeblendet und verliert sich in den routinierten Inszenierung der Darstellungsebene von Politik.

3.3 Symbolische Politik als Legitimationsfalle?

Die Betrachtung von symbolischer Politik als inszenierte Ersatzleistung sowie ihre stetige Reproduktion im Rahmen medialer Politikvermittlung findet vor allem im Hinblick auf eine Gefährdung der politischen Partizipation viele Kritiker. Denn eine Überordnung der Darstellungsebene von Politik gegenüber den zu vermittelnden Inhalten legt die Kritik nahe, dass symbolische Politik nicht in erster Linie auf rationale Überzeugungsleistungen angelegt ist, sondern vielmehr in seiner appellativen Funktion zu betrachten ist. Politikvermittlung in den Medien verbreitet interessengeleitet konstruierte Darstellungen von Politik und erscheint damit als ein „kommunikatives Kunstprodukt zur Erzeugung von Loyalitätsbereitschaft und politischem Vertrauen“ (Sarcinelli 1987a: 27). Die Bedenken bezüglich einer Beeinträchtigung des demokratischen Prozesses sind vielfach diskutiert worden und stellen keineswegs eine neuartige Erscheinung dar. So vertrat Habermas eine Soziologie der angewandten Aufklärung¹³ und forderte die Verwirklichung einer demokratischen, vernünftigen Gesellschaft, die von mündigen und emanzipierten Bürgern gestaltet wird (vgl. Treibel 1997: 47). In seinem Buch ‚Strukturwandel der Öffentlichkeit‘ grenzt Habermas die demokratische Öffentlichkeit als kommunikative Funktion widerstreitender Interessen und Argumente gegenüber der repräsentativen Öffentlichkeit ab. Habermas mahnt dabei die Präsentation elitärer Ansprüche und Entscheidungen an, die einem demokratischen Diskurs entgegenstehen. Die Verschränkung von öffentlichem und privatem Bereich resultiert in einer Entkräftung bzw. einem Verfall der bürgerlichen Öffentlichkeit, die Habermas unter dem Stichwort der ‚Refeudalisierung‘ der Gesellschaft diskutiert und die sich ebenfalls auf die politische Öffentlichkeit erstreckt. Eine solche Refeudalisierung der politischen Öffentlichkeit bedeutet eine Entdemokratisierung der Gesellschaft, denn „in ihr [der Refeudalisierung] streben die Organisationen mit dem Staat und untereinander politische Kompromisse, möglichst unter Ausschluss der Öffentlichkeit, an, müssen sich dabei aber durch Entfaltung demonstrativer oder manipulierter Publizität beim mediatisierten Pub-

¹³ Die Aufklärung der bürgerlichen Öffentlichkeit sollte dabei mit den Mitteln der Ideologiekritik erreicht werden – Emanzipation, Bewusstwerdung und Reflexionsprozesse werden für Habermas zu entscheidenden Voraussetzungen und integralen Bestandteilen von Demokratie (vgl. Treibel 1997: 47).

likum plebiszitärer Zustimmung versichern“ (Habermas 1990: 337). Dieses Verständnis einer politischen Öffentlichkeit weist auf die Verschiebung vom Idealzustand der „Politik durch das Volk“ auf das Prinzip „Politik vor dem Volk“ hin.

Auch Edelman diskutiert die Möglichkeiten der Partizipation von Bürgerseite. Er unterscheidet grundlegend zwischen Politik als „politische Tätigkeit von organisierten Gruppen zur Durchsetzung ganz spezifischer Vorteile“ und der Politik als „Zuschauersport“ bzw. „Parade abstrakter Symbole“ (Edelman 1976: 4). Edelman stellt die politische Elite einer Massenöffentlichkeit gegenüber, die mit Akten symbolischer Politik konfrontiert wird. Für Edelman besteht symbolische Politik im wesentlichen aus den Elementen des Rituals¹⁴ und des Mythos¹⁵, die in sich selbst verstärkender Weise „Konformismus fördern und zugleich Befriedigung und Freude über diesen“ (Edelman 1976: 14). In diesem Zusammenhang wird die Masse, so Edelman, auf bestimmte Bedeutungen eingeschworen, „weil sie für das ergebene Sich-Fügen der Öffentlichkeit in das Schalten und Walten der verschiedenen Eliten – und damit für den sozialen Frieden unentbehrlich sind“ (Edelman 1976: 2). Sarcinelli bezieht sich auf die von Edelman angeregte Beurteilung politischer Ereignisse nach ihrem Nennwert sowie ihrem dramaturgischen Symbolwert (vgl. Sarcinelli 1987b: 55). Die Trennung dieser Ebenen findet sich im Rahmen seiner „Scherenthese“ wieder, die davon ausgeht, dass sich zwischen der Herstellung von Politik im Entscheidungsprozess und der Politikdarstellung im Vermittlungsprozess eine immer größer werdende Schere öffne, die für das demokratische System zur Legitimationsfalle werden könne (vgl. Sarcinelli 1994: 36). Gleichzeitig jedoch erkennt Sarcinelli in dieser Darstellung von Politik ebenfalls ein produktives Element, indem er eine Funktion der Bewältigung von Informationsmengen anerkennt:

„Mit Hilfe von Symbolen oder symbolischen Handlungen verschaffen sich die Akteure nicht nur Gehör im Kommunikationswirrwarr des politischen Alltags, indem sie versuchen, Ereignisse zu inszenieren, Themen zu bestimmen, Begriffe zu besetzen. Durch symbolische Verdichtungen in der politischen Kommunikation entsprechen sie auch einem verbreiteten Bedürfnis nach Komplexitätsreduktion, nach Anschaulichkeit und nach Identifikation“ (vgl. Sarcinelli 1987b: 6).

¹⁴ Edelman definiert das Ritual als „eine motorische Aktivität, bei der sich die Beteiligten symbolisch zu einer gemeinsamen Unternehmung zusammenfinden“ (vgl. Edelman 1976: 14).

¹⁵ Der Mythos bezeichnet an dieser Stelle „eine von einer großen Gruppe von Menschen geteilte Überzeugung, die nicht hinterfragt wird und Ereignissen und Handlungen einen bestimmten Sinn verleiht“ (Edelman 1976: 110).

Auch die Systemtheorie nach Luhmann eröffnet der Darstellungsebene von Politik eine funktionale Betrachtungsweise. Denn Komplexität bedarf der Reduktion, um Kommunikation zwischen den Systemen und die Handlungsfähigkeit im System zu ermöglichen. Darstellungspolitische bzw. schaupolitische Strategien in der medialen Vermittlung von Politik können unter dieser Perspektive als Möglichkeiten der Übertragung von reduzierter Komplexität betrachtet werden, die Anschlussprobleme zwischen Systemen oder einzelnen Segmenten innerhalb eines Systems bewältigen (vgl. Käsler 1991: 57). Sowohl als strategisches Instrumentarium wie auch als dessen Ergebnis in Form von medienwirksamen Darstellungsweisen dient symbolische Politik demnach der Verdichtung und Vereinfachung von komplexen Sachverhalten, denn sie ist „nicht nur Ablenkung durch Simulation, sondern auch die notwendige Antwort auf den gesellschaftlich vorhandenen Bedarf an symbolischer Orientierung“ (Dörner 1995: 56). Indem symbolische Politik politische Inhalt verkürzt und den Schwerpunkt auf die Darstellungsebene verschiebt, kann eine größere Verständlichkeit erreicht werden. Die Vielschichtigkeit der Informationen wird dabei beispielsweise durch symbolische Darstellungstechniken und sich wiederholende Vermittlungsmuster reduziert (vgl. Kapitel 4). Durch ständige Wiederholung gleicher Darstellungsmuster wird symbolischer Politik automatisch ein bestimmter Bedeutungszusammenhang zugeordnet, so dass vereinfachende Rezeptionsschemata entstehen:

„Die Darstellung symbolischer Politik bietet den Vorteil, dass zum einen nur kurze Sequenzen bis hin zu einzelnen Schlüsselbildern ausreichen, um eine Resonanz beim Zuschauer zu erreichen. Dabei werden entweder Handlungen nach konventionellem Muster in Form von vorfahrenden Limousinen, händeschüttelnden Politikern, Grundsteinlegungen oder Vertragsunterzeichnungen gezeigt“ (Schicha 1999: 143).

Die Verständlichkeit solcher und ähnlicher Schlüsselbilder prädestinieren sie zur medialen Verbreitung vermeintlich politischer Mitteilungen. Da ein grundsätzliches Interesse audiovisueller Medien an eingängigen Bildern vorausgesetzt werden darf, können solche Schlüsselbilder von politischer Seite bewusst angeboten werden. In diesem Prozess der Übernahme von politischen Kommunikationsangeboten in die Berichterstattung ist die Struktur und Beschaffenheit des Mediensystems von großer Bedeutung. Denn im Hinblick auf die offengeschlossene Systemkonzeption der Massenmedien ist davon auszugehen, dass es zwar von außen zur Kommunikation angeregt werden kann, die Aufbereitung und Verarbeitung der Informationen jedoch systemspezifischen Regeln folgt. Aus der Autonomie

des Mediensystems ergibt sich also ein Transformationsprozess, in dem die an das System herangetragenen Informationsangebote nach systemspezifischen Regeln aufgearbeitet werden. In diesem Zusammenhang weist Sartor auf den Grad der Autonomie und Stärke des Mediensystems hin, der Form und Ausmaß eben dieser Transformation determiniert. Er geht davon aus, dass im Fall eines schwachen Mediensystems ein angebotener Akt symbolischer Politik unreflektiert und ungefiltert an das Publikum weitergegeben und keine systeminterne Codierung vorgenommen wird. Bei starken Medien hingegen erfolgt eine Neucodierung (vgl. Sartor 2000: 67). Symbolische Politik ist damit einerseits das Produkt einer Anpassung an die Bedürfnisse der Medien und andererseits das Ergebnis der medien-spezifischen Transformation politischer Information. Sie kann sowohl im Sinne der Wirklichkeitsreduktion oder Wirklichkeitsfälschung als ein strategisches Verfahren zur intentional gestalteten Selbstdarstellung genutzt werden, als auch im Sinne der Komplexitätsreduktion zur verständlichen Politikdarstellung beitragen.

Die dargestellte Kritik an symbolischer Politik gilt dabei in erster Linie der intentionalen Vermischung von vereinfachender Politikdarstellung und interessengeleiteter Selbstdarstellung. Strategische Wirklichkeitsreduktion durch mediengerechte Komplexitätsreduktion hat nämlich nicht nur eine allgemeine Überbewertung der Darstellungsebene, sondern auch eine Ablenkung von der Entscheidungsebene von Politik zur Folge. In diesem Fall büßen Medien als legitimitätssichernde Moderatoren zwischen den Repräsentanten und Repräsentierten eines politischen Systems einen Großteil ihrer Informationsfunktion ein. Unter diesem Aspekt betrachtet, ist eine allzu große Annäherung der Systeme Politik und Medien demokratietheoretisch wenig wünschenswert. Letztlich gefährdet eine zu starke Zusammenarbeit ebenfalls die Integrität des Journalismus, der seine Glaubwürdigkeit verliert, „wenn er statt Nachrichten PR produziert“ (Weischenberg 2000: 122). Die Durchlässigkeit auf Medienseite für politische Kommunikationsangebote ist insofern nicht nur für die Information des Rezipienten, sondern auch für die grundsätzliche Position des Mediensystems von Belang. Vor dem Hintergrund der Verschmelzung medialer Präsentations- und politischer Selbstdarstellungsbedürfnisse erscheint die Generierung alternativer Vermittlungsmöglichkeiten jedoch unwahrscheinlich. Die an der Entstehung von symbolischer Politik beteiligten Systeme sind im Vermittlungsprozess wohlsituiert und reagieren auf gegenseitige

Bedürfnisse. Auch dem Inszenierungscharakter des so entstehenden Medienproduktes sind positive Aspekte abzugewinnen, denn selbst wenn sich die Theatralisierung von Politik auf die Logik des Politischen nicht einlassen muss, erzeugt sie ein beispielloses Maß an Aufmerksamkeit für politische Themen (vgl. Meyer 1998: 173). Die Vereinfachung politischer Inhalte, die mit inszenierter Darstellungspolitik einhergeht, ist daher bedenklich aber gewissermaßen unumgänglich. Denn die mediale Darstellung von Politik kann prinzipiell immer nur kleine Ausschnitte der politischen Realität umfassen, da jede Präsentation des Politischen unweigerlich unvollständig bleiben muss (vgl. Schicha 2002b: 64). Die Entstehung und Resonanz von symbolischer Politik erscheint vor diesen Hintergründen als Konsequenz der Vermittlungsbedingungen insbesondere audiovisueller Medien. Die mediale Darstellung politischer Inhalte ringt mit der unumgänglichen Unvollständigkeit jeder Vermittlungsleistung und stößt an die Grenzen der grundsätzlich problematischen Darstellbarkeit von Politik sowie der Leistungsfähigkeit ihrer Medien.

4. Darstellung von Politik im Fernsehen: Strategien & Mechanismen

Im Zuge der Professionalisierung politischer PR ist ein nahezu unerschöpflicher Vorrat an politisch-kommunikativen Strategien entstanden, mit deren Hilfe politische Akteure Publizität zu erreichen und Unterstützung zu mobilisieren versuchen. Symbolische Politik als die Gesamtheit dieser Strategien bezieht sich auf die Darstellungsebene von Politik und ist weitgehend auf Medien ausgerichtet. Gleichzeitig ist symbolische Politik Ausdruck der Medialisierung von Politik und ihrer Anpassung an mediale Relevanzkriterien. Mit diesem Anpassungsprozess gehen notwendigerweise Konsequenzen für die mediale Vermittlung von Politik einher, deren Mitgestaltung das Ziel von symbolischer Politik darstellt. Die Möglichkeit der Mitgestaltung erfordert jedoch eine Veränderung des Gegenstandes im Hinblick auf mediale Auswahlkriterien, die beim Fernsehen aufgrund des Zeitzwangs und dem begrenzten zeitlichen Rahmen des Mediums als besonders eng und spezifisch einzuschätzen sind. Zur Erhöhung der Publikationswahrscheinlichkeit erwünschten Materials werden daher mediale Bedürfnisse in die Darstellung politischer Inhalte einbezogen, wodurch sich diese aber notwendigerweise grundlegend verändern. Ausgehend von einer stetig enger werdenden Beziehung von Politik und Fernsehen stellt Tenscher gravierende Veränderungen von Politik für das Fernsehen und von Politik im Fernsehen fest, welche durch mehrere Megatrends gekennzeichnet seien, nämlich „immer mehr Ritualisierung, Visualisierung, Inszenierung, Dramatisierung, Personalisierung und Entpolitisierung der Politikvermittlung“ (Tenscher 1998: 204). Die von Tenscher beobachteten Megatrends für Politik vollziehen sich mittels ausdifferenzierter Darstellungsmechanismen, denen sowohl von Seiten des Mediensystems als auch von Seiten des politischen Systems Vorschub geleistet wird. Im Folgenden sollen einige dieser Mechanismen im Hinblick auf ihre Entstehungsbedingungen sowie Funktionen und Folgen für die politische Berichterstattung im Fernsehen betrachtet werden.

4.1 Personalisierung

Die Personalisierung ist ein zentrales Muster der Vermittlung wie auch der Wahrnehmung von Politik und bedeutet, „daß die Person zum Deutungsmuster komplexer politischer Tatbestände wird, und zwar in der Selbstdarstellung der Politik, in der Darstellung von Politik in den Medien oder auf Seiten der Wählerschaft bzw. des Publikums“ (Holtz-Bacha 1998: 241). Personalisierung umschreibt daher die Bezugnahme auf Personen bei der Konstruktion von politischer Realität. Komplexe Sachverhalte werden an Einzelakteuren festgemacht, wobei diese dann zu Repräsentanten eines gesamten Problemkreises und zu Hauptakteuren der medialen Berichterstattung gemacht werden. Die personenbezogene Berichterstattung verlagert den Schwerpunkt des politischen Diskurses von der sachlich-abstrakten auf eine persönlich-anschauliche Ebene, indem Sachkonflikte anhand von Figurenkonstellationen umschrieben werden. Die besondere Leistung der Personalisierung besteht damit in der Vereinfachung politischer Sachverhalte und damit in der Reduktion politischer Komplexität:

„Die meisten politischen Sachfragen sind so kompliziert, daß nur Experten die Einzelheiten überblicken können. In dieser Situation stellt die Personalisierung von Auseinandersetzungen eine Möglichkeit zur Reduktion der Komplexität dar, weil sich ein Laie eher ein Urteil über die beteiligten Personen bilden kann“ (Kepplinger 2000: 180).

In ihrer Funktion als Mechanismus zur Komplexitätsreduktion entspricht das Muster der Personalisierung den Selektionsroutinen der Medien und insbesondere des Fernsehens, das unter dem Aspekt der Visualisierungsmöglichkeit eine Konzentration auf politische Akteure statt auf politische Prozesse unterstützen dürfte. Indem sie unter dem Gesichtspunkt der Darstellbarkeit operieren, treiben audiovisuellen Medien auf diese Weise eine Personalisierung der Berichterstattung voran. Der fernsehspezifische Zeigezwang führt zu einer Konzentration der Berichterstattung auf konkrete Dinge und Personen: „So wird die Politik verkürzt auf das Vorzeigbare mit dem Effekt, dass sich die Informationen auf die politische Persönlichkeit konzentrieren“ (Bergsdorf 1995: 187).

Diese sich selbst verstärkende Verbindung zwischen den Bedürfnissen audiovisueller Medien und der Personalisierung als Mechanismus zur Komplexitätsreduktion beschreibt Personalisierung zunächst einmal als ein zeitgenössisches Phänomen im Politikvermittlungsprozess. Doch ist die Personalisierung ein altbewährtes

Stilmittel der Darstellung politischer Ordnung und Macht, auch wenn die konkrete Umsetzung dieses Phänomens an die jeweilige Herrschaftsform gebunden ist und daher als ordnungsspezifisch betrachtet werden kann. So hat der französische Monarch Louis XIV bereits im 17. Jahrhundert die ihm zur Verfügung stehenden Mittel und Medien zur Selbstdarstellung und Imageproduktion eingesetzt. In welchem Ausmaß das damalige politische System vom Phänomen der Personalisierung durchsetzt war, zeigt sich eindrucksvoll in dem vielzitierten, dem Sonnenkönig zugeschriebenen Epigramm „l’etat, c’est moi“ (Burke 1993: 19). Natürlich haben seither sowohl die Herrschaftsordnung an sich als auch die Mittel ihrer Außendarstellung eine grundlegende Wandlung erfahren, doch ist die Personalisierung politischer Sachverhalte keineswegs überholt. Vielmehr ist der Fortbestand personalisierender Mechanismen parallel zu mediengeschichtlichen Entwicklungen zu beobachten. Denn Form und Art der Vermittlung von Politik entfalten sich in Abhängigkeit von den zur Verfügung stehenden Mitteln, d.h. besonders vom Entwicklungsstand der Verbreitungsmedien.

Seit dem 19. Jahrhundert verleihen medientechnische Innovationen der Personalisierung weiteren Auftrieb, wobei besonders die Entstehung und Vermehrung visuell-ikonischer Reproduktionsverfahren wie Fotografie und Film maßgeblich waren sowie später das Fernsehen, „das mit seiner zunehmenden Permanenz die Präsenz von Personen für die medienvermittelte Wahrnehmung der Menschen erhöhen musste“ (Wilke 1998: 288). Die Personalisierung von Sachverhalten wird damit in Verbindung zu modernen Techniken der Nachrichtenverarbeitung und -verbreitung gesetzt. Dieser Zusammenhang wurde bereits von Galtung formuliert und neben dem Bedürfnis nach Identifikation als Grund für eine personalisierende Tendenz in der Berichterstattung angeführt:

„The thesis is that news has a tendency to present events as sentences where there is a subject, a named person or collectivity consisting of a few persons, and the event is then seen as a consequence of the actions of this person or these persons“ (Galtung 1980¹⁶: 124).

Die Personalisierung politischer Information ist seither ein fester Bestandteil der medialen Politikvermittlung, die sich unter abweichenden Bezeichnungen auch in

¹⁶ Diese Erkenntnisse beziehen sich ursprünglich auf eine 1965 von Galtung und Ruge im ‚Journal of Peace Research‘ veröffentlichte Studie mit dem Titel: „The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in Four Norwegian Newspapers“.

unterschiedlichen Katalogen von Nachrichtenfaktoren wiederfindet (vgl. Galtung 1980, Schulz 1990). Es wird dabei angenommen, dass Personalisierung bzw. der Personenstatus zu einem gewissen Grad die Publikationswahrscheinlichkeit eines Ereignisses determiniert. In einer Langzeitstudie von Kepplinger und Bastian zum prognostischen Gehalt der Nachrichtenwert-Theorie zeigt sich die Stabilität und Bedeutung des Nachrichtenfaktors Personalisierung. In einem Untersuchungszeitraum von 1951 bis 1995 wurde der Einfluss von elf Nachrichtenfaktoren¹⁷ auf den Umfang der Nachrichtenbeiträge in *FAZ*, *SZ* und *Die Welt* geprüft, wobei sich Personalisierung als einer von fünf stabil signifikanten Nachrichtenfaktoren darstellte, der zudem mit nur zwei anderen Faktoren einen deutlichen Bedeutungszuwachs im Laufe des untersuchten Zeitraumes aufwies (Kepplinger/Bastian 2000: 468). Auch im Zusammenhang mit Fernsehberichterstattung hat sich der Nachrichtenfaktor Personalisierung als erklärungsstark erwiesen. In einer Untersuchung zur Rezeptionsselektivität zeigten sich die Faktoren Personenstatus, Personalisierung und Überraschung als besonders einflussreich auf die Erinnerungsleistung der Rezipienten (vgl. Eilders/Wirth 1999: 54). Diese Befunde stimmen auch mit den Ergebnissen früherer Studien überein, in denen sich die genannten Faktoren als einflussreiche Größen bei der Nachrichtenselektion durch das Publikum bestätigt hat (vgl. Eilders 1997).

Die Personalisierung politischer Ereignisse erscheint daher als wirksames Instrument der Darstellung von Politik und ist als mitbestimmender Faktor in der journalistischen Selektion wie auch der Auswahl durch das Publikum zu betrachten. Vor allem in Verbindung mit elitären oder prominenten Personen ist Personalisierung einen wichtiger Bestandteil des jeweiligen Nachrichtenwerts¹⁸. Die Bedeutung des Zusammenwirkens von Prominenz und Personalisierung wurde schon früh in der Beobachtung von Politikberichterstattung konstatiert:

¹⁷ Diese Nachrichtenfaktoren waren: Status der Ereignisregion, institutioneller Einfluss, persönlicher Einfluss, Personalisierung, Kontroverse, Aggression, Reichweite, tatsächlicher bzw. möglicher Nutzen/Erfolg, tatsächlicher bzw. möglicher Schaden/Misserfolg.

¹⁸ Galtung betrachtet die Konzentration auf Personen mit elitärem Status als offensichtlich und bietet folgende Erklärung: „That news is elite-centred, in terms of nations or in terms of people, is hardly strange. The actions of the elite are, at least usually and in short-term perspective, more consequential than the activities of others: this applies to elite nations as well as elite people“ (Galtung 1980: 124).

„Stets sind die gleichen, wohlbekanntesten Spitzenpolitiker zu sehen, die häufig parteipolitische oder eigene Selbstdarstellung in den Mittelpunkt stellen, und nicht die weniger bekannten Parlamentarier, die meist weitaus sachlicher zu bestimmten politischen Themen Stellung beziehen“ (Czerwick 1987:175).

Nicht nur die Möglichkeit, einen Sachverhalt auf eine Person zu projizieren, sondern auch der Bekanntheitsgrad und die Position dieses Akteurs können folglich als ausschlaggebende Größen für Berichterstattung betrachtet werden. Zuerst einmal wird grundsätzlich eine höhere Aufmerksamkeit und ein größeres Interesse seitens der Rezipienten vermutet, sobald über eine prominente Persönlichkeit berichtet wird. Besonders in politischen Zusammenhängen bietet die Berichterstattung mittels prominenter Akteure dabei eine weitere Möglichkeit zur Komplexitätsreduktion, da die Meinungsäußerungen prominenter Politiker meist stellvertretend für die Position einer gesamten Partei oder Fraktion gewertet werden. Je höher der Status eines Politikers ist, desto größer erscheint die Bedeutsamkeit der Mitteilung und desto aufmerksamer werden diese registriert (Bergsdorf 2002: 272). Diese Attribuierung von Bedeutsamkeit und Stellvertretung lässt eine folgenreiche Zugangshierarchie politischer Akteure zu den Verbreitungsmedien entstehen, die den Eindruck erwecken, Politik sei auch unter demokratischen Bedingungen „eine Sache in der Hand weniger politischer Gladiatoren“ (Sarcinelli 1991: 484). Infolgedessen handelt es sich bei der personalisierten Darstellung von Politik in den Medien um einen zweistufigen Mechanismus der Komplexitätsreduktion. Denn die übergreifende Personenbezogenheit der Berichterstattung dient nicht nur einer Veranschaulichung komplexer Sachverhalte, sondern die darin enthaltene Konzentration auf prominente Akteure innerhalb dieses Reduktionsmusters erweitert die Berichterstattung um eine weitere Ebene der Stellvertretung: Personen ersetzen Sachverhalte – prominente Personen ersetzen Personen.

Prominenz kann damit als weiterer Faktor im Ringen um mediale Aufmerksamkeit betrachtet werden. Der Aspekt der doppelten Stellvertretung fördert die Medienpräsenz politischer Eliten, die als politikvermittelnde Schlüsselpersonen abstrakter Einrichtungen und Sachverhalte wie auch ganzer politischer Richtungen fungieren. Über die Betrachtung der Einflussgröße Prominenz hält damit ein weitere Form von Personalisierung in die Medienberichterstattung Einzug. Zu dem beschriebenen Phänomen der Repräsentation komplexerer Zusammenhänge durch individuelle Akteure, der Symbolisierung, tritt an dieser Stelle das Phänomen der

Hierarchisierung, indem diese Repräsentationsfunktion auf einen kleinen Kreis von immer wiederkehrenden Personen beschränkt wird (vgl. Marcinkowski/Greger 2000: 183). Einen dritten Bereich der Personalisierung stellt die Privatisierung von Politik dar, die individuelle Charakterzüge, Eigenschaften, Vorlieben und Abneigungen der am politischen Geschehen beteiligten Personen in den Mittelpunkt der Berichterstattung stellt. Die Privatisierung¹⁹ von Politik ist insofern als spezifische Form von Personalisierung zu verstehen, doch „während Personalisierung Politik in der Regel vereinfacht, werden durch Privatisierung explizit politische Inhalte oftmals verdrängt“ (vgl. Wegener 2001: 123). Die unterschiedenen Phänomene von Personalisierung in der Medienberichterstattung in Form von Symbolisierung, Privatisierung und Hierarchisierung verweisen auf die Differenziertheit sowie Ausgereiftheit von diesem Darstellungsmechanismus der Politik. Alle vorgestellten Ausformungen der Personalisierung dienen zunächst einmal der Reduktion politischer Komplexität und erleichtern damit die Produktion wie Rezeption medienvermittelter Politik. Denn der Mechanismus der Personalisierung veranschaulicht politische Inhalte und Zusammenhänge und macht diese an konkreten Personen beobachtbar. Diese visuelle Manifestation abstrakter Zusammenhänge kommt nicht nur medienspezifischen Präsentations- und Selektionsregeln entgegen, sondern verleiht dem Medienprodukt ebenfalls eine höhere Verständlichkeit. Die zusätzliche Konzentration der Berichterstattung auf wenige Schlüsselpersonen gewährt zudem eine gewisse Erwartungssicherheit beim Rezipienten (Schicha 1999: 158) und antwortet damit auf ein Orientierungsbedürfnis der Bürgerinnen und Bürger (vgl. Holtz-Bacha/Lessinger/Hettesheimer 1998: 240)

Gleichzeitig gewähren die beschriebenen Phänomene der Personalisierung ebenfalls großen Raum für politische Akteure bezüglich der Mitgestaltung ihrer Medienpräsenz. Auch von politischer Seite ist der Mechanismus der Personalisierung damit vorteilhaft, jedoch sind die Motive jenseits einer rezipientenorientierten Reduktion von Komplexität zu suchen. Die Konzentration auf politische Persönlichkeiten birgt vielmehr die Gelegenheit zur aktiven Nutzung der medialen Aufmerksamkeit als Forum für gezielte Selbstdarstellung. Bei schwindenden Partei-

¹⁹ Forschungsergebnisse weisen darauf hin, dass die Einschätzung von einzelnen Eigenschaften politischer Akteure sich in deren Gesamtbeurteilung sowie der Bewertung ihrer Kompetenzen durch die Bevölkerung niederschlagen (vgl. Brettschneider 1998: 399). Insbesondere für die Wahlwerbung im Fernsehen ist daher ein Höchstwert an Privatisierung festgestellt worden (Holtz-Bacha 1993: 13).

loyalitäten wird es für politische Akteure und Parteien immer unverzichtbarer, ein eigenes Profil zu entwickeln und politische Information verständlich und im eigenen Sinne aufzubereiten, um überzeugen zu können. Die Herausstellung und gleichzeitige Isolation einzelner Politiker wird dabei auf Kosten parteipolitischer und programmatischer Inhalte in Kauf genommen, denn „ihr Ansehen strahlt auf die von ihnen repräsentierten Organisationen aus“ (Marcinkowski/Greger 2000: 181). Im allgemeinen Einvernehmen treten einzelne politische Akteure folglich in den Vordergrund, um eine gesamte politische Strömung zu repräsentieren und zu verkörpern. Politische Akteure werden auf diese Weise selbst zu Symbolen für Politik, und durch die permanente mediale Beobachtung dieser repräsentativen Rolle, wird der Mensch gewissermaßen als Person markiert (Marcinkowski/Greger 2000: 194). Indem einzelne Personen auf diese Weise als Repräsentant einer Gruppe und Symbol einer politischen Denkweise funktionieren, erhält das politische Produkt gewissermaßen ein beobachtbares Äußeres, das Orientierung wie auch Wiedererkennung verspricht. In diesem Punkt erinnert die Personalisierung von Politik an wirtschaftliche Modelle, in denen über die Entwicklung von Marken Marktanteile gesichert werden sollen. Die ökonomische Theorie der Demokratie von Down verfolgt eben diese Idee der marktwirtschaftlichen Handlungsmaximen im Bereich der Politik (vgl. Down 1957). Parteien sind hier äquivalent zu Unternehmen, die Programme wie Güter produzieren, nicht aber für ein Gemeinwohl, sondern um Profit in Form von Stimmen zu machen. In Übertragung dieser marktwirtschaftlichen Konzeption erscheint die gezielte Personalisierung gewissermaßen als Verkaufsstrategie, im Rahmen derer Politiker wie Marken etabliert und promoted werden, um Marktanteile zu sichern.

Durch die konsequente Personalisierung komplexer Inhalte durch wenige Akteure ergibt sich jedoch ebenfalls ein personengebundener Machtzuwachs, der über parteipolitische Interessen hinausgeht. Besonders prominente Akteure haben die Gelegenheit, die Personalisierungstendenzen medialer Berichterstattung zugunsten des eigenen Machterhalts einzusetzen, denn „die wenigen Akteure, die ins politische Starsystem aufgenommen worden sind, können ihre Rolle als Medienstars wie eine autonome Machtquelle handhaben“ (Meyer 1997: 75). Schließlich ist Prominenz ein Faktor, der nicht nur den Zugang zu Massenmedien verschafft, sondern der ebenfalls durch diesen weiter verstärkt wird. Hat ein politischer Ak-

teur also einmal Prominenz erlangt, steigt die Wahrscheinlichkeit, für seine Anliegen und Positionen Beachtung zu finden und massenmediale Öffentlichkeiten zu erreichen. Personalisierende Selbstdarstellung eines politischen Akteurs ist damit nicht nur ein vereinfachendes Wahrnehmungsmuster, sondern ist ebenfalls ein Instrument, um Aufmerksamkeit zu erregen und politische Macht zu erlangen bzw. zu erhalten.

Die demokratiethoretischen Bedenken hinsichtlich der Personalisierung von Politik sind von vielen Seiten geäußert worden. Die Herausstellung einzelner Akteure als unvermeidbare Folge der Personalisierung wirft die Frage nach einer Verzerrung des politischen Prozesses auf. Befürchtet wird die Verwandlung des Politikvermittlungsprozesses in themenlose Personalplebiszite und Imageduelle, welche die strukturelle und institutionelle Seite von Politik gänzlich verkennen (vgl. Sarcinelli 1991: 148). Die Vernachlässigung schwer vermittelbarer Hintergründe und Zusammenhänge zugunsten leicht visualisierbarer Personalisierungen resultiert in dem Verlust der Möglichkeit, „politische Entscheidungen differenziert zu erläutern und Zustimmung für politische Entscheidungen zu mobilisieren“ (Bürklin 1997: 55). Betroffen ist folglich vor allem die Information und Entscheidungsfähigkeit der Wählerinnen und Wähler und somit letztlich die Legitimität des modernen demokratischen Systems. So konstatiert Groebel, Politik werde durch Personalisierung und Stilisierung zu einem ausschließlich von Personen getragenen Prozess, der wie eine Rückkehr der höfischen Öffentlichkeit erscheine, da sich die Repräsentation von einer Vertretung anderer zur Darstellung des Amtes entwickelt habe (vgl. Groebel 1995: 17). Auch wenn die Entlastungsfunktion der Personalisierung politischer Inhalte unbestritten ist, stellt sich dennoch die Frage, ob eine Reduktion von Komplexität nicht ebenfalls eine Reduktion von Handlungsfähigkeit bedeutet.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass Personalisierung als Mechanismus zur Reduktion von Komplexität in der Politikberichterstattung dient und gleichzeitig auch von politischer Seite als Strategie der Selbstdarstellung genutzt werden kann. Personalisierung operiert ebenfalls in der Funktion eines Nachrichtenfaktors, dessen Bedeutung sich in Verbindung mit Prominenz weiter erhöht. Vor dem

Hintergrund dieser Überlegungen können verschiedenen Vermutungen für die tagesaktuelle Politikberichterstattung im Fernsehen abgeleitet werden:

- Politischer Sachverhalte werden an Personen aufgezeigt, d.h. Themen politischen Inhalts werden vermehrt unter Beteiligung politischer Akteure dargestellt.
- Die Präsenz eines politischen Akteurs in den Medien steigt mit seinem Status und seiner politischen Position.
- Die Politikberichterstattung ist nicht nur durch die Konzentration auf Akteure gekennzeichnet ist, sondern zeigt zusätzlich eine Konzentration auf prominente Personen.

4.2 Emotionalisierung

Die diskutierten Aspekte der Personalisierung und Privatisierung politischer Kommunikation ebnen den Weg für eine Betrachtung emotionaler Komponenten im Prozess der medialen Politikvermittlung. Denn mit der Hervorhebung der Person politischer Akteure stellt sich unweigerlich die Frage nach einer Emotionalisierung von Berichterstattung, im Rahmen derer „affektive Ansprachemodi“ (Brosda 2002: 112) genutzt werden, um emotionale Aspekte zu betonen und Sachaspekte zu vernachlässigen (vgl. Bente/Fromm 1997: 20). Im Zusammenhang mit audiovisueller Politikberichterstattung sind verschiedene Ebenen der Emotionalisierung zu unterscheiden, da emotionales Erleben und Gestalten auf allen Seiten des politischen Kommunikationsprozesses eine maßgebliche Rolle spielen. So ist Emotionalisierung sowohl im Sinne der dargestellten, menschlichen Gefühlsausdrücke seitens politischer Akteure zu evaluieren als auch auf Ebene der journalistischen, dramaturgischen Gestaltung zu betrachten. Nicht zuletzt ist die emotionalisierte Darstellung politischer Inhalte auf den Rezeptionsprozess gerichtet und bringt dort wiederum Gefühle hervor. Die Emotionalisierung von politischen Sachverhalten ist infolgedessen ein ständiger und vielseitiger Begleiter des gesamten politischen Kommunikationsprozesses und ist auf Ebene der politischen Selbstdarstellung sowie der journalistischen Produktion und schließlich der Rezeption zu diskutieren.

Der Begriff der Emotion bezeichnet ein komplexes Phänomen subjektiven Erlebens, das zunächst in der Psychologie und später auch in anderen Fachbereichen untersucht und zu definieren versucht wurde. Viele der neueren Begriffsbestimmungen teilen die Aufspaltung in ein inneres, subjektives Empfinden und den äußeren, beobachtbaren Ausdruck dieser Empfindung. Im Sinne der soziologischen Annäherung von Gerhards sind Emotionen dabei immer von negativer oder positiver Gefühlsqualität und entstehen als Reaktion auf die Umwelt:

„Emotionen sind eine positive oder negative Erlebnisart des Subjektes, eine subjektive Gefühlslage, die als angenehm oder unangenehm empfunden wird. Emotionen entstehen als Antwort auf Bewertungen von Stimuli und Situationen; sie können mit einer physiologischen Erregung einhergehen und können in Form von Emotionsexpressionen zum Ausdruck gebracht werden“ (Gerhards 1988:16).

Die Ausdrucksforschung als Teilgebiet der Psychologie hat sich ausführlich mit den unterschiedlichsten Arten der Emotionsexpression auseinandergesetzt und betrachtet insbesondere die Gestik als Offenbarung innerer Gefühlsregungen (vgl. Frey 1999: 43). Auch in der heutigen Emotionsforschung gilt das Ausdrucksverhalten als aussagekräftiger Indikator für Emotionen, der sich insbesondere auf Ebene der Mimik, Stimme, Gestik und Haltung niederschlägt. Der Gebrauch des Ausdrucksgebarens ist dabei kulturell vermittelt und kann die Kommunikation um eine intersubjektiv verständliche, affektive Ebene ergänzen. Jeder Gefühlsausdruck hat insofern Zeichencharakter (vgl. Saxer/Märki-Koepp 1992: 50) und dient der Strukturierung von Situationen und dem Verweis auf soziale Verhaltensregeln und Sinnzusammenhänge.

Gefühle fungieren als kultureller Code und erleichtern die Konstitution von Sinn. Als sichtbare Materialisierung der schwer zugänglichen, inneren Prozesse bilden Gefühlsausdrücke auf diese Weise die Basis für nonverbale Referenzsysteme, die überindividuelle Bedeutungszuweisungen bereithalten und dadurch Kommunikation entlasten. Emotionen sind folglich gleichzeitig subjektives Erlebnis wie äußerer Ausdruck und dienen über ihren kulturell vermittelten Zeichencharakter der Orientierung wie auch der Reduktion von Handlungsmöglichkeiten. Das emotionale Erleben einer Situation schränkt die Vielfalt der Verständnis- sowie Handlungsmöglichkeiten ein und ist folgerichtig ein konstruktiver Prozess, über den das Individuum auf seine Umwelt Bezug nimmt. Auf der Grundlage dieser Überlegungen versteht Krotz Emotionen als eine Form des Realitätszugangs, der im Sinne einer simultanen Welterfassung Beziehungen zwischen dem Individuum und einem Gegenstand der Situation herstellt und diesen Gegenstand darüber hinaus emotional differenziert (vgl. Krotz 1993:490). Gefühle erleichtern somit die Strukturierung von Situationen und bilden ein „zwar zum kognitiven System komplementäres, aber prinzipiell autonomes Steuerungssystem“ (Krotz 1993: 486). Indem Emotionen einen eigenständigen Modus der Konstruktion von Wirklichkeit bereithalten, sind sie ein integrativer Bestandteil jeder Art von Kommunikation.

Auch im Fall der medienvermittelten Kommunikation spielen Emotionen eine wesentliche Rolle und prägen den Vermittlungsprozess sowohl seitens der Produktion wie auch seitens der Rezeption. Als Möglichkeit zur Reduktion von

Komplexität erscheint die gezielte Hervorhebung von Emotionen als besonders geeignet für die mediale Politikvermittlung, die unter starken Produktions- wie Darstellungszwängen komplexe Inhalte zu transportieren versucht. Nicht zuletzt aufgrund der guten Visualisierungsmöglichkeiten von Emotionsexpressionen spielt das Fernsehen in diesem Zusammenhang eine besondere Rolle. Das audiovisuelle Medium kann das Ausdrucksverhalten von Expressionen in Ton und Bild dokumentieren und dem Rezipienten damit einen kognitiven wie affektiven Modus zur Verarbeitung und Einordnung der Inhalte bereitstellen. Die expressive Qualität des Mediums prädestiniert das Fernsehen zur visuellen Darstellung von Gefühlsausdrücken, wobei die Rezeption entlastet und der Zuschauer emotional eingebunden werden kann:

„Der zwischenmenschliche Anschauungsunterricht des Fernsehens schafft dabei aber ganz offenbar nicht nur einen leichteren Verständniszugang, sondern sorgt auch für ein besonderes Maß der emotionalen Involvierung des Zuschauers“ (Bente/Fromm 1997: 39).

Verschiedene Rezeptionsstudien haben herausgestellt, dass emotionale Darstellungen im Fernsehen das Interesse des Rezipienten wecken und Aufmerksamkeit erhöhen können. Dennoch hat die Betonung von emotionalen Aspekten keine positiven Auswirkungen auf die Qualität der Informationsaufnahme²⁰ oder Behaltensleistung. Schon früh wurde festgestellt, dass die Emotionalisierung politischer Inhalte lediglich ein diffuses Gefühl bewirkt, daß der berichtete Sachverhalt bedeutsam ist (vgl. Brosius/Kayser 1992: 54). Auf diese Weise kann Emotionalisierung zu Überschätzungen der wahrgenommenen Bedeutsamkeit führen, kanalisiert aber auch die Aufmerksamkeit der Rezipienten. Die Konzentration und Betonung von emotionalen Aspekten mag daher sogar die Vermittlung von Inhalten behindern, birgt aber auch die Möglichkeit, ein breiteres Zielpublikum mit attraktiveren Beiträgen anzusprechen (vgl. Wegener 2001: 110)

Davon ausgehend kann eine bevorzugte journalistische Selektion von Ereignissen angenommen werden, die eine Darstellung von Emotionen oder eine emotionale Präsentation erlauben. Die Betonung emotionaler Aspekte erhält damit den Status eines Nachrichtenfaktors, der die Auswahl eines Ereignisses für die Berichterstattung begünstigen kann. Eine solche Betrachtung von Emotionalisierung als Nach-

richtenfaktor findet sich bei Schulz, der sowohl Personalisierung als auch Emotionalisierung explizit in seinen Faktorenkatalog aufnimmt und sie der Dimension *Human Interest* zuordnet (vgl. Schulz 1977). Die Betrachtung von Emotionalisierung als Kriterium der journalistischen Selektion wirft jedoch ebenfalls die Frage nach den Bedingungen journalistischer Einflussnahme auf. Im Rahmen der Nachrichtenwertforschung ist in Verbindung mit den Überlegungen zur instrumentellen Aktualisierung die Vorstellung der aktiven Zuschreibung und intentionalen Selektion von Nachrichten formuliert worden (vgl. Kepplinger 1989). Die Vorstellung von rein ereignisimmanenten Auswahlmerkmalen wird durch eine finale Betrachtungsweise²¹ ergänzt, wodurch Eigenschaften von Ereignissen nicht nur als Ursache und Auslöser sondern auch als Folge von Berichterstattung betrachtet werden können. Der emotionale Gehalt der Berichterstattung ergibt sich demnach nicht notwendigerweise aus der Natur des Anlasses, sondern kann zur Steigerung der Aufmerksamkeit auch bewusst herausgestellt oder einem Ereignis explizit zugeschrieben werden. Wegener nennt diesen Vorgang der intentionalen Verstärkung emotionaler Aspekte „affektive Akzentuierung“ (Wegener 2001: 108) und betrachtet die Herausstellung emotionaler Aspekte daher ebenfalls als journalistische Darstellungsstrategie.

Besonders im Zusammenhang mit dem Medium Fernsehen ist diese bewusste Verstärkung emotionaler Darstellungen gut vorstellbar, da angesichts der Natur der Bewegtbilder ein großes Repertoire emotionaler Gestaltungsmittel bereit steht. Im Rückbezug auf die einschlägige Forschungsliteratur nennt Wegener eine Reihe von Präsentationsmerkmalen, die als emotional betrachtet werden können, wie z.B. die Auswahl und Präsentation drastischer Bilder, Kameraeinstellung, Musik, drastische Sprache usw. (Wegener 2001: 141). Auf dieser Ebene handelt es sich folglich um medientechnische Gestaltungsvariablen, die unabhängig von der Natur des Anlasses eine Emotionalisierung der Berichterstattung bewirken. Die Emotionalität des ausgestrahlten Sendematerials gründet sich hier weniger auf die im Bild gezeigten, menschlichen Emotionen als vielmehr auf die journalistische

²⁰ Brosius konnte in seiner Studie zeigen, dass emotionale Darstellungen zu starken Überschätzungen der wahrgenommenen Bedeutsamkeit eines Sachverhaltes führen kann und darüber hinaus die Aufnahme vorhergehender Information sogar behindern (vgl. Brosius 1992).

²¹ Im Gegensatz zum Kausalmodell betrachtet das Finalmodell die Selektionsentscheidungen von Journalisten nicht als unmittelbare Reaktion auf bestimmte Realitätsreize, sondern als zielgerichtete Handlung (vgl. Schulz 1990, Staab 1990, Eilders 1997, Loosen 1998).

Aufarbeitung des Bildmaterials. Eine besondere Rolle spielt in diesem Zusammenhang der gezielte Einsatz der Kamera, dem als journalistisches Produktionselement die intentionale Hervorhebung von Emotionen unterstellt werden muss. Die gewählte Einstellungsgröße der Kamera ist ein aussagekräftiger Indikator der Erzählhaltung, der das Verhältnis von Betrachter zu Objekt determiniert und damit Nähe und Distanz sowie potentielle Identifikationsprozesse beeinflussen kann (vgl. Navarro Ramil 1995: 36). Die Kameraeinstellung ist das zentrale Element der gesamten Bildgestaltung, da sie den Blick des Zuschauers lenkt und seine Konzentration steuert. Die Ausschließlichkeit des kameraabhängigen Blickwinkels bietet gleichzeitig die Möglichkeit, den Bildinhalt in erwünschter inhaltlicher Weise zu thematisieren. Die ausschließliche und deutlichste Form der Aufmerksamkeitslenkung durch Kameraarbeit liegt in der Verwendung von Nahaufnahmen, denn „in der vermeintlichen Einengung des Blickwinkels liegt die Freiheit, nur das zu zeigen, was man wirklich aussagen möchte“ (Schult/Buchholz 2002: 25). Nahaufnahmen sind jedoch nicht nur eine starke Form der Lenkung von Konzentration und Aufmerksamkeit, sondern stellen gleichzeitig eine enge Verbindung und Nähe zwischen Beobachter und dargestelltem Akteur her. Emotionale Ausdrucksformen in Gestik und Mimik stehen bei der Nahaufnahme im Zentrum der Aufmerksamkeit, so dass dieser Kameraeinstellung eine besondere Intimität zugeschrieben wird (vgl. Bleicher 1999: 264). Auf diese Weise können im Ausdruck des dargestellten Akteurs materialisierte Empfindungen detailliert vermittelt und Identifikationspotentiale freigesetzt werden, da sich der Zuschauer als Mitglied einer versammelten Gemeinschaft erleben kann (vgl. Bieger 1997: 227).

Neben der allgemeinen Funktion der Komplexitätsreduktion erreicht Emotionalisierung auf der Ebene der gezeigten Emotionen sowie ihrer journalistischen Aufbereitung folgerichtig eine weitergehende emotionale Beteiligung auf Seiten der Rezipienten. Als wesentlichste Modalitäten emotionaler Beteiligung sind dabei Empathie, Identifikation und parasoziale Interaktion zu unterscheiden (vgl. Bente/Fromm 1997: 41). Die emotionale Darstellung komplexer Inhalte überschreitet an dieser Stelle die bloße Generierung von Aufmerksamkeit und Reduktion von Komplexität, sondern richtet sich an die emotionale Involviertheit des Zuschauers, der mittels gezeigter Emotionen sowie ihrer dramaturgischen Gestaltung zur gefühlsgeliteten Beteiligung aufgerufen ist. Ist die Emotionalisierung komplexer

Sachverhalte auf die Generierung von Emotionen seitens des Rezipienten gerichtet, verändert sich seine angenommene Rezeptionstätigkeit grundlegend, da nicht nur die Beobachtung äußerer Sachverhalte angestrebt, sondern auch zur Bewertungen und zum emotionalen Nachvollzug menschlichen Verhaltens ermutigt wird.

Eine so geartete, medienvermittelte Berichterstattung zeigt wesentliche Züge der face-to-face-Kommunikation, aus deren Erforschung lange bekannt ist, „dass gerade den visuell vermittelte Aspekten menschlichen Verhaltens, also Erscheinungsbild, Mimik, Gestik und Körperhaltung eine zentrale Bedeutung für interpersonelle Eindrucksbildung, die Definition sozialer Beziehungen und die Regulation des emotionalen Interaktionsklimas zukommt“ (Bente/Fromm 1997: 40). Die Vorstellung, dass visuelle Stimuli als entscheidende Faktoren für Eindrucksbildungen und Eigenschaftszuschreibungen fungieren, hat die Forschungsgeschichte der Psychologie herausgestellt. Die gewaltige Suggestivkraft der visuellen Eindrucksbildung bildet die Grundlage für einen „unbewussten Schluss“, der bei jeder bloßen Wahrnehmung einen unwillkürlichen Prozess der Eigenschaftszuschreibungen in Gang bringt (vgl. Frey 1999: 43). Es ist folglich davon auszugehen, dass nonverbale Referenzsysteme in jedem Kommunikationsprozess zur Konstitution von Sinn beitragen und zudem einen Eindruck beim Rezipienten hinterlassen. Nicht nur verbale Äußerungen, sondern auch nonverbale Gefühlsausdrücke steuern die Zuschreibung von Eigenschaften und lösen bewusste oder unbewusste Bewertung aus. Die eindruckssteuernde Wirkung von nonverbaalem Verhalten verfügt über eine immense Einflusskraft auf Prozesse der Image- und Urteilsbildung:

„Offenbar entscheidet sich beim Anblick einer Person buchstäblich in Sekundenschnelle, was wir von der Person zu halten, welche Eigenschaften wir ihr zuschreiben oder absprechen, ob wir sie sympathisch finden, als langweilig erachten, als arrogant, unehrlich, intelligent, fair u.a.m. einstufen“ (Frey 1999: 113).

Indem Bilder eine enorme Autorität über die Vorstellungskraft haben, sind visuelle Stimuli sind für die Eindrucksbildung von besonderer Bedeutung und erzeugen eine viel stärkere Wirkung als akustische Stimuli: „Das Auge sieht über das Ohr, Bild schlägt Ton“ (Meyer 1992: 124). Im Fall audiovisueller Politikvermittlung muss also die immense Kraft des visuellen Sinns einberechnet werden, wobei die

Anerkennung seiner Wirkungskräfte auch intentional genutzt werden kann. Im Rahmen der Politikberichterstattung im Fernsehen ist es für politische Akteure unerlässlich, verbal sowie nonverbal zu überzeugen, wenn sie Zustimmung für ihre Positionen erreichen wollen. Denn die gezeigten Gefühlsausdrücke und Verwendung nicht sprachlicher Zeichensysteme erwirken beim Rezipienten bewusst oder unbewusst die Zuschreibung weitergehender Eigenschaften: „Ein Zuschauer beurteilt, anders als ein Zuhörer, auch die Erscheinung, die Gestik und das körperliche Verhalten eines Menschen als Zeichen seiner Argumentstärke, seines Charakters und seiner Glaubwürdigkeit“ (Heussen 1997: 275). Visuelle Stimuli und der Gebrauch beobachtbarer Gefühlsmuster führen demnach zu prä-rationalen, affektiven Beurteilungen, welche die kognitive Elemente prägen oder gänzlich überlagern können.

Mit den Erkenntnissen aus der Eindrucksbildung stellt sich für die mediale Politikvermittlung die Frage nach dem Einfluss medienvermittelter, nonverbaler Kommunikation auf die politische Einstellung oder Wahlentscheidung der Zuschauer. Eine frühe Untersuchung von Kepplinger und Donsbach stellte dabei die Wichtigkeit von günstigen und ungünstigen Kameraperspektiven für die Beurteilung politischer Akteure heraus. Ihre Ergebnisse zeigen, dass die Autorität der Bilder so dominierend ist, dass sie sich selbst gegen die politische Überzeugung der Beurteiler durchsetzt²² (vgl. Kepplinger/Donsbach 1983). Auch wenn die Vorgehensweise wie auch die Schlussfolgerungen aus dieser Studie kontrovers diskutiert worden sind, lenken die Ergebnisse die Aufmerksamkeit der Medienwirkungsforschung auf eine mögliche Kommentierung politischer Inhalte durch bildgestalterische Elemente. Die Urteilsbildung des Rezipienten ist demnach sowohl durch die journalistische, vornehmlich visuelle Aufbereitung politischer Inhalte geprägt als auch durch die Reaktion auf die nonverbale Kommunikation des im Bild gezeigten Akteurs. Die unumstrittene Bedeutsamkeit nonverbaler Kommunikation für Prozesse der Eindrucksbildung und Meinungsbildung lassen eine entsprechende Einberechnung und Vorbereitung dieses Faktors von politischer Seite vermuten. Die gezielte Betonung emotionaler Aspekte spielt dabei eine maßgebliche Rolle, da sie zu einer emotionalisierenden, journalistischen Ges-

²² So resümiert Kepplinger: „Die Anhänger und Neutralen nahmen den Redner ähnlich negativ wahr wie seine Gegner. Die negative Darstellung brachte seinen politischen Bonus weitestgehend zum Schwenden“ (Kepplinger 1983: 45).

taltung einlädt und gleichzeitig eine emotionale Involviertheit des Rezipienten begünstigt bzw. Empathie generiert. Die Emotionalisierung politischer Sachverhalte liegt auch aus anderen strategischen Gründen im Interesse der politischen Akteure, da erwünschte inhaltliche Aspekte in den Vordergrund gestellt und von unerwünschten Elementen abgelenkt werden kann.

Die intentionale Betonung emotionaler Aspekte sowie die verstärkte Enthüllung subjektiver Gefühlsregungen und ihres Ausdrucks dient nicht zuletzt einer affektiven Unterstreichung im Bemühen um eine positive Selbstdarstellung. Eigenschaften sowie emotionale Zuschreibungen können gezielt projiziert werden, um einen Prozess anzustoßen, dessen Zielgröße in der Formung eines erwünschten Fremdbildes besteht. Denn ein Komplex von gezeigten und über ihre stetige Wiederholung zunehmend auch attribuierten Emotionen ist ebenso wie äußere Handlungen ein integraler Bestandteil der sozialen Rolle, die ein politischer Akteure ausfüllt. Das Konstrukt der sozialen Rolle organisiert dabei die Begegnung zwischen Individuum und Gesellschaft, indem sie Verhaltenserwartungen zur Verfügung stellt, die soziale Interaktionen zu strukturieren helfen. Jeder Person steht ein Set an Rollen zu Verfügung, über die Individuen aufeinander Bezug nehmen und sozial handlungsfähig werden (vgl. Krotz 2001: 62). Rollen sind insofern notwendigerweise Teil jeder sozialen Interaktion und Selbstdarstellung und bestimmt ebenfalls die Wahrnehmung einer Person durch andere. Goffman führt in diesem Zusammenhang den Ausdruck des „Selbst als Rolle“ ein, und versteht das Selbst als situatives Produkt, das ein Einzelner in einer gestalteten Situation durch den Eindruck, den er bei den Anderen durch seinen Ausdruck hervorgerufen hat, zugeschrieben bekommt (vgl. Goffman 1969: 230). Der einzelne Darsteller als Person kann sich somit im Rahmen einer Situation in einer spezifischen Art und Weise ausdrücken, um bei seinem Publikum einen bestimmten Eindruck von sich selbst hervorzurufen. Emotionen sind in diesem Zusammenhang von besonderer Wichtigkeit, denn sie begleiten das Darstellen dieser Rolle, können sie verstärken und insofern zur Stabilisierung der Rolle beitragen (vgl. Edelman 1990: 120). Um eine bewusst etablierte, politische Rolle zu nähren, kann sie folgerichtig durch den gezielten Einsatz begleitender Gefühlsausdrücke abgestützt werden. Ob der beobachtbare Gefühlsausdruck dabei genuin ist, d.h. eine tatsächliche Offenbarung der inneren Empfindungen darstellt, muss Vermutung bleiben, ist aber in der Diskus-

sion um gezielte Eindruckssteuerung keine notwendige Voraussetzung. Denn auch wenn die Emotionen, die Politiker in medienvermittelten Kommunikationssituationen zeigen, nicht notwendiger Weise ihren inneren Zustand widerspiegeln, ist in diesen Fällen umso mehr von einer interessengeleiteten Instrumentalisierung der überindividuellen Bedeutung und Wirkung von Emotionen auszugehen.

Die wiederkehrende Darstellung von politischen Akteuren in ähnlichen emotionalisierenden Kontexten führt zu einer wiederholten Zuordnung der gezeigten Emotionen zu dieser Person und somit zu einer Verfestigung zu Gefühlsmustern. Der affektive Ansprachemodus, der durch die von Akteuren gezeigten Gefühle entsteht, wird auf diese Weise in das jeweilige Rollenverständnis integriert und zu einem zentralen Bestandteil der gewählten Selbstdarstellung. Will ein politischer Akteur beispielsweise den Eindruck der Souveränität erwecken, kann er in der Darstellung seiner Rolle auf die kulturell vermittelten und daher überindividuell verständlichen Ausdrucksformen dieses Gefühlszustandes zurückgreifen und so zur erwünschten Eigenschaftszuschreibung ermutigen. Gleiches gilt für konkrete Arten von Emotionen wie z.B. Freude oder Ärger, über deren stetige Wiederholung sich eine Zuordnung dieser Gefühle zu dem einzelnen Akteur vollzieht, die sich zu Gefühlsmustern verfestigen und auf diese Weise auf das Image des Einzelnen zurückwirken. Durch den gezielten Einsatz von Emotionen ist es politischen Akteuren daher möglich, eine erwünschte Art von Emotionalität zu projizieren, die sich auf ihr Image und damit den Eindruck der Rezipienten auswirkt. Politiker haben damit einen eindruckssteuernden Anteil an der Konstruktion ihres „emotionalen Appeals“ (Saxer/Märki-Koepp 1992: 227), der einen wesentlichen Bestandteil des jeweiligen Rollenimages darstellt. Über die gezielte Verwendung bestimmter Gefühlsausdrücke geben sich politische Akteure also gewissermaßen ein emotionales Image, das nicht nur Rezipienten die Bezugnahme erleichtert und medialen Vermittlungskriterien entspricht, sondern vor allem auch von akklamativem Wert für das politische System ist. Denn die Betonung emotionaler Aspekte führt zu einem Ersatz der sachpolitischen Argumente durch emotionale Eindrücke und zu einer durch Emotionen ausgelösten Urteilsbildung. Der politische Diskurs wird damit unweigerlich aus dem Mittelpunkt der medialen Politikvermittlung verdrängt:

„Ob wir uns von einer Argumentation überzeugen lassen, machen wir nicht mehr abhängig von Fakten (die wir nicht kennen oder nicht im Detail nachprüfen können), sondern von den rhetorischen Fähigkeiten, dem Auftreten, der Kleidung, dem Aussehen, der Gestik und Mimik des argumentierenden Politikers, die wir direkt beurteilen können“ (Schümchen 2002: 10).

Indem Emotionen zunehmend Argumente ersetzen, gewinnen politische Akteure weitere Freiräume zur Selbstdarstellung. Gleichzeitig gerät die diskursive und argumentative Auseinandersetzung mit Sachfragen ins Hintertreffen, indem Gefühle immer häufiger als Legitimationsbasis herangezogen werden (vgl. Sauer 1999: 200). Zwar wird jeder Art von Kommunikation gewissermaßen durch affektive Deutungsmuster ergänzt, aber problematisch wird es wenn affektive Ansprachemuster in medienvermittelten, politischen Diskursen propositionale Inhalte nicht nur ergänzen, sondern zu ersetzen drohen (vgl. Brosda 2002: 125). Denn die Betonung emotionaler Aspekte lenkt nicht nur von Sachfragen ab, sondern hat vor allem akklamativen Wert für das politische System. Bei geschickter Einberechnung und Nutzung emotionalisierter wie emotionalisierender Darstellung von Politik, erschließt sich politischen Akteuren an dieser Stelle ein wirkungsvolles Instrument zur Eindruckssteuerung, zur Erreichung von Zustimmung und damit letztlich zur Erlangung politischer Macht.

Zusammenfassend betrachtet, erfüllt die Emotionalisierung politischer Kommunikation damit wichtige Funktionen in Bezug auf die Generierung, Akzentuierung, Vermittlung sowie Rezeption politischer Information. Auf der Ebene der politischen Akteure können beobachtbare Gefühlsausdrücke die Darstellung und Rezeption der zu vermittelnden Inhalte, aber auch die Wahrnehmung der eigenen Rolle um emotionale Komponenten ergänzen. Über die strategische Verwendung überindividuell verständlicher Gefühlsexpressionen vollzieht sich daher eine emotionalisierende, d.h. auf die Generierung von Gefühlen abzielende Gestaltung von medienvermittelten Inhalten. Auf der Ebene der journalistischen Beitragsgestaltung ist eine emotionalisierte Darstellung dieser Inhalte zu beobachten, indem affektive Elemente durch gestaltungstechnische Variablen wie der Kameraeinstellung oder der Schnitttechnik hinzugefügt werden. Die emotionalisierende Darstellung von Politik wie auch ihre emotionalisierte Aufarbeitung bieten sowohl für politische Akteure als auch für Vertreter des Mediensystems strategische Vorteile, indem sie nicht nur die Produktion und Rezeption von Medieninhalten vereinfachen, sondern darüber hinaus für beide Systeme einen Machtzuwachs bedeuten.

Die ausgeführten Entstehungsbedingungen und Hintergründe des Mechanismus der Emotionalisierung sowie seine Konsequenzen und Funktionen für alle am Prozess Beteiligten werden an dieser Stelle zusammengeführt und in eine Grafik integriert:

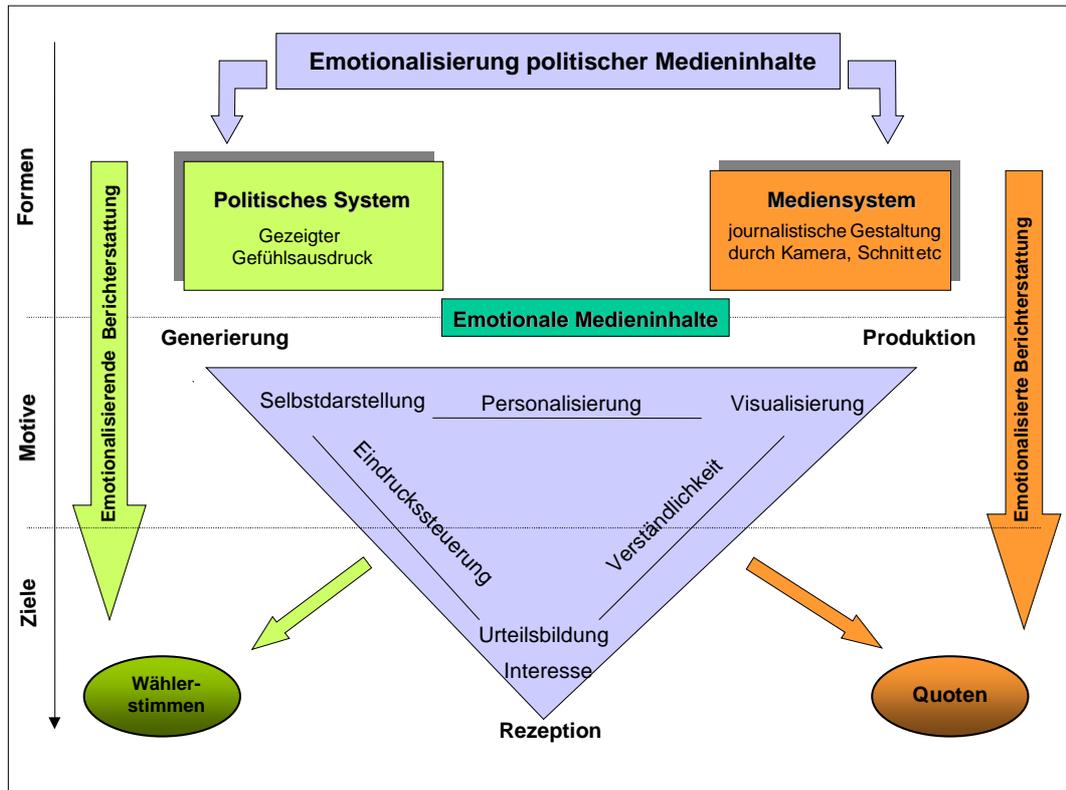


Abb.: 4.2 – 1

Auf Seiten der Medien wird eine emotionalisierte Darstellungsweise vornehmlich aufgrund ihrer Möglichkeiten zur Visualisierung und Dramatisierung vorangetrieben, wobei gleichzeitig das unterstellte Rezipienteninteresse höhere Einschaltquoten verspricht. Für Akteure des politischen Systems bietet sich über den Mechanismus der Emotionalisierung die Gelegenheit, die Medien- wie Rezipientenaufmerksamkeit auf ihre Person zu lenken und für Zwecke der Selbstdarstellung zu nutzen. Denn die emotionale Involviertheit auf Seiten des Rezipienten, die im besten Fall zu einem Identifikationsprozesses oder der Generierung von Empathie führen kann, ist ein hilfreicher Wegbereiter im ständigen Bemühen, Zustimmung zu erreichen und Urteilsbildungen interessengeleitet zu beeinflussen. Auf diese Weise dient der Mechanismus der Emotionalisierung ebenfalls den politischen Motiven der Machterlangung, wobei er gleichzeitig medialen Auswahlkriterien entspricht und eine allgemeine Verständlichkeit des Sendematerials garantiert.

Emotionen spielen demnach sowohl bei der Rezeption als auch bei der Generierung und journalistischen Produktion von politischen Medieninhalten eine maßgebliche Rolle. Über Gefühle werden soziale Wirklichkeiten konstruiert und Zusammenhänge strukturiert. Aufgrund der Expressivität des Mediums gewährt das Fernsehen visuellen Stimuli und damit auch nonverbalem Verhalten politischer Akteure besonderen Raum. Diese nonverbalen Zeichensysteme setzen eine Prozess der Zuschreibung von Eigenschaften in Gang und sind insofern wichtige Faktoren in der Eindrucks- und Urteilsbildung. Emotionen können daher auch gezielt eingesetzt werden, um diese Eindrucksbildung zu steuern und einen emotionalen Appeal zu konstruieren. Auf Grundlage der obigen Ausführungen ergeben sich für das vorliegende Forschungsvorhaben folgende Vermutungen:

- Die politische Berichterstattung im Fernsehen erfolgt unter Gebrauch von emotionalen Elementen, die sich sowohl im Sinne gezeigter Gefühlsexpressionen seitens politischer Akteure als auch in der journalistischen Aufbereitung zeigen.
- In der emotionalisierten Darstellung politischer Inhalte von journalistischer Seite spielt die Kameraeinstellung eine maßgebliche Rolle.
- Politische Akteure können Gefühlsexpressionen gezielt einsetzen, um eine entsprechende Zuordnung dieser Emotionen zu ihrer Person zu erreichen.
- Politische Akteure geben sich über die Nutzung insbesondere positiver Gefühlsexpressionen einen entsprechenden emotionalen Appeal.

4.3 Symbole

Die Begriffsgeschichte des Symbols (lat. *symbolum* von griech. *symbolon*: Kennzeichen) geht weit zurück und soll an dieser Stelle nicht im Detail zurückverfolgt, sondern nur in ihrer Bedeutung für den medialen Politikvermittlungsprozess berücksichtigt werden. Im Gegensatz zu Zeichen zeigen Symbole nicht nur etwas an, sondern ihre Bedeutung geht weit über die Beschaffenheit des Trägers hinaus und bezieht sich insofern auch auf das Nicht-Anschauliche (vgl. Krotz 2001: 44). Die komplexe Konnotation, die jedem Symbol innewohnt, macht es gleichsam im Wesen sozial, da seine Deutung im relevanten Gesellschaftssystem festgelegt ist und somit kulturell vermittelte und übersituative Bedeutung trägt. In Anlehnung an den symbolischen Interaktionismus sind diese Bedeutungen als soziale Produkte zu verstehen, „die in den und durch die definierenden Aktivitäten miteinander interagierender Personen hervorgebracht werden“ (vgl. Blumler 1992: 26). Bedeutungen entstehen demnach aus sozialen Interaktionen und beziehen sich auf die dort ausgehandelten, kollektiven Deutungsmuster. Auf diese Weise steht den Mitgliedern einer Gesellschaft gewissermaßen eine überindividuelle Systematik von Bedeutungen zur Verfügung, deren soziale Verbindlichkeit eine zentrale Voraussetzung für die gemeinsame Konstruktion von Sinn darstellt:

„Kommunikation entsteht vielmehr, weil die verwendeten Zeichen und Symbole für die Menschen einer Kultur und Gesellschaft spezifische Bedeutungen haben und weil die Verwendung und Übertragung von Zeichen und Symbolen einerseits von Bedeutung geleitet ist, andererseits die Zuweisung von Bedeutung erzeugt. Nur deshalb ist Kommunikation überhaupt ein Fall sinnhaften sozialen Handelns und sinnvollen Verstehens“ (Krotz 2001: 59).

Jede Form der Kommunikation beruht folglich auf Symbolen und ihren sozial ausgehandelten Bedeutungen, die sowohl in einem äußeren Prozess ihrer Verwendung als auch einem inneren Prozess ihrer Zuweisung gleichzeitig das Produkt wie auch die Basis sozialer Interaktionen darstellen. Nur über Symbole können Menschen aufeinander und auf die Umwelt Bezug nehmen. Als ‚animal symbolicum²³‘ lebt der Mensch in einer symbolisch und zeichenvermittelten Welt, in der nur über sozial ausgehandelte Bedeutungen aufeinander und auf die Umwelt Bezug genommen werden kann.

²³ Die Begrifflichkeit des ‚animal symbolicum‘ geht auf Ernst Cassirer zurück (vgl. Cassirer 1948).

Symbole sind somit wesentliche und unweigerliche Bestandteile jeder Konstruktion von Sinn, die über den Rückbezug auf kollektive Bedeutungsmuster sowie davon geprägte Attribuierungsprozesse entsteht. Indem stets auf kulturell vermittelte Bedeutungsgehalte Bezug genommen wird, bestätigt und verstärkt sich gleichzeitig deren Gültigkeit. Auf diese Weise trägt das überindividuelle Konzept von Bedeutungen auch zur Ausbildung von Identität bei. So geht Edelman davon aus, dass „Menschen nur durch Interaktion mit anderen Symbole von gemeinsamer und zwingender Bedeutung schaffen und damit gemeinsame Konzeptionen und Überzeugungen über die Außenwelt und über ihr sozial abgestütztes Selbstverständnis ausbilden“ (Edelman 1990: 186). Das Symbol entsteht also vor dem Hintergrund gemeinsamer Bedeutungsmuster, im Rahmen derer eine Zuordnung von Bedeutung und Sinn vorgenommen werden kann. In Anlehnung an das Konzept der kollektiven Bedeutungs-, Wahrnehmungs- und Interpretationsmuster versteht Edelman Symbole als intersubjektiv und kulturell konstruierte Bedeutungsgehalte sowie eine darauf aufbauende „Methode, ein Repertoire von kognitiven Gehalten zu Bedeutungen zu organisieren“ (vgl. Edelman 1990: 95). Symbole bieten demzufolge eine Verfahrensweise, die Informationen bündelt und die Zuordnung zu vorhandenen Sinndeutungsmustern erlaubt. Die Konstruktion von Bedeutung mittels signifikanter Symbole ermöglicht den Anschluss an kognitive Muster und erleichtert damit den individuellen Verarbeitungsprozess. Indem Symbole kollektive Muster aktivieren und eine entsprechende Zuweisung von Bedeutung erwirken, dienen sie auf diese Weise letztlich der Reduktion von Komplexität.

Insbesondere im Fall von medienvermittelter Kommunikation ist die gezielte Nutzung des komplexitätsreduzierenden Characters von Symbolen sinnvoll. Aufgrund der asymmetrischen Kommunikationssituation muss auf jeden Anspruch der Überprüfbarkeit oder des Korrektivs von individuellen Perzeptionen verzichtet werden. Die fehlende soziale Form und Verbindlichkeit von Medienkommunikation sowie die prinzipielle Entkoppelung des Individuums führt dazu, dass Kommunikation mit Medien prinzipiell erfolglos bleiben kann (vgl. Krotz 2001: 78). Um diese potentielle Unsicherheiten der medialen Kommunikationssituation aufzufangen, ist eine verstärkte Verwendung von Symbolen mit sozial konstituierten und überindividuell verständlichen Bedeutungen zu erwarten. Im Bemühen um

eine hohe Verständlichkeit angesichts verschiedenartigster Publika kann daher ein gezielter Rückgriff auf intersubjektive Bedeutungsgehalte vorausgesetzt werden. Besonders im Falle komplexer politischer Inhalte kann die gezielte Verwendung beobachtbarer Symbole als komplexitätsreduzierender Mechanismus verstanden werden. Indem sie die Zuordnung zu vorhandenen Sinndeutungsmustern erlauben, können Symbole den Prozess der Informationsverarbeitung vereinfachen und möglicherweise einen besseren Zugang oder eine höhere Bereitschaft zur Auseinandersetzung mit komplexen Sachverhalten erzeugen.

Ihre so begründeten rezeptionsentlastenden und verständnisfördernden Elemente lassen Symbole als wertvolle Bedeutungsträger im Prozess der medialen Politikvermittlung erscheinen. Unter Einbeziehung der beteiligten Kommunikationsabsichten- und bedingungen ist daher ein bewusster Einsatz signifikanter Symbole zu erwarten, der über die Unvermeidlichkeit einer notwendigerweise symbolvermittelten Kommunikation hinausgeht. Gemeint ist an dieser Stelle die bewusst symbolisch angereicherte Darstellung von politischen Wirklichkeiten, um mittels der inhärenten Bedeutungsgehalte die Konstruktion von Sinn zu erleichtern. Die Verwendung konkreter verbaler wie auch nonverbale Symbole kann dabei der Außendarstellung von Politik einen symbolischen Gehalt verleihen, der bestimmte Bedeutungsmuster aktiviert und gleichzeitig medialen Präsentationsbedingungen entspricht. Denn von Medienseite ist ein prinzipielles Interesse an überindividuell verständlichen Informationsanlässen voranzusetzen, wobei die Sichtbarkeit und Darstellbarkeit von politischen Symbolen gleichzeitig die engen Präsentationszwänge insbesondere audiovisueller Medien erfüllen. Es wird folglich davon ausgegangen, dass sich aus gegebenen Gründen die Politikberichterstattung im Fernsehen in verstärkter Weise unter Einbeziehung von Symbolen vollzieht.

Je nach der Art ihres Bezuges und Zusammenhangs, auf den sie verweisen, sind dabei jedoch verschiedene Arten von Symbolen zu unterscheiden. Eine grundlegende Differenzierung besteht nach Edelman in der Trennung von Verweisungs- bzw. Verdichtungssymbolen. Während Verweisungssymbole im weitesten Sinne politische Inhalte transportieren und von anderen Menschen anerkannt werden, tritt im Falle der Verdichtungssymbole der Stellvertretercharakter nicht so offen zu Tage. Verdichtungssymbole vereinen einen größeren Komplex politischer

Handlungen und Diskussionen auf ein Element (vgl. Edelman 1979: 26). Symbole können also an sich codierte Signale darstellen, denen aufgrund kollektiver Sinn- deutungsmuster eine Bedeutung zugeordnet wird, als auch durch den Verweis auf größere Zusammenhänge eine andere Bedeutung gewinnen. Verdichtungssymbole gehen dabei über den Verweis auf politische Gegebenheiten hinaus, indem sie Emotionen wecken und bündeln. Die Grenzziehung zwischen Verweisung und Verdichtung ist nicht immer unproblematisch, da besonders im Zusammenhang mit politischer Kommunikation sachliche wie emotionale Deutungsmuster bestehen. So ist die Flagge eines Landes nicht nur ein sachlicher Verweis auf ein tatsächliches Staatengebilde, sondern mag ebenfalls patriotische Gefühle hervorrufen. Trotz des gelegentlichen Zusammenwirkens von Verweisung und Verdichtung hilft ihre Differenzierung bei der Abgrenzung möglicher Funktionen sowie der Bewusstwerdung der emotionalen Implikationen von Symbolen.

Flaggen, Embleme, bestimmte Farben, Hymnen usw. sind sichtbare Zeichen von symbolischem Charakter, die auf komplexe Zusammenhänge verweisen und gleichzeitig emotional bewertet werden können. Symbolkraft kann ebenso in rhetorischen Mitteln oder Namensgebungen liegen und in Form von wertorientierten Begriffen wie Freiheit oder Demokratie emotionale Bedeutung evozieren (vgl. Bieber 1995: 28). Verschiedene Arten von Symbolen operieren jedoch auf unterschiedlichen Ebenen, wobei zwischen diskursiver und präsentativer Symbolik unterschieden wird. Abgrenzendes Kriterium ist dabei der Gebrauch von Sprache. Während diskursive Symbolik sich auf Sprache bezieht, meint präsentative Symbolik „alle nicht logischen Gesetzmäßigkeiten der Sprache gehorchenden, simultanen, integralen Präsentationen“ (Röll 1998: 123). Diskursive und präsentative Symbole unterscheiden sich demnach im Vehikel, teilen aber den Verweis auf Vorstellungen.

Als Träger übersituativer Bedeutung und als Vehikel für Vorstellungen erscheinen Symbole prädestiniert für die Gegebenheiten der medialen Vermittlung von Politik. Aufgrund ihrer komplexitätsreduzierenden Funktion entlasten Symbole die Rezeption politischer Inhalte und bieten ebenfalls die Möglichkeit, auf größere Zusammenhänge zu verweisen. Insbesondere die Verwendung präsentativer Symbolik verleiht der Außendarstellung von Politik den Charakter der Beobachtbar-

keit, der nicht nur massenmedialen Produktionsbedingungen entgegen kommt und dadurch politische Publikationschancen verbessert, sondern auch eine höhere Verständlichkeit des Materials gewährleistet. Vor dem Hintergrund dieser wechselseitigen Vorteilhaftigkeit ist von einer verstärkten Verwendung diskursiver und präsentativer Symbole in der medialen Politikvermittlung auszugehen. Durch das Hinzutreten der visuellen Ebene gesteht das Fernsehen der präsentativen Symbolik besonderen Raum zu. In Anlehnung an Benteles Modell zur Analyse symbolischer Politik im Fernsehen werden im folgenden verschiedene Formen von Symbolen unterschieden:

- **Sprachliche Symbole**
Begriffe mit issue-Bezug (Rentenbetrug)
Wertorientierte Begriffe (Freiheit, liberal)
Slogans (Freiheit statt Demokratie)
- **Manifeste politische Symbole** (Fahnen, Farben)
- **Nonverbale Symbole**
Personenbezogen (Siegeseichen von Churchill)
Parteibezogen (Führergruß)
Bewegungsbezogen (geballte Faust)
- **Symbolische Gesten** (Kniefall Willy Brandt, Fußmarsch von Jimmy Carter)
(In Anlehnung an Bentele 1992: 224)

Während verbale Symbole politische Zusammenhänge kurz und einprägsam formulieren, ermöglichen manifeste und nonverbale Symbole bzw. Gesten die beobachtbare Stellvertretung politischer Zusammenhänge. Indem sie Teile politischer Erfahrungen beobachtbar machen, begünstigen symbolische Gesten und Handlungen gleichzeitig die Bereitstellung von Schlüsselbildern, die besonders im Hinblick auf die Darstellungsroutinen der Fernsehberichterstattung eine große Publikationswahrscheinlichkeit innehaben. Die auf diese Weise entstehenden Nachrichtenbilder sind jedoch im besten Fall beobachtbare Andeutungen nicht-anschaulicher Vorgänge:

„Da politische Prozesse oft nicht verbildlicht werden können, müssen Politiker fürs Bild symbolisch handeln – auch das erwarten die Zuschauer. So mag es sinnvoller sein, wenn ein Spitzenpolitiker bei einer Jahrhundertflut seinen Job im Krisenzentrum macht; Vertrauen in die Kompetenz der Regierung und Motivation zum Durchhalten erreicht er aber nur, wenn er sich selbst mit Grenzschutzparka, Gummistiefeln und besorgter Miene in der Krisenzone bei den Menschen zeigt“ (Althaus 2003: 316).

Die Andeutung von politischen Gegebenheiten mittels derlei symbolischer Handlungen und Gesten dient in diesem Zusammenhang nicht nur der beobachtbaren Vermittlung von Politik, sondern bietet vor allem Raum zur politischen Selbstdarstellung. Dennoch ist von einer weitreichenden Akzeptanz so gearteter Darstellungsformen auszugehen, denn die Verwendung veranschaulichender Symbole in der Politikberichterstattung kommt der Neigung des Menschen entgegen, „sich eher gefühlsmäßig als mit dem Verstand, eher konkret als abstrakt, eher holistisch als sezierend neuen Sachverhalten zu nähern“ (Voigt 1999: 60).

An dieser Stelle muss der Einsatz manifester Symbole und symbolischer Handlungen aus persuasiver Perspektive erwogen werden. Denn die mit Signalwert angereicherten Bilder haben nicht nur einen vermittelnden Charakter, sondern können auch als strategisches Element der Außendarstellung von Politik dienen. In Ahnlehnung an Sarcinelli hat politische Symbolik nicht nur eine informatorische sondern auch eine appellative Funktion (vgl. Sarcinelli 2000: 22). Über den bewussten Einsatz politischer Symbolik können emotionale Elemente von Symbolen interessengeleitet genutzt und die inhärenten Bedeutungsgehalte zur Begünstigung erwünschter Interpretationsmöglichkeiten aktiviert werden. Indem sie darüber hinaus medialen Auswahlkriterien entspricht, positioniert sich politische Symbolik als wiederkehrendes Element in der Berichterstattung, das die Darstellung eines politischen Systems unterstützt und kontinuierlich bestätigt. Eine mittels politischer Symbole oder symbolischer Handlungen inszenierte Außendarstellung von Politik dient insofern ebenfalls der stetigen Bestätigung bestehender Verhältnisse. Nicht nur die Vermittlungsleistung kollektiver Bedeutungen steht hier im Vordergrund, sondern auch ihr Beitrag zur Repräsentation und Demonstration politischer Macht.

Die öffentlichen Auftritte hochrangiger, politischer Akteure beispielsweise im Zusammenhang mit Staatsempfängen oder Auslandsreisen sind eindrucksvolle Beispiele für den durch politische Symbolik erweckten Eindruck der Repräsentation

tion und Macht. Fahnen, rote Teppiche sowie symbolische Umarmungen bieten dort Anlässe für die Entstehung symbolgeladener Nachrichtenbilder, die in wiederkehrenden Bildfolgen die symbolischen Außendarstellung von Politik aufgreifen. Politische Führung wird auf diesem Wege aber nicht nur verbildlicht sondern auch stilisiert: „Die Politik hat sich längst darauf eingestellt, das expressive Moment ihrer Ausführungen zu stilisieren. Sie gestaltet ihre wahrnehmbare Präsenz zum Symbol aus“ (Groebel 1995:80). Die stilisierte Außendarstellung von Politik trägt auf diese Weise zur Kultivierung politischer Autorität bei. Denn Symbole dienen an dieser Stelle weniger der Reduktion von politischer Komplexität als vielmehr der Inszenierung von Repräsentation. Politische Akteure tragen gewissermaßen ein symbolisches Gewand, das als „Distanzgitter“ zur Demonstration und Wahrung ihrer Position fungiert (Soeffner 2000: 220).

Der gezielte Einsatz von politischer Symbolik und symbolischen Handlungen kann demnach politischen Akteuren zu einer Inszenierung ihrer Autorität verhelfen und öffentlichen Auftritten den Eindruck des Zeremoniellen verleihen. Untersuchungen im Bereich der politischen Ikonographie haben in diesem Zusammenhang insbesondere für Phasen des Wahlkampfes den Gebrauch von verschiedener Bildstrategien²⁴ nachgewiesen, die Parallelen zu Herrscherikonographien alter Zeiten aufweisen (vgl. Althaus 2003: 318). Die audiovisuellen Medien leisten in diesem Zusammenhang einen entscheidenden Beitrag, da die massenmediale Bilder- und Zeichenwelt zur zentralen Quelle der Erzeugung einer Aura politischer Autorität und Macht geworden ist (vgl. Baringhorst 1995: 9). Bilder mit symbolischem Gehalt haben vor allem akklamativen Wert für das politische System, denn „je eingängiger diese Schlüsselbilder sind, desto besser eignen sie sich für die Mobilisierung von Unterstützung“ (vgl. Beck 1995: 9). Doch eine solche Implementierung und Verwendung politischer Symbole impliziert die Ablösung des Symbols von seinem Bezugsobjekt. In diesem Ablösungsprozess liegt die Gefahr einer Manipulation der Politikwahrnehmung, denn im „Wettbewerb um Medienaufmerksamkeit können und werden politische Symbole auch zur Vortäuschung einer politischen Scheinrealität instrumentalisiert“ (Tenscher 1998: 186).

²⁴ Ein Beispiel für diese Bildstrategien ist etwa die „Strategie des Schweigens“, welche die Unnahbarkeit und Souveränität des Staatsmannes beinhaltet und den Gebrauch von Statussymbolik maximiert. Eine andere Möglichkeit bietet die „Common-Man-Strategie“, die Bildbelege für volksnahe Aussagen liefert (vgl. Althaus 2003: 319).

Zusammenfassend betrachtet erscheinen Symbole daher als wichtiges Mittel zur Darstellung von Politik, indem sie auf Bedeutungen verweisen oder sie verdichten und damit politische Komplexität reduzieren. Gleichzeitig kann der Gebrauch von Symbolen durch politische Akteure ebenfalls zur Selbstdarstellung und zur Demonstration von Macht dienen. Dieser Aspekt der Machtdemonstration legt ebenfalls einen Zusammenhang zwischen dem Gebrauch von Symbolen und der Position des politischen Akteurs nahe. Für eine Betrachtung politischer Berichterstattung ergeben sich daher folgende Schlussfolgerungen:

- Politische Sachverhalte werden unter Gebrauch von diskursiven wie präsentativen Symbolen dargestellt.
- Die Anreicherung der Politikberichterstattung mit symbolischem Gehalt kann über verschiedene Formen von Symbolen geschehen, z.B. durch manifeste, verbale oder nonverbale Symbole sowie symbolische Gesten.
- Insbesondere politische Akteure hoher Positionen treten in symbolisch angeereicherten Kontexten auf.

4.4 Ritualisierung

Politische Symbole agieren in den beschriebenen Formen als Vehikel von Vorstellungen und Sachverhalten sowie als Elemente der Verdichtung oder Verweisung. Vor diesem Hintergrund treten Symbole häufig in festgelegten Handlungskontexten auf, d.h. sie sind in Ritualen eingeschlossen (vgl. Voigt 1999: 68). Das Ritual (lat. ritus: heiliger Brauch, gottesdienstliche Zeremonie, Sitte) beschreibt eine regelmäßige, wiederkehrende Handlungsform in festgelegter Ordnung:

„Ein Ritual kann als eine Reihenfolge stilisierten Verhaltens klassifiziert werden, das durch besondere Mechanismen die Aufmerksamkeit des breiten Publikums auf sich ziehen kann, indem es als besonderes Ereignis wahrgenommen werden kann, da es zu einer bestimmten Zeit an einem bestimmten Ort zu einem besonderen Anlass aufgeführt wird“ (Brosda/Schicha 2002: 153).

Im Sinne von festgelegten Handlungsmustern in wiederkehrenden Formen treten Rituale in verschiedenen Gesellschaftsbereichen auf und spielen auch in der Politik eine bedeutende Rolle. Edelman betrachtet Rituale als eine symbolische Form, die politische Einrichtungen durchzieht, und versteht sie genauer als „motorische Aktivität, bei der sich die Beteiligten symbolisch zu einer gemeinsamen Unternehmung zusammenfinden“ (Edelman 1990: 14). Indem sie Abläufe strukturieren und Handlungsmuster vorgeben, finden sich Rituale insbesondere in Verbindung mit offiziellen Anlässen und Zeremonien wie z.B. Parteitag, Kranzniederlegungen, Staatsbegräbnissen, Abstimmungsverfahren, Empfängen. Eine äußerst komplexe Form des Rituals sind Wahlkämpfe, die selbst als ganzes ein „großangelegtes Demokratieritual“ darstellen und darüber hinaus ein „bestimmtes Repertoire an Einzelritualen“ aufweisen (Prisching 2002:14).

Rituale basieren demnach auf regelmäßigen Ordnungsmustern und bewegen sich in einem festgelegten Handlungsrahmen, der sich gleichbleibend wiederholt und zum Standard wird. Durch ihre Repetitivität verleihen Rituale den entsprechenden Geschehnissen den Charakter der Erwartbarkeit und haben insofern einen „Stabilitätseffekt“ (vgl. Brosda 2002: 156). Indem Erwartungshaltungen genährt, bestätigt und stets erneuert werden, erleichtert die Regelmäßigkeit ritualisierter Ereignisse ebenfalls die Vermittlung und Konstruktion von Sinn. Denn die Erwartbarkeit ritualisierter Handlungsabläufe bedeutet letztlich eine Reduktion von Komplexität für alle Beteiligten, da somit ein intersubjektives Skript zur Verfügung

steht, das Situation wie Ablauf definiert und entsprechende Bedeutungszuweisungen bereithält. Die Standardisierung von Ereignissen hat insofern sowohl für teilnehmende Akteure als auch ihre Beobachter eine entlastende Funktion. Durch den Rückgriff auf vorhandene Deutungsmuster steht eine bewährte Interpretation der jeweiligen Ritualen zur Verfügung, so dass diese nur noch wiedererkannt, nicht aber im ursprünglichen Sinne entschlüsselt werden müssen. Die Regelmäßigkeit der Abfolge erlaubt daher nicht nur den direkt Beteiligten eine klare Strukturierung der Vorgänge, sondern ermöglicht ebenfalls den Beobachtern eine schnelle Orientierung.

Unter dem Gesichtspunkt der Orientierung und Reduktion von Komplexität erscheinen Rituale für die Darstellung von Politik in den Medien besonders geeignet. Die Erwartbarkeit politischer Ereignisse mit Ritualcharakter vereinfacht sowohl die Rezeption als auch Produktion von Berichterstattung und ist insofern ein prädestiniertes Element in der medialen Politikvermittlung. Von Seiten der Medienvertreter können Rituale innerhalb des politischen Geschehens als willkommene Anlässe für Berichterstattung vermutet werden, da sich Aufwand, Inhalt und Form des zu Berichtenden in einem voraussagbaren Rahmen bewegen. Zudem entspricht die mit Ritualen zumeist einhergehende Verwendung von Symbolen dem Zeigezwang des audiovisuellen Mediums Fernsehen. Aufgrund von spezifischen Präsentations- und Produktionszwängen ist die Nachfrage nach verständlichem, leicht visualisierbarem Material groß, so dass politische Rituale aufgrund ihres Wiedererkennungswertes und ihrer Erwartbarkeit eine grundsätzlich brauchbare Quelle für Fernsehberichterstattung darstellen. Im besonderen Fall des Nachrichtenformats erscheinen selbsterklärende Ereignisse noch unverzichtbarer, da zu den mediumsmanenten Problemen der angemessenen Darstellbarkeit noch der begrenzte zeitliche Rahmen des Formats hinzukommt. Vor diesem Hintergrund lässt sich für ritualisierte Ereignisse eine besonders hohe Publikationswahrscheinlichkeit vermuten, da sie nicht nur strukturierte Abläufe, feste Handlungsrahmen und dadurch hohe Verständlichkeit garantieren, sondern darüber hinaus über einen erwartbaren Nachrichtenwert verfügen.

Die dargestellte Berechenbarkeit politischer Rituale erleichtert insbesondere im Fall der tagesaktuellen Politikberichterstattung sowohl den Prozess der Produktion

als auch der Rezeption. Die einhergehende Reduktion von Komplexität für alle Beteiligten legt einen wechselseitigen Vorteil und damit eine erhöhte Übernahme von Ritualen in die Berichterstattung nahe. Doch die Vorhersehbarkeit ritueller Handlungsrahmen geht ebenfalls mit einer Standardisierung der Berichterstattung einher. Indem sich politische Akteure und Medienvertreter in ritualisierten Zusammenhängen mit absehbaren Abläufen und erwartbarem Nachrichtenwert begegnen, stehen auch für die entsprechende Berichterstattung erprobte Schemata zur Verfügung. Das Resultat ist eine Typisierung der Berichterstattung selbst, die sich mit gleichen Mitteln vor ähnlichen Bühnenbildern austauschbaren Bildfolgen zuwendet.

Nicht nur die politischen Ereignisse selbst weisen daher einen Ritualcharakter auf, sondern auch die entsprechende Berichterstattung zeigt eine festgelegte, gleichbleibende Schematisierung. Im Zuge der medialen Berichterstattung entstehen daher neue Rituale, denen allein die gleichförmige Art der Berichterstattung einen Ritualcharakter verleiht. Vorfahrende Limousinen oder die gegenseitige Begrüßung verschiedener Politiker sind Beispiele für solche „Rituale aus dem Gebrauchshandeln“ (Schicha 1998:143), die sich mit großer Regelmäßigkeit in Nachrichtensendungen finden. Indem solche und ähnliche Bilder häufig und in ähnlichen Abfolgen angeboten werden, vollzieht sich eine Typisierung der Berichterstattung. Nicht das Ereignis, sondern die Berichterstattung selbst erscheint dann ritualisiert, indem sie definitionsgemäß nach einer festgelegten Ordnung vorgeht. Angesichts des starken Interesses des politischen Systems an Publizität kann eine interessen geleitete Verstärkung dieser Rituale vermutet werden. Bei diesem Vorgehen wird jedoch hochstilisiert, was eigentlich begleitendes Beiwerk politischer Anlässe ist:

„Was ursprünglich normale Begrüßung zwischen Menschen gewesen sein mag, wird durch das systematische Hinzutreten des Mediums eine ritualisierte Medienbegrüßung, inszeniert, um das Publikum via Medium zumindest an diesem Ausschnitt teilhaben zu lassen“ (Bentele 1992: 225).

Diese Art der Rituale basiert folglich zwar auf politischen Anlässen, doch kommt ihre Ritualisierung allein durch die Anwesenheit und die Funktionsbedingungen von Medien zustande. Die wechselseitige Interdependenz der Systeme Politik und Medien treibt die ritualisierte Darstellung von Politik folglich nicht nur voran,

sondern bringt auch neue Formen des Rituals hervor. Die ritualisierte Berichterstattung porträtiert den politischen Alltag dabei als routinierten Medienalltag in Form von vorfahrenden Limousinen, Händeschütteln, Zeremonien, kurzen Debatten und Redeausschnitte sowie einträchtigen Willkommengesten (vgl. Kamps 1998: 41).

In der immer wiederkehrenden Verwendung ähnlicher Bilder zur Darstellung von Politik übernehmen die Medien eine aktive Rolle in der Etablierung bestehender und Schöpfung neuer Rituale. Diese Rolle verstärkt sich weiter im Phänomen der medieneigenen Rituale wie beispielsweise Pressekonferenzen oder Interviews mit Politikern. Auch in diesen Fällen wird regelmäßig nach einer festgelegten Ordnung vorgegangen, die ähnliche Bildfolgen produziert. Allerdings vollzieht sich die Begegnung von politischen Akteuren und Medienvertretern in diesen Fällen nicht mehr im Zusammenhang eines tatsächlichen, politischen Ereignisses, sondern kommt explizit im Hinblick auf mediale Vermittlung zustande. Der Interaktionszusammenhang erscheint an dieser Stelle so ausgereift, dass er schon selbst als Beziehung ritualisiert ist (vgl. Bentele 1993: 130).

Die Ritualisierungen politischer Ereignisse sowie ihrer Berichterstattung ist demzufolge auf unterschiedlichen Ebenen zu beobachten. Ausgehend von der Gleichförmigkeit bestimmter politischer Anlässe entwickelt sich ein entsprechender Umgang mit diesen Ereignissen seitens der Medien, die ähnliche Deutungsmuster aktivieren und in den Rezeptionsprozess einbringen. Festgelegte Handlungsabläufe bringen zwischen politischen Akteuren und Medienvertretern bestimmte Arten von Interaktionen hervor, die folgerichtig in ihrer Beziehung selbst wie auch in ihrem Produkt ritualisiert sind. Im letztendlichen Medienprodukt der tagesaktuellen Politikberichterstattung lassen sich daher mindestens drei unterschiedliche Arten von Ritualisierung beobachten, die sich sowohl auf den Ereignishintergrund des Nachrichtenanlasses als auch auf das Muster ihrer Bearbeitung beziehen. Unterscheidungskriterium ist dabei die Natur des Interaktionszusammenhangs zwischen Politik und Medien, bzw. die Rolle der Medien in der ausgewählten Situation. Zunächst sind rein politische Rituale, wie z.B. Ansprachen, Konferenzen, Parlamentsdebatten oder Abstimmungsverfahren zu nennen. Die Natur des Ereignisses ist politischer Art, d. h. Medien nehmen eine beobachtende Rolle ein. Politi-

sche Handlungsträger interagieren in vorbestimmter, nahezu einstudierter Weise, während Medien über die Beobachtung hinaus diese Interaktion nicht aktiv mitgestalten. Medien beobachten und verbreiten wie sich politische Akteure in festgelegten Handlungsrahmen begegnen²⁵.

Die Kommunikationsabhängigkeit des politischen Systems führt notwendigerweise zu einer Sensibilisierung seiner Vertreter gegenüber massenmedialen Bedürfnissen und den Bedingungen eigener Publizitätschancen. Aus der Reflexion und dem professionellen Umgang mit diesem Abhängigkeitsverhältnis erwachsen daher Beobachtungen der Beobachtungen, die sich deutlich in einer anderen Form des Rituals, dem mediengenerierten Ritual, niederschlagen. Mediengenerierte Rituale bezeichnen dabei Ereignisse wie die erwähnten Rituale aus dem Gebrauchshandeln, die hauptsächlich durch das Muster der Berichterstattung eine Ritualisierung erfahren. Die Standardisierung dieser Interaktion entsteht durch die gleichbleibende Art der Berichterstattung und ihrer wiederkehrenden Bilder. Anlass der Berichterstattung ist immer ein politisches Ereignis, das zwar auch ohne mediale Beobachtung stattfände, nicht aber in diesen bewusst ausgewählten Details typisiert würde. Die Rolle der Medien ist nach wie vor die eines Beobachters, doch haben die Interaktionspartner bereits auf diese Beobachtung mit Verhaltensmodifikation reagiert: Das wohlbekanntes Shakehands zwischen Politikern ist ein selbstverständlicher Bestandteil der Begegnung, doch ist seine selektive Überspitzung eine Folge der Beobachtung von Beobachtung. Die Rolle der Medien wird damit um ein handelndes Moment ergänzt, indem sie vom Beobachter zum Adressaten, also in die Interaktion einbezogen werden. An dieser Stelle spielt sich Politik nicht *vor*, sondern vielmehr *für* Medien ab.

Eine weitere Verschiebung des Interaktionszusammenhangs ergibt sich in der dritten Art, dem medienzentrierten Ritual. Gemeint ist damit der geplante Austausch zwischen politischen Akteuren und Medienvertretern, wie sie sich in Interviews oder Pressekonferenzen findet. In diesem Interaktionszusammenhang ist die Verschiebung vom Beobachter zum Handlungspartner gänzlich vollzogen. Nicht nur

²⁵ Zwar ist davon auszugehen, dass die schiere Präsenz diverser Kameras jede politische Interaktion verändert und mediale Aufmerksamkeit in gewisser Weise immer einberechnet wird. Dennoch sind die Medien in dieser Form des Rituals kein aktiver Handlungspartner.

wird auf die Präsenz des medialen Beobachtungssystems mit Modifikation des eigenen Verhaltens reagiert, sondern vielmehr wird der Anlass der Berichterstattung erst zugunsten der Vermittlung geschaffen. Berichterstattung bezieht sich nicht mehr unmittelbar auf das politische Ereignis, sondern nur noch auf dessen Vermittlung. Das mediale System wird hier zum Interaktionspartner, ohne den das Ereignis und damit auch der Gegenstand der Berichterstattung hinfällig wäre. Die wiederkehrende Abfolge und feste Ordnung dieser geschaffenen Begegnungen verleihen ihnen einen rituellen Charakter und verweisen auf die starke Annäherung der beiden Systeme. Medien sind nicht nur Adressat, sondern aktiver Teilnehmer der zu vermittelnden Gegebenheit.

Die unterschiedenen Arten beobachtbarer Ritualisierung im Medienprodukt sind in erster Linie anhand ihres Interaktionszusammenhangs zwischen Politik und Medien abzugrenzen. Ausschlaggebend ist dabei insbesondere die Rolle der Medien in den jeweiligen Interaktionssituationen. Im Vergleich der beschriebenen Ritualarten ist dabei eine Verschiebung der Rolle von Medien zu beobachten - vom Beobachter zum Adressat zum aktiven Interaktionspartner:

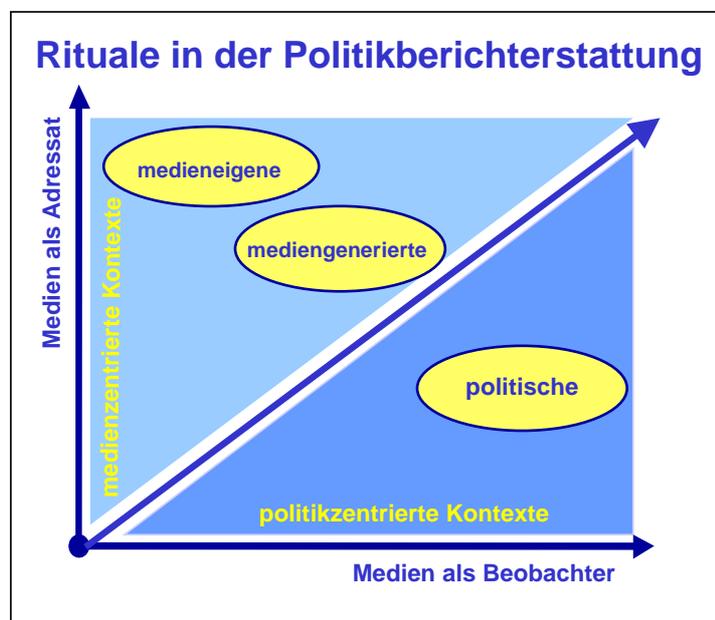


Abb.: 4.4 -1

Im Kontext politischer Rituale nehmen Medien eine hauptsächlich beobachtende Position ein. Zwar sind auch politische Rituale den Medien grundsätzlich zugäng-

lich, würden aber auch ohne die Anwesenheit von Medienvertretern stattfinden. Im Gegensatz dazu sind Rituale aus medienzentrierten Kontexten stärker auf Medienaufmerksamkeit abgestimmt und angewiesen. So würde ein Staatsempfang auch ohne die Berichterstattung durch Medienvertreter stattfinden, voraussichtlich aber nicht als mediengeneriertes Ritual in den beschriebenen Details typisiert. Das medieneigene Ritual hingegen beruht auf einer aktiven Interaktion mit Medienvertretern, so wie sie sich in Pressekonferenzen findet. Medien sind hier nicht nur Beobachter sondern aktiver Handlungspartner.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass Rituale als gleichbleibende Vorgehensweisen nach einer festen Ordnung nicht nur politische Ereignisse, sondern auch ihre Berichterstattung prägen. Rituale gewährleisten einen strukturierten Handlungsrahmen und einen erwartbaren Nachrichtenwert, was Orientierung und Verständlichkeit gewährleistet und insofern zur journalistischen Berichterstattung prädestiniert. Die Erwartbarkeit ritualisierter Handlungsabläufe bildet jedoch auch die Grundlage für eine Schematisierung der Berichterstattung, die Ausschnitte politischer Ereignisse in gleichbleibender Weise typisiert und präsentiert und somit selbst einen Ritualcharakter aufweist. Die so entstehende Erwartbarkeit von Berichterstattung eröffnet wiederum die Möglichkeit zur politischen Selbstdarstellung durch eine gezielte Bedienung medialer Bedürfnisse. Im Hinblick auf die Politikberichterstattung in Nachrichtensendungen kann von einer bevorzugten Berücksichtigung der unterschiedenen Arten von Ritualen ausgegangen werden. Darüber hinaus ergeben sich auf der Grundlage der theoretischen Ausführungen folgende Vermutungen für die tagesaktuelle Politikberichterstattung:

- Die Politikberichterstattung in Nachrichtensendungen zeigt insbesondere Akteure höherer Positionen wiederholt in ähnlichen Handlungskontexten mittels vergleichbarer Bildfolgen.
- Die weitgehend ritualisierte Interaktion zwischen politischen Akteuren und Medienvertretern schlägt sich in einer starken Berücksichtigung medieneigener Rituale wie z.B. Pressekonferenzen und Interviews nieder.
- Die Berichterstattung über politische Ereignisse in festen Handlungskontexten weist gleichzeitig einen hohen Anteil politischer Symbole und symbolischer Gesten und Handlungen seitens der politischen Akteure auf.

5. Politikberichterstattung in Nachrichtensendungen

Ausgehend von den Grundlagen der medialen Politikvermittlung und den dargestellten Mechanismen zur Reduktion von politischer Komplexität ist die besondere Bedeutung des Fernsehens in diesem Zusammenhang herauszustellen. In der Vermittlung und Distribution politischer Information kommt dem Fernsehen eine Schlüsselrolle zu, da es über eine beispiellose Reichweite in zeitlicher sowie sozialer Hinsicht verfügt. Steigende Nutzungsquoten und die zunehmende Einschaltdauer²⁶ seitens der Rezipienten dokumentieren die hohe Verbreitung und Akzeptanz des Mediums und prädestinieren es zur Vermittlung politischer Information. Zudem vermittelt der Live-Charakter von Fernsehbildern den Eindruck des Authentischen und verschafft der politischen Berichterstattung im Fernsehen einen Vertrauensvorsprung²⁷ gegenüber anderen Medien sowie „einen Vorsprung an Glaubwürdigkeit, Objektivität und Vollständigkeit“ (Sarcinelli/Tenscher 1998: 304). Aufgrund der hohen Reichweite sowie der attribuierten Eigenschaften ist das Fernsehen zum Leitmedium avanciert, das auch bei der Bewertung von politischen Aussagen zur dominierenden Kraft geworden ist (vgl. Schicha 1999: 140). Politische Berichterstattung vollzieht sich dabei in unterschiedlichsten Sendekonzepten, wobei das Format der Nachrichtensendung eine hervorgehobene Stellung²⁸ einnimmt. Nachrichtensendungen sind nicht nur die „Visitenkarte der Kategorie Information“ (Kamps/Meckel 1998: 11), sondern weisen ebenfalls die höchste Reichweite von allen politischen Informationssendungen auf (vgl. Brosius 1998: 283). Nachrichten sind also ein zentrales Genre der Politikvermittlung, das aufgrund der hohen Reichweite die Politik mit Massenpublika in Kontakt bringen kann.

²⁶ Im Jahr 2000 wurden Fernsehangebote von 72,6% der Bevölkerung mit einer durchschnittlichen Verweildauer von 265 Minuten genutzt. Sowohl der Anteil als auch die Dauer der Nutzung sind damit im Vergleich zu Vorjahren gestiegen (vgl. Reeb 2001:5).

²⁷ „While trust in television has declined more than average for the media as a whole, it still outdistances radio and newspapers as the most trusted information source when three media carry divergent information about the same event“ (Kaase 2000: 381).

²⁸ Eine Erhebung zeigte, dass über 90% der über 16jährigen an Nachrichtensendungen interessiert sind und wenn politisch Desinteressiert überhaupt einen Zugang zum politischen Geschehen erlangen, dann primär über Nachrichtensendungen (Schicha 1999:153).

5.1 Besonderheiten des Nachrichtenformats

Unterschiedliche Forschungsrichtungen haben verschiedene Definitionsvorschläge des Begriffs *Nachricht* hervorgebracht. Aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive sollen Nachrichten an dieser Stelle als deskriptive Aussagen von geringer Komplexität betrachtet werden, die wahrgenommene Veränderungen von Veränderungen oder Beständen beschreiben (vgl. Westerbarkey 1992: 285). Als journalistische Darstellungsform werden Nachrichten nun als Aussagen über Ereignisse betrachtet, deren Aufbereitung nach bestimmten Regeln gestaltet ist. Fernsehnachrichten bilden in diesem Zusammenhang das zentrale Sendeformat, in dem diese Aussagen unter engen, formatspezifischen Bedingungen aufbereitet werden. Die zentrale Bedeutung von Nachrichtenberichterstattung wird in westlichen Demokratien in ihrer allgemeinen Informationsfunktion gesehen, wobei Information im eigentlichen Sinne nicht das Nachrichtenangebot selbst sondern das Resultat der Wahrnehmung bezeichnet. Als aktuelle Zeitdiagnosen erfüllen Fernsehnachrichten ebenfalls eine Orientierungsfunktion, da sie mehrmals täglich Interpretationen des Tagesgeschehens, aber auch Orientierungsmuster zur Antizipation wahrscheinlicher Entwicklungen zur Verfügung stellen (vgl. Ludes/Staab/Schütte 1997: 151). Vor dem Hintergrund der Informations- und Orientierungsfunktion des Formats sowie der hohen Glaubwürdigkeit seines Mediums ergibt sich für Nachrichtensendungen eine Schlüsselstellung im Prozess der medialen Politikvermittlung sowie der politischen Willensbildung.

Mit einem durchschnittlichen Sendevolumen von 15-30 Minuten steht bei Hauptnachrichtensendungen ein Überblick über verschiedene tagesaktuelle Themen im Mittelpunkt. Diese enge Formatvorgabe mag zwar Probleme in der Produktion sowie in der Präsentation mit sich bringen, ermöglicht aber dem Rezipienten einen kurzen Einblick in das Tagesgeschehen, ohne ihm eine hohe Investition von Zeit oder Aufmerksamkeit abzuverlangen. Dieses Formatkonzept gewährleistet eine breite Zuschauerschaft und setzt kaum politische Vorbildung oder eingehendes Interesse voraus. Dennoch gelten Nachrichtensendungen als Quelle umfassender, aktueller und verlässlicher Information (vgl. Schicha 1999: 154), deren Rezeption daher mit dem Gefühl gratifiziert wird, alles Wissenswerte erfahren zu haben. Die hohen Erwartungen an Seriösität und Glaubwürdigkeit des Formats werden dabei über formale Gestaltungselemente sowie über die visuelle und akustische Präsen-

tation der Sendung unterstützt. Als „Inszenierung der Information“ bezeichnen Hickethier und Bleicher den selbstbestimmten Geltungsanspruch von Nachrichtensendungen, im Rahmen dessen der Wahrheitsanspruch durch die Erzeugung einer Aura des Seriösen unterstützt wird (vgl. Hickethier/Bleicher 2000: 371). Die seriöse Kulissengestaltung, die Versachlichung durch Sprachformeln und die Inszenierung des Sprechers als Experte am Schreibtisch bzw. als auktorialer Fernsehreporter sind nur einige der Elemente, die das Gemeldete als offiziell und real im Sinne einer unumstößlichen Tatsache erscheinen lassen (vgl. Hickethier/Bleicher 2000: 372). Der Schein von Objektivität und Seriösität wird auf diese Weise aktiv unterstützt und über formale Gestaltungselemente gefördert. Nachrichtensendungen setzen in diesem Sinne auf Authentizitätseffekte und machen ein „Realitäts- und Relevanzversprechen“ (Ontrup 1999: 106)

Ein auf diese Weise inszenierter Geltungsanspruch von Nachrichtensendungen erscheint angesichts ihrer engen formatspezifischen Bedingungen jedoch problematisch. Die Handlungsspielräume der Politikvermittlung in Nachrichtensendungen werden erheblich durch die Sendezeitbegrenzung sowie die hohe Aktualität des Formats eingeschränkt. Innerhalb weniger Stunden müssen Themen für die Berichterstattung ausgewählt, bebildert und bearbeitet werden. Die Visualisierungsmöglichkeit des selektierten Themas ist in diesem Zusammenhang eine unweigerliche, mediumsinhärente Priorität. Die Verfügbarkeit von Bildmaterial kann dabei im Sinne eines Nachrichtenfaktors die Selektionsentscheidung determinieren, denn „wenn ungewöhnliche und interessante Videoaufnahmen vorliegen, werden zuweilen Ereignisse ausgewählt, die ohne das Bildmaterial vermutlich nicht einmal als Sprechermeldung erwähnt worden wären“ (Ontrup 1999: 111). An dieser Stelle kann die journalistische Selektion folglich weniger auf ereignisimmanente Merkmale als auf die Bedingungen journalistischer Produktion und Präsentation zurückgeführt werden. Für den Prozess der journalistischen Nachrichtenauswahl müssen folglich ebenfalls produktionsbezogene sowie mediumspezifische Faktoren als Determinanten der Selektion unterstellt werden.

Ähnliches gilt für die inhaltliche Strukturierung des Nachrichtenformats. Über die Anordnung der Informationsangebote zeigen Nachrichtensendungen einen spezifischen Ablauf, der dramaturgischen Prinzipien folgt. Während beispielsweise

Berichte aus dem Bereich *Sport* und *Wetter* stets den letzten Teil der Sendung bilden, verweist schon der Begriff des *Aufmachers* auf die besondere Bedeutung des ersten Themas am Sendungsanfang. Diese inhaltliche Strukturierung der Nachrichtensendung richtet sich jedoch nicht allein am eigentlichen Nachrichtenwert des zu Berichtenden aus. Die konkrete Reihenfolge der einzelnen Nachrichten wird ebenso durch die allgemeine Angebotslage bestimmt wie durch das Verhältnis der Beiträge zueinander:

„Aber auch Meldungen, die keinen oder nur einen geringen Neuigkeitswert besitzen, z.B. Berichte über den Fortgang von Verhandlungen in Tarifkonflikten, An- und Abreise von Politikern etc. sind oft zu finden, weil sie den Erzählfluss einer großen Nachrichtenerzählung aufrechterhalten und auf kommende Ereignisse vorverweisen“ (Hickethier/Bleicher 2000: 376).

Die Formatstruktur von Nachrichtensendungen obliegt demnach nicht allein dem tatsächlichen Nachrichtenwert aktueller Ereignisse, sondern folgt auch erzählerischen Imperativen. Diese dramaturgische Planung des Sendekonzepts bringt jedoch vielfältige inhaltliche Beschränkungen mit sich, „indem einzelne Themen nur an bestimmten Stellen in den Sendeablauf eingepasst werden können und bei fehlender Kongruenz von Inhalt und Formatvorgabe vor allem bei nicht topaktuellen Themen oft Inhalt hinter Struktur zurücktreten muss“ (Meckel 1997: 482). Umfang und Inhalt der Politikberichterstattung in Nachrichtensendungen hängen daher nicht nur von Nachrichtenfaktoren oder Bebilderungsmöglichkeiten ab, sondern werden darüber hinaus von ihrer Angemessenheit im thematischen wie formalen Sendeablauf determiniert.

Die inhaltlich folgenschwerste Formatvorgabe von Hauptnachrichtensendungen liegt sicherlich in ihrer starken zeitlichen Begrenzung. Denn mit einem mehrheitlich 15-minütigen Sendevolumen können Hauptnachrichtensendungen weniger ausführliche Hintergrundinformation liefern, als vielmehr einen Aufriss ausgewählter Geschehnisse anbieten. Aufgrund des begrenzten Zeitrahmens neigen Nachrichtensendungen zu einer Ausklammerung langwieriger Prozesse der politischen Entscheidungsfindung und zu einer Konzentration auf Ergebnisse. Auf diese Weise folgen Nachrichtensendungen dem Prinzip der ergebnisorientierten Aktualisierung, indem sie konventionalisierte Verhaltensmuster stilisieren und die Verankerung der Nachricht in ihrem thematischen Kontext auslassen (vgl. Ludes: 1993: 62). Diese Isolation einzelner Ergebnisaspekte des politischen Handelns

kommt den Bedingungen einer komprimierten Darstellung entgegen, gewährleistet einen gewissen Neuigkeitswert und ist auch leichter darstellbar als der diskursive, prozesshafte Werdegang politischer Entscheidungen. Unter den gegebenen audiovisuellen Vermittlungsbedingungen ist eine verständliche und visualisierbare Vermittlung von komplexen politischen Sachverhalten kaum anders vorstellbar als durch entlastende Darstellungsstrategien. Im Fall von Nachrichtensendungen ist aufgrund der immensen zeitlichen Begrenzung und den engen formatspezifischen Zwängen daher eine besonders starke Verwendung komplexitätsreduzierender Mechanismen zu vermuten, denn „Fernsehnachrichten sind mit ihrem strukturimmanenten Hang zur Kürze und zur Visualisierung prädestiniert, Politik reduziert und symbolisch darzustellen“ (Kamps 1998: 36). Nachrichtensendungen erscheinen somit als besonders geeignet, um die Verwendung von komplexitätsreduzierenden Mechanismen in der Vermittlung von Politik zu beleuchten, da der mit dem Medium verbundene technische Aufwand, der Zeitdruck und die begrenzten Sendezeiten eine vereinfachte Darstellung mittels Personalisierung, Ritualisierung, Emotionalisierung und Symbolen begünstigen. Die verkürzte, darstellungsorientierte Vermittlung von politischen Inhalten in Nachrichtensendungen ist daher ein notwendiges Resultat ihrer formatspezifischen Vorgaben, geht aber auch auf die Natur politischer Prozesse zurück:

„Das Fernsehen kann beispielsweise gar nicht anders, als Politik zu personalisieren, denn wie soll man eine Regierung, eine Partei oder das Parlament sonst darstellen? Es kann nicht anders, als zu symbolisieren, denn wie sollte man beispielsweise das „Telekommunikationsdienstgesetz“ sonst vermitteln (etwa durch Abfilmen oder Verlesen des Textes?), es kann nicht anders, als Prozesse auf Ergebnisse zu verkürzen, denn wer wollte mehrwöchige Verhandlungen in Echtzeit miterleben?“ (Marcinkowski 1998: 183).

Die grundsätzlich problematische Darstellbarkeit politischer Vorgänge sowie die diskutierten Bedingungen der Präsentation und Produktion von Nachrichten begünstigen einen journalistischen Rückgriff auf von symbolischer Politik generiertes Sendematerial. Eine besondere Rolle spielt in diesem Zusammenhang die hohe Aktualität des Formats, da kaum genug Zeit zur kritischen Hinterfragung von politischen PR-Angeboten zur Verfügung steht (vgl. Tenscher 1998: 207). Politisches Kommunikationsmanagement erkennt und bedient diese formatspezifischen Zwänge, um Medienresonanzen zu erzeugen und politischen Akteuren eine verstärkte Präsenz in Fernsehnachrichten zu verschaffen, denn Medienpräsenz ist ein „zentrales Kriterium um politische Statements publikumswirksam zu artikulieren“

(Schicha 1999: 157). Das Interesse an symbolischer Politik stellt sich folglich als beidseitig dar, wodurch die Ausreifung dieser Strategien vorangetrieben werden dürfte und sich letztlich die Diskrepanz zwischen politischem Entscheidungs- und Darstellungshandeln weiter vergrößert.

Wie stark die erwähnten Reduktionsmechanismen der Personalisierung, Emotionalisierung, Ritualisierung und der symbolischen Darstellung die politische Berichterstattung prägen, hängt jedoch auch vom Konzept der Sendung ab. Tenscher unterscheidet verschiedene „Sendetypen“ nach dem Grad ihrer Politisierung, also dem Anteil politischer Themen oder Akteure am Gesamtvolumen der Sendung, sowie nach dem Grad der Mediatisierung, also dem journalistischen bzw. politischen Einfluss auf den Inhalt (vgl. Tenscher 1998: 94). Diese Klassifikation spiegelt antagonistische Wirkungskräfte zwischen den Systemen Politik und Medien in der Politikvermittlung wider, denn „während mit steigendem Grad an Mediatisierung der journalistische Einfluss zunimmt, sinken gleichzeitig die Möglichkeiten der politischen Akteure, von journalistischem Eingriff unbeeinflusst zu Wort zu kommen“ (Tenscher 1998: 194). Nachrichtensendungen bilden nach diesem Schema ein hochpolitisiertes Genre der Politikdarstellung, das gleichzeitig vollmediatisiert ist, d.h. politische Akteure haben geringe, Journalisten große Einflussmöglichkeiten auf die Gestaltung der Sendung. Zusammenfassend betrachtet, sind Nachrichtensendungen also eine der wichtigsten politischen Informationsquellen mit hoher Reichweite und Nutzungsquote. Politische Akteure müssen daher notwendigerweise an Präsenz in Nachrichtensendungen interessiert sein, können jedoch Inhalt und Präsentation politischer Information in diesem Rahmen formal nicht beeinflussen.

Unter den Voraussetzungen eines hochpolitierten, vollmediatisierten Formats ist Politikberichterstattung in Nachrichtensendungen ausschließlich als Resultat der medieneigenen Selektions- und Präsentationsbedingungen zu betrachten. Was in Nachrichtensendungen thematisch aufbereitet wird, mag zwar auf einen Versuch der vorteilhaften Vorstrukturierung der Wirklichkeit seitens des politischen Systems zurückzuführen sein, doch obliegt die letztendliche Auswahl und Präsentation dieser Themen allein den Nachrichtenredaktionen. Dennoch unterliegt die politische Berichterstattung in Nachrichtensendungen den erläuterten Beschränkun-

gen, die sich aus produktionsbedingten Überlegungen sowie den formatspezifischen Vorgaben bezüglich Inhalt und Form ergeben. Die Berücksichtigung eines Ereignisses in einer Nachrichtensendung steht damit am Ende eines mehrstufigen Selektionsprozesses, der die zu vermittelnden Inhalte im Hinblick auf den Nachrichtenwert, auf die Visualisierungsmöglichkeiten, auf den thematischen Umfang und die Einfügung in das Formatkonzept unter anderen potentiellen Nachrichtenlässen auswählt. Die Berichterstattung folgt damit medienspezifischen Regeln und evaluiert die zu vermittelnden politischen Ereignisse unter formatspezifischen Bedingungen.

5.2 Politikberichterstattung im dualen Rundfunksystem

Aufgrund ihrer hohen Reichweite und Nutzungsquoten sowie der wahrgenommenen Glaubwürdigkeit und Authentizität bilden Nachrichtensendungen das zentrale Format der audiovisuellen Politikberichterstattung. Die so begründete Bedeutung und Position von Nachrichtensendungen machen das Format zum Flaggschiff eines jeden Senders, welches für das Image von Rundfunkanstalten entscheidend ist (vgl. Schicha 1999: 154). Die Politikberichterstattung in Nachrichtensendungen wird insofern gewissermaßen als Ausdruck einer gesamten Sender- und Programmphilosophie gewertet, mit der sich Sendeanstalten am Markt positionieren. Aus dieser Eingebundenheit der Politikberichterstattung in eine übergreifende Programmpolitik und Zielgruppenausrichtung des Senders wird deutlich, dass die Struktur und Beschaffenheit der Medienlandschaft wichtige Rahmenbedingungen für die Politikvermittlung in Nachrichtensendungen vorgibt.

Vor diesem Hintergrund ist die Deregulierung des deutschen Rundfunksystems von zentraler Bedeutung, nicht nur weil kommerzielle Sender das öffentlich-rechtliche Monopol durchbrochen und eigene Formate der Politikvermittlung entworfen haben, sondern auch weil durch diese Erweiterung eine Konkurrenzsituation geschaffen wurde, die etwaige kulturpolitische Zielsetzungen öffentlich-rechtlicher Anbieter um eine unternehmerische Perspektive ergänzt: „Im Lichte schwindender Werbeeinnahmen, einer anhaltenden Gebührendiskussion und politischer Legitimationszwänge sind auch die öffentlich-rechtlichen Fernsehanbieter gezwungen, auf die umfassende Ökonomisierung zu reagieren“ (Pfetsch 1996:

479). Besonders die privaten Anbieter berufen sich fortwährend auf das Prinzip der Wirtschaftlichkeit. Das primäre, übergreifende Formatkriterium besteht damit in der Publikumsrelevanz von Kommunikationsangeboten. Nicht nur in Bezug auf die gesamte Programmgestaltung, sondern auch bezüglich der Politikvermittlung in Nachrichtensendungen sind daher starke Unterschiede zu dem Angebot öffentlich-rechtlicher Anstalten anzunehmen.

Diese Unterschiede beginnen mit der grundlegenden Programmphilosophie, die im Fall privat-kommerzieller Anbieter aufgrund der Profitmaximierung in eine weitgehende Unterhaltungsorientierung mündet (vgl. a.a.O. 1996: 482). So zeigten sich schon in den frühen Jahren des dualen Rundfunksystems deutliche Unterschiede sowohl im Informationsangebot als auch in der inhaltlichen Gestaltung der Politikberichterstattung. Anhand einer Sekundäranalyse von Untersuchungsdaten, die als Begleitforschung zum Kabelpilotprojekt Ludwigshafen / Vorderpfalz²⁹ zwischen 1984 und 1986 erhoben worden waren, zeigt Pfetsch schon in diesem frühen Stadium des privat-kommerziellen Rundfunks grundlegende Diskrepanzen in der Programmgestaltung der Sendeanstalten auf. Ihre Analyse zeigte, dass sich die Programmangebote beider Rundfunkteilsysteme in der Gewichtung von politischen Informationen drastisch unterschieden. Die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten strahlten dreimal so viele Informationssendungen aus wie beispielsweise RTL³⁰ und auch innerhalb von Nachrichtensendungen nahm der Themenbereich Politik bei den privat-kommerziellen Sendern ein deutlich geringeres Sendevolumen ein (vgl. Pfetsch 1991: 92). Auf der Grundlage dieser Datenanalysen konstatierte Pfetsch eine auffällige Randständigkeit von Politik im Informationsangebot der kommerziellen Anbieter RTL und SAT1: „Diese Marginalisierung von Politik ist für Sat1 und RTLplus auf allen Dimensionen erkennbar: Sie kennzeichnet nicht nur das Gesamtprogramm, sie ist auch typisch für die Informationssendung selbst“ (a.a.O. 1991: 94). Die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Programmangeboten sind in der Forschung immer weiter diskutiert und beobachtet worden. Angesichts der fortschreitenden Ausdehnung des Mediensystems und der sich

²⁹ Das Programmangebot im Kabelpilotprojekt bestand im Untersuchungszeitraum 1984-1986 zu 45% aus deutschen öffentlich-rechtlichen Programmen, 18% deutschen privat-kommerziellen Angeboten, 24% ausländischen öffentlichen Programmen und 10% ausländischen privat-kommerziellen Angeboten (vgl. Faul 1991: 54-56).

³⁰ Zum Untersuchungszeitpunkt „RTLplus“ genannt.

verschärfenden Wettbewerbssituation zwischen den Sendern wurde die Frage nach einer möglichen Angleichung des Programmangebots aufgeworfen. Heribert Schatz und seine Mitarbeiter formulierten vor diesem Hintergrund die sogenannte „Konvergenzhypothese“ (vgl. Schatz 1989), unter deren Begrifflichkeit bis heute die Annäherung der Programmangebote öffentlich-rechtlicher und privater Anbieter in Struktur und Inhalt kontrovers diskutiert wird³¹. Eine inhaltliche, strukturelle und qualitative Angleichung der öffentlich-rechtlichen und privaten Programme ist dabei besonders unter dem Aspekt der Legitimation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks problematisch. In Anlehnung an Schatz verweist Merten in diesem Zusammenhang auf das Dilemma der öffentlich-rechtlichen Sender, die bei einer Beibehaltung ihrer Programmstrukturen sinkende Einschaltquoten riskieren, bei einer Umorientierung der Programmgestaltung jedoch genau das tun, was die privaten Sender mit ihrer kategorischen Orientierung an der Einschaltquote von Anfang an vorführen (vgl. Merten 1994: 135).

Je nach Ebene und Vorgehensweise haben verschiedene empirische Untersuchungen unterschiedliche Forschungsergebnisse zur Konvergenzhypothese hervorgebracht. Auf der Ebene der gesamten Programmstruktur wurden jedoch wiederholt die Differenzen zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern herausgestellt (vgl. Krüger 1997: 256; Bruns/Marcinkowski 1997: 301). Die Beobachtung der wechselseitigen Annäherung in Bezug auf die gesamte Programmstruktur geht dabei unweigerlich mit der Diskussion um eine Entpolitisierung des Fernsehangebots insbesondere auf Seiten der privaten Anbieter einher. So stellt Pfetsch im Rahmen einer weiteren Längsschnitt-Analyse eine gleichbleibende Marginalisierung von Informationsangeboten bei den Privaten fest, während der Anteil von Informationssendungen bei den öffentlich-rechtlichen Kanälen sogar gestiegen ist (vgl. Pfetsch 1996: 487). Zu anderen Ergebnissen kommt die Programm-Struktur-Analyse von Hallermann, die im senderübergreifenden Vergleich eine Anpassung der Privatsender an die öffentlich-rechtliche Programmstruktur in Form einer Erhöhung des Informationsanteil feststellt (vgl. Hallermann 1998). In der Hauptsendezeit wird jedoch bei privaten wie öffentlich-rechtlichen Sendern

³¹ Vgl. dazu Merten 1994, Bruns/Marcinkowski 1997, Krüger 1997, Bartel 1997, Krüger 1998, Katschinski 1999.

ein Rückgang an Informationssendungen belegt, wobei der Informationsanteil³² am Gesamtprogramm von ARD und ZDF immer noch weit höher liegt als bei RTL oder SAT1 (vgl. a.a.O. 1998: 29). Die Untersuchungen von Pfetsch und Hallermann zeigen demnach unterschiedliche Tendenzen bezüglich des Angebots von Informationssendungen im Gesamtprogramm. Diese Abweichungen mögen dabei auf unterschiedliche Definitionen und Handhabungen des Informationsbegriffs zurückgehen, dessen Unschärfe eine Vergleichbarkeit unterschiedlicher Studien zuweilen erschwert. Trotz unterschiedlicher Tendenzen stellen jedoch beide Studien einen grundsätzlichen Informationsvorsprung der Öffentlich-Rechtlichen vor den Privatsendern heraus. Der politischen Berichterstattung wird demnach in öffentlich-rechtlichen Anstalten mehr Raum im Sinne von höheren Politikanteilen im Gesamtprogramm gewährt.

In Bezug auf einzelne Sendungsgenres hingegen weisen die empirischen Befunde in eine andere Richtung. Während Pfetsch in der Analyse der Programmstruktur keine Konvergenztendenzen feststellte, lassen sich auf Ebene der einzelnen Nachrichtenformate deutlichere Hinweise auf eine gegenseitige Annäherung finden. In diesem Zusammenhang muss zwischen dem Aspekt der formalen Präsentation von Nachrichtenbeiträgen und dem inhaltlichen Profil von Nachrichtensendungen unterschieden werden, da sich bezüglich dieser Aspekte gegenläufige Annäherungsprozesse abzeichnen. Während sich die privaten Anbieter hinsichtlich der Struktur und dem Inhalt politischer Informationen auf die öffentlich-rechtlichen Kanäle zu bewegt haben, passen sich hinsichtlich der formalen Präsentation politischer Information die öffentlich-rechtlichen an die kommerziellen Nachrichtensendungen an (vgl. Pfetsch 1996: 495). Insofern ist der Prozess einer möglichen Konvergenz nur in beide Richtungen zu diskutieren, in dem sich öffentlich-rechtliche wie auch private Sendeanstalten aneinander orientieren. Die gegenseitige Annäherung findet dabei ihren Ausdruck in der beidseitigen „Vereinheitlichung von Inhalten und Präsentationsweisen“ (Bruns /Marcinkowski 1997: 301).

³² Im direkten Vergleich der Sendeanstalten beschränkt Hallermann den Informationsbegriff auf Nachrichten, Tagesmagazine, politische und wirtschaftliche Informationssendungen. Diese Gruppierung weicht von den von der GfK vorgegebenen Kategorien ab. Hallermann begründet ihre Herangehensweise mit der Unschärfe der GfK Vorgaben, da der dort definierte Informationsbegriff „keinen Unterschied zwischen den neuen Sendeformen des Infotainments und reinen Informationssendungen macht, also keinen Unterschied zwischen RTL Explosiv und ARD tagesschau erkennt“ (Hallermann 1998: 25).

Doch was in einem zeitlichen Abgleich als Annäherung erscheint, kann im Rahmen eines punktuellen Vergleichs immer noch deutliche Unterschiede hervorbringen. Die Ergebnisse von Längsschnittstudien, die das Nachrichtenangebot zu verschiedenen Messzeitpunkten vergleichen, kommen daher möglicherweise zu anderen Ergebnissen als querschnittsorientierte Betrachtungen. So stellt Krüger 1997 im Rahmen einer vierwöchigen Gesamtprogrammanalyse keinerlei Konvergenzen fest. Nicht nur für die Gesamtstruktur sondern auch für die Ebene der Nachrichtensendungen ermittelt er bei den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten einen eindeutig höheren Stellenwert von Politik als bei den privaten Kanälen. Insbesondere RTL aktuell bezeichnet Krüger als „politikfern“ (Krüger 1997: 257).

Im direkten Vergleich verschiedener Nachrichtensendungen ist wiederholt eine Vernachlässigung politischer Information in Nachrichtenformaten privater Rundfunkanstalten konstatiert worden. So stellt auch Bartel in seiner vergleichenden Analyse deutliche Unterschiede im inhaltlichen Aufbau öffentlich-rechtlicher und privater Nachrichtenformate fest. Für die Tageschau ergibt seine Analyse einen thematischen Schwerpunkt im Bereich der internationalen Politik sowie der Innenpolitik, während RTL aktuell deutlich mehr über Unfälle, Katastrophen, Kriminalität und Kurioses berichtet (vgl. Bartel 1997: 172). Diese thematischen Verteilungen führen Bartel zu dem Schluss, dass RTL aktuell die Merkmale eines „Boulevard-Nachrichtenangebots“ zeige (Bartel 1997: 172). Auch Brosius bezeichnet die Nachrichtensendungen der privaten Sender insgesamt als weniger seriös, da sie häufig über Human-Interest-Themen berichten und insgesamt vermehrt „soft news“ berücksichtigen, die „keine direkte politische Relevanz für den öffentlichen Diskurs haben, wie zum Beispiel Boulevardgeschichten, Sport, Verbrechen, Unfälle, Katastrophen et cetera“ (Brosius 1998: 285). Schicha beobachtet ähnliche Tendenzen und bezeichnet die öffentlich-rechtlichen Anbieter als im Vergleich nach wie vor informationslastig, während sich die privaten Sender an der Dramatik und einem höheren Aktionsgehalt orientieren (vgl. Schicha 1999: 154). Auf diese Weise soll der Rezipient den Eindruck gewinnen, in das Geschehen involviert zu sein und gleichzeitig dient die stärkere Berücksichtigung von Human-Interest-Beiträgen der emotionalen Ansprache des Publikums (a.a.O.: 154).

Die Berücksichtigung des angesprochenen Aktionsgehalts von Nachrichten sowie der emotionalen Beteiligung durch Human Interest Stories sind als Ausdruck eines auf Unterhaltung ausgerichteten Elements in Nachrichtensendungen zu bewerten. Sie entsprechen dem erwähnten Auswahlkriterium der Publikumsrelevanz und sollen insofern das Interesse von Rezipienten sicherstellen. Jansen bezeichnet diese Entwicklungen als Erhöhung der Reizintensität in Folge des verschärften Kampfes um die Aufmerksamkeit des Publikums und spricht ebenfalls insbesondere bei den privaten Sendern von einer „Boulevardisierung der Nachrichten“ (vgl. Jansen 1997: 125), d.h. einer Vermischung von Information und Unterhaltung. In diesem Zusammenhang ist auch die verstärkte Visualisierung politischer Informationsangebote zu sehen, die den Sehgewohnheiten der Rezipienten entgegenkommen und Aufmerksamkeit binden soll. In der konkurrenzbedingten Ausrichtung auf Publikumsbedürfnisse vollzieht sich auf diese Weise eine Überbetonung formalästhetischer Elemente. Die Hervorhebung audiovisueller Ästhetik leitet dabei die Aufmerksamkeit vom Inhalt auf die Form, vom Berichteten auf das Berichten um. Die inflationäre Verwendung der Bebilderung gewährleistet dabei nicht nur Authentizitätseffekte, sondern verursacht ebenfalls eine Verschiebung vom Weltbild zur Bilderwelt, indem sie immer weniger auf die Realität als auf andere Bilder verweisen (vgl. Ontrup 1999: 109). Alle diese Phänomene sind zwar Folgen allgemeiner medienpezifischer Entwicklungen, sind jedoch gleichzeitig ein Indikator für eine verstärkte Ausrichtung an den Bedürfnissen der Rezipienten.

Die konsequente Orientierung an Publikumsrelevanz und damit Einschaltquoten kann als allgemeine Folgeerscheinung der verschärften Wettbewerbssituation von Rundfunkanstalten und Nachrichtenformaten betrachtet werden. Die Kommerzialisierung von Rundfunksystemen ist ein internationales Phänomen, das mit einer grundlegenden Veränderung von Medieninhalten einhergeht und zu Bedenken hinsichtlich der Vernachlässigung politischer Informationsangebote geführt hat:

„Kurz gesagt: Der Trend auf dem alten Kontinent ging von der Ein-Kanal zur Mehrkanal- Informationslandschaft, vom Öffentlichen zum Kommerziellen, von ernsten Nachrichten zum Infotainment, von politischer Kontrolle zur Autonomie, von Politisierung zu Entpolitisierung und vom Reichtum zur Armut an politischen Inhalten“ (Mazzoleni 1998: 117).

Häufig wird in diesem Zusammenhang ein Vergleich mit den USA herangezogen und vor allem bei den privaten Sendern von einer Amerikanisierung der Nachrichtensendungen gesprochen. Der Begriff der Amerikanisierung wird in diesen Fällen hauptsächlich im Sinne einer Marginalisierung von Politik, einer Hervorhebung konflikthafter Ereignisse, einer extremen Visualisierung und im Sinne einer starken inhaltlichen Verkürzung gebraucht (vgl. Jansen 1997: 127). Um dem Verdacht der Amerikanisierung nachgehen zu können, wird im Folgenden zunächst der Begriff zu klären und die Besonderheiten einer vermeintlich amerikanisierten Berichterstattung aufzuzeigen sein.

6. Amerika in der Schrittmacherfunktion

Das Konzept der Amerikanisierung wird zwar im Sinne eines universellen Prozesses regelmäßig konstatiert, die eigentliche Bedeutung des Begriffs wird jedoch unterschiedlich definiert. Das gemeinsame Element der begrifflichen Annäherungen besteht zumeist in der Erkennung eines Angleichungsprozesses, wobei Ursachen und Zielgrößen dieser Konvergenz abweichend bewertet werden. Aus diffusionstheoretischer Sicht handelt es sich bei der Amerikanisierung um einen gerichteten, einseitigen Konvergenzprozess, d.h. einer einseitigen Anpassung an amerikanische Handlungslogiken (vgl. Plasser 2000: 50). Das Verständnis von einer gerichteten Konvergenz als einer reinen Übernahme fremder Handlungslogiken lässt der Möglichkeit einer Mitbestimmung und -gestaltung dieses Annäherungsprozesses durch nationalspezifische Merkmale wenig Raum.

Demgegenüber verstehen die Vertreter der modernisierungstheoretischen Position Amerikanisierung als Konsequenz eines allgemeinen Strukturwandels d.h. als allgemeinen Prozess ungerichteter Konvergenz, der die Gesellschaft mit ihren Teilsystemen erfasst (vgl. Schulz 1997: 194). Dieses Begriffsverständnis ist breiter angelegt und umfasst Modernisierung als fortschreitende funktionale Ausdifferenzierung. Das Konzept der Amerikanisierung wird daher häufig im Sinne von Modernisierung verwendet und damit verbunden sind die grundsätzlichen Merkmale und Regeln des technischen Zeitalters, der Massenproduktion, des Massenkonsums und eben auch der Massenkommunikation (vgl. Dehn 2001: 55). Die USA erfüllen in diesem Zusammenhang eine Art Schrittmacherfunktion, die sich in verschiedenen Gebieten begründet, beispielsweise in wirtschaftlicher Potenz, in den dynamischen Markt- und Wettbewerbsbedingungen sowie einer paradigmatischen Vorreiterrolle in der Entwicklung moderner Kommunikationstechnologien und ihrer Anwendungen (vgl. a.a.O.: 59).

6.1 Amerikanisierung der Berichterstattung?

Im Hinblick auf das Fernsehen zeigt sich der amerikanische Einfluss schon in der unbearbeiteten Übernahme amerikanischer Fernsehformate, sowie den direkten und indirekten Adaptionen amerikanischer Sendekonzepte (vgl. Meckel 1997: 478). Auf der Ebene der inhaltlichen Programmangebote ist mit dem Begriff der Amerikanisierung vor allem eine Dominanz von Unterhaltung im Gesamtprogramm, eine Optimierung von Dramaturgie und eine Verkürzung von Inhalten bei starker Gewichtung von Darstellungselementen angesprochen. Seit der Deregulierung des deutschen Mediensystems hat sich die Frage nach einer möglichen Amerikanisierung des Programmangebotes verschärft. Die Bedenken hinsichtlich eines amerikanischen Einflusses betreffen dabei hauptsächlich die Gefährdung des Informationsstandards öffentlich-rechtlicher Sender durch die Wettbewerbssituation:

„Since the deregulation of broadcasting there is a concern about a possible Americanisation – until then programs were committed to the principle of public service and provided a high standard of political content – now the commercial broadcasters conquered the major share of the audience within a few years [...]“ (Schulz 1998: 528).

Besonders den privaten Sendern wird aufgrund ihrer kommerziellen Natur eine starke Orientierung an der Quote und einer daraus resultierenden Überbetonung von Unterhaltungselementen zugeschrieben. Diese Unterhaltungsorientierung findet sich ebenfalls in den Nachrichtensendungen der amerikanischen Networks wieder, und zwar sowohl auf der Ebene des Inhalts als auch auf der Ebene der Präsentation. Die Darstellung von Nachrichtenbeiträgen erfolgt in amerikanischen Nachrichtensendungen anhand einer umfassenden Bebilderung, die Ludes im Vergleich zur deutschen Präsentationsweise als „Visualisierungsvorsprung“ (Ludes 1993: 59) bezeichnet. Dieser Schwerpunkt auf der Bebilderung von Informationen zielt auf den Erhalt von Aufmerksamkeit seitens der Rezipienten ab und leistet gleichzeitig den dargelegten Mechanismen zur Reduktion von Komplexität Vorschub. So zeigen Schütte und Ludes in einer vergleichenden Analyse von Schlüsselbildern in deutschen und amerikanischen Nachrichtensendungen, dass amerikanische Journalisten tendenziell eher auf die Dramatik und Aktionshaltigkeit ihrer Nachrichtenbeiträge achten und eine größere Sensibilität für symbolische Gesten aufweisen (vgl. Schütte/Ludes 1996: 226-227). Mit Hilfe dieser

Darstellungsweisen sollen die komplexen politischen Sachverhalte auf ein verarbeitbares Maß reduziert und letztlich die Aufmerksamkeit der Rezipienten gebunden werden. Als besonders ausgeprägter Darstellungsmechanismus ist die Personalisierung in Form von Hierarchisierung³³ zu nennen, da sich die amerikanischen Fernsehnachrichten stark am Präsidenten orientieren (vgl. Kamps 1999: 179). Jedoch ist in diesem Zusammenhang sicherlich auch die Struktur und Funktionsweise des politischen Systems der USA ausschlaggebend, in dem der Präsident eine hervorgehobene Stellung einnimmt (vgl. Kapitel 7). Weiterhin wird im Fall amerikanischer Nachrichtensendungen eine fehlende Einbindung von Hintergrundinformationen konstatiert, die Kamps angesichts gleichzeitiger Verwendung von Symbolen, Ritualen und Personalisierungen zur Reduktion von Komplexität als einen „Trend zu de-kontextualisierenden Mini-Dramen mit Protagonisten, Höhepunkten und vermeintlichen Auflösungen“ beschreibt (Kamps 1999: 37).

Zu den erwähnten Elementen des Visualisierungsgrades und der starken Verwendung komplexitätsreduzierender Mechanismen tritt die Einbeziehung von Unterhaltungselementen auf inhaltlicher Ebene der amerikanischen Nachrichtensendungen. Diese Tendenz zeigt sich vor allem in der Selektion und Kombination von Themen bzw. Themenstrukturen. Als Folge ihrer kommerziellen Ziele und Zwänge konzentrieren amerikanische Medien ihre Berichterstattung auf „preisgünstige Objekte wie Prominente, Gerichtsverhandlungen, Flugzeugunglücke, Verbrechen und Feuergefechte“ (Weischenberg 2001: 65). Diese Art der Berichterstattung vernachlässigt zwar gegebenenfalls die übergreifenden Hintergründe eines Sachverhaltes, doch sind sie aus der Perspektive eines kommerziellen Senders aus mehreren Gründen sinnvoll: „Interviews mit Katastrophenopfern und deren Angehörigen erzeugen nicht nur Betroffenheit und entsprechend damit dem Kriterium Dramatik. Sie werden auch aus Gründen der Zeitökonomie und der einfachen Recherche bevorzugt“ (Pfetsch 1991: 62). Die emotionalisierenden Faktoren sowie die Bedingungen der Produktion und Präsentation werden demnach dem inhaltlichen Vermittlungsgedanken vorangestellt. Nicht der Informationsgehalt sondern die Publikumsrelevanz und Darstellbarkeit werden an dieser Stelle zum entscheidenden Kriterium.

³³ Zur näheren Erläuterung der Dimensionen von Personalisierung vgl. Kapitel 4.2.

Vor diesem Hintergrund werden die Entwicklungen in der amerikanischen Fernsehlandschaft sowie eine potentielle Orientierung an ihnen zumeist kritisch diskutiert. In der Entstehungsphase des privat-kommerziellen Rundfunks in Deutschland wurde von verschiedenen Seiten eine starke Orientierung an den amerikanischen Vorbildern konstatiert. So beschreibt Wenzel, dass teilweise Journalisten und Programmplaner zum Anschauungsunterricht in die USA flogen (vgl. Wenzel 1998: 162). Insbesondere bei den Formaten privater Sender lassen sich inhaltliche Parallelen zu amerikanischen Nachrichtensendungen zeigen, da dort eine verstärkte Konzentration auf Visualisierung, Aktionshaltigkeit, formale Gestaltungsästhetik sowie eine inhaltliche Boulevardisierung des Nachrichtenangebots beobachtet wird (vgl. Kapitel 5). Die Berichterstattung von privaten Sendern ließe sich also in gewisser Weise als amerikanisiert bezeichnen, wenn mit dem Konzept der Amerikanisierung in diesem Zusammenhang die Aspekte der Kommerzialisierung, der allgemeinen Unterhaltungsorientierung und starken Visualisierung angesprochen sind.

6.2 Amerikanisierung der politischen Kommunikation?

Nicht nur in Bezug auf die Entwicklung des Mediensystems und der entsprechenden Berichterstattung, sondern auch im Bereich der politischen Kommunikation wird den Vereinigten Staaten eine mögliche Vorbildfunktion zugesprochen. Die Amerikanisierung politischer Kommunikation kann in diesem Zusammenhang zunächst als Modernisierung und vor allem als Professionalisierung des Kommunikationsmanagements verstanden werden. Die strategische Planung der Außendarstellung ist in Amerika ein längst institutionalisierter Bestandteil von Politik, während sich in Deutschland politisches Kommunikationsmanagement als eigenständiger Vermittlungsbereich noch nicht in gleichem Maße etabliert hat (vgl. Kapitel 7.3). Die Vorreiterrolle der USA ergibt sich zudem aus der ungleich professionisierteren Wettbewerbslogik in den USA sowie der Spezialisierung ihrer Akteure (vgl. Esser 2000: 37).

Die konsequente Wettbewerbslogik und Marktorientierung durchzieht alle gesellschaftlichen Teilbereiche und prägt ebenfalls die Bedingungen und Entwicklungen der politischen Kultur. Vor diesem Hintergrund wird die politische Selbstdarstellung von spezialisierten Kommunikations- und Marketingstrategen konzeptionalisiert und mittels vielfältiger Instrumente umgesetzt, die insbesondere auf die Optik sowie Leistungsparameter des politischen Journalismus und seiner Medien abgestimmt sind (vgl. Kamps 2000: 20). Politisches Marketing wird zur Handlungsmaxime, deren weitreichende Konsequenzen in der exzessiven Orientierung an den Selektions- und Aufmerksamkeitsregeln der massenmedialen Teilöffentlichkeiten sowie in den Bedingungen einer immer rascher wechselnden Nachrichtenlage gesehen werden (vgl. Plasser 2000: 53). Ausgemachte Zielgröße eines so konstituierten Polit-Marketings ist die Darstellung erwünschter Aspekte, Themen und Personen in den Medien. In der Konsequenz umfasst Amerikanisierung daher auch den Aspekt der umfassenden Orientierung an medialen Relevanz- und Präsentationskriterien im Zuge einer offensiven, interessen geleiteten Kommunikationspolitik, die nach den Regeln konsequenter Marktorientierung und Wettbewerbslogik operiert.

Im Hinblick auf die beschriebenen Anpassungsprozesse der politischen Kommunikation an Medienbedürfnisse prägen Blumer und Gurevitsch den Begriff der „American-style video politics“ (Blumler/Gurevitsch 1995: 77). Beschrieben werden damit die dargestellten Veränderungen im Verhältnis von Politik und Journalismus, die zumeist als dysfunktionale Entwicklungen empfunden werden. Denn mit der Dominanz mediengerechter Darstellungsstrategien beinhaltet die Amerikanisierungsthese ebenfalls „einen umfassenderen Trend der Inszenierung, Personalisierung und Skandalisierung politischer Kommunikation, den man für das politische System als symbolische Politik, für das Mediensystem als symbolischen Journalismus fassen kann“ (Meckel/Scholl 2000: 113). Sowohl auf Seiten der Politik als auch auf Seiten des Journalismus ist damit also eine starke inhaltliche Veränderung angesprochen, im Zuge derer eine Konzentration der Berichterstattung auf entpolitisierte Personendarstellung befürchtet wird. Der Erwägung potentieller Anpassungsprozesse an amerikanische Standards muss folglich nicht nur in Bezug auf ihre Ursachen, sondern auch anhand ihrer Folgen stattfinden. Denn die Professionalisierung politischer Kommunikation sowie die Spezialisierung ihrer

Akteure sind der Ausgangspunkt für einen Prozess, der auch die politische Selbstdarstellung sowie die Art der Berichterstattung verändert. Unter Einbeziehung dieser Folgeprozesse können als zusätzliche Bestandteile des Phänomens folgerichtig die Subdimensionen Professionalisierung, Entideologisierung und Personalisierung unterschieden werden (vgl. Rölle/Müller/Steinbach 2001: 100). Neben der Professionalisierung politischer Kommunikationsstrategen schließt eine mögliche Amerikanisierung demnach ebenso die marktorientierte Selbstdarstellung politischer Akteure sowie einen Trend zur Entpolitisierung und Personalisierung mit ein.

Die konsequente Orientierung an journalistischen Auswahlkriterien dokumentiert die Zentralität der Massenmedien für die politische Kommunikation. Mittels verschiedener Strategien wird ein Weg zu medialen Öffentlichkeiten gesucht, um jenseits des politischen Kontexts Unterstützung zu mobilisieren. Die Bedeutung der Kontaktaufnahme mittels Medien spiegelt sich dabei bereits in Begrifflichkeiten wie "prime time politics" oder „going public“ (vgl. statt anderer Pfetsch 2003: 103) wider, die das Bemühen von Politikern beschreiben, öffentlich um Zustimmung zu werben und vermehrt in medialer Berichterstattung zu den möglichst besten Sendezeiten präsent zu sein. Die Auftritte politischer Akteure beschränken sich dabei jedoch nicht nur auf Informationssendungen. Sowohl Talkshows als auch Unterhaltungssendungen werden mit regelmäßigem Erfolg von amerikanischen Politikern als Zugang zu medialen Öffentlichkeiten genutzt, wie Clintons Siegeszug durch die Sendungen Today-Show, Good-Morning-Show, seine Auftritte bei MTV oder sein Saxophon-Vortrag in der Arsenio-Hall-Show zeigen konnte (vgl. Radunski 1996: 37).

Um ein breites Publikum zu erreichen, weiten auch bundespolitische Akteure ihre Auftritte auf unterhaltungsorientierte Fernsehformate aus. Im Rahmen von besonderen PR-Aktionen tauchen deutsche Politiker wie ihre amerikanischen Kollegen gelegentlich sogar vollkommen in die Unterhaltungsbranche ein, indem sie kleinere oder größere Rollen in Filmen oder Serien übernehmen und teilweise sich selbst spielen (vgl. Radunski 1996: 38). Dennoch bleiben Auftritte wie die von Schröder bei Harald Schmidt oder Möllemann im Big Brother-Container in Deutschland die stark kritisierte Ausnahme. Im Vergleich zu der politischen Kul-

tur der BRD zeigen die Vereinigten Staaten daher eine ungleich stärkere Dominanz der Medienlogik gegenüber der Parteilogik, denn „in den USA hat dieser Prozess früher begonnen und ist durch ein anderes Institutionengefüge und Parteiensystem eher noch beschleunigt worden“ (vgl. Oberreuter 2002: 132).

Eine deutliche Annäherung an amerikanische Kommunikationsstrategien wird jedoch im Spezialfall der Wahlkampfkommunikation beobachtet. In diesem Kontext wird die Amerikanisierungsthese geradezu inflationär gebraucht und erhält stetig neue Anregungen, einen Anpassungsprozess an amerikanische Standards zu vermuten. Als vorläufigen Höhepunkt des Amerikanisierungsprozesses nennt Oberreuter den modernen Wahlkampfstil der SPD, der vor allem sichtbar geworden sei „in der Perfektionierung des Leipziger Wahlparteitags: ein Gesamtkunstwerk aus Lichtorgeln und Tonwolken, Farbenspielen, Gesten und Posten: fast jede Sekunde nach Drehbuch und Regieanweisungen durchgestaltet – eine Show“ (Oberreuter 2002: 129). Die Anleihen an amerikanische Conventions erschienen in der Gestaltung des Parteitags als offensichtlich, zumal vermutet wurde, die SPD habe sich Rat bei den Teams der letzten Kampagnen von Clinton und Blair geholt (a.a.O.: 140). Seither ist ebenfalls in Verbindung mit unterschiedlichen Landtagswahlen die „totale Amerikanisierung des Wahlkampfes“ (vgl. Meckel/Scholl 2000: 112) festgestellt und zumeist verurteilt worden.

Der Begriff der Amerikanisierung wird in diesen Zusammenhängen vor allem im Sinne einer kommunikationsstrategischen Planung der Kampagne sowie einer Konzentration auf einzelne Personen und ihrer Gewinnchancen verwendet. Eine systematische Herausarbeitung der abgrenzenden Merkmale leistet Schulz, der insgesamt sechs Kriterien als Merkmale der Amerikanisierung identifiziert:

1. Personalisierung

Spitzenkandidat im Mittelpunkt

2. Wahlkampf als Wettstreit

Konzentration auf Gewinnchancen (Horse Race) – Demoskopie

3. Angriffswahlkampf

Kritik und Diskreditierung des Gegners

4. Professionalisierung

Professionelle Planung und Durchführung der Kampagne

5. Marketing-Ansatz

Wahlkampf folgt Mustern von Werbekampagnen

6. Ereignis- und Themenmanagement

Mediengerechte Gestaltung politischen Handelns

(vgl. Schulz 1997: 186)

Die aufgeführten Kennzeichen amerikanisierter, politischer Kommunikation deuten die ungeheure Tragweite des Prozesses an, da sowohl die Professionalisierung politischer Öffentlichkeitsarbeit als auch die Selbstdarstellung politischer Akteure sowie die mediale Darstellung eines so konstituierten Kommunikationsbemühens angesprochen sind. Sowohl der Aspekt der Personalisierung und Professionalisierung als auch der Bereich des Ereignis- und Themenmanagements sind wichtige Komponenten im politischen Kommunikationsmanagement, die in Deutschland diskutiert und beobachtet werden (vgl. Kapitel 3/4). Auch Symptome des Horse-Race-Journalismus und dessen ergebnisorientierte Konzentration auf Gewinnchancen werden in Deutschland bemängelt, erreichen jedoch nicht amerikanische Verhältnisse. Im Bereich des Angriffswahlkampfes zeigen sich die wohl deutlichsten Unterschiede in der politischen Kultur sowie der politischen Kommunikation. Denn während die Strategie des *negative campaigning* amerikanische Wahlkämpfe vollständig zu dominieren scheint, sind Angriffswahlkämpfe in Deutschland weniger offensiv.

In den oben verwendeten Begrifflichkeiten des Marketing-Ansatzes, der Werbekampagne oder des Wettstreits spiegelt sich darüber hinaus die Allgegenwärtigkeit des amerikanischen Wettbewerbsgedanken und erinnert an kommerzielle

Vermarktungsstrategien. Als zugrundeliegendes Verständnis amerikanisierter politischer Kommunikation kann folglich die strategische Vermarktung eines politischen Produktes festgelegt werden. Auf diese Weise vollzieht sich eine Ökonomisierung der politischen Kultur, also eine Dominanz von wirtschaftlichen Faktoren, wie sie sich auch in anderen, gesellschaftlichen Teilsystemen zeigt. Vor diesem Hintergrund lassen sich die unter dem Begriff der Amerikanisierung diskutierten Tendenzen ebenfalls als Ergebnis eines allgemeinen Prozesses der Ökonomisierung und Globalisierung verstehen, also „der Herausbildung einer transnationalen Weltwirtschaftsordnung, der sich tradierte politische und journalistische Kulturen zunehmend schwer entziehen können“ (vgl. Meckel/Scholl 2000: 126). Amerika ist unter dieser Perspektive weniger Schöpfer als vielmehr Meisterstück eines unaufhaltsamen Globalisierungsprozesses.

Die Vorreiterrolle der USA begründet sich dabei in der marktliberalistischen Tradition des Landes, die im Vergleich zu Deutschland deutlich geringere Anpassungsprozesse des Politik- und Mediensystems an die Anforderungen der Weltwirtschaftsgesellschaft erfordert (vgl. Meckel/Scholl 2000: 127). Aber auch in Deutschland finden sich bereits viele der Tendenzen, die als Merkmale einer Amerikanisierung der politischen Kommunikation herausgearbeitet wurden. In der Wahlkampfkommunikation sind dabei die Anleihen an die USA sowohl deutlich als auch unstrittig. Aber auch jenseits dieses Spezialfalls politischer Kommunikation sind Amerikanisierungstendenzen bezüglich der Selbstdarstellung politischer Akteure sowie der entsprechenden Berichterstattung beobachtet werden. Die Zentralität der Medien für den politischen Prozess ist in Deutschland längst erkannt, so dass die Medialisierung von Politik sowie die Professionalisierung ihrer Kommunikationsstrategen nur als logische Konsequenz ihrer Vermittlungsbedingungen erscheint. Auch in Deutschland erscheint Politik somit als doppelt vermittelt, indem sie einerseits nur durch Medien erfahrbar wird und sich andererseits zudem selbst in den Medien darstellt (vgl. Meyer 2000: 117). In den USA wie in der BRD ist die Anpassungsfähigkeit im Umgang mit den Regeln einer modernen, medialen Politikvermittlung unverzichtbar. Während in den USA spätestens mit der Präsidentschaft Reagans von einem TV-Präsident gesprochen wurde, wird auch in Deutschland das Konzept des ‚Medienkanzlers‘ zum vielzitierten Begriff.

Die vorgestellten und unter dem Begriff der Amerikanisierung weithin diskutierten Tendenzen haben längst Einzug in die politische Kommunikation der Bundesrepublik gehalten. Dass sich die in den USA und Deutschland verwendeten Strategien und Instrumente dennoch bis heute so deutlich unterscheiden, hebt die Bedeutung der Landes- und Kulturspezifik für eine Diskussion der politischen Kommunikation hervor. Die unterschiedliche Struktur von politischem System und Mediensystem sowie das jeweilige Verständnis von politischer Öffentlichkeitsarbeit spielt in diesem Zusammenhang eine maßgebliche Rolle und soll im Folgenden erörtert werden.

7. Ländervergleich

Um die Hintergründe und Merkmale medialer Politikvermittlungen in deutschen und amerikanischen Nachrichtensendungen vergleichen zu können, ist die Berücksichtigung der unterschiedlichen, landesspezifischen Rahmenbedingungen aller beteiligten Systeme unerlässlich. Sowohl das politische System und das Mediensystem als auch der Bereich der politischen Öffentlichkeitsarbeit weisen in den angesprochenen Ländern erhebliche Unterschiede in ihrer Organisation, Struktur und Arbeitsweise auf.

7.1 Struktur der politischen Ordnung

Die entscheidenden Unterschiede zwischen den politischen Systemen in Deutschland und Amerika resultieren sicherlich aus den unterschiedlichen Grundkonzeptionen einer präsidentialen gegenüber einer parlamentarischen Demokratie. Der Präsident der Vereinigten Staaten vereinigt auf sich eine beispiellose Menge von Funktionen, Machtbefugnissen und Exklusivrechten. Er ist sowohl Staatsoberhaupt als auch Regierungschef (chief of state), ist erster Diplomat (chief diplomat) und oberster Befehlshaber der Streitkräfte (commander-in-chief) sowie höchster Verwaltungsbeamter (chief executive), formeller Gesetzgeber (chief legislator) und Parteiführer (party leader). Er erfüllt damit in Personalunion eine Vielzahl von Funktionen, die in parlamentarischen Demokratien getrennt bleiben, wie es beispielsweise in der Ämtertrennung von Bundespräsident und Bundeskanzler in der BRD erkennbar ist. Darüber hinaus kommt dem Amt des Präsidenten eine besonders repräsentative Bedeutung zu, da er der einzige Bundesvertreter ist, der durch das ganze Volk gewählt wird. Der Präsident ist damit die einzige nationale, politische Institution und daher „eines der Symbole, die nationale Identität stiften“ (Lösche 1989: 108). Als mehrfacher Funktionsträger und identitätsstiftendes Symbol steht der Präsident häufig im Licht der öffentlichen Aufmerksamkeit. Politische Sachverhalte bekommen damit eine durch den Präsidenten

geprägte personalisierte Dimension³⁴, die sich ebenfalls in der Berichterstattung wiederfindet. Seine öffentlichen Auftritte sind nicht nur zahlreich, sondern auch gut vorbereitet, denn „es liegt im Interesse eines Präsidenten, möglichst vielen seiner öffentlichen Auftritte die Aura des Zeremoniellen zu verleihen, um seine Autorität zu stärken“ (Jäger 1992: 30). Dieses Bestreben, die eigene Macht auch durch eine adäquate Außendarstellung zu untermauern, liegt sicherlich in der Tatsache begründet, dass der Präsident trotz seiner verschiedenen Funktionen und der hohen Bedeutungszuweisung keinen uneingeschränkten Handlungsspielraum genießt. Denn die amerikanische Verfassung ordnet die Position des Präsidenten eindeutig dem Kongress unter. Zusammengesetzt aus dem Repräsentantenhaus und dem Senat bestehen die Hauptaufgaben des Kongresses in der Gesetzgebung, wobei die Erhebung von Steuern und die Vergabe von Staatsgeldern einen Schwerpunkt bilden. Der Präsident kann zwar Gesetzesentwürfe einreichen, debattiert und beschlossen werden sie dann allerdings in den Kammern des Kongresses³⁵.

Anders als in der BRD gibt es in den USA eine strikte Gewaltentrennung der Legislative und Exekutive, so dass der Kongress den Präsidenten weder wählen noch absetzen kann, dieser aber auch kein Recht zur Auflösung des Kongresses hat. Legislative, Exekutive und Judikative stehen sich in einem bewusst angelegten Spannungsverhältnis gegenüber: Konfrontation ist unausweichlich - Kooperation unabdingbar. Diese Zusammenarbeit dient der gegenseitigen Überprüfung, besonders da in der Regel ein semi-unified bzw. divided government besteht (vgl. Gellner 2001: 79), d.h. Legislative und Exekutive von verschiedenen Parteien dominiert sind. Der Präsident kann daher nicht auf Parteiloyalität vertrauen, sondern muss versuchen, durch Überzeugungskraft Unterstützung für seine Anliegen zu gewinnen. Aus der Autonomie des Kongresses ergibt sich im Verhältnis zum Präsidenten eine Verhandlungssituation, im Rahmen derer der Präsident durch

³⁴ Auch wenn die Stellung des Bundeskanzlers verfassungsrechtlich anders definiert ist als die des amerikanischen Präsidenten, gibt es auch in Deutschland eine Personalisierung politischer Sachverhalte zu verzeichnen, die von Korte unter dem Stichwort „Chefsachen-Mythos“ (vgl. Korte 2001: 63) zusammengefasst werden. Über eine vermeintlich allgegenwärtige Beteiligung des Kanzlers am Regierungsgeschäft setzt der Chefsachen-Mythos mittels öffentlicher Artikulation und Inszenierung auf Kompetenz- und Steuerungszuwachs, also eine Konzentration auf die Person des Bundeskanzlers (vgl. Korte 2001: 63-64).

³⁵ Der Präsident kann also nicht per se als dem Kongress übergeordnet betrachtet werden. So kann z.B. eine endgültige Gesetzesvorlage auch ohne die Unterschrift des Präsidenten in Kraft gesetzt werden.

taktische Vorgehensweise seine Interessen vertreten muss. Zur Verbesserung ihrer Verhandlungssituation sind Präsidenten daher bemüht, „in zunehmenden Maße direkt die Öffentlichkeit zu mobilisieren (going public), um sich im „bargaining-Prozess der Hauptstadt eine Mehrheit zu sichern“ (Jäger 1992: 24). In diesem Zusammenhang ist das Fernsehen von zentraler Bedeutung, da es beispiellos große Massenpublika erreichen kann und eine Möglichkeit zur direkten Ansprache von Wählern darstellt, die auf andere Weise besonders angesichts der geographischen Großräumigkeit der Vereinigten Staaten kaum zu erreichen wäre. Das Fernsehen ist damit für den amerikanischen Präsidenten zu einem zentralen Kommunikationsmittel geworden mittels dessen er um öffentliche Unterstützung seiner Vorhaben ringt, um seine Position im Kongress zu stärken³⁶.

Die daraus resultierende Berichterstattung dürfte als hochgradig personalisiert zu betrachten sein. Personalisierung stellt dabei nicht nur ein Mittel zur politischen Selbstdarstellung sondern auch einen vereinfachenden Darstellungsmechanismus im medialen Vermittlungsprozess dar. Aufgrund seiner starken politischen Position, vor allem aber auch aufgrund der Bedeutungszuschreibung als politisches Symbol der Einheit, ist der Präsident der USA zwar nicht alleinige Instanz verfassungsrechtlicher Autorität, verfügt aber über eine außergewöhnliche Prominenz. Diese Prominenz verstärkt sich zudem mit ansteigender Frequenz der personenbezogenen Berichterstattung und vergrößert umso mehr seine Autorität:

„Seit der Verbreitung des Fernsehens ist der amerikanische Präsident fast jeden Abend in den Wohnzimmern, Küchen und Kinderzimmern zu Gast: seine präsidentiell-aristokratische Allgegenwart stilisiert ihn nachgerade zum mächtigsten Mann“ (Lösche 1989: 108).

Der Status des Präsidenten und seine Prominenz garantieren dem amerikanischen Staatsoberhaupt eine außergewöhnliche Medienaufmerksamkeit, die ihrerseits wiederum Prominenz verstärken und den Eindruck von Allgegenwart und Macht vorantreiben. Die Bedeutung des Faktors Prominenz als Anlass für die Berichterstattung bestätigt sich ebenfalls auf anderen Ebenen des politischen Handelns.

³⁶ Am Beispiel von Bill Clinton zeigt Gellner auf, dass mittels einer direkte Adressierung der Öffentlichkeiten ein Präsident „ohne weiteres am Kongreß vorbei regieren kann, jedenfalls wenn er dies mit populistischem Geschick und taktischer Brillanz wie Bill Clinton unternimmt“ (vgl. Gellner 2001: 80).

Obwohl sich die beiden Kammern des Kongresses nicht in ihrer Handlungs- oder Entscheidungsfähigkeit unterscheiden, haben die Mitglieder des zahlenmäßig kleineren Senates einen höheren Bekanntheitsgrad auf einzelstaatlicher wie nationaler Ebene aufzuweisen, während die Vertreter des *House of Representatives* nur auf lokaler Ebene als bekannt vorausgesetzt werden können. Ohne klare Kausalitäten eruieren zu können, ist es dennoch interessant festzuhalten, dass die weitaus bekannteren Senatoren auch quantitativ stärker in der Fernsehberichterstattung vertreten sind (vgl. Jäger 1992: 6). Prominenz als Nachrichtenfaktor und Personalisierung als Vermittlungsmuster ziehen sich scheinbar durch die mediale Berücksichtigung aller Ebenen des politischen Handelns. Eine so ausgelegte Berichterstattung verstärkt immer weiter den Effekt der verdichtenden und personenbezogenen Wahrnehmung von Politik.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass der US-Präsident aufgrund der politischen Ordnung der USA eine besonders hervorgehobene Position im politischen System einnimmt. Als einziger vom gesamten Volk gewählter Vertreter wird der Präsident zum identitätsstiftenden Symbol einer ganzen Nation, so dass seinem Amt sowie seinen öffentlichen Auftritten ein besonders repräsentativer Charakter zukommt. Des Weiteren verfügen die Senatoren der einzelnen Staaten über eine hohe Popularität und Prominenz. Aus diesen Beobachtungen ergeben sich für die Politikberichterstattung im amerikanischen Fernsehen folgende Vermutungen:

- Im Vergleich zu anderen politischen Akteuren wird der amerikanische Präsident deutlich häufiger in der Politikberichterstattung berücksichtigt.
- Der amerikanische Präsident kommt häufiger in amerikanischen Nachrichtensendungen vor als der Bundeskanzler in deutschen Nachrichtensendungen.
- Die öffentlichen Auftritte des amerikanischen Präsidenten haben häufig einen zeremoniellen Charakter, d.h. finden verstärkt in ritualisierten Handlungskontexten und unter Verwendung politischer Symbolik statt.
- Auch die Senatoren finden in amerikanischen Nachrichtensendungen eine hohe Berücksichtigung.

7.2 Medienlandschaft

Im Gegensatz zum dualen Rundfunksystem der BRD verfügen die Vereinigten Staaten nicht über eine vergleichbare Struktur öffentlich-rechtlicher Medienanstalten. Während kommerzielle Verbundsysteme schon ab dem Jahre 1926 entstanden, bekannte sich der amerikanische Gesetzgeber erst 1967 mit der Verabschiedung des Public Broadcasting Act zur Notwendigkeit eines nicht-kommerziellen Rundfunksystems als Korrektiv zu den kommerziellen Anbietern (vgl. Widlok 1995: 284). Der daraufhin gegründete Public Broadcasting Service (PBS) ist jedoch kein programmproduzierendes Network, sondern organisationsrechtlich betrachtet lediglich der Zusammenschluss von lokalen, nichtkommerziellen Fernsehstationen, die im kommerzialisierten Mediensystem ein „Mauerblümchendasein“ führen (Widlok 1995: 283). Die Randständigkeit des öffentlichen Rundfunks wurde schon in seiner Entstehungsphase von den kommerziellen Networks forciert, die auf ihren exklusiven Nutzungsrechten der VHF-Frequenzen beharrten. Den öffentlichen Anbietern wurde ausschließlich die Nutzung der UHF-Frequenzen angeboten, die in den fünfziger Jahren von den meisten Haushalten nicht zu empfangen waren (vgl. Patterson 2000: 246). Die so begonnene Verdrängung des öffentlich-rechtlichen Sektors ist nicht ohne Folgen geblieben: „The consequences of these early policies linger to this day. The nightly news-audience of the Public Broadcasting System (PBS) is presently only one-twentieth of that of the four commercial broadcast networks (ABC, CBS, NBC, and FOX)“ (a.a.O.: 246).

Von Beginn an ist die Entwicklung des Rundfunks in den USA von wirtschaftlichen Interessen geleitet worden und auch heute unterliegen die Rundfunkanbieter einem klaren Zwang zum ökonomischen Handeln. Begreift man folglich Programminhalte als Ware und Rezipienten als Kunden, so sind die Kommunikationsangebote des kommerziellen Rundfunks in den USA der Gewinnmaximierung verpflichtet. Vorherrschendes Auswahlkriterium ist daher nicht der Informationsgehalt, sondern die Publikumsrelevanz eines Themengebietes: „The programs cater to popular taste, inhibit interest and distract from political information“ (Schulz 1998: 529). Mit ihren der Publikumsrelevanz und Ökonomisierung ver-

pflichteten Grundprinzipien entstehen in den amerikanischen Fernsehsendern spezifische Auswahlkriterien, die es von politischer Seite zu beachten gilt, wenn das Medium Fernsehen als Multiplikator für politische Nachrichten genutzt werden soll. Diese zentrale Bedeutung der Medien und besonders des Fernsehens für die Interessensartikulation wird weiter verstärkt durch die schwache Rolle der amerikanischen Parteien. Zwar gibt es auch in den USA lebenslange Parteiloyalitäten von Wählern (vgl. Dürr 2001: 81), doch sind Parteien als politische Institutionen äußerst fragmentarisiert und angesichts eines fehlenden programmatischen Zusammenhalts als Instanz der Interessensvertretung weitgehend irrelevant (vgl. Lösche 1989: 108). In der BRD hingegen sind die Parteien die tragenden Pfeiler des demokratischen Grundprinzips. Sie erfüllen eine im Grundgesetz festgelegte Funktion der Mitwirkung an der Willensbildung und sind gemäß des Parteiengesetzes in einer Mittelposition zwischen gesellschaftlichen Gruppen und den Vertretern der Exekutive und Legislative (vgl. von Beyme/Weßler 1998: 319). Während Parteien in Deutschland zentrale Funktionen im politischen Prozess erfüllen, wird im Falle der USA vermehrt eine Übernahme dieser Funktionen des Parteiensystems durch das Fernsehen konstatiert. Bereits vor einigen Jahren beobachtete Jäger, das Fernsehen habe die Parteien als „Königsmacher des Rekrutierungsprozesses“ von Präsidentschaftskandidaten abgelöst (Jäger 1992: 18). Auch Mazzoleni bezeichnet die USA als Extrembeispiel für den Bedeutungszuwachs der Massenmedien und befürchtet eine Annäherung der deutschen Begebenheiten an die amerikanische Situation, „wo Medien de facto die Parteien und sogar die Kandidaten als wahlentscheidende Kräfte eliminiert haben“ (Mazzoleni 1998: 120).

Aufgrund der unterschiedlichen Strukturbedingungen des politischen Systems wie auch der Medien ist in Deutschland eine andersartige Rolle der Medien für den politischen Kommunikationsprozess anzunehmen. Von besonderer Bedeutung ist in diesem Zusammenhang die starke Position und Tradition des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, der sowohl einem gesellschafts- und kulturpolitischen Auftrag als auch dem Binnenpluralismus verpflichtet ist. Andererseits lenkt das Grundkonzept des öffentlich-rechtlichen Rundfunks die Aufmerksamkeit ebenfalls auf eine problematische Verschränkung von Medien und Politik. Denn der Anspruch der Staatsferne ist insbesondere im Hinblick auf die vermeintliche Unabhängigkeit der Aufsichtsgremien wiederholt angezweifelt worden:

„In der Praxis lässt sich zeigen, dass die politischen Parteien in die Kontrollgremien hineinregieren, indem sie ihnen nahe stehende Vertreter gesellschaftlicher Gruppen in so genannten Freundeskreisen organisieren, die ihren Einfluss auf die Organisationspolitik, die Personalpolitik, die Programmpolitik und die Finanzpolitik geltend machen“ (vgl. Pfetsch 2003: 82).

Auch indem die Höhe der Rundfunkgebühren politisch sanktioniert werden muss, ist von politischen Einflüssen auf die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auszugehen. Allein durch die divergierenden Strukturbedingungen stellt sich das Verhältnis von Politik und Medien in den USA vollständig anders dar, denn das amerikanische Mediensystem ist seit seinen Anfängen durch eine kommerzielle Ausrichtung geprägt. Sowohl Zeitungen, Zeitschriften als auch der Großteil der Fernseh- und Hörfunkstationen operieren als kommerzielle Medienorganisationen unter einem nahezu ausschließlichen ökonomischen Imperativ.

Diese unterschiedlichen Prinzipien und Strukturbedingungen der Medieninstitutionen haben dabei ebenfalls Auswirkungen auf die journalistische Kultur. Während kommerziell ausgerichtete Systeme sich hauptsächlich am Kriterium der Publikumsrelevanz orientieren, zeigen öffentlich-rechtliche Institutionen eine gesellschaftliche und politische Rückbindung, indem sie den Informationsanspruch des Wählers über politische Sachverhalte in die Nachrichtenselektion einbeziehen. Pfetsch bezeichnet diese gegensätzlichen Orientierungen als „Dichotomie von Publikums- versus Elitenrelevanz“ (vgl. Pfetsch 2003: 83), wobei Elitenrelevanz im Sinne einer Information über das Handeln politischer Akteure zu verstehen ist. Das durch strukturelle Rahmenbedingungen geprägte Verhältnis von Politik und Journalismus schlägt sich demnach in der Gestaltung und Auswahl von Medieninhalten nieder und prägt insofern auch die gesamte journalistische Kultur. Die abweichenden historischen und strukturellen Traditionen des amerikanischen und deutschen Journalismus begründen unterschiedliche Auffassungen von Journalisten in Bezug auf ihr Rollenverständnis, auf Kriterien der Objektivität sowie methodische Arbeitsweisen. So resultiert die kommerzielle Ausrichtung des amerikanischen Systems in einer weitgehenden Überparteilichkeit der Medien, um eine möglichst große Bandbreite von Rezipienten ansprechen zu können (vgl. Patterson 1998: 23). In Deutschland hingegen gibt es ein auch in den Medien reflektiertes, deutliches politisches Meinungsspektrum, in dem sich insbesondere überregionale Tageszeitungen explizit positionieren. Dementsprechend ist auch die jour-

nalistische Berichterstattung dieser Medien als politisch eingefärbt zu betrachten. Den Ergebnissen einer breit angelegten Befragung internationaler Journalisten zufolge zeigen deutsche Medienvertreter deutlich häufiger politische Parteilichkeiten, während amerikanische Journalisten seltener Partei ergreifen (vgl. Patterson 1998: 29). Gleichzeitig belegen die Ergebnisse, dass amerikanische Journalisten das Privatleben von Politikern als relevantes Nachrichtenmaterial betrachten, während deutsche Journalisten im internationalen Vergleich dieser Aussage am wenigsten zustimmten (vgl. Patterson 1998: 26). Der deutsche und der amerikanische Journalismus unterscheiden sich demzufolge nicht nur im Rollenverständnis und im Verhältnis zur Politik, sondern auch in Bezug auf die thematische und methodische Gestaltung der Medieninhalte. Besonders deutlich wird dieser Unterschied im Bereich des „critical journalism“, im Rahmen dessen Stellungnahmen von politischen Akteuren und Institutionen kritisch recherchiert werden. In den USA ist der Recherche-Journalismus sowie Investigativ-Journalismus etabliert, wobei harte und skrupellose Recherchemethoden im Gegensatz zu den deutschen Kollegen von amerikanischen Journalisten weitgehend als gerechtfertigt angesehen werden (Meckel/Scholl 2000: 123).

Sowohl hinsichtlich der Struktur der Mediensysteme als auch in Bezug zur journalistischen Arbeitsweise und dem entsprechenden Selbstverständnis sind im Ländervergleich enorme Unterschiede auszumachen. Die landesspezifischen Strukturbedingungen der Medien machen die unterschiedlichen Grundprinzipien und die jeweilige Ausrichtung von kommerziellen und nicht-kommerziellen Medien deutlich. Ausgehend von diesen Rahmenbedingungen unterscheidet sich auch die Gestaltung der Medieninhalte sowie das Selbstverständnis der Journalisten. Ein Vergleich der deutschen und amerikanischen Mediensysteme unter Berücksichtigung der Struktur und Prinzipien ihrer Institutionen sowie der Arbeitsweise und des Selbstverständnisses ihrer Vertreter verdeutlicht die enormen Unterschiede zwischen den USA und der Bundesrepublik. Eine so konstituierte Landesspezifika muss folgerichtig auch in der Diskussion um die Bedingungen der medialen Politikvermittlung einbezogen werden.

7.3 Politische Öffentlichkeitsarbeit

Vor dem Hintergrund der herausgearbeiteten Unterschiede in Bezug auf die politische Ordnung sowie das Mediensystem entstehen ebenfalls landesspezifische Rahmenbedingungen für die politische Öffentlichkeitsarbeit. Aufgrund der kommerziellen Tradition des amerikanischen Mediensystems sowie der Besonderheiten einer präsidentiellen Demokratie schließt Pfetsch hinsichtlich der amerikanischen Regierungskommunikation auf eine medienzentrierte Strategie des Nachrichtenmanagements, die sich auf die Generierung positiver Berichterstattung und allgemeiner Unterstützung konzentriert (vgl. Pfetsch 1998: 73). In Bezug auf Deutschland hingegen wird eine eher politikzentrierte Nachrichtenstrategie festgestellt, im Rahmen derer mediale Berichterstattung nicht Selbstzweck ist, sondern Mittel, um strategische politische Ziele zu kommunizieren (vgl. a.a.O.: 73). Auch wenn diese unterschiedlichen Strategien des Nachrichtenmanagements nicht immer trennscharf und in gegenseitiger Ausschließlichkeit angewendet werden, so macht diese Unterscheidung deutlich, dass die journalistischen und politischen Traditionen eines Landes das jeweilige politische Kommunikationsmanagement in Herangehensweise und Stellenwert prägen.

In den USA ist die politische Öffentlichkeitsarbeit als eigenständiger Vermittlungsbereich längst etabliert. Schon seit Jahrzehnten steht jedem Präsidenten ein gewaltiger Stab an Beratern und Angestellten im Bereich der Informationspolitik und Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung³⁷. Die Etablierung einer für die Kommunikation mit den Medien entworfenen Sprecherrolle geht dabei bis auf die Präsidentschaft Roosevelts zurück, der den ersten offiziellen Pressesprecher der amerikanischen Geschichte ernannte (vgl. Perloff 1998: 37). Ein weiterer Schritt zur Institutionalisierung strategischer Regierungskommunikation war die Einrichtung des *Office of Communications* unter Nixon, das sich bis heute der strategischen Themensetzungspolitik widmet sowie der Gestaltung des Präsidentenimages durch langfristige PR-Planung und Kommunikationsstrategien (vgl. Esser 2000b: 132). Das *Office of Communication* ist dabei stark auf die Bedürfnisse von Medien vorbereitet und unterstützt die journalistische Nachrichtenproduktion bei-

³⁷ Bereits 1992 umfaßten die Abteilungen der Informationspolitik und Öffentlichkeitsarbeit etwa 2500 Angestellte (vgl. Jäger 1992: 29).

spielsweise durch das gezielte Angebot von Soundbites für Fernsehbeiträge (vgl. Pfetsch 2003: 79). Eine weitere Institution von großer Bedeutung für die politische Public Relations ist das *White House Press Office*, dem bislang eher die traditionelle Alltagsarbeit der Presseinformierung zugeschrieben wurde (vgl. Esser 2000b: 132). Zusammen bilden das *Press Office* und *Office of Communications* die beiden zentralen Institutionen der amerikanischen Regierungskommunikation, die aufgrund der präsidentiellen Ordnung des politischen Systems notwendiger Weise stark auf die Person des Regierungschefs fixiert sind.

In Deutschland bildet das Bundespresseamt die wichtigste Institution für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, an dessen Spitze der Regierungssprecher die Aufgabe erfüllt, die Politik der Medien gegenüber den Medien zu vertreten. Gleichzeitig fördert das parlamentarische System der Bundesrepublik Deutschland eine Kabinettsstruktur, die zu einer dezentraleren Herangehensweise auch im Bereich der Informationspolitik führt. In Deutschland betreibt daher jedes Ministerium seine Informationspolitik in eigener Verantwortung, wobei diese Aufspaltung einen ständigen Abgleich mit der Informationsarbeit des Presse- und Informationsamts der Bundesregierung nötig macht:

„Da jedes Ministerium für die Kommunikation seiner eigenen Sachpolitiken zuständig ist und entsprechende Stellen der Presse- und Informationsarbeit ausdifferenziert hat, kommt es nicht selten zu Konflikten zwischen dem Bundespresseamt oder Kanzleramt und den Ministerien darüber, welche Stelle welches Thema und zu welchem Zeitpunkt öffentlich kommuniziert“ (Pfetsch 2003: 81-82).

Auf der Ebene der offiziellen Institutionen lassen sich im länderübergreifenden Vergleich der politischen Kommunikationsbemühungen auf deutscher Seite eine weitestgehende Dezentralisierung und Ausdifferenzierung festhalten, während sich in den USA die Regierungskommunikation hauptsächlich auf die Informationspolitik im Weißen Haus konzentriert. Beide Länder weisen damit unterschiedlich organisierte, aber institutionalisierte Einheiten auf, die auf den täglichen Umgang mit Medienvertretern und allgemeine Aufgaben der Pressearbeit zugeschnitten sind. Anders als in den USA gibt es jedoch in der Bundesrepublik keine Regierungsstelle im Stile des Office of Communication, die für die längerfristige PR- und Kommunikationsstrategien zuständig wäre. Diese Funktionen werden vielmehr durch informelle Beraterkreise wahrgenommen (vgl. Pfetsch 2003:100).

Eine strategische Beeinflussung der Medienagenda mag sich demnach zwar in beiden Ländern vollziehen, ist aber nur in den USA in Form einer offiziellen Institution etabliert.

Die vergleichsweise längere Tradition der USA im Hinblick auf einen professionalisierten und institutionalisierten Umgang mit Medien hat zu einer weitreichenden Anerkennung des politischen Kommunikationsmanagements als einem zentralen Vermittlungsbereich von Politik geführt. Anders als in Deutschland verfügen die amerikanischen Kommunikationsstrategen und Öffentlichkeitsarbeiter daher auch über eine immense Handlungsautonomie, die ihnen große Spielräume zur strategischen Planung gewährt. Auch jenseits der offiziellen Sprecherrollen und Institutionen machen politische Akteure von professionellen Medienberatern Gebrauch, was zu der Herausbildung einer regelrechten „Beratungs- und Einflußindustrie“ (Holzer 1996: 148) geführt hat. Das Amt des politischen Medienberaters ist in den USA zu einer solchen Selbstverständlichkeit des politischen Kommunikationsmanagements geworden, dass sogar offizielle Ausbildungswege geschaffen wurden, um sich im Rahmen eines M.A. Studiengangs auf diese Profession vorzubereiten (vgl. Rölle/Müller/Steinbach 2001: 123). Auch in Deutschland gibt es Berater- und Sprecherfunktionen, die explizit für den Umgang mit Medien zugeschnitten sind. Ein wichtiger Unterschied zu den amerikanischen Medienberatern besteht jedoch nicht nur in der gezielten Ausbildung, sondern vor allem auch in ihrer politischen Unabhängigkeit. Während in Deutschland politische Öffentlichkeitsarbeit weiterhin durch Akteure aus dem Milieu der Parteien betrieben wird, liegt die politische Kommunikation in den USA hauptsächlich in den Händen von Medienspezialisten aus kommerziellen Agenturen, die für jede Partei gleichermaßen arbeiten können (vgl. von Beyme/Weßler 1998: 314). Mit der Beauftragung unabhängiger Medienspezialisten halten professionelle, eindrucksteuernde Maßnahmen in das politische Kommunikationsmanagement Einzug. So sind Typberatung und Fernsehtraining in Deutschland noch unüblich, gehören aber in den Vereinigten Staaten genauso zur Vorbereitung auf mediale Berichterstattung wie die Ausrichtung auf journalistische Selektionskriterien. So ließ Bill Clinton vor jedem Kameraauftritt einen Bildspezialisten die Kameraeinstellung planen (Rölle/Müller/Steinbach 2001: 123).

Auch in Bezug auf die inhaltliche Vermittlung und die Interpretation politischer Sachverhalte haben US-amerikanische Medienberater ein komplexes Instrument entwickelt, das gemeinhin unter dem Begriff des *spin doctoring* diskutiert wird. Zwar gibt es kein wissenschaftliches Konzept von *spin doctoring*, doch ist der Begriff zu einem häufig verwendeten Element im Mediendiskurs geworden. Ursprünglich als wertende Wortschöpfung von Journalisten entstanden, bezeichnet das *spin doctoring* eine „breite Palette von Techniken zur Lenkung von Wahlkampagnen, Medienberichterstattung und öffentlicher Meinung“ (Esser 2000a: 36). *Spin doctoring* operiert vor allem in dem Zeitfenster zwischen einem politischen Ereignis und seiner Berichterstattung, für die mögliche Interpretationen und Deutungen angeboten werden:

„For a brief moment, an event has the potential of being read and interpreted in many different ways. Spin seeks to close down all meanings which are not in the perceived interest of the client, and to make the client's preferred reading the dominant one in media terms“ (McNair 2000: 125).

Besonders in Wahlkampfssituationen bieten die *spin doctors* der jeweiligen Kandidaten den Journalisten in Interviews oder Briefings erwünschte Interpretationen des politischen Geschehens an. In den USA ist diese Praxis so institutionalisiert, dass die Pressezone bei den Präsidentschaftskandidaten-Debatten 1996 mit den Hinweisplakaten *spin city* ausgemaltes waren (vgl. Esser 2000a: 36). *Spin doctoring* ist nur eines der vielen Instrumente, mit deren Hilfe die Außendarstellung von Politik strategisch geplant und vorbereitet wird. Jeder Auftritt des Präsidenten wird detailliert durchgeplant und Pressekonferenzen werden so intensiv vorbereitet, dass sie schon bald als „zirkusähnliche Veranstaltung“ empfunden wurden (Jäger 1992: 33). Besonders im Wahlkampf wird verschärft auf die kamerarechte Attraktivität des Auftrittes geachtet und das Erscheinen der Kandidaten wird sorgfältig inszeniert: „Professionelle Spezialisten bereiten dabei die zentralen Einsätze der Spitzenkandidaten bereits Monate vorher im Detail vor, suchen nach symbolisch eindrucksvollen bzw. pittoresken Schauplätzen und entwickeln das Drehbuch des visuellen Wahlkampfes“ (Filzmaier/Plasser 1997: 291).

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass im Rahmen der politische Öffentlichkeitsarbeit in den Vereinigten Staaten vielfältige Strategien entwickelt worden sind, um auf Medienberichterstattung einzuwirken. Auf das massive Medienangebot sowie dessen ökonomische und produktionsbedingte Imperative reagieren politische PR-Strategen mit einer Intensivierung und Professionalisierung ihrer Kommunikationsbemühungen und diese „Entwicklung zeichnet sich in Berlin erst langsam ab, in Washington ist sie schon lange Alltag“ (Esser 2000: 37). Die aufgezeigten Parallelen bezüglich der Professionalisierung und Intensivierung politischer Öffentlichkeitsarbeit sowie der Selbstdarstellung politischer Akteure lassen die Vereinigten Staaten daher in der Position eines Vorreiters erscheinen, die einen Zusammenhang zu gegenwärtigen und zukünftigen Veränderungen in der politischen Kommunikation Deutschlands nahe legen. Aufgrund der zentralen Bedeutung der Medien - und insbesondere des Fernsehens – für den politischen Prozess sind die Bemühungen der politischen Öffentlichkeitsarbeit verstärkt auf die Mitgestaltung audiovisueller Politikberichterstattung ausgerichtet. Politische Öffentlichkeitsarbeit in den USA ist in den beschriebenen Aspekten sowohl durch eine hohe Intensität und Offensivität ihrer Strategien als auch durch eine beispiellose Etablierung und Professionalisierung ihrer Akteure geprägt. Sie ist als ausgeprägter zu bezeichnen als in der BRD, in der sich viele der aufgezeigten Tendenzen erst langsam abzeichnen. Für die Politikberichterstattung in Nachrichtensendungen liegen daher folgende Vermutungen nahe:

- Die Professionalisierung und Intensität der politischen Öffentlichkeitsarbeit in den USA führt zu einer hohen Medienresonanz strategischer, geplanter Kommunikationsangebote wie z.B. Pressekonferenzen, Interviews.
- Die Auftritte politischer Akteure in amerikanischen Nachrichtensendungen erscheinen inszeniert und vorbereitet, indem beispielsweise verstärkt politische Symbolik vorkommt.
- Amerikanische Nachrichtensendungen weisen einen höheren Anteil an eigens für die Medien inszenierten Ereignissen auf als deutsche Nachrichtensendungen.

8. Forschungsstand & Empirische Befunde

Vor dem Hintergrund der theoretisch ausgeführten Rahmenbedingungen und Darstellungsmechanismen hinsichtlich der medialen Politikvermittlung in Deutschland und USA soll nun eine empirische Annäherung an die aus den Erläuterungen generierten Vermutungen erfolgen. Im Mittelpunkt steht dabei die Ermittlung der landesspezifischen Darstellungsbedingungen politischer Akteure in Nachrichtensendungen im Hinblick auf die beschriebenen Mechanismen der Personalisierung, Ritualisierung, Emotionalisierung sowie der Verwendung von Symbolen. Eingebettet in ihren thematischen Kontext finden sich an verschiedenen Stellen der theoretischen Überlegungen konkrete Vermutungen und Bezüge auf das vorliegende Forschungsvorhaben (vgl. Kapitel 4.1/ 4.2/ 4.3/ 7.1/ 7.2/ 7.3). Diese Hinweise ergeben sich aus der direkten Übertragung der theoretischen Grundlagen auf den Forschungsgegenstand und sind zunächst einmal als reine Vermutungen zu verstehen, die in einem nächsten Schritt in Hypothesen zu überführen und zu operationalisieren sind (vgl. Kapitel 9). Um ein adäquates Kategoriensystem zu entwickeln und forschungsrelevante Ergebnisse und Vorgehensweisen zu systematisieren, ist eine Betrachtung erprobter Erhebungsinstrumente und bisheriger Forschungsergebnisse unerlässlich.

8.1 Politikberichterstattung in Nachrichtensendungen

Unter unterschiedlichen Fragestellungen finden sich in der Forschungsliteratur zahlreiche vergleichende Analysen von Nachrichtensendungen. Ein großer Teil der Untersuchungen konzentriert sich auf den nationalen Vergleich und dabei insbesondere den Vergleich zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten in Deutschland. Die Forschungsergebnisse zum Bereich der Konvergenzhypothese wurden bereits ausführlich dargelegt (vgl. Kapitel 5.2). In Bezug auf die inhaltliche Angleichung von privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern und die damit einhergehenden Überlegungen zur Entpolitisierung im Gesamtprogramm wie auch innerhalb des Nachrichtenformats wird daher an dieser Stelle auf die vorherigen Ausführungen verwiesen. Im Hinblick auf das vorliegende Forschungsvorhaben sollen an dieser Stelle weitere Untersuchungsergebnisse he-

rangezogen werden, die sich der formalen Präsentation sowie den herausgearbeiteten Darstellungsstrategien der medialen Politikvermittlung widmen. Da die Darstellung politischer Inhalte sowie ihrer Akteure in der Politikberichterstattung jedoch in vielfältigen Studien mit unterschiedlichen Schwerpunkten erhoben worden ist, muss sich die Ergebnisdarstellung auch an dieser Stelle auf die forschungsrelevanten Aspekte des vorliegenden Vorhabens beschränken. Denn eine große Zahl von Untersuchungen widmet sich der Wahlkampfkommunikation, wobei häufig die Darstellung und Bewertung von Kanzlerkandidaten im Vordergrund steht³⁸. Als Sonderfall der politischen Kommunikation vollzieht sich Wahlkampfkommunikation jedoch notwendigerweise unter besonderen Bedingungen und wird daher bewusst aus der vorliegenden Untersuchung ausgeschlossen. Andere Studien untersuchen die Publizitätschancen privater Akteure aus dem nicht-etablierten vopolitischen Raum in Abgrenzung zu politischen Akteuren³⁹. Für die vorliegende Forschungsfrage sind jedoch vor allem solche Untersuchungen von Interesse, die sich den Darstellungsbedingungen politischer Akteure widmen oder die zusätzlich die begleitende formale Präsentation politischer Beiträge erfassen.

In Bezug auf die formale Gestaltung von Nachrichtenbeiträgen konnten verschiedene Längsschnittstudien deutliche Veränderungen in der Präsentationsdynamik von Nachrichtensendungen belegen. Eine vergleichende Analyse verschiedener Hauptnachrichtensendungen von Pfetsch verdeutlicht in diesem Zusammenhang einen insgesamt gestiegenen Visualisierungsgrad in Form von mehr Bewegtbildern und Interviews (vgl. Pfetsch 1996: 489). Die Bebilderung der zu vermittelnden Inhalte ist ein entscheidender Faktor in der Gestaltung von Nachrichtensendungen, in denen bebilderte Nachrichtenfilme gegenüber verlesenen Wortmeldungen deutlich dominieren. Besonders im Fall der privaten Sendeanstalten wie z.B. bei RTL treten Wortmeldungen gegenüber bebilderten Nachrichtenfilmen stark in den Hintergrund, während Formen der Live-Berichterstattung wie Interviews oder Reporterschaltungen stärker zum Einsatz kommen (vgl. Bartel 1997: 181). Angesichts des hohen allgemeinen Visualisierungsgrades von Nachrichtensendungen wird ein Trend zum „Augenkitzel“ (Wix 1996: 90) bzw. zur „Clip-Ästhetik“ (Ontrup 1999: 109) konstatiert. Die hohe Bedeutung des Bildmaterials

³⁸ Vgl. statt anderer: Caspari/Schönbach/Lauf 1999, Kindelmann 1994, Schneider/Schönbach/Semetko 1999.

³⁹ Vgl. Greger 1998.

in der Politikvermittlung geht dabei notwendigerweise zu Lasten verbaler Vermittlungsleistungen. Auch bei den öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen wird in diesem Zusammenhang eine allgemeine Reduktion der Wortanteile beobachtet, die sowohl in der Verkürzung der ausgestrahlten O-Töne als auch in Form von abnehmenden Satzlängen in allen journalistischen Stilformen Ausdruck findet (vgl. Zubayr/Fahr 1999: 644). Der schnelle zeitliche Wechsel verschiedener Vermittlungselemente resultiert in einer Steigerung der sendungsspezifischen Präsentationsdynamik, die sich ebenfalls in der jeweiligen Nachrichtendichte des Formats widerspiegelt. In diesem Zusammenhang stellt Bartel heraus, dass die Anzahl an Beiträgen pro Sendeminuten bei den Hauptnachrichtensendungen RTL aktuell und SAT 1 News höher ist als bei der ARD Tagesschau (Bartel 1997: 109). Indem die Nachrichtendichte steigt und damit mehr Themen im gleichen Zeitrahmen behandelt werden, zeigen die Nachrichtensendungen damit gewissermaßen eine schnellere Taktung.

Die verstärkte Dynamik spiegelt sich dabei ebenfalls in der Dauer der einzelnen Kameraeinstellungen wider. So belegen unterschiedliche Studien eine steigende Schnittfrequenz, wobei diese bei den Privaten jeweils höher ist als bei den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten: „Die Präsentationsform der Privaten ist rasanter, visueller und dynamischer, also auf einen stärkeren Augenkitzel ausgerichtet, und enthält somit mehr Unterhaltungsanteile“ (Brosius 1998: 289). Auch politische Inhalte werden im Zuge dieser Präsentationsweise in kürzeren Beiträgen, mit kürzeren O-Tönen und höheren Schnittfrequenzen dargestellt. Sowohl in Bezug auf die kameratechnisch bedingte Steigerung des Visualisierungsgrads als auch hinsichtlich der hohen Nachrichtendichte und kurzen Beitragslängen kommt es insbesondere bei den privaten Sendern zu einer insgesamt schnelleren Taktung der Gesamtendung. Bezüglich der formalen Darstellungsmerkmale in Nachrichtensendungen lässt sich demnach eine hohe Präsentationsdynamik der privaten Sender festhalten. Durch die stärkere Betonung von visueller Ästhetik und formalen Gestaltungselementen zeigen die privaten Sendeanstalten gewissermaßen gleichzeitig eine gewisse Publikumsorientierung in Bezug auf die Aufbereitung zu vermittelnder Inhalte.

Auch wenn private und öffentlich-rechtliche Nachrichtensendungen folglich deutliche Unterschiede aufweisen, zeigen die Formate senderübergreifende Ähnlichkeiten in der Verwendung komplexitätsreduzierender Darstellungsmechanismen. Vor allem in Bezug auf die Darstellung politischer Akteure und Institutionen finden sich dabei auffällige Gemeinsamkeiten. In einer vergleichenden Analyse von Pfetsch wird in diesem Zusammenhang die Darstellung von Politikern in Fernsehnachrichten zu verschiedenen Messzeitpunkten untersucht (vgl. Pfetsch 1996). Die Daten von 1986 weisen darauf hin, dass die öffentlich-rechtlichen Programme eher den Bezug zur Parlamentsarbeit und zu Institutionen herstellen und die privaten Anbieter sich hingegen mehr am konkreten Regierungsprozess orientieren. Für beide Anbieter zeigt sich zum Messzeitpunkt 1993 jedoch eine Fixierung auf die Bundesregierung: „Kanzler und Minister haben in beiden Sendesystemen mit Abstand die besten Selbstdarstellungschancen“ (Pfetsch 1996: 493). Die Konzentration der Berichterstattung auf ranghohe politische Akteure dokumentiert die Personalisierung von politischen Ereignissen bei Vernachlässigung von politischem Entscheidungshandeln. Auch Marcinkowski und Greger bestätigen das Phänomen der Personalisierung in der Berichterstattung und belegen in ihrer Längsschnittstudie über 30 Jahre, dass die Konzentration der Berichterstattung auf einen kleinen Kreis von Spitzenpolitikern eindeutig und signifikant zugenommen hat (vgl. Marcinkowski/Greger 2000: 192). Belegt wird ebenfalls, dass die Medienpräsenz deutscher Politiker eindeutig mit der jeweiligen politischen Position korreliert: „Insoweit ist nach wie vor von einer deutlich nachweisbaren Prominenzhierarchie des politischen Personals in deutschen Fernsehnachrichten auszugehen“ (Marcinkowski /Greger 2000: 193).

Die beschriebene Konzentration auf Personen der Exekutive bestätigt Kamps ein weiteres Mal in seiner Analyse verschiedener deutscher Nachrichtensendungen, jedoch ergänzt er diese Ergebnisse um eine interessante funktionale Perspektive. Seiner Studie liegt ein sehr ausdifferenziertes Kodiermanual zugrunde, das eine detaillierte Erfassung der jeweiligen Funktionsträger vorsieht und ebenfalls den Ereignishintergrund erhebt⁴⁰ (vgl. Kamps 1999). Allerdings liegt der Schwerpunkt

⁴⁰ Das Kodiermanual sieht für die Erhebung von handlungsrelevanten Akteuren insgesamt 70 verschiedene Möglichkeiten vor, die sowohl soziale, gesellschaftliche als auch politische Rollen abdecken. Bezüglich des Ereignishintergrundes, also dem der Nachricht zugrundeliegenden Ereignis unterscheidet Kamps zwischen den Ausprägungen: 1) erkennbar geplant 2) erkennbar zufällig 3) Sonstige oder nicht spezifizierbar (vgl. Kamps 1999).

seiner Untersuchung auf einer Analyse der Struktur, Thematisierung und Präsentation internationaler Ereignisse unter besonderer Berücksichtigung der Politik. Kamps ermittelt in allen untersuchten Nachrichtensendungen⁴¹ eine starke nationale Perspektive, wobei er im Bereich der Berichterstattung über andere Länder die Vereinigten Staaten zur „Fernsehnachrichtengroßmacht“⁴² (Kamps 1999: 357) erklärt. Von besonderem Interesse für die vorliegende Arbeit sind jedoch seine Ergebnisse hinsichtlich der Auftritte politischer Akteure. Die internationale Berichterstattung, so Kamps, ist durch eine auffallende Stereotypisierung der Präsentation geprägt. Gleichzeitig stellt er eine deutliche Personalisierung des Regierungshandelns fest, die letzten Endes den Glauben an die politische Führung stützt:

„Wenn Zuschauer bei internationalen politischen Vorgängen selten etwas anderes zu Gesicht bekommen als Vorfahrten, Abfahrten, Händeschütteln, Pressekonferenzen, Bankette, ausgerollte rote Teppiche oder Eingangshallen, so dürfte sich nur der Eindruck bestätigen, das Regierungspersonal hätte die Dinge im Griff“ (Kamps 1999: 359).

Durch die Konzentration auf bundespolitische Spitzenpolitiker entsteht eine so geartete Gleichförmigkeit in der Berichterstattung, die eine Vernachlässigung der Landes-, Kommunal- und Parteipolitik bedeutet und dadurch letztlich ein verzerrtes Bild der Arbeit von Parteimitgliedern vermittelt (vgl. Schatz 1998: 59). Die bevorzugte Berichterstattung über Spitzenpolitiker in ähnlichen Situationen und Handlungskontexten kann ebenso berufspragmatische und produktionsbedingte Gründe haben, denn solche Beiträge sind einfach auf einer Pressekonferenz abzufilmen und bedürfen nicht der eigenständigen, kosten- und gedankenintensiven Recherche (vgl. Schatz 1998: 61).

Der hohe Grad an personalisierter Berichterstattung anhand von Spitzenpolitikern ist unter dem Aspekt der Ausklammerung anderer politischer Begebenheiten sowie der Vernachlässigung sachpolitischer Zusammenhänge problematisch. In diesem Zusammenhang erhob Schatz den Anteil sachpolitischer Aussagen an der Berichterstattung von ARD, ZDF, RTL und SAT1 zwischen 1995 und 1997. Er kommt dabei zu dem Ergebnis, dass selbst die Berichterstattung über die Parteispitzen von Personalien geprägt seien, wobei in der Regel noch polemische Passa-

⁴¹ Der Schwerpunkt der Studie liegt auf Fernsehnachrichten aus der Bundesrepublik Deutschland (ARD, ZDF, RTL, NTV). Ferner werden auch die USA (NBC, CNN) und Großbritannien (ITN) einbezogen.

gen der Politikerreden für die Nachrichten selektiert würden, so dass die Nachrichtensendungen weniger Platz für politische Stellungnahmen ließen als für „Späßchen“ und „Verbalinjurie“ (Schatz 1998: 65). Mit diesen Ergebnissen steht nunmehr nicht nur die problematische Verkürzung politischer Inhalte in Nachrichtensendungen zur Diskussion, sondern vielmehr geht es an dieser Stelle um die grundsätzliche Frage der Sachlichkeit und damit letzten Endes um die Glaubwürdigkeit des Formats.

Wenngleich die Folgen und Konsequenzen einer Personalisierung sowie Hierarchisierung in der audiovisuellen Berichterstattung unterschiedlich gewertet werden, so ist das Phänomen an sich jedoch unstrittig. Von spitzenpolitischer Seite kann die aktive Vorantreibung einer so gearteten Berichterstattung über Politik vermutet werden, da sie erhöhte Medienpräsenz und damit größeren Raum zur Selbstdarstellung bedeutet. Eine aktuelle Studie von Donsbach belegt in diesem Zusammenhang, dass schon die schiere Präsenz in den Medien bei der Erreichung von Zustimmung auf Zuschauerseite behilflich sein dürfte. Donsbach und Jandura erhoben den Zusammenhang zwischen den Auftritten politischer Akteure in Ton und Bild und einer dadurch ausgelösten Attribuierung von Eigenschaften⁴³. Die Ergebnisse der Untersuchung verdeutlichen, dass die schiere direkte und frequentierte Präsenz von Politikern innerhalb des Bildmaterials oder in Form von O-Tönen einen positiven Einfluss auf deren Wahrnehmung durch die Fernsehzuschauer hat: „Je mehr Politiker [...] von sich zeigen und hören lassen können, desto positiver erscheinen sie dem Betrachter“ (Donsbach/Jandura 2003: 242).

⁴² Vgl. dazu auch Wu 2000.

8.2. Zum Vergleich deutscher und amerikanischer Nachrichtensendungen

Viele der beschriebenen Tendenzen haben sich im Rahmen internationaler Studien bestätigt. Im Hinblick auf das vorliegende Forschungsvorhaben sind dabei insbesondere solche Untersuchungen von Interesse, die eine vergleichende Analyse von Gemeinsamkeiten und Unterschieden zwischen amerikanischen und deutschen Nachrichtensendungen zum Gegenstand haben. Wiederum sind an dieser Stelle Untersuchungen zu formalen Präsentationsmerkmalen von inhaltlichen Analysen abzugrenzen.

Eine vergleichende Analyse der verschiedenen Präsentationsmuster leistete Staab in seiner quantitativen Inhaltsanalyse von CBS, Tagesschau und Aktuelle Kamera (vgl. Staab 1998a). Staab stellte mit seinen Studien heraus, dass sich in allen Sendungen ein hoher Visualisierungsgrad etabliert hat, so dass sich Visualität als „eine wesentliche strukturelle Rahmenbedingung der Informationsberichterstattung des Fernsehens“ darstellt (Staab 1998a: 63). In einer weiteren Studie zur Informationsleistung von Wort und Bild kommt er weiterhin zu dem Schluss, dass Nachrichtenbilder nur ein geringes Potential zur faktischen Information besitzen und der inhaltliche Kern der Nachrichten folglich überwiegend verbal vermittelt werden muss (vgl. Staab 1998b). Die Nutzung des Sprachkanals gegenüber visuellen Komponenten fällt jedoch insbesondere im Rahmen amerikanischer Nachrichtenformate deutlich zugunsten der Bebilderung aus. Im Vergleich deutscher und amerikanischer Nachrichtensendungen ist in diesem Zusammenhang herausgestellt worden, dass amerikanische Formate in dominierender Weise von einer filmischen Präsentationsdynamik geprägt sind, indem tendenziell eher aktionshaltiges und dramatisierendes Bildmaterial Verwendung findet, das in schnellen Schnittfolgen und unter starker grafischer Bearbeitung präsentiert wird (vgl. statt anderer Schütte/ Ludes 1996: 218/226; Donsbach/Jandura 2003: 241). Weiterhin steht der verbalen Vermittlung von politischer Information ebenfalls ein weiteres Präsentationsmerkmal von amerikanischen Nachrichtensendungen entgegen. Denn Inter-

⁴³ Nach dem Ansehen verschiedener Nachrichtenbeiträge hielten insgesamt 49 Codierer auf einer 5-stufigen Skala von „sehr positiv“ bis „sehr negativ“ fest, welchen Eindruck ein Durchschnittszuschauer von dem gezeigten Kandidaten erhalten würde.

viewausschnitte und O-Töne, in denen politische Akteure zu Wort kommen, nehmen innerhalb amerikanischer Nachrichten immer weniger Raum ein und fallen wesentlich kürzer aus als die gesendeten Statements in deutschen Nachrichtensendungen. Eine auf den Daten des MEDIA MONITOR⁴⁴ beruhende Inhaltsanalyse der Abendnachrichten von ABC, CBS und NBC stellte heraus, dass die gesendeten Statements von Politikern in den vergangenen 30 Jahren immer kürzer wurden und die ununterbrochene Redezeit schon 1996 nur noch durchschnittlich 8,2 Sekunden betrug (vgl. Hallermann 1998: 163). Bei außergewöhnlich hohem Visualisierungsgrad zeigen amerikanische Nachrichtensendungen damit eine starke Verkürzung verbaler Informationsvermittlung.

Abgesehen von den dargestellten Unterschieden in der formalen Gestaltung von Beiträgen und Gesamtsendung sind vor allem auf inhaltlicher Ebene die Unterschiede zwischen deutschen und amerikanischen Nachrichtensendungen herausgestellt worden. Einen Vergleich von Themengebieten amerikanischer und deutscher Nachrichtensendungen erstellen Ludes, Schütte und Staab mit ihrer Untersuchung zur Darstellungschance von bestimmten Themen, Sachgebieten und Akteuren in der ARD Tagesschau und CBS Evening News (vgl. Ludes/Staab/Schütte 1997). Ihre Ergebnisse zeigen, dass die Tagesschau politischen Themen ein deutlich stärkeres Gewicht gibt, während bei CBS der Themenbereich *Gesellschaftliches* eine große Rolle spielt (vgl. Ludes/Staab/Schütte 1997: 147). Amerikanische Nachrichtensendungen zeigen damit eine stärkere Gewichtung im Bereich der nicht-politischen Themen, was auf ein abweichendes Sendekonzept der US-Formate hinweist. Die unterschiedliche Themenverteilung in deutschen und amerikanischen Nachrichtensendungen ist ebenfalls Ausdruck format- und landesspezifischer Relevanzkriterien im Prozess der Nachrichtenselektion.

Die herausgestellten Unterschiede im Bereich der thematischen Profile deutscher und amerikanischer Nachrichtensendungen lässt auf abweichende Sendekonzepte und journalistische Auswahlkriterien schließen. Im Rahmen von Experteninterviews mit Fernsehnachrichtenjournalisten aus beiden Ländern konnte Schütte diesen Eindruck der unterschiedlichen Bewertung von Nachrichtenfaktoren im Sele-

⁴⁴ Der „Media Monitor“ wird jährlich vom Center for Media and Public Affairs in Washington D.C. herausgegeben und untersucht kontinuierlich die Abendnachrichten der Fernsehstationen ABC, CBS und NBC.

tionsprozess bestätigen. Aus seinen Ergebnissen geht hervor, dass deutsche Journalisten eine Selektionspriorität auf Ereignisse der Regierungs- und Parteipolitik sowie der Außenpolitik zeigen, während US-amerikanische Journalisten den Grad der Betroffenheit ihrer Zuschauer als ausschlaggebenden Faktor für die Nachrichtenselektion zugrunde legen (vgl. Schütte 1994: 190-192). So erklärt der derzeitige ABC-Senior *Vice President News* im Interview: „We try to tell you as the viewer something about yourself, your family, your community, your nation, your world. First yourself: Am I going to die tomorrow? Next your family [...]“ (vgl. Schütte 1994: 190). Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass sich das Auswahlverhalten amerikanischer Journalisten stark an vermuteten Rezipienteninteressen ausrichtet. Folgerichtig ergeben sich in den landesspezifischen Formaten unterschiedliche Themenschwerpunkte, die zu wiederkehrenden Berichterstattung über bestimmte Nachrichtenthemen und Akteure führen. In dem von Schütte ausgewerteten Experteninterview nennt der ABC-Senior President als wiederkehrende Elemente „den US-Präsident, den Kongress, aber auch Soft News Stories über Babies oder das Themenfeld Gesundheit“ (vgl. Schütte 1994: 191). Vor diesem Hintergrund erscheint die unterschiedliche thematische Gewichtung, welche die verschiedenen Studien im Vergleich von deutschen und amerikanischen Nachrichtensendungen herausgestellt haben, als logische Konsequenz der divergierenden, landes- und formatspezifischen Auswahlkriterien.

Bei allen Unterschieden in Bezug auf die formale Präsentation und thematische Zusammensetzung deutscher und amerikanischer Nachrichtensendungen sind im Bereich der politischen Beiträge diverse Gemeinsamkeiten in der Berichterstattung ermittelt worden. Diese Ähnlichkeiten betreffen vor allem eine länderübergreifende Personalisierung der Politikberichterstattung. So wies die Studie von Ludes, Staab und Schütte bei dem Vergleich von ARD Tagesschau und CBS Evening News darauf hin, dass in beiden Sendungen den jeweiligen Regierungen und ihren Mitgliedern eine zentrale Bedeutung zugestanden wird: „Mehr als ein Drittel der Berichterstattung über politische Themen in CBS Evening News und mehr als zwei Drittel der politischen Nachrichten in der Tagesschau konzentrieren sich auf die Regierung als dominanter Handlungsträger“ (Ludes/Staab/Schütte 1997:

148)⁴⁵. Die Untersuchung von Frey zur Medienwirkung nonverbaler Kommunikation im interkulturellen Vergleich können diese Aussagen weiter differenzieren. Als Ausgangsmaterial dieser Untersuchung dienten jeweils zwei TV-Abendnachrichtensendungen aus Deutschland, Frankreich und USA. Die Ergebnisse zeigen, dass sich TV-Nachrichten in allen untersuchten Ländern in massiver Weise auf visuelle Zitate stützen, dass also alle Sendungen stark mit Aufnahmen von Politikern durchsetzt waren (vgl. Frey 1999: 101). Im US-Fernsehen haben politische Akteure dabei zwar die häufigsten, aber auch die kürzesten Auftritte. Deutsche Nachrichtensendungen räumen politischen Akteuren erheblich mehr Sendezeit ein, so dass in Relation zu der kurzen Gesamtdauer der ARD Tagesschau eine auffällig hohe Sättigung des Formats mit Bildern von politischen Akteuren zustande kommt (vgl. Frey 1999: 103).

Die Verteilung der kumulierten Präsenzzeiten aller auftretenden Politiker stellt dabei für beide Länder eine deutliche Dominanz der politischen Regierungsspitze im Bildmaterial heraus, so dass der deutsche Bundeskanzler bzw. der amerikanische Präsident an der „Spitze der Medienpräsenzpyramide“ (Frey 1999: 107) steht. Dennoch unterscheidet sich die Medienpräsenz der politischen Führungsspitze beider Länder deutlich in ihrer Verhältnismäßigkeit zu der medialen Berücksichtigung anderer politischer Akteure. Während sich der deutsche Bundeskanzler in vergleichsweise geringem Maß vom Feld der übrigen Politiker abhebt, befindet sich der amerikanische Präsident dagegen „mit über 20 Prozent Anteil an der für visuelle Zitate insgesamt reservierten Zeit, in buchstäblich einsamer Höhe über dem nächsten im Feld [...]“ (Frey 1999: 110). Auch wenn die politische Führungsspitze demnach in beiden Ländern eine hervorgehobene Medienpräsenz genießt, ist die Herausstellung der Person des amerikanischen Präsidenten in ihrer Verhältnismäßigkeit beispiellos.

⁴⁵ An dieser Stelle wurde allerdings nicht genauer zwischen den Positionen politischer Akteure unterschieden. Die erhobenen Gruppen von Handelnden wurden weiträumig definiert, so dass im Bereich der politischen Akteure lediglich Regierung von Parteien abgegrenzt werden. Um einen detaillierten Einblick in die Zusammenhänge zwischen politischen Akteuren und ihren Darstellungen zu bekommen, wäre eine weitere Ausdifferenzierung dieser Ausprägungen sinnvoll.

Die vorgestellten Untersuchungen nähern sich der Erforschung von politischer Berichterstattung in Nachrichtensendungen auf unterschiedliche Weise. Sowohl die formale Präsentation und inhaltliche Gestaltung der Sendung als auch die Darstellung politischer Zusammenhänge innerhalb einzelner Beiträge geben dabei wichtige Hinweise auf die Rahmenbedingungen und Möglichkeiten medialer Politikvermittlung in Nachrichtensendungen. Die nachstehende Tabelle auf der folgenden Seite gibt einen kurzen Überblick über die Schwerpunkte verschiedener Studien und stellt die unter der vorliegenden Forschungsfrage besonders relevanten Ergebnisse heraus. Vor dem Hintergrund des formulierten Forschungsvorhabens werden im Rahmen dieser tabellarischen Synopse ausschließlich solche Studien berücksichtigt, die sich explizit mit den Inhalten, Mustern oder Formen der Berichterstattung in Fernsehnachrichtensendungen befassen (vgl. Tab. 8-1).

Zusammenfassend bleibt an dieser Stelle festzuhalten, dass im Rahmen nationaler wie auch internationaler Vergleichstudien vielfältige Unterschiede in Bezug auf die formale Präsentationsweise sowie auf die thematische Zusammenstellung von deutschen und amerikanischen Nachrichtensendungen beobachtet worden sind. Hinsichtlich der Aufbereitung und Darstellung politischer Zusammenhänge können jedoch auch wichtige Gemeinsamkeiten festgestellt werden. Insbesondere hinsichtlich der Personalisierung politischer Berichterstattung sowie der Hierarchisierung ihrer Akteursstruktur zeigen sowohl die privaten und öffentlich-rechtlichen Formate in Deutschland als auch amerikanische Nachrichtensendungen ähnliche Tendenzen. Die Personalisierung der Berichterstattung ist ebenso wie das Phänomen der Emotionalisierung, Ritualisierung und der gezielten Verwendung von Symbolik in den theoretischen Überlegungen als zentraler Darstellungsmechanismus der medialen Politikvermittlung herausgestellt worden. Eine länderübergreifende, empirische Erfassung dieser Mechanismen und ihrer Zusammenhänge untereinander ist bisher jedoch nicht bekannt und soll im Rahmen des vorliegenden Forschungsvorhabens geleistet werden.

Berichterstattung in Nachrichtensendungen: Ausgewählte Forschungsergebnisse					
Studie	Forschungsschwerpunkt	Art der Analyse	Sender bzw. Sendungen	Untersuchungszeitraum	Ausgewählte Ergebnisse *
Marcinkowski / Greger (2000)	- Personalisierung politikorientierter Berichterstattung: Personelle Repräsentation politischer Institutionen und Sachverhalte - Prominenzhierarchie	Kombination aus Sekundäranalyse und Primärerhebung (Längsschnittdesign)	Hauptnachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und Nachrichtenmagazine: Tagesthemen und heute journal	- Februar-März 1977 (nur ARD Tagesschau); - Mai 1998 (ARD, ZDF, RTL, SAT. 1)	- Personalisierung in Form von Symbolisierung korporativ verfasster Akteure durch individuelle Repräsentanten - Signifikante Zunahme der Konzentration auf einen kleinen Kreis von Spitzenpolitikern: nachweisbare Prominenzhierarchie politischer Akteure in deutschen Fernsehnachrichten
Zubayr/Fahr (1999)	Veränderungen der Präsentationsform als Folge der Einführung privater Fernsehprogramme	Inhaltsanalyse der Hauptnachrichtensendung	ARD Tagesschau	1975; 1995	Trend zur Kürze: - signifikante Verkürzung der Nachrichtenbeiträge sowie der Kamereinstellungen. - reduzierte Redezeit, d.h. kürzere O-Töne und allgemein kürzere Satzlänge in allen journalistischen Stilformen.
Hallermann (1998)	- Informationsangebot von ARD und ZDF - Sendungsarten, Themenstruktur, Akteure, Emotionalität der Darstellung	Kombination von strukturanalytischer Untersuchung (1967-1997) mit Inhaltsanalyse	Inhaltsanalyse verschiedener Informationssendungen von ARD, ZDF, WDR, RTL, SAT.1, PRO 7	Inhaltsanalyse der Hauptsendezeit (18-23 Uhr) einer natürlichen Woche im September 1997	- Themenvielfalt bei allen untersuchten Sendern ähnlich - ARD und ZDF zeigen jedoch größte Vielfalt hinsichtlich der publizistischen Darstellungsformen in Informationssendungen. - Emotionale Darstellung in der Sparte Information: Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Sender erweist sich als sachlicher, die der Privaten als emotionaler
Schatz (1998)	- inhaltlicher Schwerpunkt politischer Beiträge - Anteil sachpolitischer Aussagen - Bewertung von Spitzenpolitikern	Analyse der politischen Beiträge in Nachrichtensendungen (Quelle: MEDIEN TENOR)	Hauptnachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL, SAT. 1	1995-1997	- Vernachlässigung der Landes- Kommunal- und Parteipolitik - Geringes Interesse an sachpolitischen Konzepten der deutschen Parteien - Konzentration auf Parteispitzen - Steigender Anteil negativer Bewertungen von oder über Spitzenpolitiker
Bartel (1997)	- Inhaltlicher Schwerpunkt - Artikulationen von Personen bzw. Organisationen - Darstellungsform der Beiträge	Vergleich von Wettbewerbsstrategien (Experteninterviews) und Nachrichtenangebot (Inhaltsanalyse) - alle Beiträge	Hauptnachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL, SAT. 1, PRO 7	1992 (unter Rückgriff auf Daten von 1985, 1988, 1990 und 1992)	- Formate der privaten Sender weisen höhere Nachrichtendichte auf (mehr Beiträge pro Minute) - Formate der privaten Sender zeigen stärkere Bebilderung (mehr Nachrichtenfilme und weniger Wortmeldungen).
Wix (1996)	Entwicklung der Präsentationsformen von Fernsehnachrichtensendungen: journalistische Darstellungsformen, Präsentationselemente, Akteure, Kamerapositionen	- Inhaltsanalyse deutscher Hauptnachrichtensendungen - Literaturgestützter Vergleich mit amerikanischen Präsentationsformen	Hauptnachrichtensendungen in ARD, ZDF, SAT. 1, RTL	Drei natürliche Wochen im Oktober 1994; eine natürliche Woche im Oktober 1989	Senderübergreifend wird eine deutliche Zunahme der Visualisierung festgestellt: kürzere Berichterstattungseinheiten, schnellere Schnitte, verkürzte O-Ton-Passagen - von den untersuchten Sendungen bietet die ARD Tagesschau den vergleichsweise geringsten, RTL aktuell hingegen den größten 'Augenkitzel'.
Pfetsch (1996)	Auswirkungen der veränderten Strukturbedingungen des Rundfunksystems auf die Politikberichterstattung: Dauer, Präsentation, Politisierung, Dramatik, Institutionen- und Akteursbezug von Nachrichtenbeiträgen	Längsschnittliche, vergleichende Inhaltsanalyse (bzw. Sekundäranalyse) politischer Beiträge in Nachrichtensendungen - Vergleich der politischen Berichterstattung zu Beginn des dualen Rundfunksystems und zu Beginn der 90er Jahre	Alle regulären Nachrichtensendungen und Nachrichtenmagazine im Abendprogramm von ARD, ZDF, RTL; SAT 1 - 1993 lediglich die Abendnachrichten	Vergleich von vier natürlichen Programmwochen in den Jahren 1985/1986 und 1993	- Bundesregierung als dominanter Akteur in der Nachrichtenberichterstattung, Konzentration auf Kanzler und Minister d.h. Personalisierung, Hierarchisierung, Status-quo-Orientierung - Annäherung der untersuchten Sendungen in Bezug auf Dauer, Visualisierung und formale Präsentation politischer Informationen. - Steigender Anteil von Nachrichtenansätzen mit politischer Gewalt - Dramatik und Aktionshaltigkeit als politischer Informationsanlass
Internationaler Vergleich					
Donsbach, Jandura (2003)	- Wirkung der Darstellung und Wahrnehmung politischer Akteure - Redeanteile von Kanzlerkandidaten	- Inhaltsanalyse politischer Beiträge aus verschiedenen Nachrichtensendungen - Vergleich der Ergebnisse mit amerikanischen Nachrichtensendungen	Nachrichtensendungen und Nachrichtenmagazine von ARD, ZDF; RTL, SAT. 1, PRO 7	März bis November 1998	- Starke Präsenz in den Medien bewirkt Attribuierung positiver Eigenschaften: Wirkung auf den Zuschauer umso positiver, je authentischer sich der Politiker präsentieren kann (Bildmaterial / O-Ton / Nennung) - Vergleich mit USA: insgesamt höhere Schnittfolgen in den Sendungen sowie kürzere Redezeiten: durchschnittliche Dauer der O-Töne in deutschen Nachrichtensendungen ist dreimal so hoch wie in amerikanischen Formaten
Kamps (1999)	Struktur, Thematisierung und Präsentation internationaler Ereignisse in der Berichterstattung in Nachrichtensendungen	Inhaltsanalyse (Frequenz- und Kontingenzanalyse) deutscher, englischer und amerikanischer Hauptnachrichtensendungen	Hauptnachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL, NTV, NBC, CNN (USA & Europa) ITN	Drei natürliche Wochen im Januar 1994 und im November 1995	- Fernsehnachrichten weisen eine strukturelle Simplizität auf, d.h. eine Stereotypisierung der Präsentation. - Insbesondere bei internationaler Politik: starke Personalisierung und Symbolisierung des Regierungshandelns - Fernsehen als nationales Medium: Fernsehnachrichten folgen einer rigiden nationalen Linie und Nachrichtengeographie
Frey (1999)	- Bewegtbildpräsentation und Medienpräsenz politischer Funktionsträger - Effekte visueller Zitate auf die Personenwahrnehmung, Ermittlung kognitiver Eindrucksurteile	- Inhaltsanalyse deutscher, französischer und amerikanischer Nachrichtensendungen - Experimentelle Rezeptionsuntersuchung (elektrodermale Messungen sowie Ratingaufgaben)	Hauptnachrichtensendungen von ARD, ZDF, TF1, A2, CBS, NBC	Daten stammen aus Erhebung eines natürlichen Monats 1987	- Hohe Sättigung des Formats mit Bildern von politischen Akteuren - Kumulierte Präsenzzeiten der Politiker spiegeln politische Machtverhältnisse wider: jeweilige Regierungschefs an der Spitze der Medienpräsenzpyramide - amerikanischer Präsident jedoch in "buchstäblich einsamer Höhe über dem nächsten im Feld" (Frey 1999: 110) 2) - Unbewusste Schlüsse durch nonverbales Verhalten: medienvermittelte, nonverbale Kommunikation führt bei verschiedenen Zuschauergruppen zu ähnlichen Eigenschaftszuschreibungen
Staab 1998 a	Visualität von Fernsehnachrichten: Anzahl, Dauer und Platzierung von Film- und Wortbeiträgen	Inhaltsanalyse von Hauptnachrichtensendungen	ARD Tagesschau, CBS Evening News, Aktuelle Kamera	Ausgewählte Tage einiger Eckjahre im Zeitraum 1949 - 1995	- Insgesamt hoher Visualitätsgrad bei allen drei Sendungen - Akzentuierung durch Visualisierung - CBS Evening News zeigt stärkere Visualisierung von Politik bei insgesamt kleinerem Anteil und kürzerer Dauer politischer Beiträge, - Vergleichsweise große Differenz zwischen langen Filmbeiträgen und kurzen Wortmeldungen bei amerikanischem Format
Staab 1998 b	- Präsentationsstrukturen in Nachrichtensendungen: Dauer, Präsentationsform, Themengebiet der Beiträge - Inhaltliche Merkmale der Wort- und Bildinformationen	Detailstudie auf der Grundlage einer quantitativen Inhaltsanalyse ausgewählter Nachrichtensendungen	ARD Tagesschau, CBS Evening News, Aktuelle Kamera	Stichproben aus ausgewählten Jahren und Tagen zwischen 1949-1990	Nachrichtenbilder haben eine schwache Informationsleistung, d.h. ein vergleichbar geringes Potential zur faktischen Information der Zuschauer; Informationstransfer in Wortbeiträgen höher
Ludes, Schütte/Staab (1997)	- Thematischer Schwerpunkt der Sendungen - Darstellungschance bestimmter Themen - Konventionen in der Berichterstattung	Inhaltsanalyse einer deutschen und amerikanischen Hauptnachrichtensendung (Detailstudie)	CBS Evening News, ARD Tagesschau	Ausgewählte 5-Werktageweche aus den Jahren 1976, 1983, 1989, 1990, 1995	- Personalisierung und Hierarchisierung: Konzentration auf die jeweilige Regierung als Hauptakteur im politischen Geschehen. - Starke nationale Perspektive und eingegrenztes Spektrum potentieller Nachrichtenthemen. - Unterschiede vor allem in der thematischen Zusammensetzung: CBS zeigt stärkere Gewichtung von nichtpolitischen Themen
Schütte/Ludes (1996)	- Bestimmung und Anteil von Schlüsselbildern - Inhaltliche Beschreibung der Schlüsselbilder nach Ereignistypen, Sachgebieten und Akteursstrukturen - Einsatz von Bildsymbolen	Inhaltsanalyse von Schlüsselbildern in amerikanischen und deutschen Fernsehnachrichtensendungen	CBS Evening News, ARD Tagesschau	Natürliche 5-Werktageweche von 1976, 1983 und 1989	- CBS Evening News: stärkere grafische Bearbeitung, höhere Aktionshaltigkeit und Dramatik der Bilder, häufigere Präsentation symbolischer Gesten - ARD Tagesschau: höherer Grad an Prominenz der gezeigten Personen, Institutionen, Organisationen; häufigere Schlüsselbildsequenzen von rituellen und protokollarischen Handlungen (Händeschütteln, offizielle Empfänge etc.)

* An dieser Stelle werden nur solche Forschungsergebnisse aufgeführt, die einen direkten Bezug zum vorliegenden Forschungsvorhaben aufweisen.

9. Untersuchungskonzept

In Form eines sender- und länderübergreifenden Vergleichs strebt die vorliegende Untersuchung einen umfassenden Überblick über Darstellungsmuster sowie inhaltliche und formale Merkmale medialer Politikvermittlung in Nachrichtensendungen an. Besondere Aufmerksamkeit gilt in diesem Zusammenhang den Auftrittsbedingungen politischer Akteure im Hinblick auf die dargestellten Mechanismen der Personalisierung, Emotionalisierung und Ritualisierung sowie der symbolischen Anreicherung von Berichterstattung. Um die Politikberichterstattung in Nachrichtensendungen im Allgemeinen und die Berichterstattung über politische Akteure im Besonderen untersuchen zu können, erfolgt die vorliegende Analyse auf unterschiedlichen Ebenen. Zunächst werden auf der Ebene der Gesamtsendung die thematischen Schwerpunkte aller Beiträge sowie der entsprechende Sendeablauf ermittelt und der Visualisierungsgrad erhoben (vgl. Kapitel 10.1). In einem zweiten Schritt wird der Anteil von Beiträgen politischen Inhalts am gesamten Sendevolumen bestimmt sowie durchschnittliche Beitragslängen und Schnittfrequenzen verglichen (vgl. Kapitel 10.2).

Aus der Gesamtheit der Beiträge politischen Inhalts werden dann wiederum solche Beiträge herausgegriffen, in denen politische Akteure im Bildmaterial oder in Form von Originaltönen vorkommen. Auf dieser dritten Untersuchungsebene findet die detaillierte Analyse der Auftrittsbedingungen politischer Akteure statt (vgl. Kapitel 11/12/13). Zur näheren Untersuchung der Darstellung politischer Zusammenhänge und ihrer Akteure in Nachrichtensendungen werden auf der Grundlage der theoretisch abgeleiteten Vermutungen (vgl. Kapitel 4; 7) forschungsleitende Hypothesen entwickelt und durch die Festlegung von entsprechenden Kategorien und Ausprägungen operationalisiert (vgl. Kapitel 9.2 / 9.3). Das entwickelte Kategoriensystem wird in ein Erhebungsinstrument integriert und in standardisierter Form auf ausgewählte Nachrichtensendungen angewendet. Ausgehend von einzelnen Kameraeinstellungen werden die Auftritte von politischen Akteuren dabei in ihren Zusammenhängen mit anderen Variablen erhoben und in einer mehrfaktoriellen Datenmatrix verzeichnet (vgl. Kapitel 9.4).

9.1 Untersuchungsgegenstand

Um die Politikberichterstattung in amerikanischen und deutschen Nachrichtensendungen auf die genannten Aspekte hin untersuchen zu können, werden als Untersuchungsgegenstand rezipientenstarke, landesweit ausgestrahlte Hauptnachrichtensendungen aus den verschiedenen Ländern festgelegt. Im Falle der deutschen Nachrichtensendungen wird mit Bezug auf das duale Rundfunksystem zusätzlich zwischen öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Anbietern unterschieden. Auch im Hinblick auf die in der Literatur diskutierten Amerikanisierungstendenzen innerhalb des privaten Rundfunks (vgl. Kapitel 4) ist diese Unterscheidung der Nachrichtenanbieter von Interesse. Auf der Grundlage dieser Überlegungen werden die quotenstarken Hauptnachrichtensendungen von ARD⁴⁶ und RTL⁴⁷ in die vorliegende Untersuchung einbezogen. Die Analyse der Sendungen *Tagesschau* und *RTL aktuell* erfolgte unabhängig voneinander, so dass die Ergebnisse sowohl einen Vergleich zwischen beiden deutschen Nachrichtensendungen als auch einen Vergleich mit dem amerikanischen Pendant zulassen. Der Vergleich zwischen BRD und USA soll dabei Aufschluss geben über Unterschiede und Gemeinsamkeiten in den länderspezifischen Herangehensweisen und über eine mögliche Angleichung in der Gestaltung deutscher Nachrichtensendungen.

Da der öffentlich-rechtliche Rundfunk im amerikanischen Mediensystem eher eine Außenseiterrolle einnimmt (vgl. Kapitel 7.2), wird von einer Einbeziehung öffentlich-rechtlicher US-Nachrichtensendungen in die Untersuchung abgesehen. Dominiert wird die amerikanische Fernsehlandschaft von den großen Networks, die landesweit senden und hohe Zuschauerzahlen erreichen. In der amerikanischen Forschungsliteratur herrscht Einigkeit darüber, dass sich die Nachrichtenformate der drei kommerziellen Networks kaum unterscheiden, und „die Konsonanz der Politikberichterstattung in den US-Networks wurde auch in qualitativen Studien nachgewiesen“ (vgl. Pfetsch 1991: 64). Für die vorliegende Untersuchung wurde exemplarisch die Hauptnachrichtensendung⁴⁸ von NBC herausgegriffen, die laut eigenem Vorspann gute Quoten vorzuweisen hat: „NBC News - watched by more Americans than any other news program in the world“.

⁴⁶ ARD Tagesschau (20:00 Uhr)

⁴⁷ RTL aktuell (18:45 Uhr).

⁴⁸ NBC Nightly News with Tom Brokaw (6.30 EST).

In Anlehnung an das Konzept der künstlichen Woche wurden jeweils 14 Nachrichtensendungen der drei Sendeanstalten ausgewertet. Die Aufzeichnung des Untersuchungsmaterials verlief im Falle aller Nachrichtensendungen parallel d.h. das Material der drei Sender bezieht sich immer auf denselben Tag, so dass eine direkte Vergleichbarkeit des thematischen Umfeldes gewährleistet ist. Die Aufzeichnung der ersten künstlichen Woche erstreckte sich von März bis Juni 2001, eine weitere künstliche Woche wurde im Zeitraum von Oktober bis Dezember 2002 aufgezeichnet. Die Festlegung des Untersuchungszeitraumes erfolgte auch im Hinblick auf die Vermeidung einer aktuellen Wahlkampfphase in beiden Ländern, oder eines anderen, die alltägliche Berichterstattung überproportional beherrschenden Ereignisses. Die Wahl der Auswertungstage kann dem Muster der künstlichen Woche nicht vollständig entsprechen, da durch die veränderte Sendeform der NBC Nightly News am Wochenende und diverse Sondersendungen wie z.B. Sportveranstaltungen die reguläre Ausstrahlung unterbrochen wurde. In Anlehnung an die Idee der künstlichen Woche ist jedoch zwischen den einbezogenen Sendungen immer eine Zeitspanne von mindestens acht Tagen eingehalten worden, um die thematische Überrepräsentation eines politischen Ereignisses zu vermeiden⁴⁹.

9.2 Untersuchungsinstrument & Kategorien

Die ausgewählten Nachrichtensendungen werden auf der Ebene der Gesamtsendung wie auch auf der Ebene der Politikberichterstattung analysiert (vgl. Kapitel 10). Der Kern der vorliegenden Untersuchung bezieht sich jedoch auf die Darstellung und Auftrittsbedingungen von politischen Akteuren verschiedener Positionen. Daher werden an dieser Stelle nur solche Beiträge herausgegriffen, in denen politische Akteure in Bild oder Tonmaterial vorkommen. Das Erscheinen politischer Akteure bezieht sich dabei ausschließlich auf nationale Politiker, d.h. Politiker des jeweiligen Landes, da die Prominenz eines politischen Akteurs nicht als feststehende, länderübergreifende Größe angesehen werden kann. Darüber hinaus wird davon ausgegangen, dass die landesspezifischen Voraussetzungen des Mediensystems sowie des politischen Systems sich ebenfalls in der Interaktion der

⁴⁹ Insgesamt wurden die ausgewählten Nachrichtensendungen über mehrere Monate aufgezeichnet und stehen in Form von 42 VHS Kassetten zur Verfügung.

Systeme niederschlagen. Da Politikberichterstattung im Spannungsfeld dieser Interaktionen entsteht, kann auch ihre Rückführung auf die Funktionsweisen und Mechanismen der beteiligten Systeme nur durch eine eingehende Länderspezifik gekennzeichnet sein. Die politischen Beiträge unter Beteiligung nationaler, politischer Akteure werden daher isoliert betrachtet und im Hinblick auf die aus der Literatur abgeleiteten Vermutungen (vgl. Kapitel 4/ 7) untersucht.

Zur systematischen, zielgerichteten Untersuchung des relevanten Sendematerials sind für die Dimensionen der Personalisierung, Symbolik, Emotionalisierung und Ritualisierung zunächst die relevanten Begrifflichkeiten zu operationalisieren und abprüfbar Indikatoren für die jeweiligen Variablen abzuleiten. In Abstimmung mit dem Forschungsvorhaben werden dabei verschiedene Kategorien und Ausprägungen formuliert und in ein Kategoriensystem überführt. Im Rahmen eines Pretests wurde eine Stichprobe von insgesamt zehn Nachrichtensendungen verschiedener Sendeanstalten probecodiert, um die praktische Anwendbarkeit der nachfolgend erläuterten Kategorien und Ausprägungen sicherzustellen. Auf der Grundlage der erprobten Operationalisierung aller entwickelten Variablen können die theoretisch abgeleiteten Hypothesen konkretisiert und einem Test auf Widerlegung oder Bestätigung unterworfen werden. Die Ableitung und Ausprägungen der verwendeten Kategorien werden im Folgenden detailliert dargestellt.

9.2.1 Personalisierung

Besondere Aufmerksamkeit gilt der Medienpräsenz politischer Akteure sowie ihren Auftrittsbedingungen in den ausgewählten Nachrichtensendungen. Als Mittel der Vorstrukturierung politischer Inhalte und ihrer komplexitätsreduzierten Darstellung ist die Personalisierung ein zentrales Muster der audiovisuellen Politikvermittlung. Es wird davon ausgegangen, dass im Zuge dieser Entwicklung politische Sachverhalte personenbezogen dargestellt werden und auch von Seiten der Politiker ein starkes Interesse an Medienauftritten besteht. Daher soll die Häufigkeit der Auftritte von politischen Akteuren in Bild und Tonmaterial der ausgewählten Hauptnachrichtensendungen erhoben werden.

9.2.1.1 Position des politischen Akteurs

Im Zusammenhang mit der Häufigkeit der Auftritte politischer Akteure in Nachrichtenbeiträgen ist natürlich die Position derselben von großer Bedeutung. Denn wie dargelegt ist der Prozess der Politikvermittlung eliteseitig dominiert und die (Selbst-) Darstellungschancen eines Akteurs steigen stark mit seiner Prominenz (vgl. Kapitel 4.1). Betrachtet man Prominenz also als Nachrichtenfaktor, der mit steigender Position im politischen System anwächst, so müsste sich ein deutlicher Unterschied zwischen Medienauftritten von politischen Akteuren unterschiedlicher Positionen ergeben. Da die Häufigkeit des Medienauftritts daher mit der Position des Akteurs verbunden scheint, wird diese Kategorie in den folgenden Ausprägungen erhoben:

1) Führungsebene 1 (FE 1): Führungsspitze

Bundeskanzler bzw. amerikanischer Präsident

2) Führungsebene 2 (FE 2): Bundesebene

Kabinett – ‚Schattenkabinett‘, Vorsitzende von Parteien und Fraktionen, Sprecher des Bundestags, Spitzenpolitiker mit bundespolitischem Amt bzw. Secretaries und Akteure in übergreifenden Führungspositionen z.B. Minority Leader

3) Führungsebene 3: (FE 3): Landesebene

Mitglieder der Landesregierung, landespolitische und kommunale Akteure, andere Parteimitglieder bzw. Akteure einzelner Staaten oder Regionen z.B. Senators

Diese Abgrenzung ermöglicht eine Unterteilung der auftretenden politischen Akteure gemessen an ihrer Position bzw. dem Wirkungskreis ihres politischen Amtes⁵⁰.

⁵⁰ Sind Politiker auf verschiedenen Ebenen tätig, so werden sie ihrem primären Amt entsprechend eingestuft. Die Ministerpräsidenten der verschiedenen Bundesländer werden beispielsweise als Landesvertreter eingeordnet.

9.2.1.2 Darstellungsform

Präsenz in den Medien ist ein zentrales Element der politischen Interessensartikulation und Selbstdarstellung. Dabei ist sowohl der zeitliche Rahmen, der den politischen Akteuren in der Berichterstattung zur Verfügung gestellt wird als auch die Darstellungsform des Auftrittes entscheidend, d.h. ob und wie oft ein Politiker in einem Beitrag gezeigt wird oder ob er selbst zu Wort kommt. Beide Fälle stellen einen Ausdruck der Präsenz eines politischen Akteurs dar, doch unterscheiden sich diese Ausprägungen im Grad der direkten Beteiligung an der Berichterstattung. Daher werden in der Kategorie *Darstellungsform* die Auftritte politischer Akteure nach Bild- und Tonmaterial unterschieden.

9.2.2 Symbole

Wie dargestellt (vgl. Kapitel 2.3) dienen Symbole zur Verdichtung politischer Sachverhalte und treten besonders deutlich im Rahmen der fernsehgerechten Bildgestaltung auf. Ein besonderes Augenmerk der Untersuchung liegt daher auf manifesten Symbolen sowie auf symbolischen Gesten, die sich in den Bildern der Nachrichtenbeiträge niederschlagen. In Anlehnung an die Grundannahme, dass Symbole als sinnstiftende Elemente innerhalb eines Kollektivs funktionieren, muss davon ausgegangen werden, dass es kulturelle Unterschiede in ihrer Verwendung zu verzeichnen gibt. Im Fall verbaler Symbole und rhetorischer Strategien wird angenommen, dass diese Unterschiede auch aufgrund der Landessprache stärker in Erscheinung treten. Eine Erhebung und Auswertung verbaler Symbole wird daher aus der Untersuchung gänzlich ausgeklammert. Um die Ausprägungen dieser Kategorie nicht zu kleinschrittig anzulegen und durch eine Zersplitterung die Aussagefähigkeit der Ergebnisse zu gefährden, wird die Erhebung auf eine binäre Auswertmöglichkeit verdichtet. Unter Aussparung von verbalen Symbolen wird die Häufigkeit des Auftretens von Bildern mit symbolischem Gehalt bzw. ohne symbolischen Gehalt erhoben. Das gesendete Bildmaterial wird beispielsweise als symbolisch angereichert eingestuft, wenn manifeste Symbole wie z.B. Fahnen o.ä. vorhanden sind oder politische Akteure Gesten zeigen, die

mit symbolischer Bedeutung belegt sind wie beispielsweise das Victory-Zeichen, das Bad in der Menge, shake-hands, Besuch einer Krankenstation etc. (vgl. Kapitel 4.3). Erhoben werden manifeste Symbole und symbolische Gesten daher in der Zuordnung:

- 1) **Symbolischer Gehalt**
- 2) **Kein symbolischer Gehalt** bzw. nicht erkennbar

9.2.3 Rituale

Ritualisierte Handlungskontexte stellen ein geeignetes Muster der politischen Berichterstattung in Nachrichtensendungen dar, da sie Komplexität reduzieren und die Ausbildung von Rezeptionsschemata erleichtern. Zu den politikzentrierten Ritualen haben sich medienzentrierte Rituale entwickelt, die Medienberichterstattung einberechnen und auf sie abgestimmt sind (vgl. Kapitel 4.4). Daraus entstehen vorbereitete Interaktionen zwischen Medien und Politik, die von politischer Seite geplant und wie im Falle einer Pressekonferenz detailliert vorbereitet werden können. Das erwünschte Ergebnis dieses vorbereiteten Kontakts mit den Medien besteht in diesen Fällen in Mitgestaltung medialer Berichterstattung. Vor diesem Hintergrund soll der Kontext der im Bildmaterial gezeigten Handlungsrahmen politischer Akteure erhoben werden.

In der Untersuchung werden daher die Umstände und die Art der unterschiedenen Handlungskontexte erhoben. Als feste, medienzentrierte Handlungsrahmen sind dabei solche Ereignisse zu verstehen, die für die Medien inszeniert wurden bzw. bei denen von einer Medienberichterstattung auszugehen ist wie z.B. Pressekonferenzen, offizielle Statements, Reden und öffentliche Auftritte. Als politikzentrierter Handlungsrahmen hingegen werden Ereignisse verstanden, die Medienvertretern zwar zugänglich sind, nicht aber in erster Linie an sie adressiert sind, wie z.B. Parlamentsdebatten, Parteitage. Alle diese Ereignisse können als vorbereitet betrachtet werden, also als planbarer, fester Kontakt mit den Medien. Sie unterscheiden sich jedoch in der Rolle der Medien als Interaktionspartner oder Beobachter. Als nicht vorbereitet hingegen werden Bilder und O-Töne bezeichnet, die

in nicht festen Handlungsrahmen außerhalb offizieller, geplanter Interaktionen mit Medienvertretern entstanden sind. Erhoben wird der Handlungsrahmen der Auftritte politischer Akteure daher in folgenden Ausprägungen:

1) Fester Handlungsrahmen

1a) Fest – Medien

1b) Fest – Politik

2) Nicht-fester Handlungsrahmen bzw. nicht erkennbar

9.2.4 Emotionalisierung

Die theoretischen Überlegungen haben die hohe Bedeutung von Emotionen und ihrer intentionalen Hervorhebung für den Prozess der medialen Politikvermittlung herausgestellt. Die emotionalisierte Darstellung von politischen Inhalten erfüllt demzufolge wichtige Funktionen in Bezug auf die Generierung, Akzentuierung, Vermittlung sowie Rezeption politischer Information (vgl. Kapitel 4.2). Für eine Untersuchung der Bedingungen und Darstellungsstrategien medialer Politikvermittlung ist daher eine Einbeziehung von Emotionen sowohl im Sinne gezeigter Emotionen als auch als Merkmal journalistischer Gestaltung sinnvoll. Da die Erfassung von Emotionen aufgrund ihrer Vielfalt und Deutungsmöglichkeiten methodisch nicht unproblematisch ist, bezieht sich das vorliegende Forschungsvorhaben weitgehend auf die Kategorienbildung sowie Vorgehensweise vorangegangener Studien.

Zunächst gilt es, die theoretisch unterschiedlichen Ebenen von Emotionalisierung auch methodisch zu differenzieren. Das Phänomen kann sowohl als journalistisches Muster der Berichterstattung eingesetzt als auch von politischer Seite über die beobachtbare Expression von Gefühlszuständen vorangetrieben werden. Vor diesem Hintergrund werden in der Untersuchung zunächst eine Reihe von klassifizierten Emotionsgruppen erhoben, die politische Akteure in Form von korrespondierender Gestik oder Mimik im ausgestrahlten Bildmaterial zeigen. Die definitorische Abgrenzung verschiedener Emotionen stützt sich dabei auf festgelegte

Emotionsklassen, die von anderer Seite bereits empirisch extrahiert und zu Dimensionen⁵¹ zusammengefasst wurden (vgl. Schmidt-Atzert/Ströhm 1983).

Ausgehend von diesen Ergebnissen wurden für die vorliegende Untersuchung verschiedene Ausprägungen für die Variable Emotion abgeleitet, die sich in der Anwendung auf das untersuchungsrelevante Sendematerial jedoch als unterschiedlich sinnvoll herausstellt. Aufgrund von fehlender Relevanz für das Forschungsthema, zu geringer Fallzahlen oder erschwerter Anwendbarkeit auf den Forschungsgegenstand wurde die Klassifikation der Emotionen auf drei als relevant betrachtete Ausprägungen reduziert. Die definatorische Abgrenzung dieser Gefühlskategorien sind dabei im besonderen der Systematik von Dieter Ulich sowie Beate Wilms entlehnt (vgl. Ulich 1992 / Wilms 1994). Um die Erfassung von Gefühlszuständen hinreichend zu gewährleisten und nicht auf allein mimische Indikatoren zu beschränken, wurden darüber hinaus paralinguistische Phänomene wie z.B. Tonfall und Sprechgeschwindigkeit zur Einordnung herangezogen. Während eine semantische Auswertung der Sprechinhalte im Rahmen der vorliegenden Untersuchung explizit von der Analyse ausgeschlossen wird, kann eine Berücksichtigung vorab definierter, paralinguistischer Merkmale die Zuordnung zu den Gefühlsausprägungen erleichtern. In den vorgenommenen definatorischen Abgrenzungen der Gefühlsausprägungen werden daher sowohl paralinguistische Indikatoren wie auch Merkmale der Gestik und Mimik formuliert:

- 1) **Freude** - diese Ausprägung erfasst Ausdrucksformen der Emotion Freude, wie sie sich in Lachen, Straffung der Augenpartie, Klatschen , Arme hochnehmen, Winken etc finden. Paralinguistik: hohe Stimmlage.
- 2) **Ärger** – diese Ausprägung ermittelt aggressive und ärgerliche Gestik und Mimik und bezeichnet Ausdrucksformen wie z.B. eine geballte Faust, Stirnrunzeln, starrer Blick, Aufblähen der Nasenflügel, Entblößen zusammengebissener Zähne (vgl. Ulich 1992: 152). Paralinguistik: erhöhte Lautstärke, schnelle Sprechgeschwindigkeit.

⁵¹ Schmidt-Atzert und Ströhm verglichen die Ergebnisse ihrer eigenen Cluster-Analyse mit denen anderer klassischer Studien und formulierten auf dieser Grundlage insgesamt elf eigenständige Emotionskategorien: Abneigung, Ärger, Neid, Angst, sexuelle Erregung, Unruhe, Traurigkeit, Scham, Freude, Zuneigung und Überraschung (vgl. Ulich 1992: 136).

- 3) **Ruhe** bzw. nicht zuzuordnen – Gestik und Mimik beschränken sich auf Illustratoren, d.h. sprachbegleitende Bewegungen. Paralinguistik: ruhige Stimmlage, langsame Sprechgeschwindigkeit. Des Weiteren wird diese Ausprägung zusätzlich als Sammelkategorie für nicht erkennbare Emotionen eingesetzt bzw. für solche Expressionen, die nicht zuzuordnen sind. Bei der Ergebnisdarstellung wird die Zusammensetzung dieser Ausprägung berücksichtigt.

Zusätzlich zu den von politischen Akteuren gezeigten Emotionen soll die Emotionalisierung politischer Inhalte im Sinne der journalistischen Beitragsgestaltung untersucht werden. Denn Emotionalisierung vollzieht sich nicht allein auf der Ebene der gezeigten Gefühlsausdrücke, sondern auch in der journalistischen Aufarbeitung des Bildmaterials. In diesem Zusammenhang spielt die Verwendung verschiedener Kameraeinstellungen und Schnitttechniken eine bedeutsame Rolle (vgl. Kapitel 4.2). Denn die Kameraeinstellung determiniert das Ausmaß an Nähe oder Distanz zwischen Zuschauer und Akteur und bleibt insofern nicht ohne Auswirkungen auf den Rezeptionsprozess. Aus diesem Grund wird die Art der verwendeten Kameraeinstellungen erhoben, mit deren Hilfe Bilder von politischen Akteuren vermittelt werden. Die Kameraeinstellung ist dabei ein rein journalistisches Instrument zur Politikvermittlung, das ausschließlich von Medienvertretern erstellt, ausgewählt und verbreitet wird.

Aufgrund der erläuterten Identifikations- und Urteilsbildungsprozesse ist bei der Festlegung der Ausprägungen die Unterscheidung zwischen weiten und nahen Einstellungen von zentraler Bedeutung. Ebenso wichtig für die vorliegende Forschungsfrage ist die Ermittlung der Bildkomposition, d.h. dem isolierten Erscheinen eines Politikers oder der Berücksichtigung in Form eines Gruppenbildes. Bei den zu erhebenden Kameraeinstellungen wird folglich unterschieden zwischen :

- 1) **Einzelbild** – bezeichnet eine Kameraeinstellung, die einen einzelnen Akteur isoliert abbildet. Zur näheren Differenzierung wird an dieser Stelle weiterhin die Größe der Kameraeinstellung unterschieden.

1a) Nahaufnahme – zeigt einen Menschen vom Kopf bis etwa zur Körpermitte. Die Grenze liegt dabei zwischen Schultern und Hüfte. Die Großaufnahme, die im Allgemeinen die Abbildung des Gesichts oder des Kopfes bezeichnet (vgl. Hickethier 1996: 59, Stoffele 27), wird im Rahmen der Codierung zur Nahaufnahme hinzugerechnet. Da die so definierte Nahaufnahme keine weitere Einbeziehung des Umfeldes anstrebt, ist für diese Ausprägung eine klare Konzentration auf den einzelnen Akteur sowie seine Ausdrucksformen festzuhalten.

1b) Einzelganzbild – der jeweilige Akteur ist vollständig im Bild abgebildet. Seine unmittelbare Umgebung ist im Bild erkennbar, nicht aber andere Akteure.

- 2) **Gruppenbild** – bezeichnet eine weite Kameraeinstellung, die mehrere Akteure im Bild zeigt.

Diese Klassifizierung der unterschiedlichen Kameraeinstellungen lässt damit eine Unterscheidung von nahen und fernen Einstellungen zu, erlaubt aber auch die jeweils abgebildete Konstellation von politischen Akteuren.

9.2.5. Überblick über die Kategorien und ihre Ausprägungen

Zusammenfassend werden an dieser Stelle noch einmal die abgeleiteten Kategorien mit ihren zugehörigen Ausprägungen für die zu untersuchenden Dimensionen tabellarisch dargestellt:

Dimension	Kategorie	Ausprägung
Personalisierung	Position	- Führungsebene 1 - Führungsebene 2 - Führungsebene 3
	Darstellungsform	- O-Ton - Bild
Symbolik	Symbole	- Bilder mit symbolischem Gehalt - Bilder ohne symbolischen Gehalt
Ritualisierung	Handlungsrahmen	- Fester Handlungsrahmen - Medien - Politik - Kein fester Handlungsrahmen
Emotionalisierung	gezeigte Emotionen	- Freude - Ruhe - Ärger
	Kameraeinstellung	- Einzelbild - Nahaufnahme - Einzelganzbild - Gruppenbild

Tab.: 9 - 1

Mit Hilfe dieser fünfteiligen Merkmalskonstellation können die Auftritte politischer Akteure spezifiziert und differenziert betrachtet werden. Das aus den theoretischen Vorüberlegungen abgeleitete Kategoriensystem gewährt damit die Möglichkeit der Erfassung von Medienauftritten in ihrer Abhängigkeit von der Position des jeweiligen Akteurs sowie im Zusammenhang mit gezeigten Emotionen, dem Handlungsrahmen, der Kameraeinstellung und der Verwendung von Symbolen. Anhand der formulierten Kategorien und Ausprägungen konkretisiert sich somit folgende Fragestellung:

Wie oft tritt ein politischer Akteur

- **welcher Position**
- **in welcher Darstellungsform**
- **unter Verwendung welcher Symbolik**
- **in welchem Handlungsrahmen**
- **begleitet von welchen Emotionen**
- **und mittels welcher Kameraeinstellung**

**in den Hauptnachrichtensendungen der Sendeanstalten
ARD, RTL und NBC auf?**

9.3 Forschungsleitende Hypothesen

Aus den bereits geäußerten Vermutungen ergeben sich unter Anwendung der operationalisierten Dimensionen und formulierten Kategorien folgende Hypothesen:

H 1: Politische Beiträge unter Beteiligung politischer Akteure kommen häufiger in den untersuchten Nachrichtensendungen vor als politische Beiträge ohne Beteiligung politischer Akteure.

H 2: Je höher die Position eines politischen Akteurs ist, desto häufiger kommt er in den untersuchten Nachrichtensendungen vor.

H 3: Die politische Führungsspitze tritt häufiger in den untersuchten Nachrichtensendungen auf als Akteure anderer politischer Ebenen.

H 4: Die politische Führungsspitze tritt häufiger in Form eines O-Tons auf als die Akteure anderer politischer Ebenen.

H 5: Der amerikanische Präsident ist häufiger in NBC Nightly News vertreten als der Bundeskanzler in deutschen Nachrichtensendungen.

H 6: Bei Tagesschau und RTL aktuell sind politische Akteure der Führungsebenen 2 und 3 häufiger Teil der Berichterstattung als bei NBC Nightly News.

H 7: Politische Akteure zeigen häufiger Gefühlsexpressionen der Emotion *Freude* als der Emotion *Ärger*.

H 8: Die politische Führungsspitze zeigt häufiger Gefühlsexpressionen der Emotion *Freude* als der Emotion *Ärger*.

H 9: Die politische Führungsspitze tritt häufiger in Verbindung mit der Emotion *Freude* auf als Akteure anderer Ebenen.

H 10: Die Politikberichterstattung in den untersuchten Nachrichtensendungen verwendet häufiger die Kameraeinstellung des Einzelbildes als der Gruppenbilder.

H 11: Bei NBC News wird die Kameraeinstellung der Nahaufnahme häufiger verwendet als bei der politischen Berichterstattung von Tagesschau und RTL aktuell.

H 12: Politische Akteure der ersten Führungsebene werden häufiger in Form von Nahaufnahmen gezeigt als Akteure der Führungsebene 2 und 3.

H 13: Der amerikanische Präsident wird häufiger in Form einer Nahaufnahme gezeigt als der deutsche Bundeskanzler.

H 14: In den untersuchten Nachrichtenbeiträgen wird häufiger Bildmaterial von symbolischem Gehalt als Bildmaterial ohne symbolischen Gehalt gezeigt.

H 15: Je höher die Position eines politischen Akteurs ist, desto häufiger tritt er in Verbindung mit Bildmaterial symbolischen Gehalts auf.

H 16: Die Berichterstattung über politische Ereignisse bewegt sich häufiger in festen Handlungsrahmen als in nicht festen Handlungsrahmen.

H 17: Der Anteil medienzentrierter Handlungsrahmen in der untersuchten Berichterstattung ist höher als der Anteil politikzentrierter Handlungsrahmen.

H 18: Die Politikberichterstattung bei NBC Nightly News bezieht sich häufiger auf medienzentrierte Handlungsrahmen als die Berichterstattung bei der Tageschau oder RTL aktuell.

H 19: Die politische Führungsspitze tritt häufiger in festen Handlungsrahmen auf als in nicht festen.

H 20: Bildmaterial, das in festen Handlungskontexten entsteht, ist häufiger symbolisch angereichert als Bildmaterial aus nicht festen Handlungsrahmen.

9.4 Multifaktorielle, mehrstufige Analyse

Im Mittelpunkt der Untersuchung steht die mediale Berücksichtigung verschiedener Akteure im Sinne von Frequenz, Dauer und Form der Berichterstattung bei gleichzeitiger Berücksichtigung des spezifischen Kontexts und Nachrichtenanlasses. Als methodisches Vorgehen wird deshalb die quantitative Inhaltsanalyse ausgewählt, die als Frequenzanalyse angelegt ist, d.h. es wird mit einem standardisierten Auswertungsbogen die Häufigkeit des Vorkommens relevanter Merkmale ausgezählt. Die Zuordnung des Sendematerials zu den einzelnen Kategorien erfolgt gemäß den oben dargestellten Ausprägungen, hat also auch eine qualitative Dimension. Es ist also sowohl von quantitativen als auch qualitativen Aspekten der vorliegenden Inhaltsanalyse auszugehen, da „jede Identifikation eines inhaltlichen Textmerkmals auch einen qualitativen Aspekt beinhaltet“ (Früh 1998: 89).

Zusätzlich zu den Häufigkeitszählungen des tatsächlichen Erscheinens von politischen Akteuren werden ihre Auftritte in Abhängigkeit von den erwähnten Rahmenbedingungen betrachtet. Zu diesem Zweck wird das herausgearbeitete Kategoriensystem in einen mehrfaktoriellen, mehrstufigen Versuchsplans⁵² integriert, der es aufgrund seines Aufbaus ermöglicht, die Zusammenhänge und Abhängigkeiten der erhobenen Daten mathematisch zu ermitteln. Der Erstellung dieser Datenmatrix wurde das statistische Erhebungsinstrument der Mehrfeldertafel zugrunde gelegt, die in Form eines Summenschemas dargestellt wird. Da in dieser Datenmatrix mehrere Kategorien in ihren Ausprägungen zueinander in Beziehung gesetzt werden, ergibt sich für die Auswertung eine mehrfaktorielle Analyse. Dieses Verfahren hat bei der Untersuchung komplexer Fragestellungen eine wichtige Bedeutung erlangt, denn die multivariate Analyse beschäftigt sich mit „der Entwicklung mathematischer Modelle zur Analyse einer nicht näher spezifizierten Anzahl abhängiger Variablen auf verschiedenen Stufen. Es werden Parameter geschätzt und die Zusammenhänge zwischen den Variablen ermittelt“ (Sachs 1992: 576). Im Folgenden werden die erstellten Summenschemata am Beispiel der ARD dargestellt:

⁵² Diese Systematik ist ein etabliertes Tool in der mathematisch statistischen Versuchsplanung (vgl. Sachs 1992).

Datenmatrix und Summenschema Hauptwirkungen

ARD			Emotion		Freude						Ruhe						Ärger						Freude	Ruhe	Ärger	Position			Gesamt			
			Darstellungsform		Symbolischer Gehalt			Kein symbolischer Gehalt			Symbolischer Gehalt			Kein symbolischer Gehalt			Symbolischer Gehalt			Kein symbolischer Gehalt			Symb. Gehalt			Kein symb. Gehalt						
			Position		FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3				FE 1	FE 2	FE 3				
Politisches Ressort	Kameraeinstellung		Handlungsrahmen																													
Innenpolitik	Einzelbild	Nah-aufnahme	Fest	Medien	4			3			2									1	1	7	4	2	6	7	9	3	1	13		
				Politik	4			1			2												5	2	0	6	1	7	0	0	7	
			Nicht Fest										3								1		0	3	1	0	4	3	1	0	4	
		Ganzbild	Fest	Medien	9			2	3		2	5		1	15	7		2			5	10	14	30	17	18	43	14	30	17	61	
				Politik	4																	12	11	4	2	23	4	25	4	14	11	29
			Nicht Fest					1							18	5					3		1	23	3	0	27	0	22	5	27	
Gruppenbild	Fest	Medien	5	2		2			2	5			4	4							9	15	0	14	10	9	11	4	24			
		Politik	2						2	1			3								2	6	0	5	3	4	4	0	8			
		Nicht Fest			1			1				1	3	21	6					1		2	31	1	2	32	3	24	7	34		
Außenpolitik	Einzelbild	Nah-aufnahme	Fest	Medien						1											0	1	0	1	0	1	0	0	1			
				Politik																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	
			Nicht Fest																			0	0	0	0	0	0	0	0	0		
		Ganzbild	Fest	Medien	1	3					1				1							4	2	0	5	1	2	4	0	6		
				Politik	2																		2	0	0	2	0	2	0	0	2	
			Nicht Fest																			0	0	0	0	0	0	0	0	0		
Gruppenbild	Fest	Medien	5	2		1				2										8	2	0	9	1	6	4	0	10				
		Politik																			0	0	0	0	0	0	0	0	0			
		Nicht Fest																			0	0	0	0	0	0	0	0	0			
				Medien	24	7	0	8	3	0	8	12	0	1	22	11	0	2	0	0	6	11	42	54	19	53	62	41	52	22	115	
				Politik	12	0	0	1	0	0	4	1	0	0	5	0	0	0	0	0	12	11	13	10	23	17	29	17	18	11	46	
				Fest		36	7	0	9	3	0	12	13	0	1	27	11	0	2	0	0	18	22	55	64	42	70	91	58	70	33	161
					Nicht Fest		0	1	0	0	2	0	0	0	1	6	39	11	0	0	0	5	0	3	57	5	2	63	6	47	12	65
				Nah-aufnahme		8	0	0	4	0	0	5	0	0	3	2	0	0	0	0	2	1	12	10	3	13	12	20	4	1	25	
					Ganzbild		16	3	0	2	4	0	3	5	0	1	36	12	0	2	0	0	20	21	25	57	43	29	96	22	70	33
				Einzelbild		24	3	0	6	4	0	8	5	0	4	38	12	0	2	0	0	22	22	37	67	46	42	108	42	74	34	150
				Gruppenbild		7	3	0	2	1	0	4	6	1	3	28	10	0	0	0	0	1	0	13	52	1	21	45	16	39	11	66
Innenpolitik						28	3	0	8	5	0	10	11	1	7	65	22	0	2	0	0	23	22	44	116	47	55	152	53	109	45	207
Außenpolitik						8	5	0	1	0	0	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	14	5	0	17	2	11	8	0	19
Gesamt						36	8	0	9	5	0	12	13	1	7	66	22	0	2	0	0	23	22	58	121	47	72	154	64	117	45	226

Tab.: 9 - 2

Datenmatrix und Summenschema Wechselwirkungen

ARD				Emotion		Freude						Ruhe						Ärger						WW: Darstellungsform / Position									Gesamt													
				Darstellungsform		Symbolischer Gehalt			Kein symbolischer Gehalt			Symbolischer Gehalt			Kein symbolischer Gehalt			Symbolischer Gehalt			Kein symbolischer Gehalt			WW: Emotion / Position																						
				Position		FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	Freude			Ruhe			Ärger				Freude		Ruhe		Ärger								
				Handlungsrahmen		Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Symb. Gehalt	Kein Symb. Gehalt		FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3		FE 1	FE 2	FE 3	S.G.	K.S.G.	S.G.	K.S.G.	S.G.	K.S.G.				
Politisches Ressort	Kameraeinstellung	Einzelbild	Nah-aufnahme	Fest	Medien	4			3			3				2			0			1	1	7	0	0	3	3	1	7	0	0	3	2	0	0	1	1	4	3	3	2	0	2	14	
				Politik	4			1			2															6	0	0	1	0	0	5	0	0	2	0	0	0	0	0	4	1	2	0	0	0
			Nicht Fest										3										1		0	0	0	3	1	0	0	0	0	3	0	0	0	1	0	0	0	0	3	0	1	4
		Ganzbild	Fest	Medien	10	3		2	3		3	5		1	16	7		2			5	10	13	10	0	3	24	17	12	8	0	4	21	7	0	7	10	13	5	8	24	2	15	67		
				Politik	6									2							12	11	6	0	0	0	14	11	6	0	0	0	2	0	0	12	11	6	0	0	2	0	0	23	31	
			Nicht Fest					1							18	5					3		0	0	0	0	22	5	0	0	0	0	18	5	0	3	0	0	1	0	23	0	3	27		
	Gruppenbild	Fest	Medien	Medien	10	4		3		2	7		4	4								12	11	0	3	4	4	13	11	0	2	11	4	0	0	0	14	3	9	8	0	0	34			
				Politik	2					2	1			3									4	1	0	0	3	0	2	1	0	2	4	0	0	0	0	2	0	3	3	0	0	8		
			Nicht Fest		1			1				1	3	21	6					1		0	1	1	3	23	6	0	1	0	3	21	7	0	1	0	1	1	1	30	0	1	34			
		Nicht Fest	Medien																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
			Politik																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
			Nicht Fest																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Außenpolitik	Einzelbild	Nah-aufnahme	Fest	Medien																	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
			Politik																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
		Nicht Fest																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
	Ganzbild	Fest	Medien																		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
			Politik																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
		Nicht Fest																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
Gruppenbild	Fest	Medien																		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0					
		Politik																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
	Nicht Fest																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0					
				Medien	24	7	0	8	3	0	8	12	0	1	22	11	0	2	0	0	6	11	32	21	0	9	31	22	32	19	0	9	34	11	0	8	11	31	11	20	34	2	17	115		
				Politik	12	0	0	1	0	0	4	1	0	0	5	0	0	0	0	0	12	11	16	1	0	1	17	11	13	1	0	4	6	0	0	12	11	12	1	5	5	0	23	46		
				Fest	36	7	0	9	3	0	12	13	0	1	27	11	0	2	0	0	18	22	48	22	0	10	48	33	45	20	0	13	40	11	0	20	22	43	12	25	39	2	40	161		
				Nicht Fest	0	1	0	0	2	0	0	0	1	6	39	11	0	0	0	0	5	0	0	1	1	6	46	11	0	1	0	6	39	12	0	5	0	1	2	1	56	0	5	65		
				Nah-aufnahme	8	0	0	4	0	0	5	0	0	3	2	0	0	0	0	0	2	1	13	0	0	7	4	1	12	0	0	8	2	0	0	2	1	8	4	5	5	0	3	25		
				Ganzbild	16	3	0	2	4	0	3	5	0	1	36	12	0	2	0	0	20	21	19	10	0	3	60	33	18	8	0	4	41	12	0	22	21	19	6	8	49	2	41	125		
				Einzelbild	24	3	0	6	4	0	8	5	0	4	38	12	0	2	0	0	22	22	32	10	0	10	64	34	30	8	0	12	43	12	0	24	22	27	10	13	54	2	44	150		
				Gruppenbild	12	5	0	3	1	0	4	8	1	3	28	10	0	0	0	0	1	0	16	13	1	6	30	10	15	13	0	7	36	11	0	1	0	17	4	13	41	0	1	76		
Gesamt					36	8	0	9	5	0	12	13	1	7	66	22	0	2	0	0	23	22	48	23	1	16	94	44	45	21	0	19	79	23	0	25	22	44	14	26	95	2	45	226		

WW: Emotion / Darstellungsform	44	14	26	95	2	45
WW: Emotion / Darstellungsform / Handlungsrahmen Medien	31	11	20	34	2	17
WW: Emotion / Darstellungsform / Handlungsrahmen Politik	12	1	5	5	0	23

Die Überführung der dargestellten Kategorien und Ausprägungen in das Untersuchungsinstrument der multifaktoriellen Analyse kann an den ARD Summenschemata nachvollzogen werden. Die Datenmatrix beinhaltet alle aufgeführten Kategorien und Ausprägungen und ermöglicht ihre genaue Zuordnung zueinander⁵³. Diese mehrstufige Bearbeitung gibt eine stringente Systematik für die Erfassung der Daten vor und erleichtert damit ebenfalls ihre statistische Auswertung. Indem jede Ausprägung der benannten Kategorien mit jeder Ausprägung der anderen Variablen in Zusammenhang gesetzt wird, ermöglicht diese Vorgehensweise die Ermittlung von absoluten Wirkungen der jeweiligen Größen (Hauptwirkungen) und den Interaktionen zwischen ihnen (Wechselwirkungen)⁵⁴. Aus Gründen der Übersichtlichkeit werden die Summenschemata⁵⁵ nach Hauptwirkungen und Wechselwirkungen getrennt aufgeführt.

Zur Ermittlung der Effekte der Variablen werden die Häufigkeiten über eine gesamte Kategorie aufaddiert. Zur Ermittlung der Wechselwirkungen wird das Produkt zweier Variablen bereinigt um den Effekt ihrer selbst ermittelt. Berechnet wird die Wechselwirkung aus der Differenz des Gesamteffektes minus der Effekte der Einzelvariablen. Eine Wechselwirkung liegt dann vor, wenn die Summe der Einzelwirkungen nicht gleich dem kombinierten Effekt ist, da in diesem Fall der Effekt nicht rein additiv ist, die Wirkungen also nicht unabhängig voneinander sind (vgl. Sachs 1992: 636). Diese mehrfaktorielle, mehrstufige Herangehensweise weist Zusammenhänge zwischen den Variablen auf und erleichtert eine quantitative Auswertung nach mathematisch-statistischen Methoden in Form der Varianzanalyse (vgl. Kapitel 9.5).

⁵³ Die Summenschemata für RTL und NBC finden sich im Anhang.

⁵⁴ Wechselwirkungen und Interaktionen bezeichnen hier einen identischen, statistischen Wirkungszusammenhang und werden synonym benutzt. Die Begriffe Hauptwirkung, Interaktion und Wechselwirkung sind in diesem Zusammenhang ausschließlich in ihrer Bedeutung als statistische Größe zu verstehen.

⁵⁵ Die beigelegten Summenschemata zeigen die additive Bestimmung der jeweiligen Größen auf.

9.5 Auswerteverfahren

Um die beschriebenen Kategorien auf ihre statistische Signifikanz in der vorliegenden Untersuchung zu überprüfen, wird zunächst eine Varianzanalyse durchgeführt. Die Signifikanz der Parameter wird dabei sowohl für die Hauptwirkungen als auch für die Wirkung miteinander bestimmt. Die Varianzanalyse zerlegt die gesamt auftretende Streuung einer Untersuchung in die durch die Parameter verursachte, signifikante Streuung (Einfluss durch Streuungszuordnung) und in die nicht erklärbare Streuung des Gesamtsystems (Versuchsfehler). Übersteigen nun die Streuungsanteile der Parameter die Versuchsstreuung in signifikantem Maße (F-Test), so gilt der Versuchsparameter als gesichert. Liegt die Streuung, die durch die Parametervariation verursacht wird, nicht in erheblichem Maße über oder sogar unter der nicht erklärbaren Streuung (Versuchsstreuung), so hat die entsprechende Größe keinen signifikanten Einfluss.

Als signifikanter Einfluss kommen nur die Streuungen in Betracht, die sich mit mindestens 90%iger Sicherheit von der Versuchsstreuung unterscheiden. Der Grad der Sicherheit einer Aussage findet sich in der Zuordnung zu verschiedenen Signifikanzniveaus wieder, die im Falle des vorliegenden Stichprobenumfangs auf 90%, 95% und 99% festgelegt werden. Die gesamten statistischen Berechnungen, sowie die Varianzanalysen und die Signifikanzbestimmungen (F-Test), werden mittels des Statistikprogramms *Statgraphics* nach Sendern getrennt durchgeführt. Die Ermittlung der Signifikanzniveaus aller Kategorien und ihrer Interaktionen erlaubt eine Konzentration der Betrachtung nur auf solche Parameter, die sich in der vorliegenden Untersuchung als signifikant erwiesen haben, während nicht signifikante Variablen von der Ergebnisdiskussion ausgeschlossen werden können.

Die Varianzanalyse wurde für die untersuchten Sendeanstalten getrennt durchgeführt. Exemplarisch wird im Folgenden anhand des Beispiels der ARD die Vorgehensweise bei der Gesamtauswertung erörtert⁵⁶. Die importierten Datensätze wurden mittels *Statgraphics* einer Varianzanalyse unterzogen. Vor der Berechnung der Signifikanzen aller beteiligten Einflussgrößen wird die Häufigkeitsverteilung

der Daten überprüft. Es bleibt anzumerken, dass die Varianzanalyse streng genommen nur im Fall von normalverteilten Daten eine exakte Anwendung findet. Aus dem hohen Differenzierungsgrad des vorliegenden Versuchsplans ergibt sich eine binominale Verteilung.

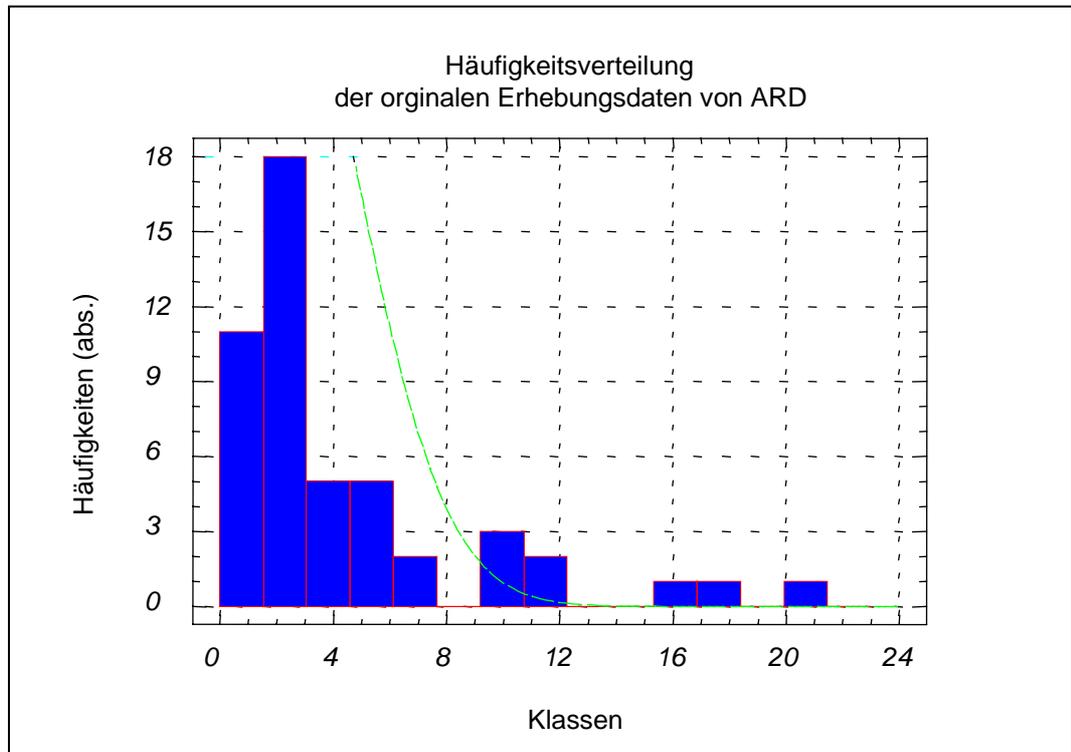


Abb.: 9.5-1

Die linksgipflige Verteilung geht auf den Aufbau der Datenmatrix zurück, der durch die bewusste Einbeziehung vieler Ausprägungen eine detaillierte Erhebung der Daten ermöglicht, gleichzeitig jedoch auch in einigen Bereichen unbesetzte Felder hinterlässt. Um die Varianzanalyse trotz der binominalen Verteilung anwenden zu können, wurden die Daten in normalverteilte Werte mit homogenen Varianzen mathematisch transformiert⁵⁶. Die Transformation bewirkt eine Einbeziehung der extrem nach außen liegenden Daten in die Verteilung. Nach links ist die Verteilung durch den Wert 0 begrenzt, so dass alle Werte nach der Transformation einer homogenen Verteilung folgen.

⁵⁶ Das folgende Auswerteverfahren wurde selbstverständlich ebenfalls für die Nachrichtensendungen von ARD und RTL durchgeführt. Die Ergebnistabellen werden im Anhang bereitgestellt.

⁵⁷ Die gängige Transformation für linksgipflige Verteilungen, wenn 0 in der Messreihe enthalten ist: $X_{trans} = \sqrt{x+0.4}$ (vgl. Sachs 1992: 631).

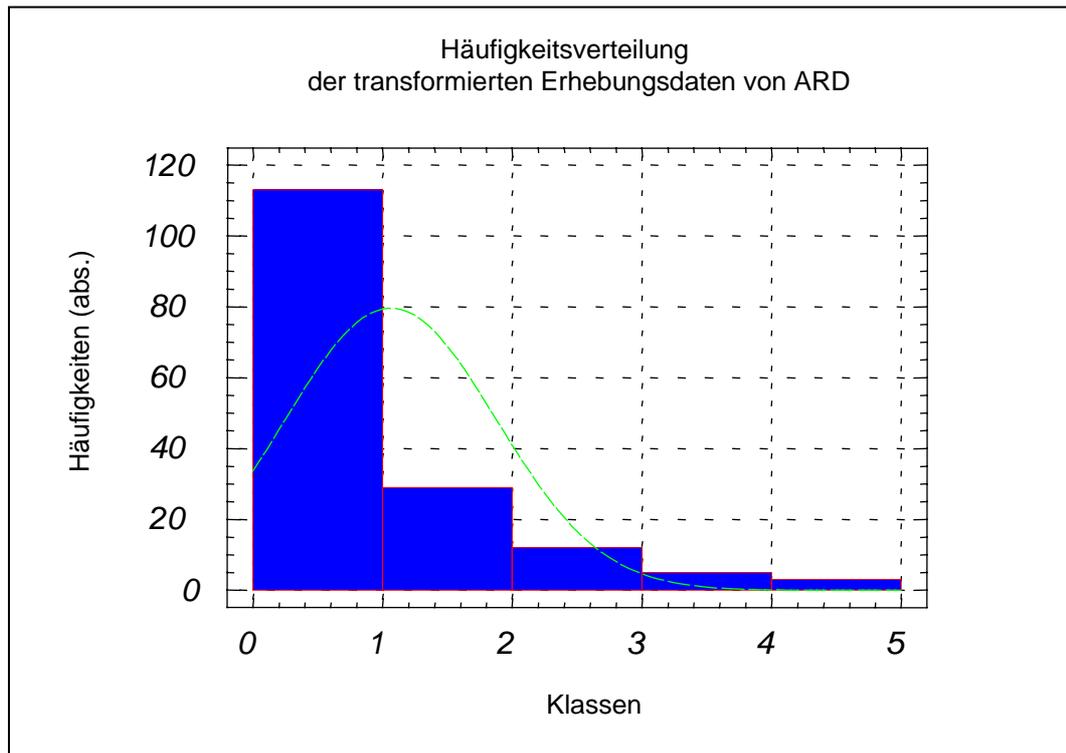


Abb.: 9.5-2

Die transformierten Daten stellen folglich die mathematisch-statistische Basis des Verfahrens sicher und sind nur in diesem Rechnungsprozess relevant. Die Darstellung und Diskussion der Untersuchungsergebnisse werden daher weiterhin an den erhobenen „Urdaten“ durchgeführt.

Nach der Transformation werden die importierten Datensätze einer Varianzanalyse unterzogen. Die dort ermittelte Ergebnistabelle ist an den benannten Kategorien der Untersuchung ausgerichtet und gibt sowohl für alle Hauptwirkungen als auch für die Wechselwirkungen einen Überblick über verschiedene Rechengrößen: Summe der quadratischen Abweichungen, Freiheitsgrade, mittlere quadratische Abweichung, F-Wert sowie die Irrtumswahrscheinlichkeit. Die statistische Signifikanz wird errechnet aus dem F-Wert, der wiederum als Quotient der mittleren, quadratischen Abweichungen der Effekte und der mittleren quadratischen Abweichung des Versuchsfehlers zustande kommt:

Analysis of Variance for ARD					
Source of variation	Sum of Squares	d.f.	Mean square	F-ratio	Sig. level
MAIN EFFECTS					
A: EMOTION	57.370370	2	28.685185	7.390	.0013
B: DARSTELLUNGSFORM	42.524691	1	42.524691	10.956	.0015
C: POSITION	52.000000	2	26.000000	6.699	.0023
D: KAMERAEinstellung	96.333333	2	48.166667	12.410	.0000
E: HANDLUNGSRAHMEN	44.925926	2	22.462963	5.7870	.0049
INTERACTIONS					
AB	99.12346	2	49.561728	12.769	.0000
AC	155.74074	4	38.935185	10.031	.0000
AD	51.74074	4	12.935185	3.333	.0153
AE	80.92593	4	20.231481	5.212	.0011
BC	102.86420	2	51.432099	13.251	.0000
BD	43.49383	2	21.746914	5.603	.0057
BE	32.75309	2	16.376543	4.219	.0190
CD	62.66667	4	15.666667	4.036	.0056
CE	30.07407	4	7.518519	1.937	.1150
DE	35.51852	4	8.879630	2.288	.0695
ABC	29.32099	4	7.330247	1.889	.1232
ABD	55.24691	4	13.811728	3.558	.0110
ABE	84.65432	4	21.163580	5.453	.0008
ACD	62.48148	8	7.810185	2.012	.0589
ACE	74.62963	8	9.328704	2.403	.0247
ADE	57.51852	8	7.189815	1.852	.0835
BCD	45.72840	4	11.432099	2.945	.0268
BCE	34.69136	4	8.672840	2.234	.0750
BDE	26.95062	4	6.737654	1.736	.1530
CDE	18.81481	8	2.351852	.606	.7695
RESIDUAL	248.40741	64	3.8813657		
TOTAL (CORRECTED)	1726.5000	161			

0 missing values have been excluded.
All F-ratios are based on the residual mean square error.

Tab.: 9.5 - 1

Die Varianzanalyse liefert insbesondere im Bereich der Hauptwirkungen hochsignifikante Effekte für alle Parameter. Mit Irrtumswahrscheinlichkeiten von .00 - .0049 weisen alle Hauptwirkungen Werte auf dem 99% Signifikanzniveau auf. Bei den Wechselwirkungen erweisen sich die Interaktionen der Parameter AB, AC, BD, AE BC und CD als hoch signifikant. Insbesondere im Bereich der Dreifach-Wechselwirkungen liefert die Varianzanalyse vereinzelt Werte unterhalb der definierten Signifikanzniveaus. Um die Aussagekraft der übrigen Signifikanzen zu präzisieren, werden die nicht signifikanten Effekte aus der Gesamtanalyse herausgerechnet. In diesem als *poolen* bezeichneten Verfahren werden nur wirksamen Effekte berücksichtigt, indem die Abweichungsquadrate der nicht wirksamen Effekte dem Versuchsfehler zugeschlagen werden. Für die Varianzanalyse der transformierten und gepoolten Daten ergeben sich folgende Ergebnisse:

Analysis of Variance for ARD					
mit $x_{trans} = \sqrt{x+0,4}$ transformierten Werten					
(gepoolt = nur wirksame Effekte)					
Source of variation	Sum of Squares	d.f.	Mean square	F-ratio	Sig. level
MAIN EFFECTS					
A Emotion	4.4149732	2	2.2074866	12.790	***
B Darstellungsform	2.5688889	1	2.5688889	14.886	***
C Position	3.8044965	2	1.9022482	11.023	***
D Kameraeinstellung	6.0080871	2	3.0040436	17.409	***
E Handlungsrahmen	5.1472946	2	2.5736473	14.914	***
INTERACTIONS					
AB	6.1631768	2	3.0815884	17.858	***
AC	9.9380114	4	2.4845028	14.398	***
AD	4.0265028	4	1.0066257	5.833	***
AE	3.8986700	4	.9746675	5.648	***
BC	7.0650834	2	3.5325417	20.475	***
BD	2.6688605	2	1.3344302	7.731	***
BE	2.6563834	2	1.3281917	7.696	***
CD	4.9003312	4	1.2250828	7.099	***
CE	2.1866588	4	.5466647	3.168	**
DE	2.4386101	4	.6096525	3.533	**
ABD	2.9852170	4	.7463042	4.325	***
ABE	4.7781964	4	1.1945491	6.922	***
ACD	3.0092815	8	.3761602	2.179	**
ACE	4.9095753	8	.6136969	3.556	**
ADE	2.8315105	8	.3539388	2.051	*
BCD	2.4328643	4	.6082161	3.525	**
BCE	2.5542887	4	.6385722	3.700	**
BDE	1.6304710	4	.4076177	2.362	*
RESIDUAL	13.114571	76	.172557		
TOTAL (CORRECTED)	106.13148	161			
0 missing values have been excluded.					
All F-ratios are based on the residual mean square error.					

Tab.: 9.5 - 2

Unter Auslassung der nicht signifikanten Größen können die Signifikanzniveaus im Rahmen der gepoolten Analyse nun exakt bestimmt werden. Im vorliegenden Fall der ARD Tagesschau erbringt die gepoolte Varianzanalyse wichtige Ergebnisse, in der nur noch die gesicherten Effekte verbleiben, wobei sie teilweise höhere Signifikanzen erreichen. Unter den Bedingungen dieses präzisierten Verfahrens erweisen sich nun beispielsweise die Interaktionen der Parameter AD, CE und BE als hoch signifikant (von 95% auf 99% Signifikanzniveau). Um einen Überblick über die errechneten Signifikanzen der untersuchten Sender zu ermöglichen, werden die Ergebnisse der verschiedenen Varianzanalysen an späterer Stelle in tabellarischer Form gegenübergestellt und anhand grafischer Darstellungen diskutiert (vgl. Kapitel 11).

10. Darstellung der Ergebnisse

Die vorliegende Untersuchung befasst sich mit einem umfassenden Vergleich der inhaltlichen und formalen Gestaltung der Hauptnachrichtensendungen⁵⁸ von ARD, RTL sowie NBC. Das Hauptaugenmerk der Erhebung liegt dabei auf der Analyse der politischen Beiträge unter Beteiligung politischer Akteure. Auf dieser Ebene wird die Darstellung politischer Akteure mittels der operationalisierten Kategorien Handlungsrahmen, Darstellungsform, Position, Kamera und Emotion (vgl. Kapitel 9) einer detaillierten Betrachtung unterzogen. Um die erhobenen Ergebnisse in ihren sendungsspezifischen Kontext einordnen zu können, werden zunächst sowohl alle Beiträge aus dem Bereich der Politikberichterstattung als auch der gesamte Aufbau und die Struktur der Sendung analysiert. Die gesamte Untersuchung operiert damit auf drei unterschiedlichen Ebenen und ermittelt Daten auf Ebene der Gesamtsendung sowie auf Ebene der Politikberichterstattung, um vor diesem Hintergrund solche politischen Beiträge einer näheren Betrachtung zu unterziehen, in denen politische Akteure im Bildmaterial vorkommen. Auf dieser dritten Untersuchungsebene wird die Analyse mittels der dafür entwickelten Datenmatrix vollzogen (vgl. Kapitel 9.4). Zunächst soll jedoch ein Überblick über das inhaltliche und formale Konzept der Gesamtsendungen vorangestellt werden.

10.1 Untersuchungsebene 1: Sendungsportrait

Die folgende Voruntersuchung auf Ebene der Gesamtsendung trägt zu einem Überblick über das thematische wie formale Profil der analysierten Nachrichtensendungen bei, um die Spezifika der Politikberichterstattung in ihren Kontext einzuordnen und in ihrer Bedeutung für das jeweilige Gesamtsendekonzept zu erfassen. Die auf Sendungsebene erhobenen Daten beziehen sich auf einen Vergleich der Themenverteilung innerhalb der jeweiligen Sendungen sowie auf die Ermittlung der thematischen Sendeabläufe. Darüber hinaus wird das Verhältnis von Wortmeldungen zu Filmbeiträgen betrachtet.

⁵⁸ In den Kapiteln der Ergebnisdarstellung (Kapitel 10-13) wird mit den Abkürzungen ARD, RTL und NBC auf die jeweiligen Hauptnachrichtensendungen "Tagesschau" "RTL aktuell" und "NBC Nightly News" Bezug genommen.

10.1.1 Themenverteilung

Die Erhebung auf Sendungsebene ermöglicht eine erste Einschätzung der thematischen Schwerpunkte der jeweiligen Sendungen. Zu diesem Zweck werden alle Beiträge einer Nachrichtensendung ihrem Themengebiet entsprechend zugeordnet⁵⁹. In Anlehnung an die Kategorienkataloge vorangegangener Studien (vgl. Wilke 1998/Krüger 1997) werden im Bereich der nicht politischen Sachgebiete die Themenfelder Wirtschaft, Kriminalität/Katastrophen, Human/Interest, Wissenschaft/Medizin, Umwelt/Energie, Sport und Sonstiges unterschieden. Mit einer weiteren Differenzierung der politischen Beiträge in Politik (unter Beteiligung politischer Akteure) und Politik o.A. (ohne Beteiligung politischer Akteure) werden die gesendeten Beiträge in der vorliegenden Erhebung in neun Themengebiete grob zusammengefasst. Auch wenn diese Einteilung keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben kann, so vermag sie doch im senderübergreifenden Vergleich interessante Tendenzen offen zu legen. Um einen ersten Eindruck vom Profil der Nachrichtensendung zu gewinnen, veranschaulicht die folgende Netzgrafik die unterschiedliche Themenverteilung innerhalb der untersuchten Nachrichtensendungen:

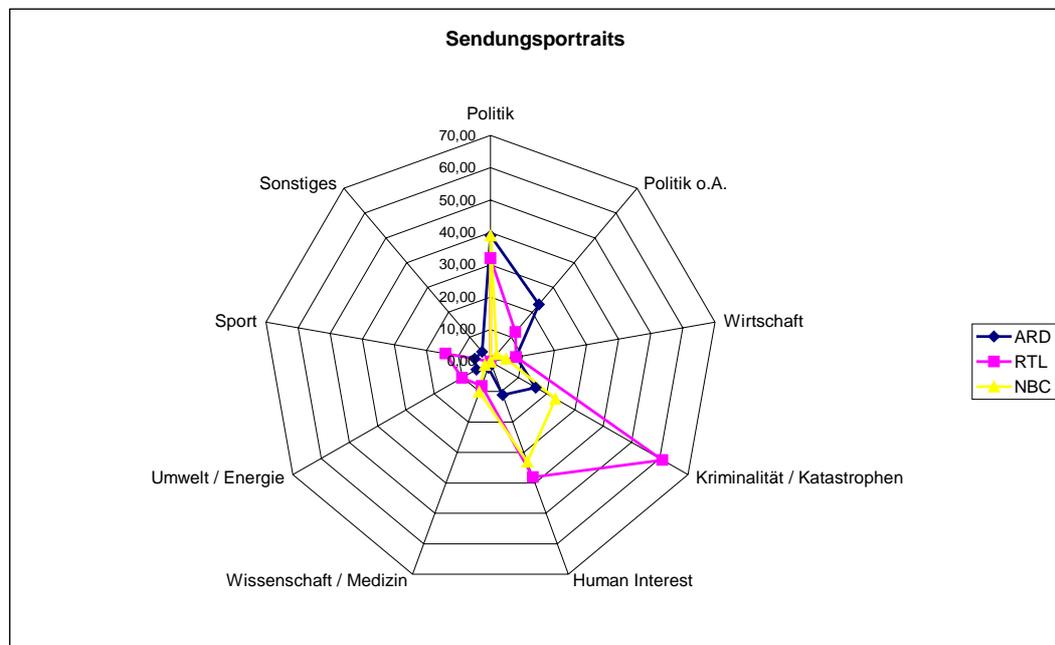


Abb.: 10 -1.1

⁵⁹ Beiträge aus dem Bereich "Wetter" werden bei dieser Zuteilung ausgeklammert, da sie unter der vorliegenden Forschungsfrage als nicht relevant zu betrachten sind.

Während die ARD einen deutlichen Schwerpunkt auf den politischen Themenbereichen aufweist, zeigt RTL eine auffällige Ausrichtung auf die Bereiche Kriminalität/Katastrophen und Human Interest. Die Verteilung von NBC zeigt ein ausgeglicheneres Profil, da sowohl die Ausprägung Politik als auch Human Interest und Kriminalität/Katastrophen stark vertreten sind. Der Bereich Politik wird von allen untersuchten Sendern in ähnlichem Ausmaß abgedeckt, jedoch zeigen sich deutliche Unterschiede bei den politischen Themen ohne Beteiligung politischer Akteure. Auch wenn die ARD regelmäßig politische Themen ohne Beteiligung entsprechender Akteure behandelt, berücksichtigt RTL selten und NBC nahezu gar keine Beiträge, in denen keine politische Akteure gezeigt werden. Im Vergleich der absoluten Häufigkeiten bilden Politik und Politik o.A. bei der ARD die beiden führenden Themengebiete, während bei NBC die Bereiche Politik und Human Interest dominieren. Bei RTL rangieren in der Häufigkeit Kriminalität/ Katastrophen und Human Interest vor Themen aus dem Bereich Politik. Der deutliche Schwerpunkt von RTL liegt folglich auf Kriminalität/Katastrophen. In diesem Bereich übertrifft der deutsche Privatsender NBC um das Dreifache und ARD sogar um das Vierfache.

10.1.2 Sendeverlauf

Die dargestellten Themenverteilungen verdeutlichen die unterschiedlichen Schwerpunkte der untersuchten Nachrichtensendungen. Als aufschlussreich wird in diesem Zusammenhang eine weiterführende Analyse betrachtet, welche die Reihenfolge der aufgezeigten Beiträge widerspiegelt und damit die Erfassung eines formatspezifischen Sendeablaufes ermöglicht. Zu diesem Zweck werden die ausgestrahlten Beiträge nach thematischer Zugehörigkeit sortiert und ihrem jeweiligen Sendeplatz zugewiesen. Aus Gründen der Übersichtlichkeit wird dabei die oben verwendete Kategorisierung der Themenverteilungen aufgegriffen und geclustert, d.h. in Gruppen zusammengefasst. Ausgehend von thematischer Ähnlichkeit berücksichtigt die vorliegende Clusterung die Bereiche Politik und Politik ohne Akteure innerhalb einer Gruppe, wobei Wirtschaft, Kriminalität/Katastrophen und Human Interest als einzelne Gruppen bestehen bleiben. Auf-

grund geringer Fallzahlen werden die Bereiche Wissenschaft/Medizin, Umwelt/Energie, Sport und Sonstiges in einer Gruppe (W.U.S.S.) zusammengefasst.

In den folgenden Ausführungen wird die Ermittlung und Darstellung des Sendeablaufs beispielhaft anhand der Ergebnisse für RTL aufgezeigt. Auf der Ebene der absoluten Häufigkeiten ergibt die Zuordnung der Beiträge zu diesen Themengebieten und den jeweiligen Sendeplätzen eine zunächst unübersichtliche, scheinbar unsystematische Datenstruktur. Die Berechnung der jeweiligen Modalwerte bieten jedoch die Möglichkeit, auch in einer asymmetrisch verlaufenden Verteilung den häufigsten Wert auszumachen. Der Modalwert stellt dabei die Mitte jener Klasse mit der größten Häufigkeit dar und kennzeichnet insofern den am häufigsten auftretenden Wert einer Stichprobe. In Bezug auf den hier untersuchten Sendeablauf ermöglicht die Berechnung des Modalwertes die Identifikation des jeweils häufigsten Themengebiets auf einem bestimmten Sendeplatz.

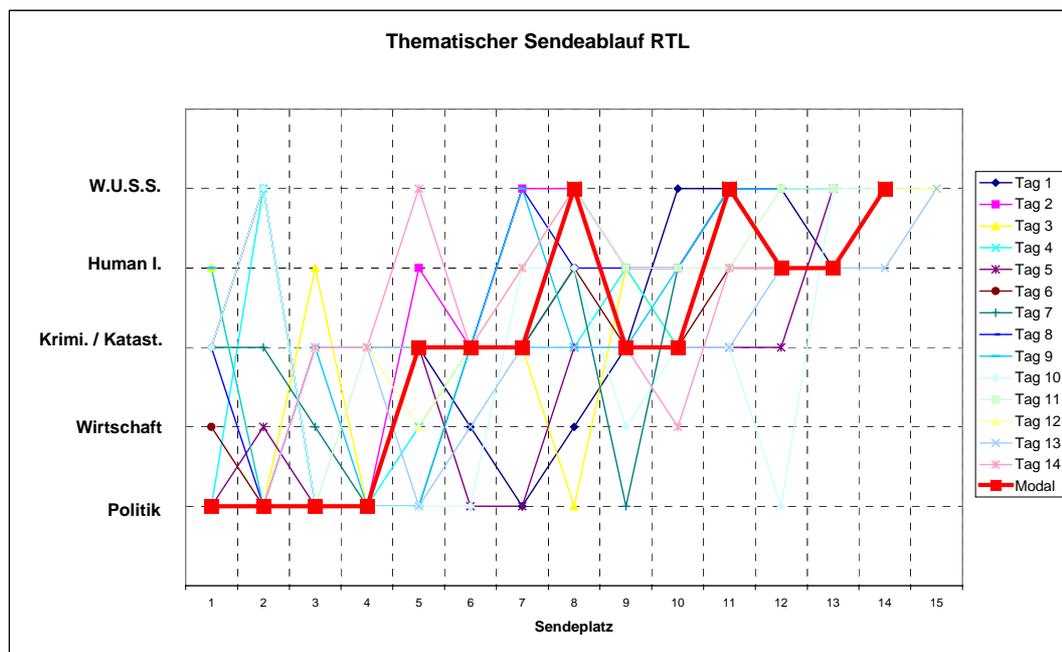


Abb.: 10.1.2-1

Die vorliegende Grafik zeigt die ausgestrahlten Beiträge der insgesamt 14 untersuchten Nachrichtensendungen in Abhängigkeit von ihrem inhaltlichen Bezug

sowie ihrem Sendeplatz. Die thematischen Verläufe der untersuchten Sendetage erscheinen in ihrer Einzeldarstellung unsystematisch und wenig hilfreich. Der Modalwert jedoch, der in der Grafik durch die rote Kurve hervorgehoben wird, lässt hingegen ein deutliches System im Sendeablauf von RTL erkennen. Zunächst ist festzustellen, dass RTL mit insgesamt 15 Sendeplätzen eine hohe Anzahl an verschiedenen Themen behandelt, wobei die ersten vier Sendeplätze überwiegend mit politischen Themen besetzt sind. Daran anschließend erfolgt bei RTL ein gesamter Block⁶⁰ an Beiträgen, die mehrheitlich dem Bereich Kriminalität/Katastrophen angehören. Die Sendeplätze fünf bis zehn sind ebenfalls mit Berichten aus diesem Themengebiet besetzt und werden durchschnittlich nur einmal von einem Thema der Gruppe Wissenschaft, Umwelt, Sport, Sonstiges (W.U.S.S.) unterbrochen. Beiträge aus dieser Gruppe bilden darüber hinaus zumeist den Abschluss der Sendung, nachdem auf den Sendeplätzen zwölf und dreizehn Beiträge aus dem Gebiet Human Interest präsentiert werden.

Wie am Beispiel von RTL aufgezeigt, gewährleistet die Berechnung des Modalwertes die Erfassung der senderspezifischen Systematik und ermöglicht statistisch gesicherte Aussagen über den Aufbau und die Struktur der untersuchten Sendungen. Bei RTL ist in diesem Zusammenhang ein stringenter Sendeablauf zu beobachten, der sich ebenfalls im formatspezifischen Meldungsblock widerspiegelt. An überwiegend identischer Stelle im Sendeablauf werden darin in fünf bebilderten Meldungen a 30 Sekunden hauptsächlich Themen aus dem Bereich Kriminalität/Katastrophen behandelt. Die Sendung zeigt damit sowohl eine formatdistinguierte Struktur als auch ein inhaltliches Muster. Um sendungsspezifische Besonderheiten und Strukturmerkmale feststellen zu können, werden die beschriebenen Berechnungen ebenfalls für die Sendungen ARD und NBC durchgeführt. Ein Vergleich der thematischen Schwerpunkte sowie der strukturellen Gliederung der unterschiedlichen Sendungen kann zum Verständnis des gesamten Sendekonzeptes beitragen und Zusammenhänge zur Politikberichterstattung offen legen.

Anhand der jeweiligen Modalwerte gibt die folgende Grafik einen Überblick über den thematischen Sendeablauf der drei Nachrichtensendungen:

⁶⁰ Die Auswertung des RTL-eigenen Meldungsblocks erfolgte ebenfalls nach der hier beschriebenen Herangehensweise. Aufgrund mangelnder Vergleichbarkeit mit den anderen untersuchten Nachrichtensendungen werden diese Ergebnisse jedoch nur im Anhang beigefügt.

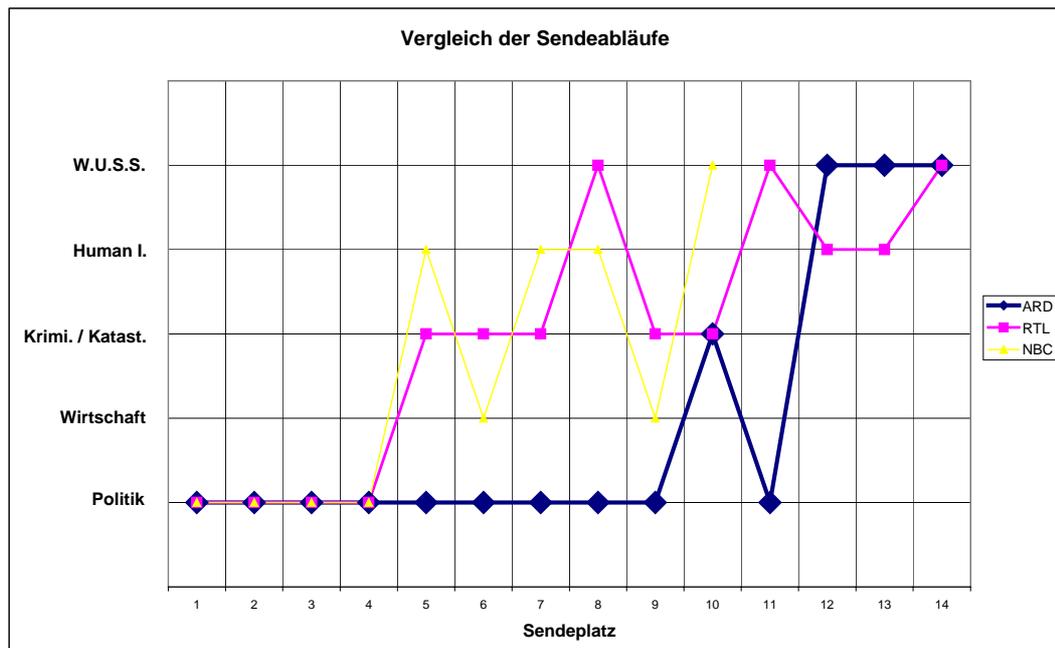


Abb.: 10.1.2 -2

Zunächst ist die höchst unterschiedliche Strukturierung der verschiedenen Nachrichtensendungen festzustellen. Die untersuchten Formate zeigen eine gemeinsame Priorität politischer Beiträge auf den ersten Sendeplätzen. Auffällig ist jedoch die Durchgängigkeit, mit der die ARD bis hin zum neunten Sendeplatz zumeist über politische Themen berichtet. Diese Ergebnisse stimmen mit dem bereits ermittelten, hohen Politikanteil der Sendung überein und machen darüber hinaus den Zusammenhang zwischen politischen Themen und den ersten Sendeplätzen deutlich. Beiträge aus dem Bereich Kriminalität/Katastrophen erscheinen auf dem zehnten Sendeplatz, während Beiträge aus den Bereichen Wissenschaft, Umwelt, Sonstiges und Sport den letzten Teil der Sendung ausfüllen.

NBC zeigt ein weniger stringentes Profil in der Ermittlung des Sendeablaufs. Dennoch widmet auch der amerikanische Privatsender den ersten Teil der Nachrichtensendung politischen Themen. Der in der Themenverteilung zweitstärkste Bereich der Human Interest Themen findet sich zumeist auf dem fünften sowie dem siebten und achten Sendeplatz. Vor und nach den Beiträgen aus dem Bereich Human Interest befinden sich Themen aus dem Gebiet Wirtschaft. Den Abschluss der Sendung NBC bildet zumeist ein Thema aus der Gruppe Wissenschaft, Um-

welt, Sonstiges oder Sport. Die Ermittlung des Modalwertes identifiziert für alle untersuchten Nachrichtensendungen ein deutliches Ablaufschema und kann somit zum Verständnis der sendungsspezifischen Struktur beitragen. Es bleibt festzuhalten, dass alle Sendungen politische Beiträge hauptsächlich auf den ersten Sendeplätzen behandeln. In der ARD dominieren politische Beiträge sogar bis zum neunten Sendeplatz, was den insgesamt hohen Politikanteil in Filmbeiträgen und verlesenen Meldungen widerspiegelt. Jede der untersuchten Sendungen weist demnach ein spezifisches Profil auf, das sich nicht nur in der thematischen Zugehörigkeit der behandelten Themen, sondern auch in ihrer Reihenfolge niederschlägt. Die konsequente Strukturierung der Sendung gewährleistet dabei nicht nur die Konstanz des Formats, sondern gewährt ebenfalls gewissermaßen einen Wiedererkennungswert. Bei RTL und NBC ist diese thematische Gliederung nach Sendeplätzen besonders deutlich, da beide Formate politische Beiträge nahezu ausschließlich auf den ersten drei bzw. vier Sendeplätzen behandeln bevor sie dann zu Themen aus dem Bereich Kriminalität/Katastrophen bzw. Human Interest übergehen.

10.1.3 Visualisierung

Die untersuchten Nachrichtensendungen zeigen erhebliche Diskrepanzen bezüglich ihrer thematischen Schwerpunkte sowie ihrer formalen und inhaltlichen Gliederung. Darüber hinaus ermittelt die Erhebung deutliche Unterschiede im Visualisierungsgrad, der in Form des Verhältnisses von Wort- zu Filmbeiträgen erfasst wird. Auf der Ebene der Gesamtsendung unterscheiden sich die jeweiligen Nachrichtensendungen deutlich im Gebrauch und im Verhältnis von bebilderten Nachrichtenfilmen gegenüber verlesenen Meldungen:

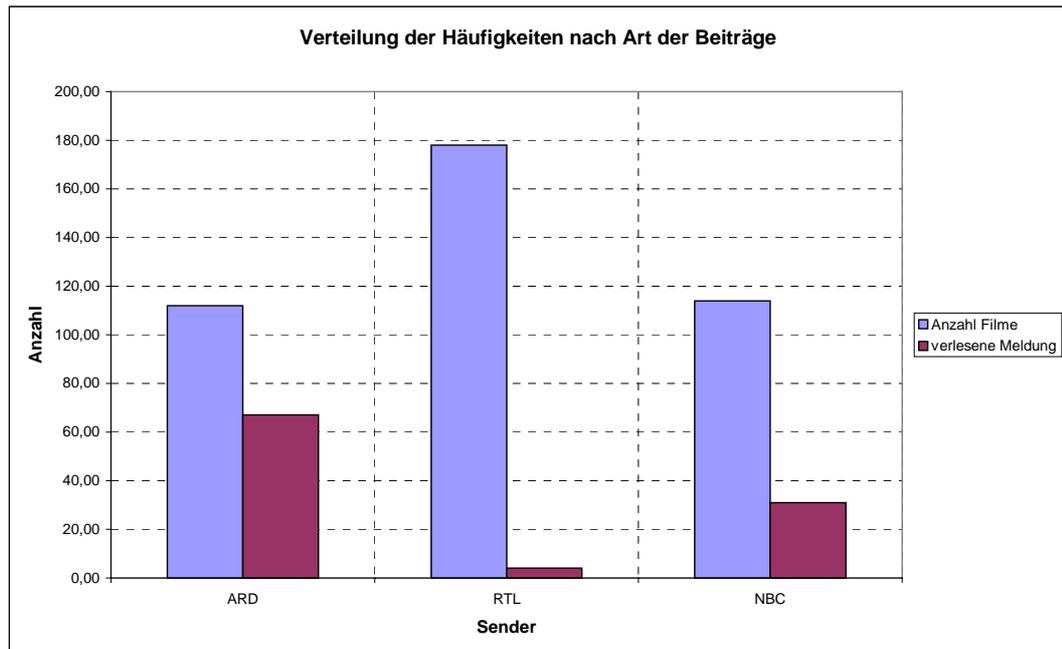


Abb.: 10.1.3-1

Bei allen untersuchten Sendungen dominieren die Nachrichtenf়ilme, jedoch sind die Relationen zu den verlesenen Meldungen äußerst unterschiedlich. Mit 67 verlesenen Meldungen verwendet die ARD diese Form der Meldung mehr als doppelt so häufig wie NBC. RTL fällt mit insgesamt nur 4 verlesenen Meldungen weit hinter den anderen Sendern zurück. Dieses Missverhältnis fällt um so stärker ins Gewicht, als dass RTL mit insgesamt 178 Filmbeiträgen die am stärksten visualisierte Nachrichtensendungen darstellt. Bei der ARD werden 63 von 113, d.h. 37 % aller behandelten Themen im Rahmen einer Meldung präsentiert, bei NBC beträgt dieser Wert immerhin noch 21 %. RTL hingegen benutzt die Darstellungsform der verlesenen Meldung in nur 2,2 % aller Fälle, wobei es sich hauptsächlich um Meldungen aus dem Bereich Sport handelt. Die verlesenen Meldungen auf NBC sind größtenteils dem Themenbereich Wirtschaft zuzuordnen, während sich die Meldung bei ARD mehrheitlich mit politischen Themen ohne Beteiligung politischer Akteure auseinandersetzt. In Rückführung auf die beschriebenen Ergebnisse bleibt daher festzuhalten, dass die beiden privaten Sender Themen ohne Beteiligung politischer Akteure äußerst selten behandeln, während die ARD diese Themen sowohl in Filmbeiträgen als auch verstärkt in Meldungsform berücksichtigt. Weiterhin verwenden beide privaten Sender Filmbeiträge um ein vielfaches mehr als verlesene Meldungen und zeigen damit einen auffällig hohen Visualisierungsgrad.

10.2 Untersuchungsebene 2: Politikberichterstattung

Die untersuchten Nachrichtensendungen variieren nicht nur stark in ihren Themenprofilen, Abläufen und Visualisierungsstrategien, sondern zeigen auch auf Ebene aller politischen Beiträge verschiedene Schwerpunkte. Die Verteilung der jeweiligen Sendezeit sowie der Anteil politischer Beiträge am Gesamtsendevolumen geben Aufschluss über die Struktur des Formats sowie die Bedeutung der Politikberichterstattung in der jeweiligen Sendung. Die Anzahl politischer Beiträge muss im Zusammenhang mit dem jeweiligen Gesamtsendevolumen sowie der durchschnittlichen Beitragslänge betrachtet werden. Auch die Themenfrequenz innerhalb einer Sendung kann auf formatspezifische Muster der Berichterstattung hinweisen. So ist die auffällig hohe Themenfrequenz der Sendung von RTL zu beachten, die mit durchschnittlich 13 Beiträgen pro Sendung etwa fünf Themen mehr behandelt als eine durchschnittliche Nachrichtensendung bei ARD. Die Anzahl der behandelten Themen bei ähnlichem Sendevolumen hängt dabei mit variierenden Beitragslängen zusammen. Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die zeitliche Gliederung der einzelnen Sendungen:

		Politikberichterstattung in der Nachrichtensendezeit		
		ARD	RTL	NBC
Sendungen		14	14	14
Zeit / Sendung	Min	15	22	22
Gesamt ausgewertete Zeit	Min	210	308	308
Nicht politische Beiträge	Min	149	274	240
Politische Beiträge	Min	61	34	68
Politik %	%	29	11	22
Politikbeiträge		39	32	40
Durchsch. Zeit / Beitrag	Min	1,56	1,07	1,70

Tab.: 10.2

Die untersuchten Nachrichtensendungen variieren sowohl im Sendevolumen als auch in der für politische Themen aufgebrauchten Zeit. Die ARD hat mit 210 Minuten zwar das geringste Gesamtsendevolumen, weist aber gleichzeitig 39 Beiträge aus dem Bereich Politik unter Beteiligung politischer Akteure auf. RTL hat mit

308 Minuten ein deutlich höheres Sendevolumen, bringt aber nur 32 Beiträge mit der niedrigen Beitragslänge von durchschnittlich 1,07 Minuten in die Untersuchung ein. Bei hohem Gesamtsendevolumen hat NBC die größte Anzahl an Politikbeiträgen und mit einem Durchschnittswert von 1,70 Minuten auch die höchste Beitragslänge. Der Anteil politischer Beiträge an der Gesamtsendung beträgt bei ARD somit 29 %, bei RTL 11 % und beläuft sich bei NBC auf 22 %.

Hervorzuheben ist, dass ARD und NBC trotz wesentlicher Unterschiede im Sendevolumen eine ähnliche Menge an relevantem Untersuchungsmaterial produzieren. ARD entspricht mit 60,9 Minuten an politischen Beiträgen den untersuchungsrelevanten Auswahlkriterien, bei NBC gehen 68,1 Minuten in die Untersuchung ein. RTL hingegen entspricht in 34,5 Sendeminuten den Selektionskriterien und bringt daher nur etwa die Hälfte des Materials von ARD und NBC ein. Diese Diskrepanz muss bei der Auswertung und Interpretation berücksichtigt werden, so dass nur die Relationen der Ausprägung zueinander, nicht aber die absoluten Häufigkeiten zwischen den Sendeanstalten verglichen werden können.

Die vorgestellten Eckdaten zur zeitlichen und thematischen Gliederung der Sendezeiten lassen darauf schließen, dass die Beiträge aus dem Bereich Politik einen unterschiedlichen Stellenwert in den jeweiligen Nachrichtensendungen einnehmen. Die vorgestellte Erhebung auf der Ebene aller Politikbeiträge erweitert diesen Eindruck um inhaltliche sowie gestalterische Aspekte. Darüber hinaus bringt ein Vergleich der Schnittfrequenzen und damit der durchschnittlichen Länge einer Kameraeinstellung weitere Unterschiede in der technischen Gestaltung der ausgestrahlten Beiträge hervor. Während NBC und RTL mit 4,9 Sekunden bzw. 4,8 Sekunden ähnlich kurze Kameraeinstellungen verwenden, liegt die durchschnittliche Schnittlänge bei ARD mit 7,5 Sekunden bei einem nahezu doppelten Wert. Der Visualisierungsgrad der beiden privaten Sendeanstalten ist damit als ungleich höher einzustufen, was sich ebenfalls in dem oben beschriebenen Verhältnis von Nachrichtenfilmen zu verlesenen Meldungen widerspiegelt.

10.3 Untersuchungsebene 3: Politische Beiträge unter Beteiligung politischer Akteure

Vor dem Hintergrund der Analyse der Gesamtsendung sowie dem Anteil ihrer Politikberichterstattung werden in einem nächsten Schritt ausschließlich politische Beiträge unter Beteiligung politischer Akteure herausgegriffen und isoliert betrachtet. Zunächst wird auf dieser Untersuchungsebene ein detailliertes Themenspektrum der politischen Beiträge mit Akteuren angefertigt. Um die inhaltliche Rolle der ausgewählten Beiträge für die senderspezifische Politikberichterstattung erfassen zu können, werden alle relevanten Beiträge ihrem Ressort entsprechend verschiedenen Themengruppen zugeordnet. Neben den Ausprägungen, die sich an den allgemeinen Ressorts und damit auch bestehenden politischen Ministerien orientieren, wurden ebenfalls die Ausprägungen „Persönliches“ sowie „Skandal/Affären“ formuliert, um die Auftritte politischer Akteure auch über die sachpolitischen Zusammenhänge hinaus differenziert erheben zu können. In Anlehnung an die Kategoriensysteme vorangegangener Studien (vgl. Bartel 1997 / Pfetsch 1991) bezieht sich die Ausprägung „Persönliches“ dabei auf Politikerauftritte außerhalb ihres politischen Wirkungskreises, wie z.B. bei Trauerfeiern oder Preisverleihungen. Im Bereich „Skandal/Affären“ werden Beiträge erfasst, deren Nachrichtenwert aus einem Verstoß gegen die Ordnung rekurriert, wie z.B. bei Spendenaffären. Auf der Grundlage dieser Unterscheidungen ergeben sich für die Erhebung folgende zehn Ausprägungen der thematischen Zugehörigkeit politischer Beiträge: Innenpolitik, Außenpolitik, Wirtschaft/Finanzen, Persönliches, Skandal/Affären, Arbeit/Soziales, Verteidigung, Umwelt/Energie, Justiz, Sonstiges.

Die folgende Grafik gibt einen Überblick über die thematische Zugehörigkeit der ausgestrahlten Politikbeiträge unter Beteiligung politischer Akteure:

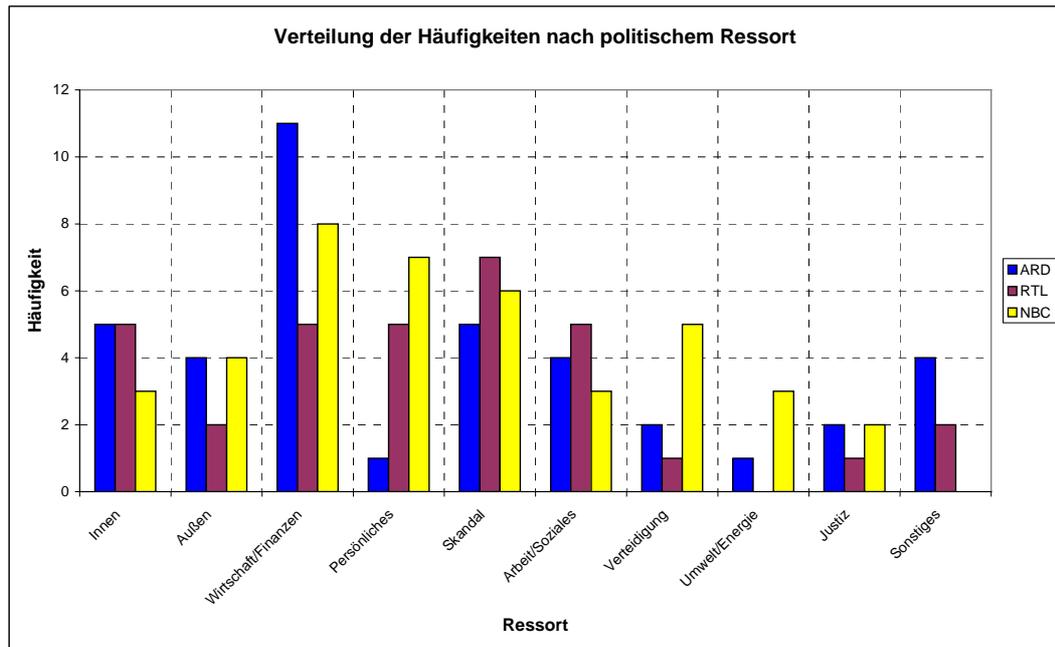


Abb.: 10.3-1

In der Verteilung der Beiträge auf ihre politischen Ressorts zeigt die ARD einen klaren Schwerpunkt auf dem Gebiet Wirtschaft/Finanzen. Auch die Ressorts Innenpolitik, Außenpolitik und Arbeit/Soziales sind bei dem öffentlich-rechtlichen Sender vergleichbar stark ausgeprägt. NBC behandelt ebenfalls mehrheitlich Themen aus dem Bereich Wirtschaft/Finanzen und zeigt darüber hinaus verstärkte Berichterstattung im Gebiet Verteidigung. Ein großer Teil der Sendezeit aber wird den Bereichen Persönliches und Skandal/Affären gewidmet. RTL zeigt eine ausgeglichen starke Berichterstattung in den Ressorts Innenpolitik, Wirtschaft/Finanzen und Arbeit/Soziales, behandelt aber verstärkt Themen aus dem Bereich Skandal/Affären. Damit ist bei beiden privaten Sendeanstalten eine Konzentration auf personenbezogene Berichterstattung festzustellen, indem sich ein großer Teil Politikberichterstattung auf einzelne Akteure oder politische Skandale konzentriert.

Zur näheren Analyse dieser personenbezogenen Beiträge wird eine weitere Unterscheidung je nach inhaltlichem Bezug der Beiträge eingeführt. Die Differenzierung nach Objekt der Nachricht in „Issue“ oder „Person“ ist vorangegangenen Studien zum Thema Politikberichterstattung entlehnt (vgl. Pfetsch 1998). Als Abgrenzungskriterium der personenbezogenen von den sachpolitischen Beiträgen

dient die Hervorhebung eines politischen Akteurs in der Anmoderation sowie vor allem eine klare Konzentration der Berichterstattung auf eine Person durch verstärkte Präsenz in Bild und Ton (vgl. Rölle/Müller/Steinbach 2001:136). Angesichts der groben Unterscheidung sowie der erschwerten Abgrenzung der beschriebenen Ausprägungen ist diese Kategorie nicht unproblematisch, kann aber als heuristisches Instrument⁶¹ zur Ermittlung von Tendenzen beitragen.

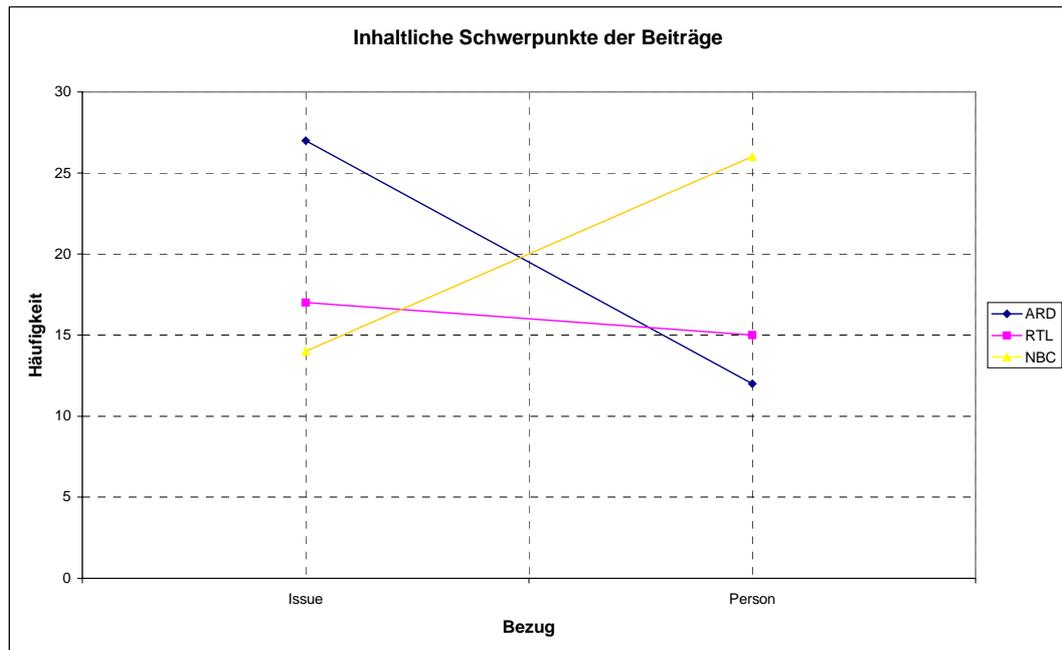


Abb.: 10.3-2

Die Ergebnisse dieser Differenzierung bestätigen den bereits angezeigten Eindruck der vermehrt personenbezogenen Berichterstattung bei beiden Privatsendern. Im Sendervergleich zeigt sich deutlich, dass die Mehrheit der in der ARD ausgestrahlten Politikbeiträge sachpolitische Zusammenhänge behandeln, während sich bei RTL etwa die Hälfte aller Beiträge auf einen politischen Akteur beziehen. Im Vergleich zur ARD kehrt sich bei NBC das Verhältnis in sein Gegenteil: die Mehrheit aller politischen Beiträge bezieht sich auf Personen, nicht auf sachpolitische Kontexte. Diese Ergebnisse gehen konform mit den oben beschriebenen Ressortverteilungen und geben Hinweise auf die Bedeutung und Natur politischer Berichterstattung in den jeweiligen Sendeanstalten.

⁶¹ “Even though a sharp distinction is quite artificial and hard to draw, the differentiation of messages according to their central object is a useful heuristic tool [...]” (Pfetsch 1998:73).

11. Darstellung der Hauptwirkungen

Nach der Betrachtung der inhaltlichen und formalen Struktur der Gesamtsendungen sowie der Art und Anteile von Politikberichterstattung in den Nachrichtensendungen werden nun die Auftrittsbedingungen politischer Akteure in den entsprechenden Beiträgen einer näheren Betrachtung unterzogen. An dieser Stelle operiert die Untersuchung daher nur noch auf der Ebene der politischen Beiträge, in denen partei-, landes-, bundes- oder regierungspolitische Akteure in Ton und Bild berücksichtigt werden. Diese weiterführende Erhebung erfolgt mittels einer mehrfaktoriellen Datenmatrix, die alle Ausprägungen der entwickelten Kategorien zueinander in Beziehung setzt und auf diese Weise für jede Kameraeinstellung, in der ein politischer Akteur auftritt, eine Zuordnung der entsprechenden Ausprägungen erlaubt (vgl. Kapitel 9.4). Der Aufbau des Erhebungsinstrumentes ermöglicht die systematische, multivariate Datenerfassung und erleichtert insofern die mathematisch-statistische Auswertung der Ergebnisse. Auf diese Weise können Hauptwirkungen sowie Wechselwirkungen bzw. Interaktionen der Parameter identifiziert werden, wobei die Sicherung der Effekte über die Varianzanalyse erfolgt. Im Folgenden werden zunächst die Hauptwirkungen der eingangs definierten Kategorien vorgestellt. Hierbei werden durchgängig nur solche Effekte in die Betrachtung einbezogen, die sich in der Varianzanalyse mit mindestens 90, 95 oder 99%iger statistischer Sicherheit als signifikant erwiesen haben⁶².

11.1 Ergebnisse der Varianzanalyse

Die Varianzanalyse wurde getrennt nach Sendern durchgeführt (vgl. Kapitel 9.5). Um einen Überblick über die Ergebnisse der einzelnen Sendeanstalten zu gewährleisten, werden in der nachstehenden Tabelle die Signifikanzen aller Hauptwirkungen (HW) und Wechselwirkungen (WW) bzw. Interaktionen⁶³ der Kategorien gegenübergestellt:

⁶² Angesichts des Untersuchungsvolumens ist eine statistische Sicherheit auch mit 90% als deutliche Tendenz anzusehen. Es kann jedoch vermutet werden, dass sich diese Effekte bei größerem Stichprobenumfang weiter verstärken würden (zentraler Grenzwertsatz der Statistik).

⁶³ Die Begriffe 'Wechselwirkung' und 'Interaktion' bezeichnen hier dieselbe statistische Größe und werden synonym verwendet. Inhaltlich sind die Begriffe ausschließlich in ihrer statistischen Bedeutung zu verstehen.

Signifikanzen für die Parameter aus der Varianzanalyse				
Haupteffekte		ARD transf.	RTL transf.	NBC transf.
A	Emotion	***	***	***
B	Darstellungsform	***	***	
C	Position	***	**	***
D	Kameraeinstellung	***	**	
E	Handlungsrahmen	***		***
Interaktionen (zweifach)				
AB	Emotion / Darstellungsform	***	***	***
AC	Emotion / Position	***	***	***
AD	Emotion / Kameraeinstellung	***		
AE	Emotion / Handlungsrahmen	***	***	***
BC	Darstellungsform / Position	***	***	***
BD	Darstellungsform / Kameraeinstellung	***		
BE	Darstellungsform / Handlungsrahmen	***	***	***
CD	Position / Kameraeinstellung	***	**	**
CE	Position / Handlungsrahmen	**		***
DE	Kameraeinstellung / Handlungsrahmen	**		
Interaktionen (dreifach)				
ABC	Emotion / Darstellungsform / Position			***
ABD	Emotion / Darstellungsform / Kameraeinstellung	***		
ABE	Emotion / Darstellungsform / Handlungsrahmen	***	***	**
ACD	Emotion / Position / Kameraeinstellung	**		**
ACE	Emotion / Position / Handlungsrahmen	**	**	**
ADE	Emotion / Kameraeinstellung / Handlungsrahmen	*	**	
BCD	Darstellungsform / Position / Kameraeinstellung	**	***	
BCE	Darstellungsform / Position / Handlungsrahmen	**		*
BDE	Darstellungsform / Kameraeinstellung / Handlungsrahmen	*		
Signifikanzniveaus *** 99%; ** >95%; * > 90%				

TAB.: 11.1

11.2 Anmerkungen zur Ergebnisdarstellung

In Anlehnung an die Ergebnisse der Varianzanalyse werden im Folgenden die Hauptwirkungen der signifikanten Parameter dargestellt und in Beziehung zueinander gesetzt. Zur übersichtlichen Darstellung und Beschreibung der Ergebnisse werden die statistisch signifikanten Parameter grafisch abgebildet, wobei aus Gründen der Übersichtlichkeit durchgängige Abkürzungen für die jeweiligen Ausprägungen verwendet werden. In diesem Zusammenhang stehen *FE1*, *FE2* und *FE3* für die entsprechenden Führungsebenen 1, 2 und 3 der politischen Akteure, während HR für *Handlungsrahmen* steht und die Abkürzung SG und KSG

auf die Ausprägungen *Symbolischer Gehalt* und *Kein symbolischer Gehalt* verweisen. Ein tabellarisches Verzeichnis der genannten Abkürzungen findet sich im Anhang. Die aufgeführten Kurzformen gelten für die gesamte Ergebnisdarstellung und werden sowohl in den Beschreibungen der Hauptwirkungen als auch der zweifachen und dreifachen Wechselwirkungen durchgängig eingesetzt. Zunächst sollen die Hauptwirkungen der einzelnen Kategorien vorgestellt werden. Da die Berücksichtigung politischer Akteure im Sendematerial die Grundlage für weitere Zusammenhänge mit anderen Variablen bildet, wird mit der Erhebung der Auftrittshäufigkeit politischer Akteure unterschiedlicher Positionen begonnen.

11.2.1 Position

Die *Position* der politischen Akteure hat sich in den Varianzanalysen aller untersuchten Sendeanstalten als höchst signifikante Größe herausgestellt:

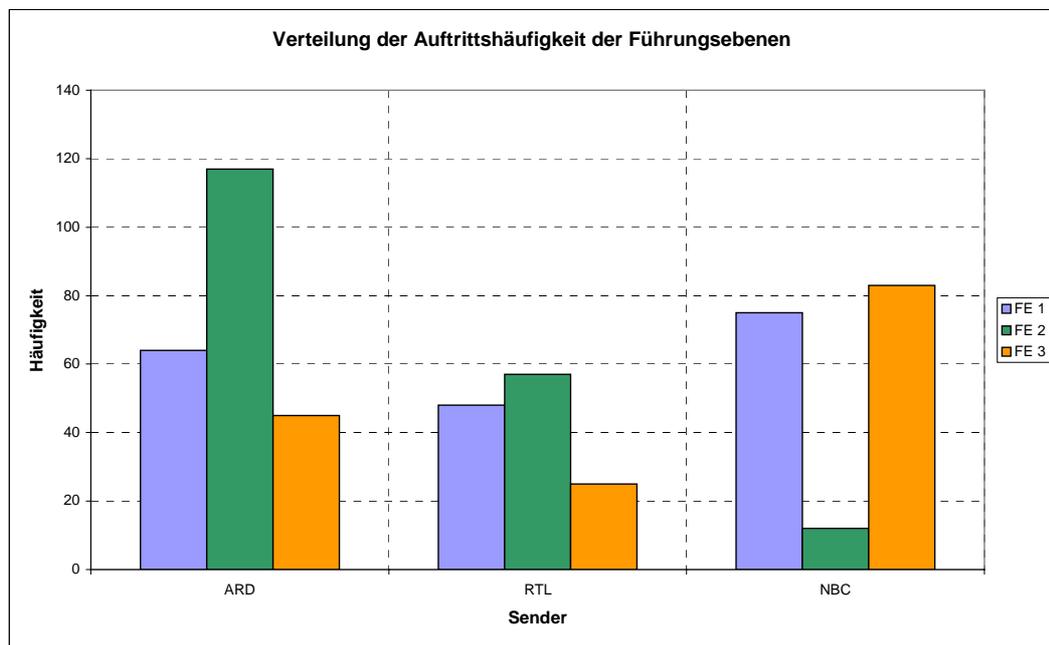


Abb.: 11.2.1-1

Bei beiden deutschen Sendern zeigt sich zunächst einmal eine starke Beachtung der zweiten Führungsebene, d.h. der bundespolitischen Akteure. Während bei der ARD ein deutlicher Unterschied zur Berücksichtigung der Führungsspitze besteht,

erreicht die Auftrittshäufigkeit des Bundeskanzlers bei RTL annähernd die der gesamten bundespolitischen Ebene. Die Medienpräsenz der *FE 3* bleibt bei beiden deutschen Sendern weit hinter den anderen Ausprägungen zurück. Im Fall des US-amerikanischen Senders NBC finden Akteure der *FE 3* hingegen starke Beachtung, was vor allem auf die Besonderheiten des politischen Systems zurückzuführen ist⁶⁴. Äußerst schwach hingegen ist bei NBC die *FE 2* repräsentiert, die mit nur insgesamt 12 Auftritten eine geringe Rolle im untersuchten US-Format spielt. Beachtlich ist die Präsenz der amerikanischen Führungsspitze: der Präsident wird etwa vier mal häufiger gezeigt als Akteure der gesamten *FE 2*.

Das Verhältnis der Medienpräsenz verschiedener politischer Akteure wird umso deutlicher, wenn die Auftrittshäufigkeiten auf die Anzahl ihrer Personen zurückgeführt werden. Denn bei allen Vergleichen ist zu bedenken, dass die politische *FE 2* und *FE 3* eine ganze Gruppe von Akteuren umfassen, während die *FE 1* sich nur auf die politische Führungsspitze, als nur auf einen Akteur, bezieht. Während in der Ausprägung der *FE 2* und *FE 3* verschiedene Auftritte aller Politiker dieser Gruppen erhoben werden, besteht die Ausprägung der politischen Führungsspitze aus einem isolierten Akteur, nämlich dem Bundeskanzler bzw. Präsidenten. So beziehen sich beispielsweise die in der ARD erhobenen Auftritte von Politikern der *FE 2* auf 17 verschiedene Akteure, während die für die Führungsspitze erhobenen Bilder nur einer Person zugeordnet werden können. Die ungleiche Gewichtung der Personenzahl wurde daher in einem Normierungsverfahren⁶⁵ aufgehoben. Die Einberechnung der jeweiligen Personenanzahl ermöglicht eine verfeinerte Erfassung der Medienpräsenz einzelner Personen und setzt die Auftrittswahrscheinlichkeiten ins Verhältnis zueinander:

⁶⁴ Die starke Präsenz der Führungsebene 3 bezieht sich nahezu vollständig auf Auftritte der sogenannten 'state senators', die trotz ihres regionalen, politischen Auftrages landesweite Prominenz genießen (vgl. Kapitel 5.1).

⁶⁵ Dieses Normierungsverfahren kann durch eine einfache Rechnung durchgeführt werden: Anzahl der erhobenen Auftritte in dieser Ausprägung dividiert durch die Anzahl der verschiedenen Personen.

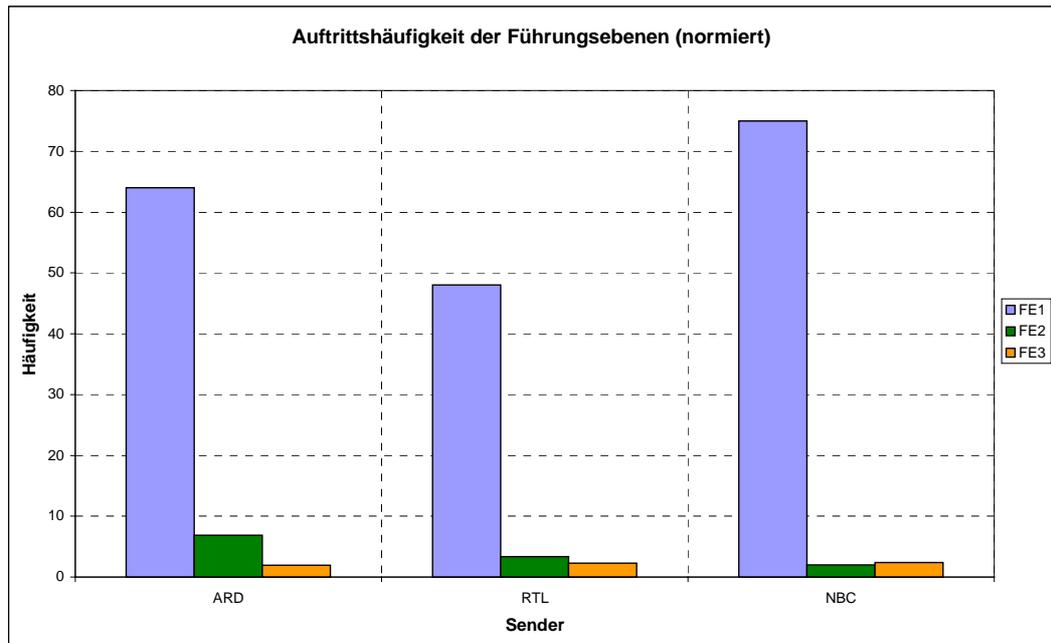
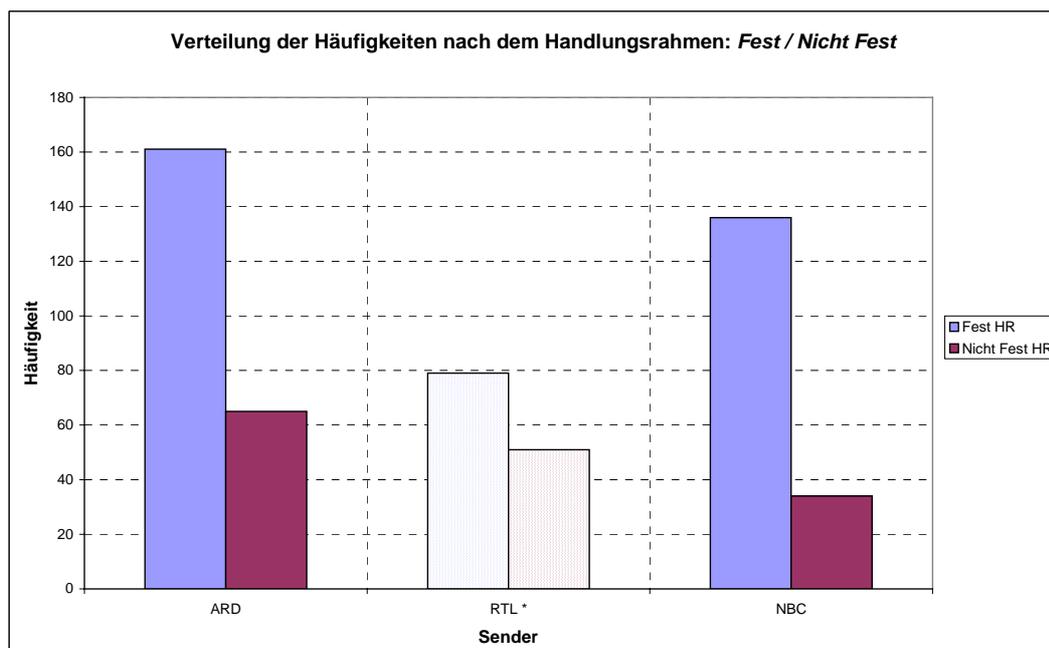


Abb.: 11.2.1-2

Nach Normierung des personengebundenen Ungleichgewichtes ergibt sich eine deutliche Überrepräsentation der politischen Führungsspitze in allen Nachrichtensendungen. Bei NBC ist die Begünstigung der *FE 1* besonders deutlich, da die unteren Führungsebenen im Vergleich zum Präsidenten keine Rolle spielen. Auch die beiden deutschen Sendeanstalten zeigen diese eindeutigen Ergebnisse, wenngleich die unteren Ebenen stärker ausgeprägt sind als bei dem US-amerikanischen Sender. Auch wenn sich die Relationen zwischen den Ausprägungen und den Sendeformaten unterscheiden, so kann an einer senderübergreifenden, überragenden Repräsentation der politischen Spitze kein Zweifel bestehen.

11.2.2 Handlungsrahmen

Die Kategorie des Handlungsrahmens erweist sich sowohl bei der ARD als auch bei NBC als höchst signifikant. Die Erhebungsdaten von RTL zeigen in der Hauptwirkung keine statistische Signifikanz, werden aber aus Gründen der Anschaulichkeit in die Grafik integriert und farblich abgehoben:



* Farbliche Abgrenzung zur Hervorhebung der unterschiedlichen Signifikanzniveaus

Abb.: 11.2.2-1

Bei allen Sendeanstalten zeigt sich eine deutliche Mehrheit zugunsten des festen Handlungsrahmens. Politische Akteure treten somit in allen untersuchten Nachrichtenformaten mehrheitlich in vorbereiteten Handlungskontexten auf. In der ARD bilden feste Handlungskontexte mehr als doppelt so häufig die Grundlage für die Berichterstattung wie nicht vorbereitete Handlungsrahmen. Bei NBC beträgt dieses Verhältnis 3:1. In diesem Zusammenhang wird insbesondere die Interaktion zwischen Handlungskontext und Position des politischen Akteurs von Interesse sein (vgl. Kapitel 12.2).

Das vorliegende Untersuchungsdesign erlaubt eine genauere Differenzierung des Datenmaterials in der Kategorie des Handlungsrahmens. Über die Trennung von festen und nicht festen Kontexten hinaus wird weiterhin unterschieden zwischen politikzentrierten und medienzentrierten⁶⁶ Anlässen für Berichterstattung. Die Aufschlüsselung der Kategorie *Fester Handlungsrahmen* in die Ausprägungen *Medien* und *Politik* erlaubt einen genaueren Überblick über die zugrundeliegenden Anlässe der Berichterstattung:

⁶⁶ Zur Abgrenzung der unterschiedenen Begegnungen zwischen politischen Akteuren und Medienvertretern: vgl. Kapitel 4.4.

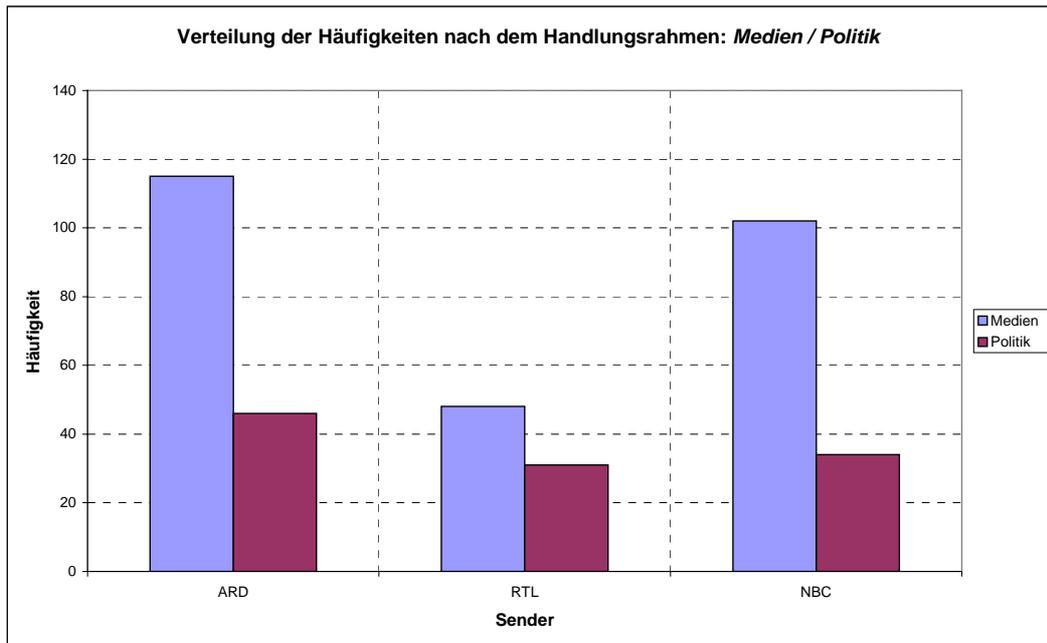


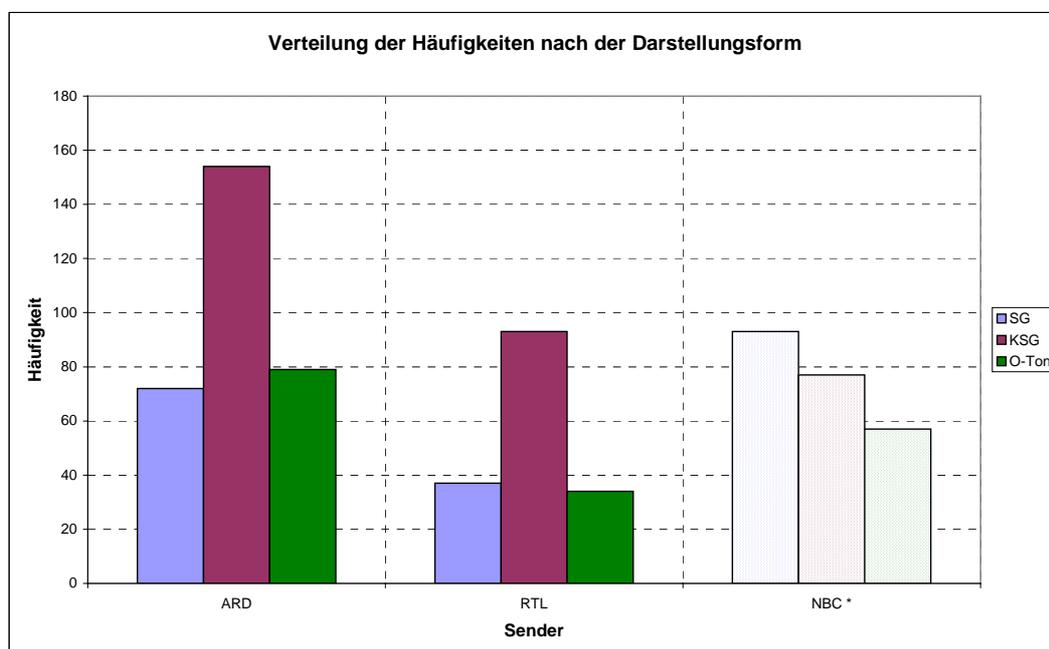
Abb.: 11.2.2-2

Bei allen drei Sendeanstalten überwiegen die medienzentrierten Handlungsrahmen in auffälligem Maße. Bei ARD und NBC ist die Dominanz des Bildmaterials aus medienzentrierten Kontexten besonders deutlich. Die politischen Akteure erscheinen nicht nur hauptsächlich in vorbereiteten Handlungskontexten, sondern in nahezu drei von vier Fällen handelt es sich dabei um geplante Interaktionen mit Medienvertretern. Die Berichterstattung über politikzentrierte Anlässe wie z.B. Parlamentsdebatten, Parteitage etc. treten bei allen untersuchten Sendeanstalten in den Hintergrund.

11.2.3 Darstellungsform

In Rahmen der Kategorie *Darstellungsform* wurde sowohl zwischen Ton und Bild als auch innerhalb des Bildmaterials je nach symbolischen Gehalt unterschieden (vgl. Kapitel 9.2.2) Auf dieser Ebene werden die Ausprägungen *Symbolischer Gehalt* und *Kein symbolischer Gehalt* differenziert. Die Ergebnisse der Kategorie Darstellungsform sind insbesondere im Zusammenhang mit der Position der politischen Akteure interessant. An dieser Stelle wird jedoch zunächst die Hauptwir-

kung dieser Kategorie dargestellt, um das Ergebnis an späterer Stelle differenzieren zu können:



* Farbliche Abgrenzung zur Hervorhebung der unterschiedlichen Signifikanzniveaus

Abb.: 11.2.3-1

In dieser Kategorie sind besonders hinsichtlich des Bildmaterials deutliche Schwankungen zwischen den deutschen Sendeanstalten und dem amerikanischen Sender festzustellen. Während bei ARD und RTL zunächst die Verwendung des nicht symbolischen Bildmaterials überwiegt, zeigt NBC sogar in der Hauptwirkung eine Mehrheit zugunsten Bilder symbolischen Gehalts. Auch wenn die Varianzanalyse keine hinreichende Unterscheidung zwischen den Ausprägungen bei NBC feststellen konnte, so ist doch der Vergleich reiner Häufigkeiten an dieser Stelle aufschlussreich. Denn es bleibt festzuhalten, dass selbst über alle anderen Kategorien gerechnet die Mehrheit aller ausgestrahlten Bilder auf NBC einen symbolischen Gehalt aufweist.

Auch die Darstellungsform des Originaltons⁶⁷ wird bei allen untersuchten Sender äußerst unterschiedlich gehandhabt.

⁶⁷ Der Originalton bezeichnet kurze Interviewausschnitte, wie sie sich in Nachrichtenfällen häufig finden. Von nun an als „O-Ton“ bezeichnet.

Trotz des kleinsten Sendevolumens bringt die ARD mit insgesamt 79 O-Tönen die weitaus meisten Interviewausschnitte in die Berichterstattung ein. NBC liegt mit insgesamt 57 O-Tönen im Mittelfeld, während RTL trotz ähnlich großem Sendevolumen mit nur 34 O-Tönen weit zurückfällt. Die unterschiedliche Verwendung des Tonmaterials ist ein aussagekräftiger Hinweis auf das sendungsspezifische Konzept der Politikberichterstattung und fügt sich in das oben beschriebene Sendungsporträt (vgl. Kapitel 7.1) ein. Abgesehen von der absoluten Häufigkeit ihrer Verwendung unterscheiden sich die eingesetzten O-Töne ebenfalls hinsichtlich ihrer Entstehungsbedingung.

Unter der untersuchungsrelevanten Fragestellung ist dabei sowohl der Hintergrund des verwendeten Statements von Interesse als auch die jeweilige Akteursgruppe, die in Form des Originaltons zu Wort gebeten wird. Daher wurde jeder im Untersuchungsmaterial vorkommende Originalton im Hinblick auf den interviewten Akteur sowie den Kontext seines Statements erhoben. Die folgende Tabelle gibt einen ersten Eindruck von der unterschiedlichen Verwendung des Tonmaterials in den untersuchten Nachrichtensendungen:

Sender	Position	Handlungsrahmen		Gesamt
		Fest	Nicht Fest	
ARD	FE 1	8	3	11
	FE 2	28	11	39
	FE 3	15	14	29
	Gesamt	51	28	79
RTL	FE 1	7	0	7
	FE 2	17	4	21
	FE 3	3	3	6
	Gesamt	27	7	34
NBC	FE1	20	0	20
	FE 2	5	0	5
	FE 3	15	17	32
	Gesamt	40	17	57

Tab.: 11.2.3-1

Zunächst ist festzuhalten, dass die erhobenen Originaltöne bei allen untersuchten Sendeanstalten mehrheitlich festen Handlungsrahmen entstammen und die Ergebnisse insofern mit den dargestellten Hauptwirkungen der Variable *Handlungsrahmen* korrelieren. Die meisten der ausgestrahlten Interviewausschnitte lassen

sich demzufolge auf Pressekonferenzen, offizielle Statements oder Redeausschnitte usw. zurückführen. Bei den privaten Sendeanstalten ist die Tendenz zu diesen standardisierten Tonquellen besonders ausgeprägt, da bei RTL nur sieben von insgesamt 34 (21 %) und bei NBC nur 17 von insgesamt 57 O-Tönen (30 %) auf nicht vorbereitete Interviewsituationen zurückgehen. ARD hingegen sendet in immerhin 28 von insgesamt 79 Fällen (35 %) O-Töne, die aus nicht festen Kontexten stammen und damit als spontane Interviews klassifiziert werden können.

Der Unterschied zwischen den untersuchten Sendeanstalten wird besonders deutlich sobald diese Ergebnisse darüber hinaus mit der Variablen *Position* in Verbindung gesetzt werden. Während Akteure der *FE 3* in rund der Hälfte aller Fälle in nicht festen Handlungsrahmen befragt werden, verschiebt sich dieses Verhältnis bei der *FE 2* schon deutlich in Richtung vorbereiteter Interviewsituationen. Nur bei der ARD finden sich Wortbeiträge der bundespolitischen Akteure in nennenswertem Maße auch in nicht festen Handlungskontexten. Besonders deutlich treten die Unterschiede bezüglich des verwendeten Tonmaterials in den verschiedenen Sendungen bei der politischen Führungsspitze hervor:

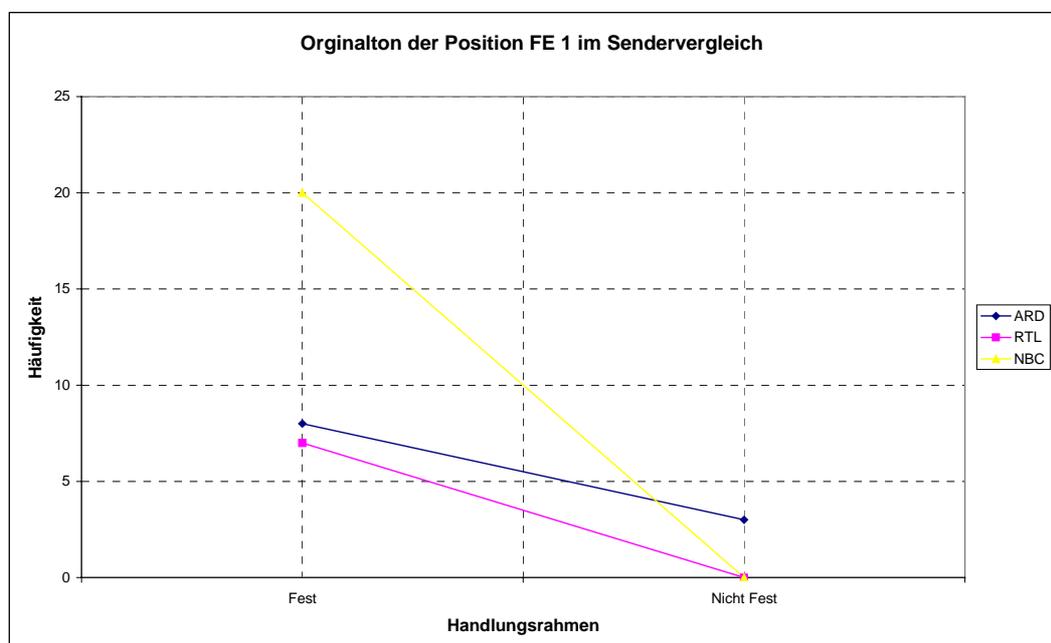


Abb.: 11.2.3-2

Bei NBC und RTL entstammen alle ausgestrahlten O-Töne der *FE 1* festen Handlungskontexten. Nur in der ARD finden sich überhaupt Interviews mit der politische Führungsspitze, die nicht auf vorbereitete Interaktionen des Bundeskanzlers mit Medienvertretern zurückgehen. Dennoch geht auch bei dem öffentlich-rechtlichen Sender die Mehrheit aller O-Töne des Bundeskanzlers auf feste, vorbereitete Handlungsrahmen zurück.

11.2.4 Emotion

Bei allen drei Sendeanstalten hat sich der Effekt der Kategorie *Emotion* auf dem 99 % Signifikanzniveau als hoch signifikant herausgestellt. In besonderem Maße ist diese Kategorie in ihren Wechselwirkungen mit den Parametern *Position* und *Handlungsrahmen* interessant (vgl. Kapitel 12). Dennoch sollen an dieser Stelle zunächst die Ergebnisse der Hauptwirkung dargestellt werden:

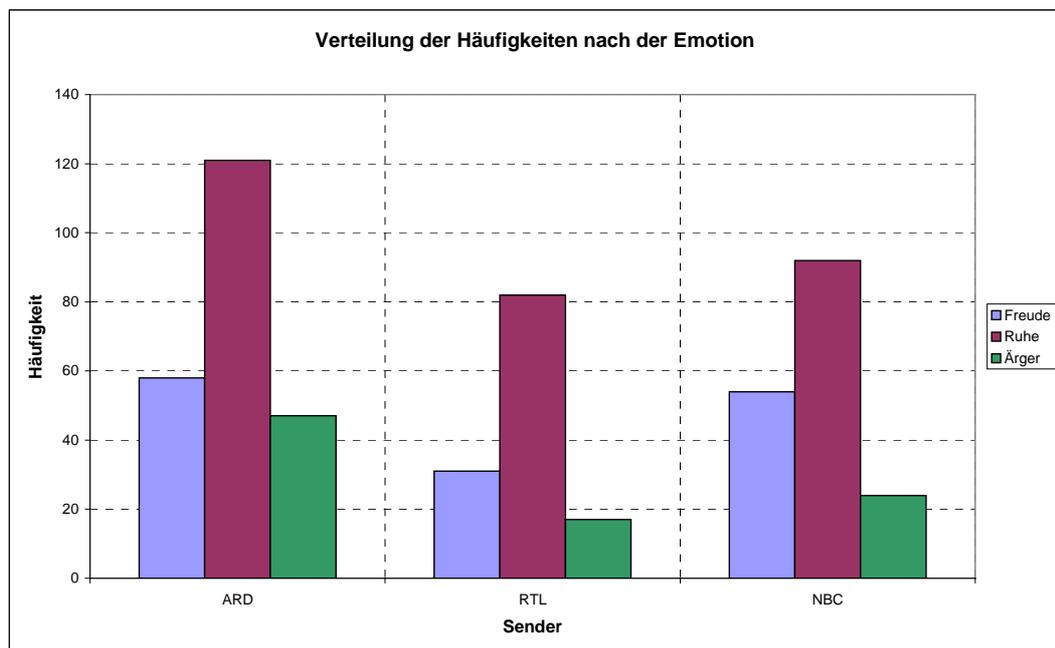


Abb.: 11.2.4 – 1

Auch wenn die absoluten Zahlen zwischen den Sendern angesichts unterschiedlicher Sendevolumen und Politikanteile variieren, zeigen sich die Relationen innerhalb der Sendungen als nahezu identisch. In allen Sendungen dominiert *Ruhe* ge-

folgt von *Freude*. Die Ausprägung *Ärger* fällt deutlich hinter den genannten Emotionen zurück. Angesichts der formatspezifischen Anforderungen von Nachrichtensendungen sind diese Verteilungen zunächst wenig erstaunlich. Doch eine differenzierte Betrachtung der Ausprägung *Freude* sowie *Ärger* in ihren Wechselwirkungen mit anderen Variablen erlaubt ein genaueres Verständnis der Auftritte von politischen Akteuren verschiedener Führungsebenen (vgl. Kapitel 12.3).

11.2.5 Kameraeinstellung

In der Kategorie *Kameraeinstellung* wird zunächst zwischen *Einzelbild* und *Gruppenbild* unterschieden. Bei beiden deutschen Sendeanstalten hat sich diese Unterscheidung bereits als signifikant erwiesen. Für NBC ergibt die gesamte mehrteilige Kategorie *Kameraeinstellung* zwar keine übergreifende Signifikanz (vgl. Abb.: 11.2.5-2), die grobe Unterscheidung in *Einzel-* und *Gruppenbild* zeigt jedoch einen deutlich signifikanten Unterschied. In Bezug auf diese erste Differenzierung zeigen daher alle untersuchten Sendungen ähnliche Tendenzen:

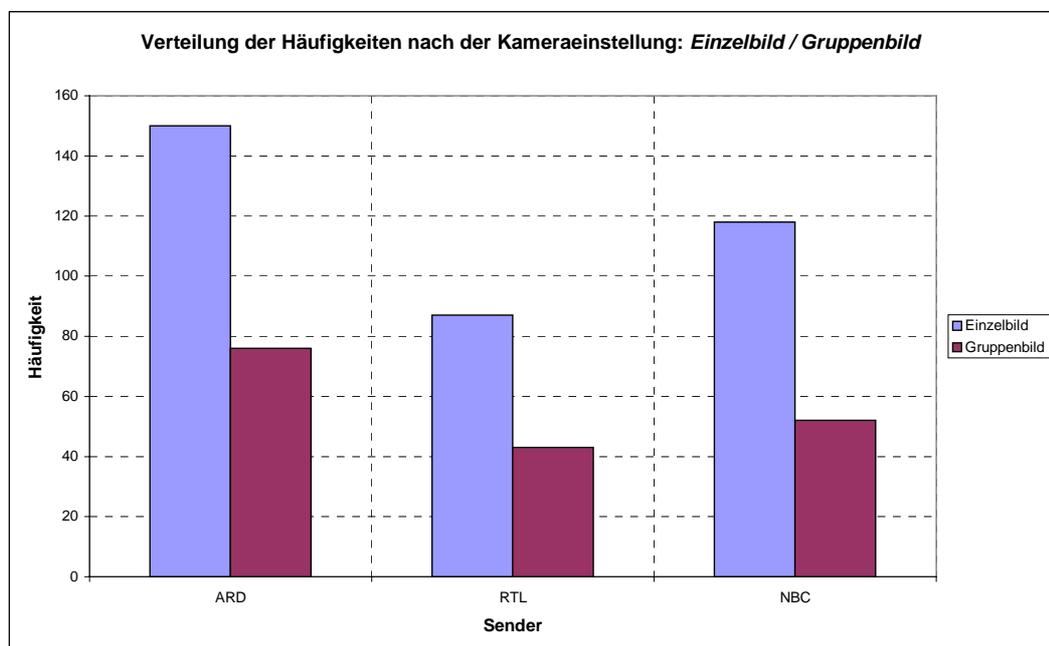
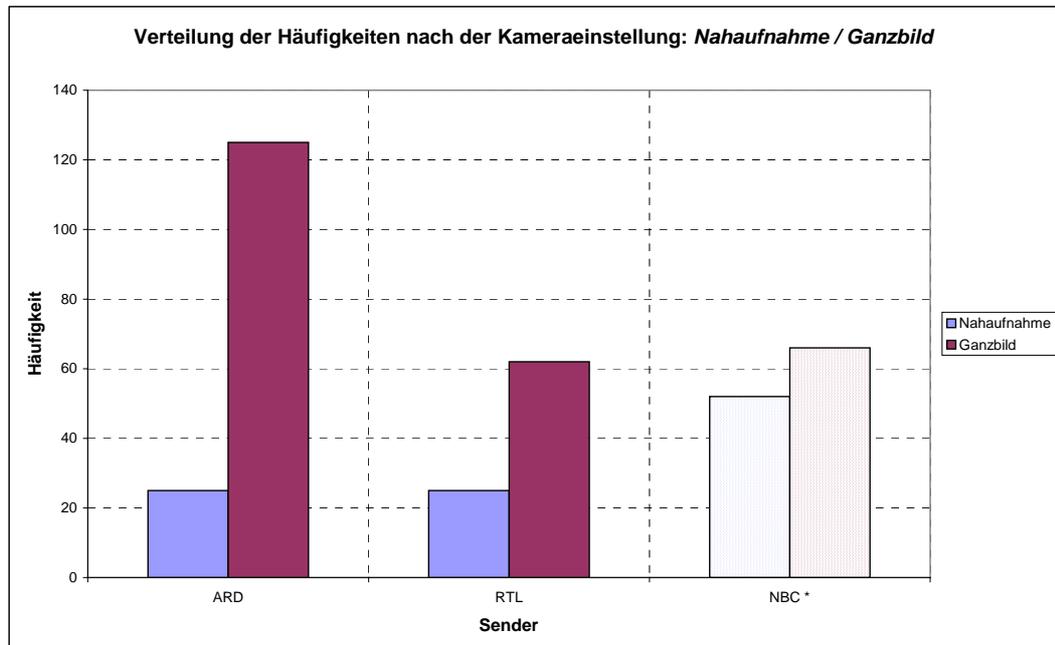


Abb.: 11.2.5-1

Bei allen drei Nachrichtenformaten überwiegt die Verwendung des Einzelbildes. Demzufolge erscheinen politische Akteure deutlich häufiger allein im Bild als dass sie in Gruppenbildern gezeigt werden. Die vermehrte Verwendung des Ein-

zelbildes bedeutet eine bildliche Herauslösung einzelner Personen aus ihrem Kontext und dient damit einer Konzentration der Berichterstattung auf einzelne Akteure. In diesem Zusammenhang ist eine detaillierte Aufschlüsselung der Ausprägung *Einzelbild* in *Einzelganzbild* und *Nahaufnahme* aufschlussreich:



* Farbliche Abgrenzung zur Hervorhebung der unterschiedlichen Signifikanzniveaus

Abb.: 11.2.5-2

Insbesondere bei beiden deutschen Sendeanstalten lässt sich eine starke Verwendung des Ganzbildes feststellen. Das in Nachrichtensendungen ausgestrahlte Bildmaterial besteht somit zwar hauptsächlich aus der Abbildung einzelner Personen, benutzt aber weniger Nahaufnahmen als Ganzbilder. Trotz der relativ geringen absoluten Häufigkeiten ist der jeweilige Anteil an Nahaufnahmen bemerkenswert: bei ARD machen die *Nahaufnahme* etwa 25 von insgesamt 150 und damit 17 % aller *Einzelbilder* aus, bei RTL liegt dieser Wert bei 29 %. Im Fall von NBC handelt es sich sogar bei 44 % aller *Einzelbilder* um *Nahaufnahmen* von politischen Akteuren. Diese Zahlen sind um so bemerkenswerter als dass *Nahaufnahmen* insgesamt als informationsarm einzustufen sind, da sie den politischen Kontext und die jeweilige Situation bzw. Umwelt vollständig ausklammern. Unter welchen Umständen diese *Kameraeinstellung* dennoch regelmäßige Verwendung findet, verdeutlicht die Betrachtung der Wechselwirkungen mit der Kategorie Position (vgl. Kapitel 12.4).

12. Darstellung der Zweifach-Wechselwirkungen

Die multifaktorielle Datenmatrix ermöglicht neben der systematischen Erfassung der Hauptwirkungen auch die Ermittlung von Wechselwirkungen bzw. Interaktionen⁶⁸. Eine Wechselwirkung liegt dann vor, wenn die Summe der Einzelwirkungen nicht gleich dem kombinierten Effekt ist und die Wirkungen folglich nicht unabhängig voneinander sind (vgl. Sachs 1992: 636). Die Berechnung der Wechselwirkungen kann darüber Aufschluss geben, ob und wie stark ein Zusammenhang zwischen zwei Variablen besteht. Die statistische Signifikanz der ermittelten Interaktionen wurde über das Verfahren der Varianzanalyse sichergestellt (vgl. Kapitel 11.1 / Tab.: 11.1).

12.1 Interaktion: Position – Darstellungsform

Wie bereits in der Darstellung der Hauptwirkungen (vgl. Kapitel 11) angemerkt, ist unter der forschungsleitenden Fragestellung eine nähere Beleuchtung der Aufttrittsbedingungen politischer Akteure verschiedener Positionen in ihren Zusammenhängen mit anderen Kategorien von besonderem Interesse. Als höchst signifikant zeigt sich bei den Varianzanalysen u.a. die Interaktion zwischen den Variablen *Position* und *Darstellungsform*. Die grafischen Darstellungen enthalten alle Ausprägungen beider Kategorien und werden aus Gründen der Übersichtlichkeit daher für jeden Sender einzeln aufgeschlüsselt.

Wie in den Haupteffekten dargestellt, finden sich bei der ARD deutlich mehr Bildmaterial ohne symbolischen als mit symbolischem Gehalt. Die Verteilung der symbolisch angereicherten Bilder auf die entsprechenden politischen Führungsebenen macht jedoch weitergehende Zusammenhänge deutlich:

⁶⁸ Der Begriff der Interaktion ist in diesem Zusammenhang ausschließlich in seiner Bedeutung als statistische Größe zu verstehen. Zur Berechnung der Interaktion vgl. Kapitel 6.3.

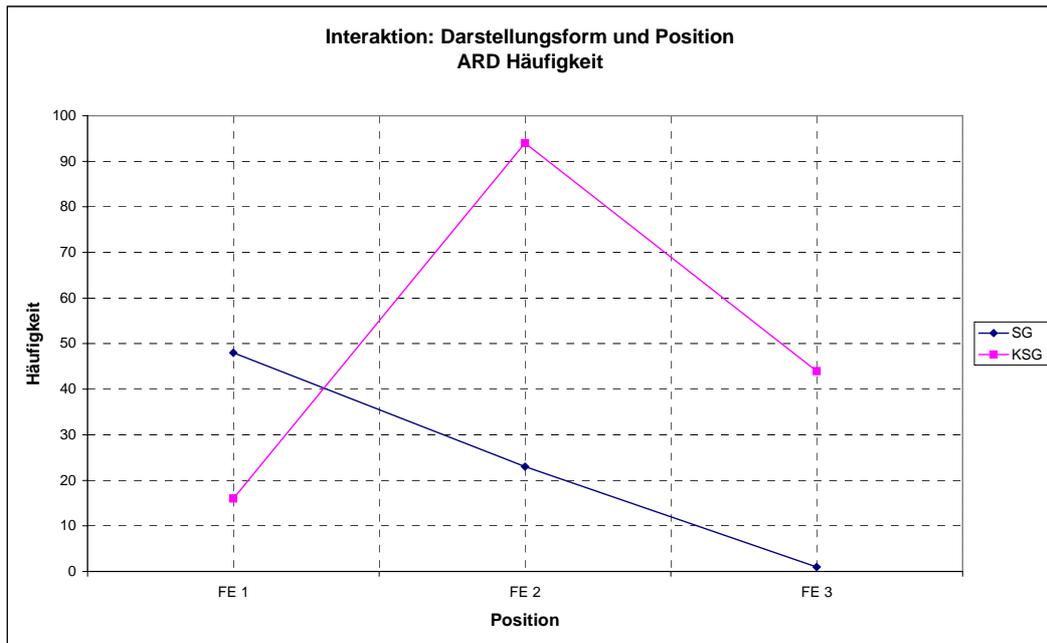


Abb.: 12.1-1

Die deutliche Mehrheit des symbolisch angereicherten Bildmaterials tritt in Kombination mit der politische Führungsspitze auf. Demzufolge erscheint der deutsche Bundeskanzler in der ARD hauptsächlich in Situationen, die als symbolisch angereichert zu betrachten sind. Der Zusammenhang zwischen *Position* und *Symbolischem Gehalt* des Bildmaterials erreicht auf der Ebene der Führungsspitze seinen Höhepunkt und nimmt mit sinkender Führungsebene kontinuierlich ab. Folgerichtig erscheinen bundespolitische Akteure selten und landes- sowie parteipolitische Vertreter nahezu gar nicht in Kombination mit der Darstellungsform des symbolträchtigen Bildmaterials. Die zweite Führungsebene, die im unnormierten Vergleich der absoluten Häufigkeiten die am stärksten vertretene Akteursgruppe bildet (vgl. Abb.: 11.2.1-2), wird mit herausragender Mehrheit in Kombination mit nicht symbolischem Bildmaterial dargestellt.

Die Verteilung der beschriebenen Ausprägungen verhält sich ähnlich im Fall von RTL:

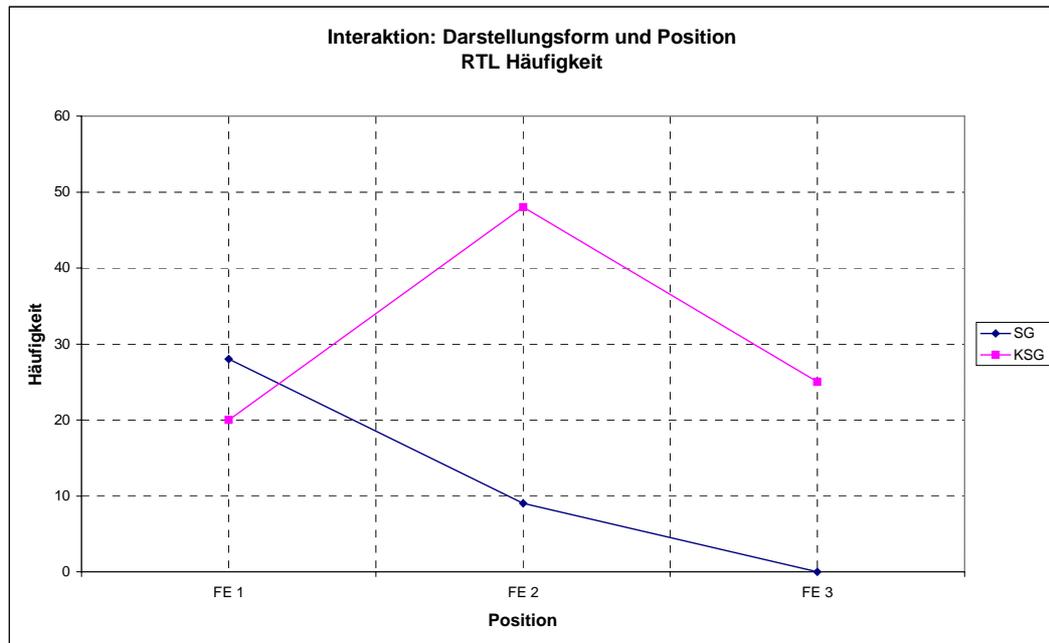


Abb.: 12.1-2

Aufgrund unterschiedlicher absoluter Zahlen ergibt sich bei RTL eine Abweichung in der Höhe der Ausprägungen in Relation zu der ARD, dennoch zeigt sich auf diesem Niveau dieselbe Tendenz. Der Bundeskanzler erscheint häufiger in symbolisch angereicherten Bildern als in nicht symbolischem Bildmaterial. Die beiden anderen Führungsebenen zeigen umgekehrte Verhältnisse. Wiederum sticht die bundespolitische Ebene hervor, die zwar am stärksten vertreten ist, jedoch selten im Zusammenhang mit symbolischem Bildmaterial dargestellt wird.

Bei NBC erfährt diese Verteilung eine deutliche Verschiebung:

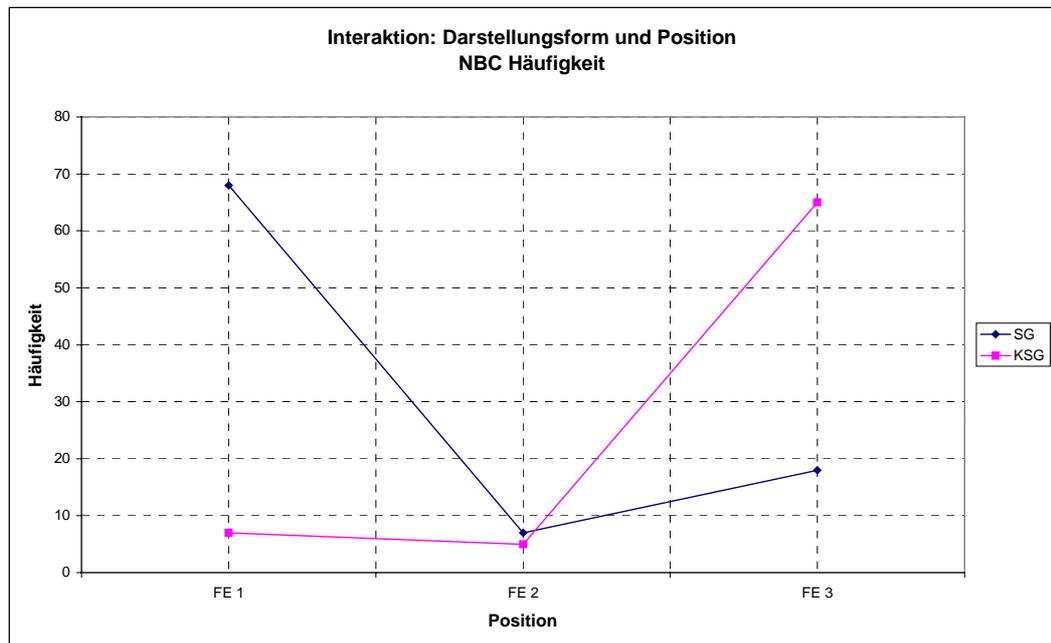


Abb.: 12.1-3

Im Bereich der *FE 1* klaffen die Ausprägungen der Kategorie *Darstellungsform* weit auseinander. Die starke Präsenz des amerikanischen Präsidenten bei NBC geht damit in 68 von 75 Fällen, also zu 91 %, auf Bildmaterial symbolischen Gehalts zurück. Bei der nächst stärksten *FE 3* verkehrt sich dieses Verhältnis in sein Gegenteil: Akteure der dritten Ebene werden zwar auffällig oft in der Berichterstattung berücksichtigt, erscheinen aber in 65 von 83 Fällen, also mit 76 %, im Rahmen von nicht symbolischem Bildmaterial. Wie in den Hauptwirkungen bestätigt, spielt die politische *FE 2* insgesamt nur eine marginale Rolle – ihre Auftritte sind in der *Darstellungsform* nahezu ausgeglichen.

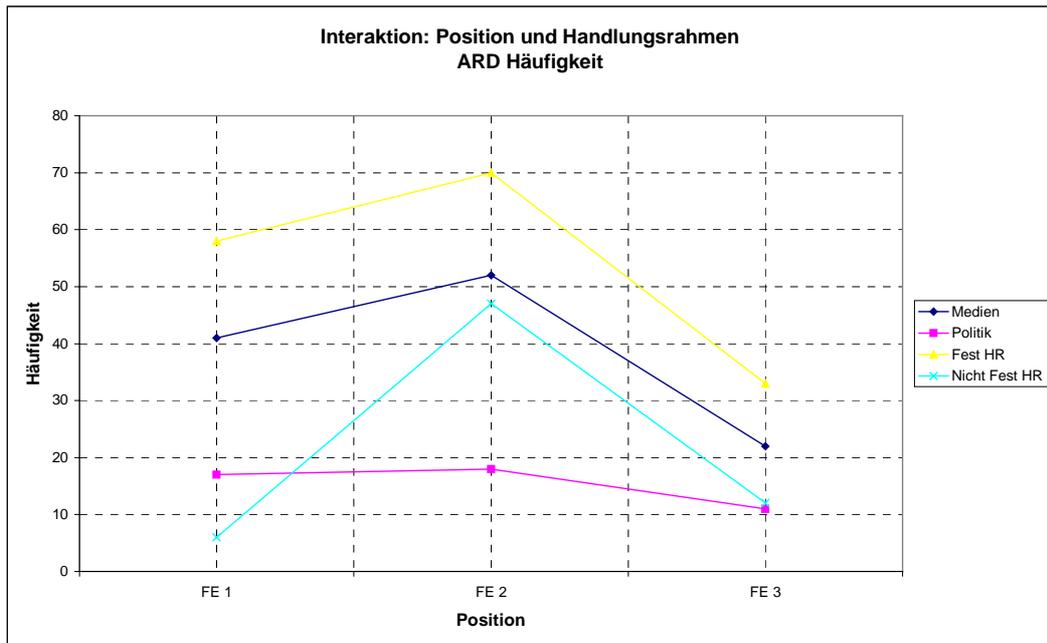
In zusammenfassender Betrachtung der beschriebenen Grafiken bleibt festzuhalten, dass alle drei Sender die gleiche Tendenz bei der Interaktion zwischen Führungsspitze und Bildmaterial symbolischen Gehalts aufweisen. Die überragende Mehrheit aller Bildeinstellungen von der politischen Führungsspitze sind als symbolisch angereichert zu betrachten. Im Falle von NBC ist dieser Zusammenhang besonders deutlich zu erkennen. Vor diesem Hintergrund ist eine nähere Betrachtung der Handlungskontexte politischer Akteure aufschlussreich.

12.2 Interaktion: Position – Handlungsrahmen

Die Variable *Handlungsrahmen* umfaßt insgesamt drei verschiedene Ausprägungen, wobei die Unterkategorien *Politik* und *Medien* zusammen die Ausprägung *Fester Handlungsrahmen* konstituieren. Die Ausprägung *Fester Handlungsrahmen* bezeichnet dabei Auftritte politischer Akteure in solchen Situationen, die als vorhersehbar bzw. planbar erachtet werden können. In der Ausprägung *Politik* werden dabei feste politikzentrierte Ereignisse wie z.B. Parlamentsdebatten oder Parteitage erfaßt, während die Rubrik *Medien* planbare Interaktionen mit Medienvertretern beinhaltet, wie sie sich in Interviews, Fototerminen, Pressekonferenzen usw. finden. Die Ausprägung *Nicht Fester Handlungsrahmen* bezeichnet nicht sichtbar geplante Kontakte mit Medienvertretern, wie z.B. bei spontane Interviews, nicht gestellte Bildaufnahmen von politischen Akteuren usw. (vgl. Kapitel 9.2.3). Die Variable *Handlungsrahmen* erfasst damit die situativen Umstände der Auftritte politischer Akteure in den untersuchten Nachrichtensendungen. Eine Einbeziehung dieser Kontexte von Medienauftritten kann insofern wertvolle Hinweise auf die Frequenz und Natur der Kontakte zwischen politischen Akteuren und Medienvertretern geben.

Der Zusammenhang zwischen den Variablen *Position* und *Handlungsrahmen* erweist sich besonders im Fall von ARD und NBC als hoch signifikant⁶⁹. Politische Akteure aller Ebenen treten in den untersuchten Nachrichtensendungen nahezu ausnahmslos mehrheitlich in vorbereiteten, festen Handlungsrahmen auf. Insbesondere bei der ersten Führungsebene tritt dieser Umstand der vorbereiteten Auftrittssituationen deutlich hervor:

⁶⁹ Bei RTL weisen die Werte der Ausprägungen keinen statistisch hinreichenden Unterschied auf. Im Vergleich der absoluten Häufigkeiten lassen sich trotzdem interessante Tendenzen erkennen, die im Folgenden aus Gründen der Vollständigkeit ebenfalls dargestellt werden.

**Abb.: 12.2-1**

Zunächst ist die durchgängige Unterlegenheit der nicht festen Handlungsrahmen gegenüber den festen Kontexten festzuhalten. Bei ARD erscheint der Bundeskanzler in 58 von insgesamt 64 Fällen, also in 91 % seiner Auftritte, in festen Handlungsrahmen. Für die *FE 2* hingegen beläuft sich dieser Wert auf nur 60 %. Die *FE 3* ist insgesamt deutlich schwächer vertreten, zeigt aber ebenfalls eine Mehrheit im Bereich der festen Handlungsrahmen.

Die Aufschlüsselung des festen Handlungsrahmens in die Unterkategorien *Medien* und *Politik* kann die Auftrittssituationen politischer Akteure weiter differenzieren. Über alle drei Führungsebenen hinweg betrachtet, ist der Großteil aller Auftritte im festen Handlungsrahmen auf die medienzentrierten Situationen zurückzuführen. Dies bedeutet, dass politische Akteure aller Ebenen mehrheitlich in geplanten Interaktionen mit Medienvertretern auftreten. Auftritte im Rahmen von politikzentrierten Kontexten sind bei allen drei Führungsebenen seltener und liegen bei *FE 2* und *FE 3* in der absoluten Häufigkeit unter der des nicht festen Handlungsrahmens.

Die Auswertung dieser Wechselwirkung bei RTL bestätigt diesen Eindruck weiter:

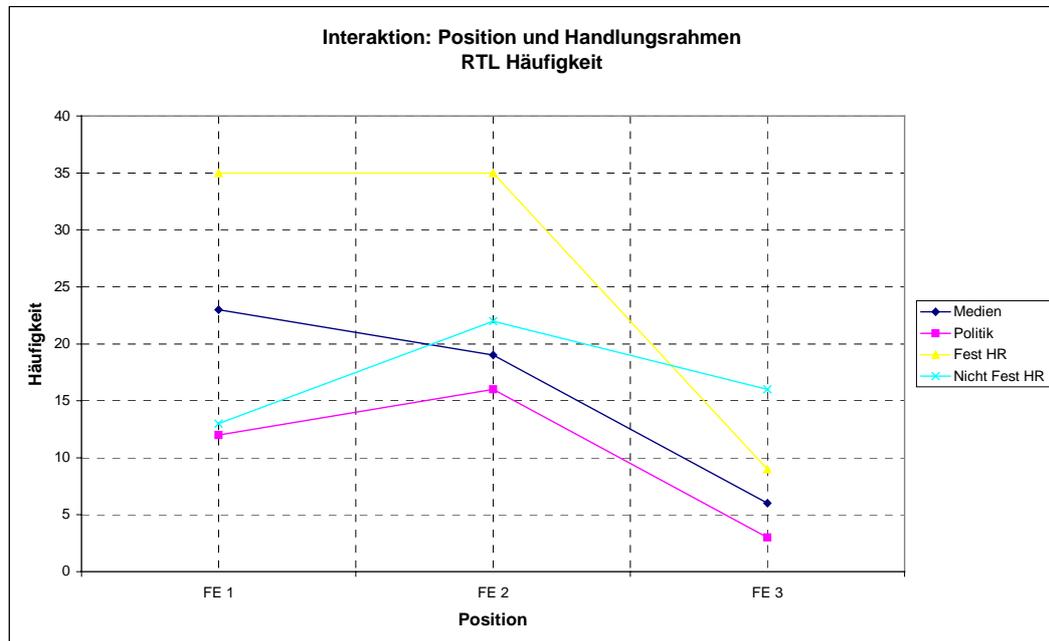


Abb.: 12.2-2

Wiederum dominiert insgesamt die Ausprägung *Fester Handlungsrahmen*, wobei Bildmaterial aus dem Bereich nicht fester Handlungsrahmen im Vergleich zu ARD an Bedeutung gewinnt. RTL aktuell benutzt demnach häufiger Bildmaterial aus nicht vorbereiteten Situationen, um Nachrichtenbeiträge zu bebildern⁷⁰. Medienzentrierte Handlungskontexte zeigen insbesondere im Zusammenhang mit der ersten Führungsebene eine starke Ausprägung, die über die anderen Positionen hinter den nicht festen Handlungskontexten zurückfällt. Ein vergleichsweise kleiner Teil der Berichterstattung bezieht sich auf Ereignisse aus politikzentrierten Kontexten.

NBC zeigt eine nahezu symmetrische Verteilung der entsprechenden Ausprägungen:

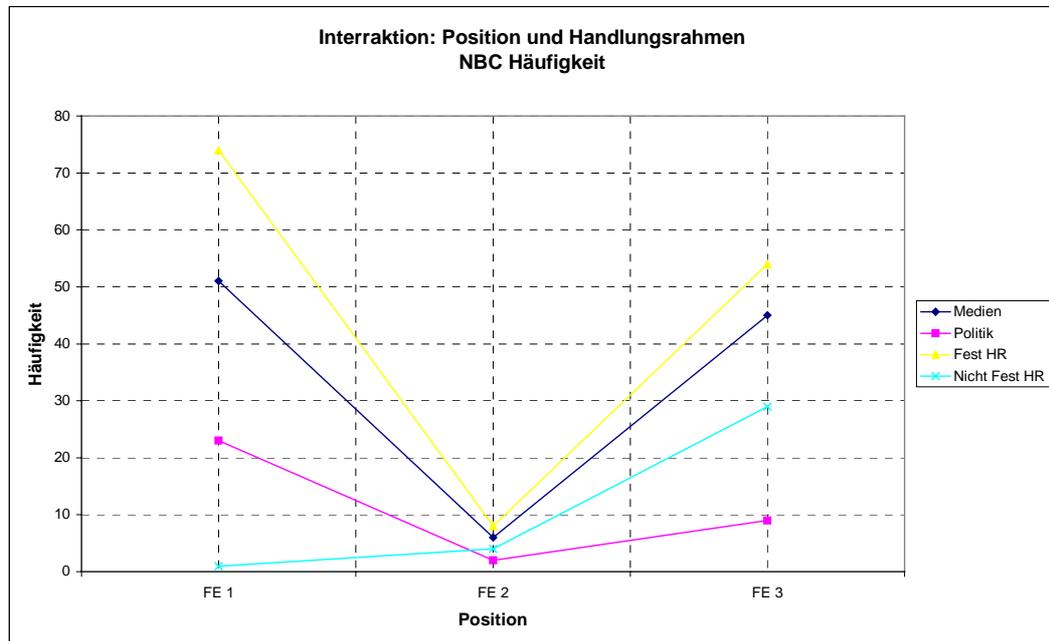
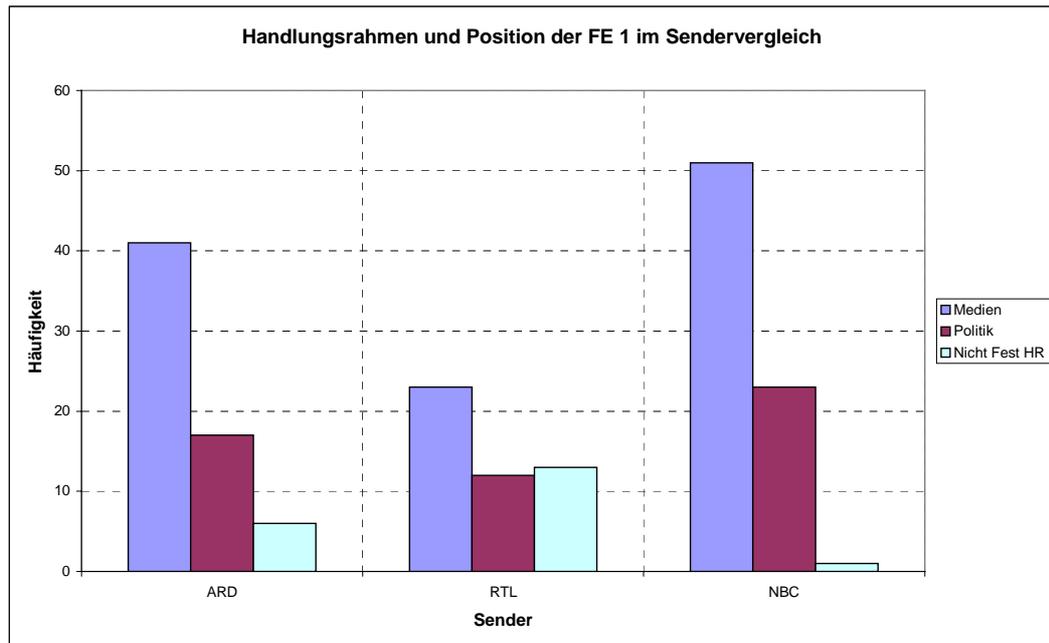


Abb.: 12.2-3

Feste Handlungsrahmen dominieren vor nicht festen Kontexten, wobei medienzentrierte vor politikzentrierten Handlungsrahmen rangieren. Während *FE 2* und *FE 3* verhältnismäßig häufig auch in nicht festen Handlungsrahmen auftreten, erscheint der amerikanische Präsident nahezu ausschließlich in festen Auftrittssituationen. In 51 von insgesamt 74 Auftritten, also in 69 % aller Fälle, handelt es sich dabei um medienzentrierte Ereignisse, also Pressekonferenzen, offizielle Statements, Fototermine, vorbereitete Interviews usw.

Die senderspezifisch ausgewerteten Wechselwirkungen zwischen den Variablen *Handlungsrahmen* und *Position* haben für alle untersuchten Nachrichtensendungen die besondere Position der *FE 1* nachgewiesen. Um einen senderübergreifenden Vergleich zu ermöglichen, werden im Folgenden alle Daten der ersten Führungsebene in eine Grafik integriert:

⁷⁰ Bei den hier erhobenen Bildern handelt es sich jedoch hauptsächlich um Personenaufnahmen aus dem Bundestag, so dass als Grund ihrer verstärkten Verwendung die leichte Verfügbarkeit von entsprechendem Bildmaterials zu vermuten ist.

**Abb.: 12.2-4**

Die Zusammenstellung der positionsspezifischen Werte verdeutlicht den klaren Schwerpunkt auf Auftritten der politischen Führungsspitze, die in festen Handlungsrahmen stattfinden. Der größte Teil der vorbereiteten Kontexte entfällt dabei auf medienzentrierte Situationen. Die Medienauftritte des Bundeskanzlers bzw. des Präsidenten finden folgerichtig hauptsächlich in vorhersehbaren und planbaren Kontexten statt. Die Berichterstattung über politikzentrierte Anlässe, bei denen die Vertreter der ersten Führungsebene in ihren sachpolitischen Kontexten agieren, ist bei allen untersuchten Nachrichtensendungen deutlich seltener. Auftritte der Führungsspitze in nicht festen Handlungskontexten kommen äußerst selten bzw. nahezu gar nicht vor. Die Sendung von RTL, die wie oben beschrieben insgesamt relativ häufig mit Bildmaterial aus nicht festen Kontexten arbeitet, zeigt hier die höchste Anzahl, während bei NBC diese Ausprägung mit insgesamt nur einer Nennung zu vernachlässigen ist. Unter allen beschriebenen Ausprägungen weist NBC die extremste Datenverteilung auf, was sowohl auf die auffällig starke Präsenz des Präsidenten als auch auf eine gewisse Homogenität seiner Auftritte schließen lässt. Zusammenfassend bleibt für alle untersuchten Sendeanstalten in Bezug auf die Führungsspitze ein deutlicher Schwerpunkt auf Bildmaterial aus festen Handlungsrahmen festzuhalten, wobei insbesondere medienzentrierten Zusammenhängen stark vertreten sind.

12.3 Interaktion: Position - Emotion

Die Wechselwirkung zwischen den Kategorien *Position* und *Emotion* hat sich für alle drei Sendeanstalten als hoch signifikant auf dem 99% Signifikanzniveau erwiesen. Die Wechselwirkung beschreibt den Zusammenhang zwischen den jeweiligen Positionen und unterschiedenen Emotionen und gibt insofern Aufschluss über die Art und Form der jeweiligen Medienauftritte. Die Erhebung der genannten Emotionen kann dabei entweder auf akteursbedingte Inzenierungstendenzen oder auf formatspezifische Selektionsmechanismen zurückgeführt werden (vgl. Kapitel 4.2). In jedem Falle beleuchtet diese Wechselwirkung die Art der Darstellung politischer Akteure auf verschiedenen Führungsebenen.

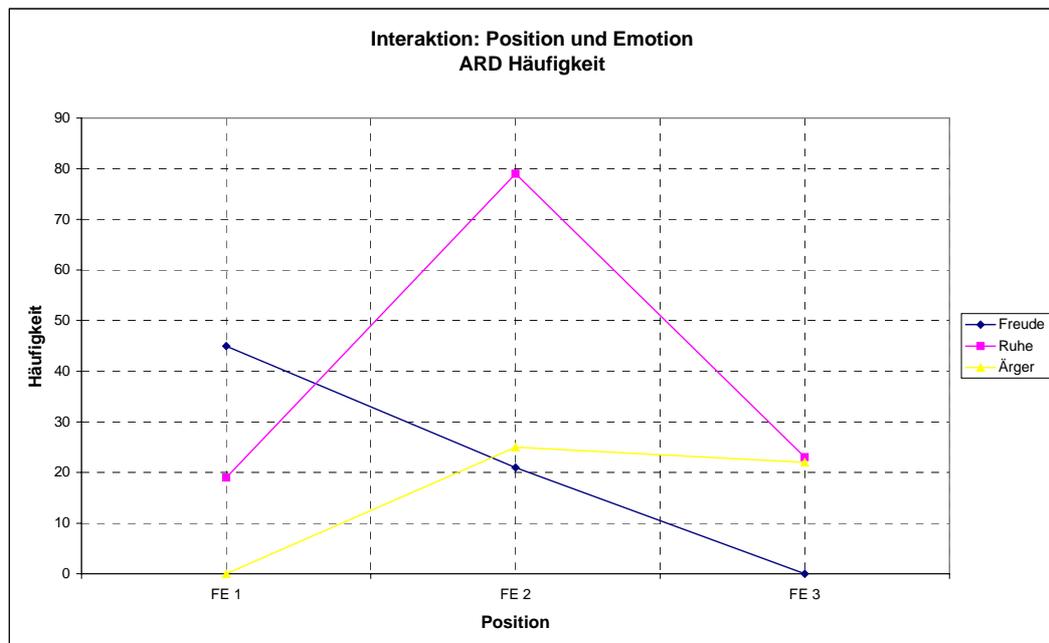


Abb.: 12.3-1

In allen untersuchten Nachrichtensendungen gestaltet sich die Verteilung der Variable *Emotion* höchst unterschiedlich. Bei ARD sticht sofort der starke Zusammenhang zwischen der FE 2 und der Ausprägung *Ruhe* ins Auge. Während *Ruhe* bei der dritten und insbesondere bei der ersten Führungsebene keine dominierende Rolle einnimmt, ist sie auf bundespolitischer Ebene die mit Abstand häufigste Ausprägung. Das auffällige Niveau dieser Ausprägung liegt dabei sicherlich in der hohen absoluten Häufigkeit bundespolitischer Akteure in der ARD begründet. Die Ausprägung *Ärger* bildet gefolgt von *Freude* den nächsthäufigsten Kontext

für Auftritte der zweiten Führungsebene. Auch bei der dritten Führungsebene machen Auftritte im Zusammenhang mit aggressiven Gefühlsindikatoren einen relativ großen Anteil der positionsspezifischen Berichterstattung aus, die Ausprägung *Freude* sinkt hingegen auf den Nullpunkt. Demzufolge verhalten sich die Verteilungen der Ausprägungen bei *FE 2* und *FE 3* zueinander ähnlich und unterscheiden sich nur in ihrer Höhe.

Im Fall der ersten Führungsebene ergibt sich ein vollständig gegenteiliges Bild. In dieser *Position* kommt die Ausprägung *Ärger* in der Berichterstattung nicht vor und auch *Ruhe* spielt eine untergeordnete Rolle. Die Ausprägung *Freude* hingegen dominiert die mediale Darstellung des Bundeskanzlers, der in 45 von 64 Fällen, also in 70 % seines Erscheinens, im Zusammenhang mit dieser *Emotion* auftritt. Die überwältigende Mehrheit seiner Auftritte zeigt den Kanzler infolgedessen in freudigen Zusammenhängen. Diese Ergebnisse lassen auf die vermehrte Darstellung des Bundeskanzlers in ähnlichen, repräsentativen Handlungskontexten schließen. Vor diesem Hintergrund wird an späterer Stelle die Dreifachwechselwirkung der Variablen *Position*, *Emotion* und *Handlungsrahmen* zu untersuchen sein (vgl. Kapitel 13).

Die Ergebnisse für RTL aktuell können die oben beschriebenen Wechselwirkungen zwischen den Variablen Position und Emotion weiter bestätigen:

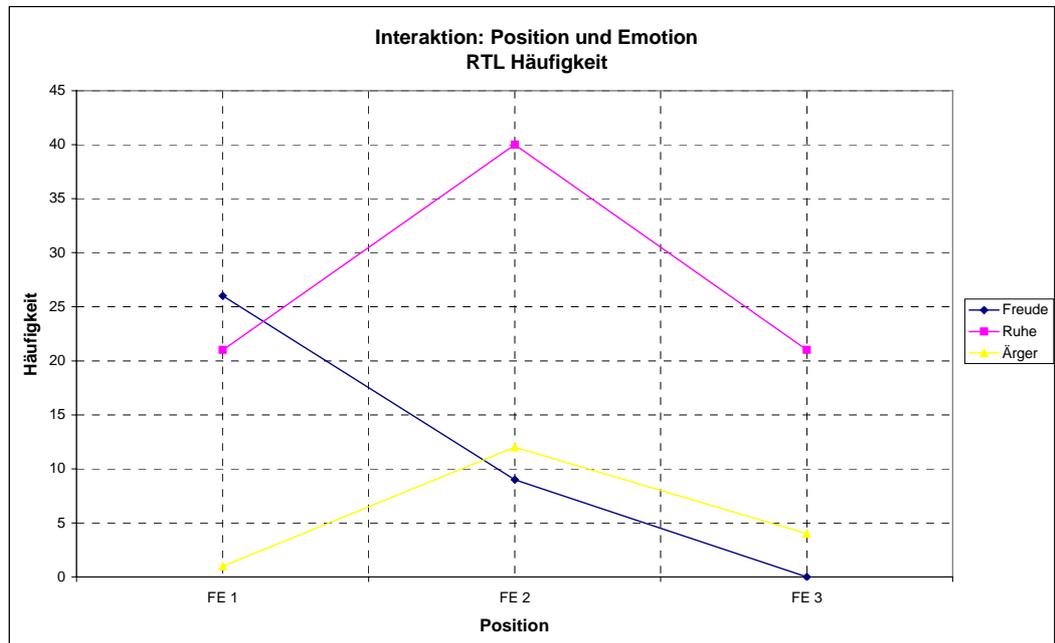


Abb.: 12.3-2

Wie auch bei der ARD erscheinen politische Akteure der zweiten und dritten Führungsebene bei RTL hauptsächlich in der Ausprägung *Ruhe*, während der Bundeskanzler mehrheitlich im Zusammenhang mit der Emotion *Freude* dargestellt wird. Das insgesamt hohe Niveau der Ausprägung *Ruhe* ist dabei auf die verstärkte Verwendung von Bildmaterial aus nicht festen Handlungsrahmen zurückzuführen (vgl. Kapitel 12.2). Die *Emotion Ärger* spielt nur auf bundespolitischer Ebene eine nennenswerte Rolle und ist in Kombination mit Auftritten des Bundeskanzlers wiederum kaum vorhanden.

Insbesondere bezüglich der ersten Führungsebene zeigt NBC News identische Zusammenhänge:

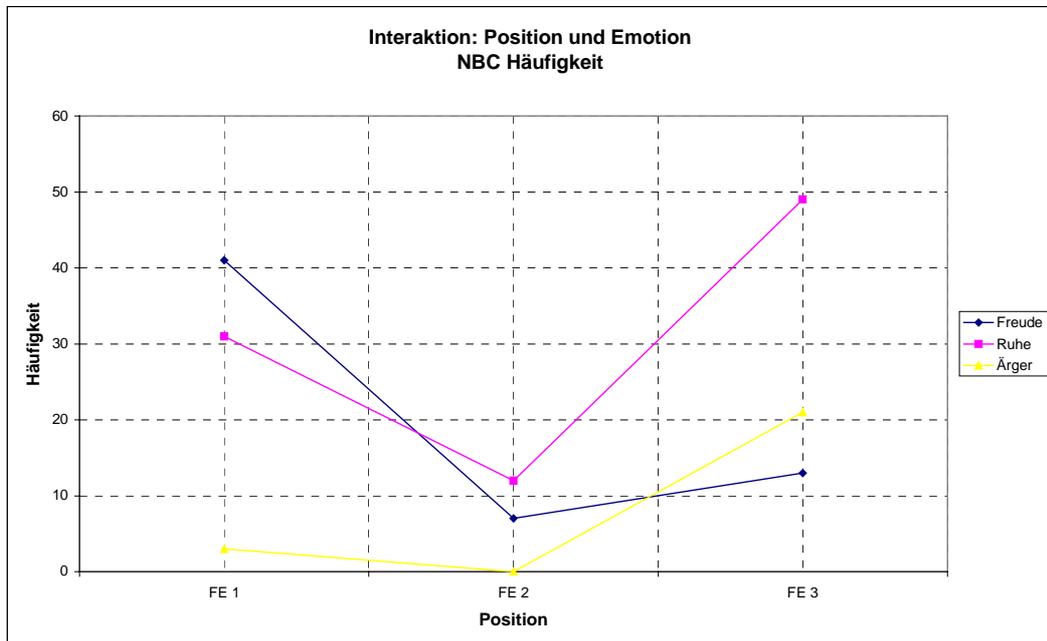


Abb.: 12.3-3

Wiederum ist *Freude* die vorherrschende Emotion bei der Berichterstattung über die politische Führungsspitze. Bei beiden anderen Führungsebenen sinkt diese Emotion stark ab zugunsten der Ausprägung *Ruhe*, die sowohl bei *FE 2* als auch bei *FE 3* die Mehrheit ausmacht. *Ärger* kommt bei den ersten beiden Führungsebenen selten oder gar nicht vor, beläuft sich bei der dritten Führungsebene aber auf immerhin 21 von insgesamt 83 Auftritten dieser Akteursgruppe.

Im Vergleich der aufgeführten Grafiken zeigen alle untersuchten Sendeanstalten eine ähnliche Verteilung der Ausprägungen. Die Ausprägung *Ärger* spielt nur im Zusammenhang mit der zweiten und dritten Führungsebene eine Rolle, dominiert werden diese Position aber von *Ruhe*. In Bezug auf die erste Führungsebene weisen alle Nachrichtensendungen identische Rangfolgen auf. Der Bundeskanzler bzw. der Präsident erscheint mehrheitlich in Zusammenhang mit der Emotion *Freude*, seltener mit *Ruhe* und kaum in Kombination mit *Ärger*. Im Länder- sowie Sendervergleich zeigt die Berichterstattung über die politische Führungsspitze daher einen klaren Zusammenhang mit der Emotion *Freude*.

12.4 Interaktion: Position – Kamera

Die Wechselwirkung zwischen den Variablen *Position* und *Kameraeinstellung* beschreibt die formale Gestaltung der Bildausschnitte in Abhängigkeit von verschiedenen Führungsebenen. In den erhobenen Ausprägungen handelt es sich um von journalistischer Seite erstelltes und ausgewähltes Bildmaterial so dass die Ergebnisse darüber Aufschluss geben, in welcher Form und mit welcher Kameraeinstellung die jeweiligen Medienvertreter politische Akteure verschiedener Ebenen darstellen. Die Wechselwirkung zwischen den Variablen *Position* und *Kameraeinstellung* stellt sich für alle untersuchten Sendeanstalten als signifikant heraus. Die ARD zeigt mit 99% das höchste Signifikanzniveau. Wie schon in den Hauptwirkungen dargelegt, werden die Ausprägungen der Kategorie *Kameraeinstellung* in zwei Stufen erfasst: zunächst wird zwischen *Gruppenbild* und *Einzelbild* differenziert, um dann eine genauere Unterscheidung des Einzelbildes in *Nahaufnahme* und *Ganzbild* treffen zu können. Bei allen Sendern dominiert das *Einzelbild* gegenüber dem *Gruppenbild*. Auch bei ARD machen folglich Einzelbilder den größten Teil des ausgestrahlten Bildmaterials aus:

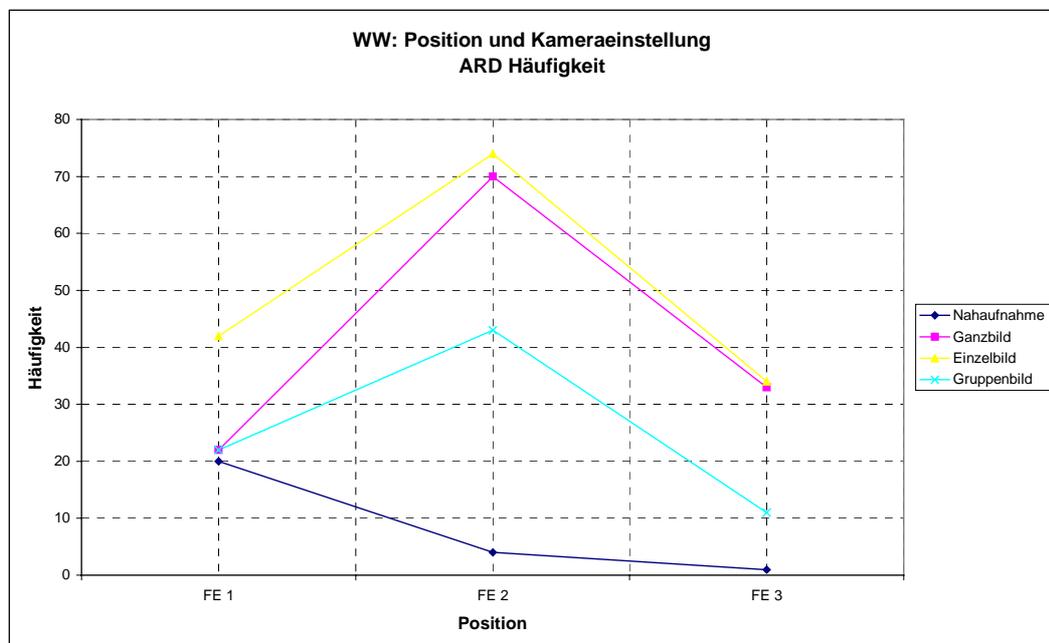


Abb.: 12.4-1

Über alle Führungsebenen hinweg macht das *Einzelbild* den größten Teil des Bildmaterials aus. Das *Ganzbild* ist dabei die häufigste Form des Einzelbildes und nimmt in der zweiten Führungsebene 70 von insgesamt 117 (60 %) und in der dritten Ebene 33 von 45 (73 %) der ausgestrahlten Bildeinstellungen ein. Im Verhältnis zur Gesamtzahl ihrer Auftritte erscheinen politische Akteure der zweiten und dritten Ebenen selten in Gruppenbildern. Die Ausprägung *Nahaufnahme* ist in den Akteursgruppen zwei und drei selten und bleibt daher nahezu ausschließlich dem Bundeskanzler vorbehalten. Der Anteil an *Nahaufnahmen* vom Bundeskanzler liegt nahezu genauso hoch wie der der *Ganzbilder* oder *Gruppenbilder*. Im Vergleich zu den politischen Führungsebenen 2 und 3 liegt die Anzahl der nahen Kameraeinstellungen damit auffällig hoch.

Bei RTL rangiert die *Nahaufnahme* in Bezug auf die erste Führungsebene sogar vor den *Ganzbildern*:

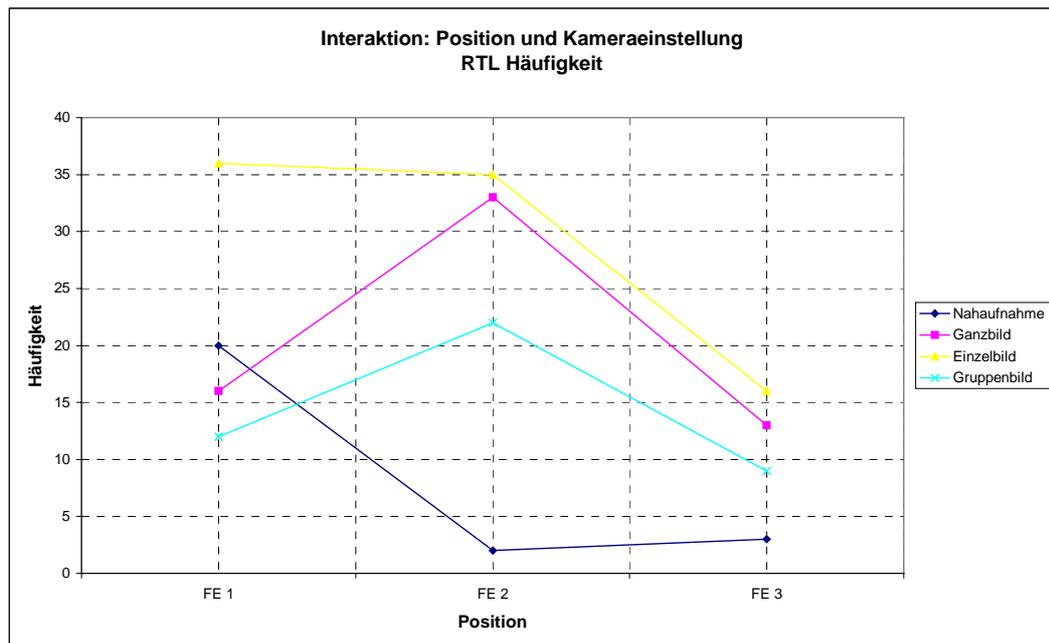


Abb.: 12.4-2

Auch bei RTL ist das *Einzelbild* die meist verwendete Kameraeinstellung, jedoch liegt die Zusammensetzung der Ausprägungen anders. Die *Nahaufnahme* findet insgesamt deutlich stärkere Verwendung als bei der ARD und liegt insbesondere im Zusammenhang mit der politischen Führungsspitze auffällig hoch. In Betrachtung

tung der weiteren Differenzierungen⁷¹ innerhalb dieser Kategorie wird der Bundeskanzler am häufigsten in *Nahaufnahmen* dargestellt, gefolgt von *Ganzbildern* und dann *Gruppenbildern*. Wie auch bei der ARD erscheinen Akteure der FE 2 und FE 3 hauptsächlich in Form von Ganzbildern. Gruppenbilder sind auf dieser Akteursebene deutlich seltener und *Nahaufnahmen* spielen nur eine marginale Rolle.

Die Ergebnisse für NBC News ähneln in vielen Punkten denen der deutschen Sendeanstalten, zeigen aber stärkere Ausprägungen:

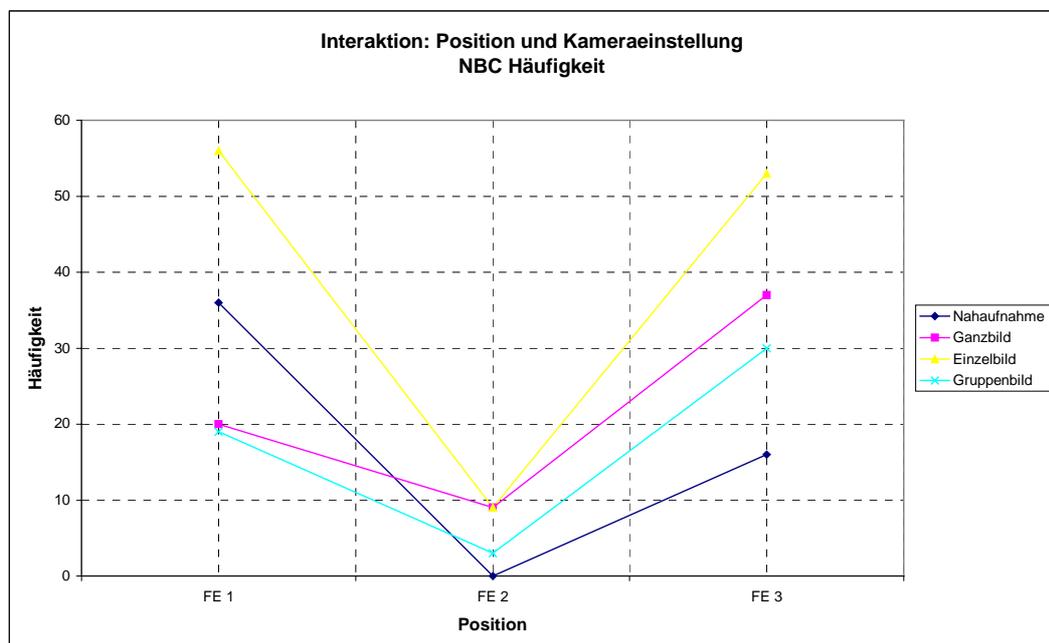


Abb.: 12.4-3

Insbesondere die Verteilung der Kameraeinstellungen auf die erste Führungsebene bestätigen und übertreffen die bisherigen Ergebnisse. In 36 von 75 Fällen, also in 48 % aller Kameraeinstellungen, die den amerikanischen Präsidenten zeigen, handelt es sich um *Nahaufnahmen*. Bei RTL liegt dieser Wert bei etwa 42 %, bei ARD entfallen nur 31 % der Bilder vom Bundeskanzler auf *Nahaufnahmen*. NBC weist damit nicht nur den insgesamt höchsten Anteil an *Nahaufnahmen* auf (vgl. Kapitel 11.2.5), sondern die Verteilung dieser Einstellung konzentriert sich dar-

⁷¹ *Nahaufnahme* und *Ganzbild* bilden eine weitere Differenzierung der Ausprägung *Einzelbild*. Die hohen absoluten Häufigkeiten der Einzelbilder ergeben sich additiv aus den Werten beider Unterbegriffe.

über hinaus in eindeutiger Weise auf die politische Führungsspitze. Im direkten Vergleich der unterschiedenen Einstellungen erscheint der Präsident demnach mehrheitlich in Form von *Nahaufnahmen* und deutlich seltener in Ganz- oder Gruppenbildern. Die Verwendung von *Nahaufnahmen* ist bei keiner anderen Führungsebene vergleichbar hoch, da sowohl Akteure der *FE 2* als auch *FE 3* meistens in Form von Ganzbildern abgebildet werden. Die Verwendung von Gruppenbildern fällt deutlich hinter die der Ganzbilder zurück. In den verglichenen Sendeanstalten werden politische Akteure folglich häufiger einzeln als mit anderen Akteuren im Bild gezeigt. Diese Herauslösung der einzelnen Personen aus ihren bildlichen Kontexten verstärkt sich weiter in der Form der Nahaufnahme, die auffällig häufig in Verbindung mit der politischen Führungsspitze eingesetzt wird.

Es ist zu vermuten, dass die Wahl der jeweiligen Kameraeinstellung ebenfalls vom situationsspezifischen Handlungsrahmen, der Darstellungsform und anderen Faktoren abhängt. Die Wechselwirkung zwischen den von politischen Akteuren gezeigten Emotionen und den von Journalisten gewählten Kameraeinstellungen zeigt jedoch in der Varianzanalyse keinen signifikanten Zusammenhang. Auch zwischen den Parametern *Kameraeinstellung* und *Darstellungsform* lassen sich keine statistisch gesicherten Effekte nachweisen. Vor diesem Hintergrund muss davon ausgegangen werden, dass Kameraeinstellungen sich nicht hauptsächlich als Folge der externen Bedingungen ergeben, sondern von journalistischer Seite als gestalterisches Stilelement eingesetzt werden. Die starke Verwendung von Nahaufnahmen der Führungsspitze erscheint unter dieser Perspektive als bewusste Konzentration auf die Person des Bundeskanzlers bzw. Präsidenten.

12.5 Interaktion: Darstellungsform – Handlungsrahmen

In den entsprechenden Hauptwirkungen haben sich die Variablen *Darstellungsform* und *Handlungsrahmen* als signifikante Parameter für die Politikberichterstattung hervorgetan. Im Folgenden soll nun die Wechselwirkung zwischen diesen Kategorien berücksichtigt werden, um die Verwendung der verschiedenen Darstellungsformen in ihren jeweiligen Handlungskontext einbetten zu können. In der Varianzanalyse erweist sich die vorliegende Wechselwirkung bei allen untersuch-

ten Nachrichtensendungen als höchst signifikant auf dem 99% Signifikanzniveau. Damit besteht ein statistisch gesicherter Zusammenhang zwischen dem symbolischen Gehalt des ausgestrahlten Bildmaterials und dem Handlungsrahmen, in denen politische Akteure auftreten. Die Unterscheidung in medienzentrierte und politikzentrierte Handlungsrahmen kann in ihrer Rückführung auf die darin verwendeten Darstellungsformen interessante Hinweise auf einen möglichen Inszenierungscharakter dieser Kontexte liefern.

Wie in den Hauptwirkungen bestätigt, verwendet die ARD insgesamt deutlich mehr Bildmaterial ohne symbolischen Gehalt als mit symbolischem Gehalt, um Auftritte von politischen Akteure zu bebildern. Die Rückführung der Darstellungsformen auf die verschiedenen Kontexte gibt dabei interessante Einblicke in die Verteilung dieser Ausprägung:

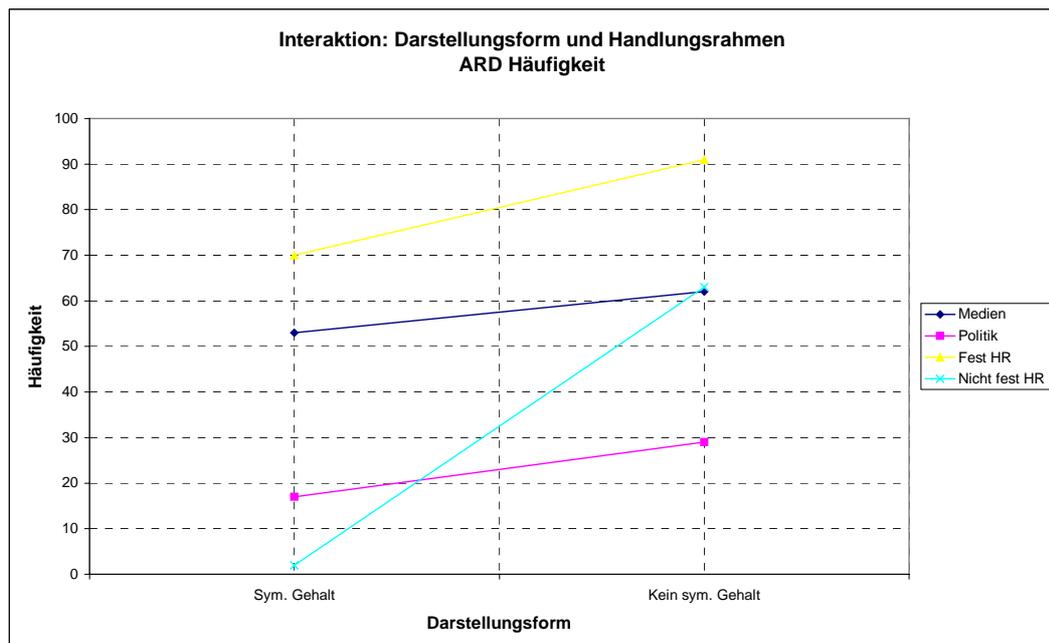


Abb.: 12.5-1

Der eindeutigste Zusammenhang zwischen diesen Variablen ergibt sich vor allem in der Ausprägung *Nicht fester Handlungsrahmen*. Bildmaterial aus nicht vorbereiteten Situationen weist durchgehend keinen symbolischen Gehalt auf. Ereignisse aus dem Bereich der festen Handlungsrahmen erscheinen deutlich häufiger im Zusammenhang mit symbolisch angereicherten Bildern. Dies gilt besonders für medienzentrierte Ereignisse, die dreimal so häufig mit symbolträchtigen Bildern

vorkommen wie politikzentrierte Anlässe. Dennoch zeigen sich auch bei der ARD in den festen Kontexten leichte Verschiebungen zugunsten des nicht symbolischen Materials. Die Verteilungen der Ausprägung bei RTL spiegeln die insgesamt stärkere Verwendung symbolischer Darstellungsformen in dieser Nachrichtensendung wider:

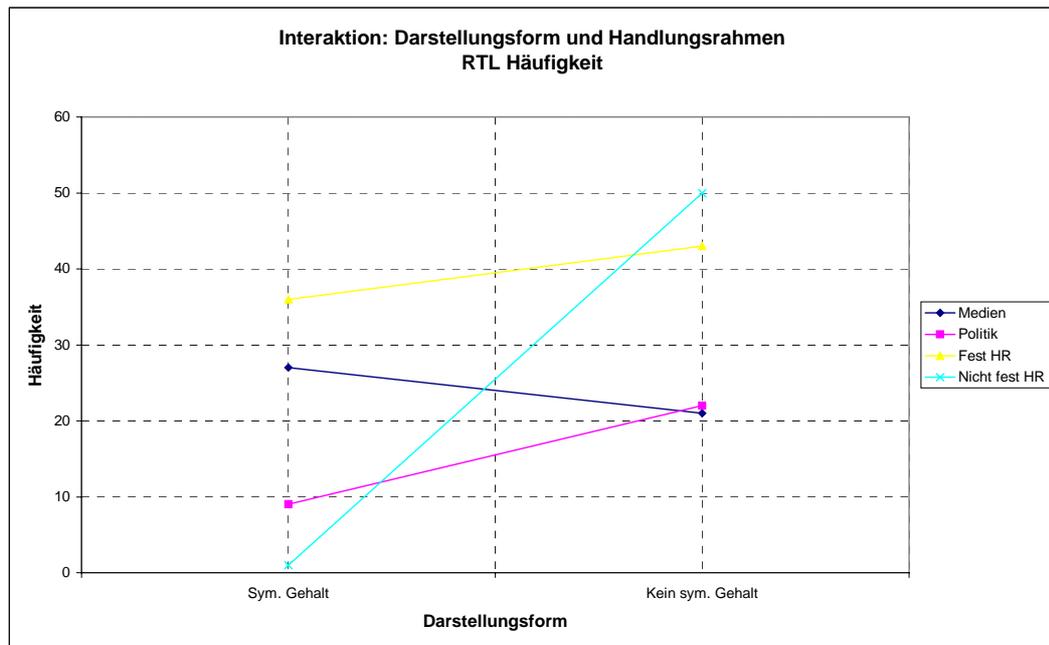


Abb.: 12.5-2

Zwar verhält sich der Zusammenhang zwischen nicht festen Handlungsrahmen und nicht symbolischem Bildmaterial genauso eindeutig wie bei der ARD, die festen Kontexte zeigen aber andere Zusammenhänge. Die Berichterstattung bei RTL über feste, politikzentrierte Anlässe liegt dabei mit deutlicher Mehrheit im Bereich des nicht symbolischen Bildmaterials. Die Berichterstattung über Parlamentsdebatten, Tagungen, politische Konferenzen, Sitzungen usw. weist infolgedessen selten Bildmaterial symbolischen Gehalts auf. Im Bereich der medienzentrierten Handlungskontexte hingegen ist der Großteil des ausgestrahlten Bildmaterials von symbolischem Gehalt. Geplante Interaktionen zwischen Medienvertretern und politischen Akteuren finden daher mehrheitlich im Zusammenhang mit manifesten Symbolen oder symbolischen Gesten statt. Da dieser Zusammenhang als statistisch gesichert zu betrachten ist, lassen diese Ergebnisse auf eine entsprechende Vorbereitung und Inszenierung der jeweiligen Handlungsrahmen schließen.

Die Ergebnisse für NBC unterstützen die beobachteten Tendenzen und zeigen eine noch eindeutigere Verteilung der Ausprägungen:

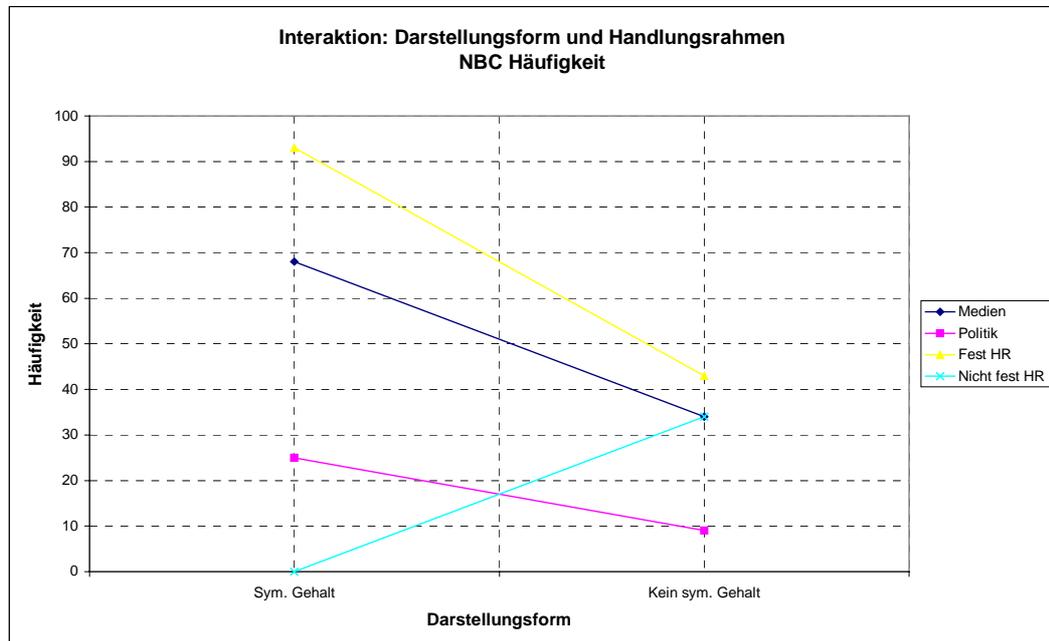


Abb.: 12.5-3

Wie in den Hauptwirkungen erläutert, stammt der Hauptteil der politischen Berichterstattung auf NBC aus festen Handlungskontexten. Nicht vorbereitete Berichterstattung ist in der amerikanischen Nachrichtensendung selten und darüber hinaus als ausschließlich nicht symbolisch zu betrachten. Die Verteilungen der Ausprägungen *Fest-Medien* und *Fest-Politik* zeigen die eindeutige Dominanz von symbolisch angereichertem Bildmaterial. Die Berichterstattung über politikzentrierte Anlässe ist zwar insgesamt deutlich schwächer vertreten, geschieht aber in 25 von 34 Fällen, also zu 74 %, ebenfalls unter Verwendung symbolischen Bildmaterials. Der überwältigende Teil der Berichterstattung des amerikanischen Formats bezieht sich demnach auf medienzentrierte Ereignisse, im Rahmen derer mehrheitlich Bildmaterial symbolischen Gehalts entsteht.

Die Beschreibung der senderspezifischen Erhebungsdaten hat für alle untersuchten Nachrichtensendungen den eindeutigen Zusammenhang zwischen medienzentrierten Anlässen und symbolischem Bildmaterial verdeutlicht. Im Folgenden werden diese Daten daher im Sendervergleich bereitgestellt, wobei aus Gründen der Übersichtlichkeit die Ausprägung *Fest-Medien* konstant gehalten wird:

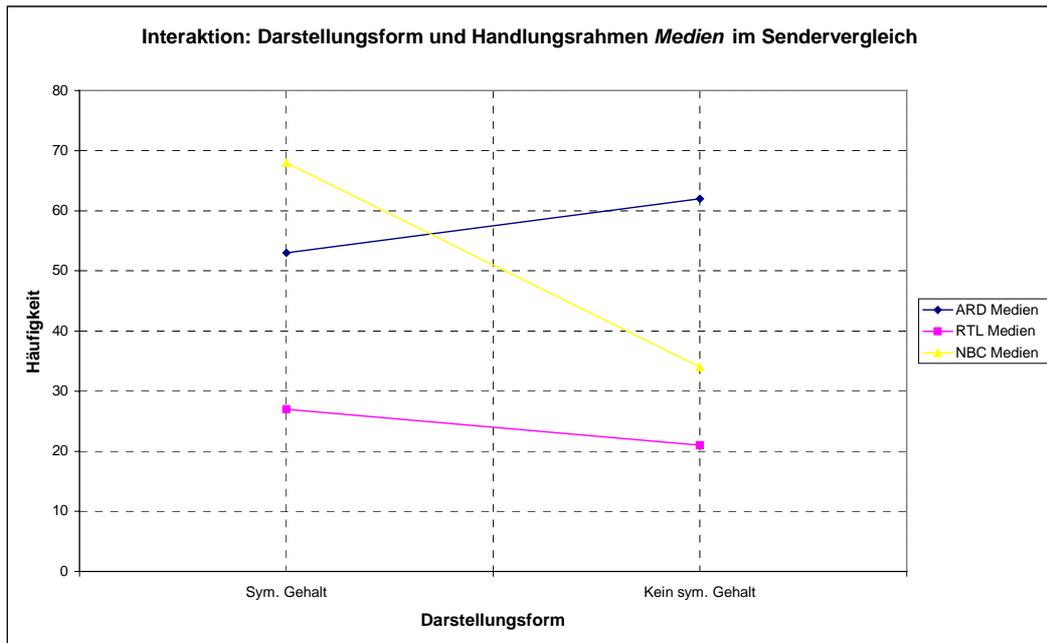


Abb.: 12.5-4

Bei allen untersuchten Nachrichtensendungen lässt sich ein hoher Anteil der Berichterstattung über medienzentrierte Anlässe auf symbolische Darstellungsformen zurückführen. Allein bei ARD ist eine leichte Verschiebung zugunsten nicht-symbolischen Materials festzustellen, die sich bei RTL aber in ihr Gegenteil verkehrt. Demzufolge wird bei dem deutschen Privatsender über die Mehrheit aller medienzentrierten Anlässe mit Bildern symbolischen Gehalts berichtet. Bei NBC verstärkt sich dieses Verhältnis um ein Vielfaches, da der US-amerikanische Sender einen beispiellos hohen Zusammenhang zwischen symbolischem Bildmaterial und medienzentrierten Anlässen aufweist. Setzt man diese Ergebnisse aus den Wechselwirkungen mit dem eingangs beschriebenen Gesamtanteil symbolischer Bilder an der senderspezifischen Berichterstattung in Beziehung, bleibt für alle Sendungen ein starker Zusammenhang zwischen medienzentrierten Handlungsrahmen und symbolischem Bildmaterial festzuhalten. Trotz der unterschiedlichen Verhältnismäßigkeiten in der Interaktion entfällt die deutliche Mehrheit aller in den Sendungen insgesamt vorkommenden, symbolisch angereicherten Bilder auf feste, medienzentrierte Handlungsrahmen. Wenn also symbolische Darstellungsformen verwendet werden, finden sie sich zumeist im Kontext von vorbereiteten Interaktionssituationen zwischen Medienvertretern und politischen Akteuren.

12.6 Interaktion: Darstellungsform - Emotion

Die oben dargestellten Wechselwirkungen legen eine Reihe von Zusammenhängen nahe, die miteinander verknüpft werden müssen, um zu einem Gesamtverständnis der senderspezifischen Politikberichterstattung beitragen. Die beschriebenen Interaktionen weisen eine starke Wirkung zwischen den symbolischen Darstellungsformen und medienzentrierten Handlungsrahmen nach. Darüber hinaus stehen diese Ausprägungen in einem eindeutigen Zusammenhang mit der ersten Führungsebene (vgl. Kapitel 12.1 / 12.2), die gleichzeitig eine starke Wechselwirkung mit der Emotionsausprägung *Freude* aufweist (vgl. Kapitel 12.3). An dieser Stelle wird daher eine Überprüfung der Abhängigkeiten dieser Variablen untereinander vorgenommen. Die Wechselwirkung zwischen den Kategorien *Darstellungsform* und *Emotion* erleichtern die Beleuchtung der Rolle von Emotionen in der politischen Berichterstattung und erweist sich in den senderspezifischen Varianzanalysen durchgehend als höchst signifikant auf dem 99% Niveau. Die Verteilung der Ausprägungen bei der ARD verdeutlichen die Verschiedenartigkeit der Parameterkombinationen:

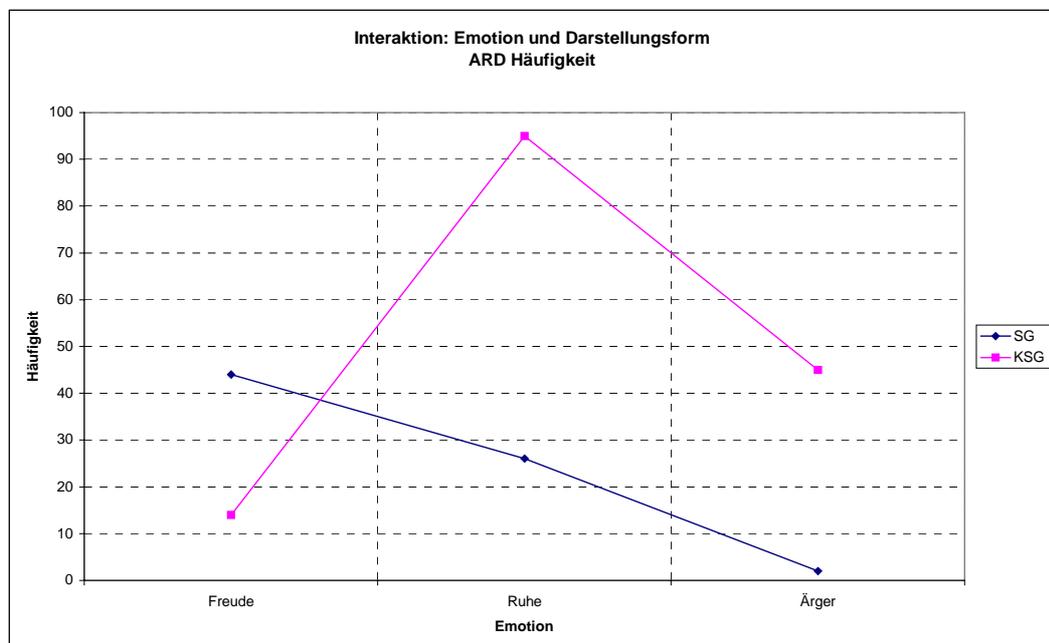


Abb.: 12.6-1

Die Verteilung der Ausprägungen der Kategorie *Emotion* gestaltet sich für beide Darstellungsformen vollständig gegensätzlich. Bildmaterial ohne symbolischen Gehalt kommt demnach hauptsächlich in Verbindung mit der Ausprägung *Ruhe* vor, während es im Zusammenhang mit der Ausprägung *Freude* nahezu gar nicht auftritt.

Die Darstellungsform *Symbolischer Gehalt* weist hingegen einen eindeutigen, hohen Zusammenhang mit der Emotion *Freude* auf, der dann über die anderen Ausprägungen betrachtet kontinuierlich abnimmt. Angesichts des insgesamt eher niedrigen Anteils symbolischen Bildmaterials bei der ARD (vgl. Kapitel 11.2.3) ist die Konzentration von diesem Material auf die Ausprägung *Freude* bemerkenswert. Denn die Emotion *Freude* tritt in 44 von insgesamt 58 Fällen, also zu 76 %, in Kombination mit symbolisch angereichertem Bildmaterial auf. Darüber hinaus lassen sich gezielte Aussagen über die gesamte Verwendung der untersuchten Darstellungsformen treffen. Wenn im Rahmen politischer Berichterstattung symbolisches Bildmaterial auftritt, so geschieht dies in 44 von 72 Fällen, also zu 61 %, in Kombination mit der Emotion *Freude*. Dieser Wert beträgt für die Ausprägung *Ruhe* etwa 36 % und sinkt für *Ärger* auf gerade einmal 2,8 %. Die Ergebnisse für RTL weisen ähnlich Verhältnismäßigkeiten auf:

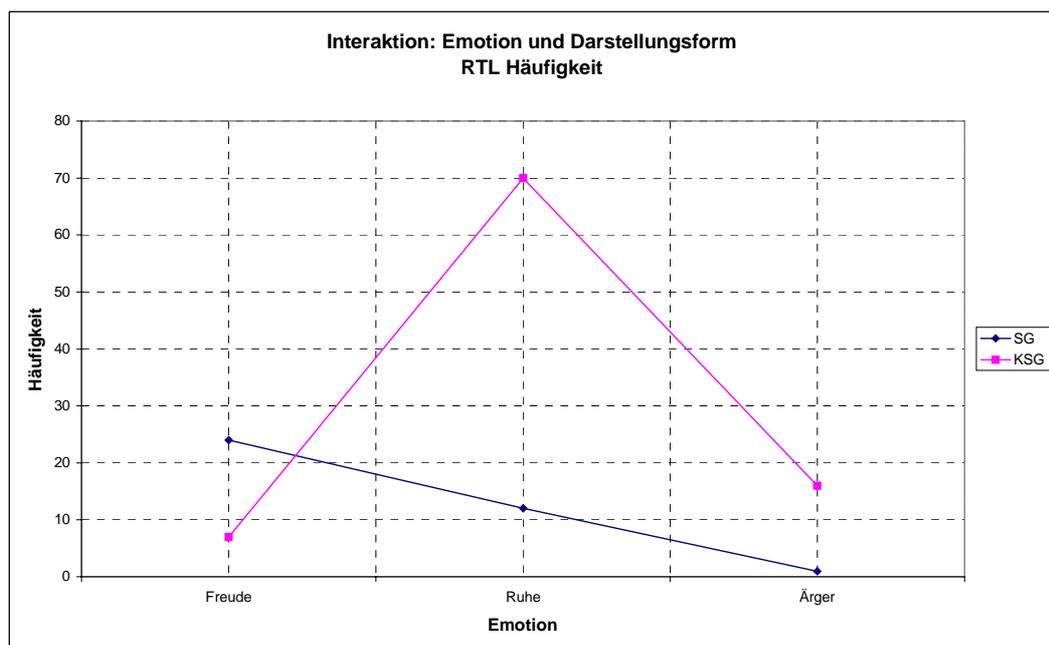


Abb.: 12.6-2

Obschon die absoluten Häufigkeiten variieren, zeigen sich auch bei RTL die beschriebenen Tendenzen. Bildmaterial ohne symbolischen Gehalt kommt besonders häufig in Kombination mit der Ausprägung *Ruhe* vor. Symbolisches Bildmaterial hingegen zeigt einen starken Zusammenhang mit *Freude*, d.h. wird besonders in solchen Situationen produziert und gesendet, in denen politische Akteure Ausdrucksformen von *Freude* zeigen.

Auch NBC News weist ähnliche Tendenzen auf. Aufgrund der bereits in den Hauptwirkungen herausgestellten, hohen absoluten Häufigkeiten von Bildmaterial symbolischen Gehalts, fällt die Verteilung der Kategorie *Darstellungsform* deutlicher aus:

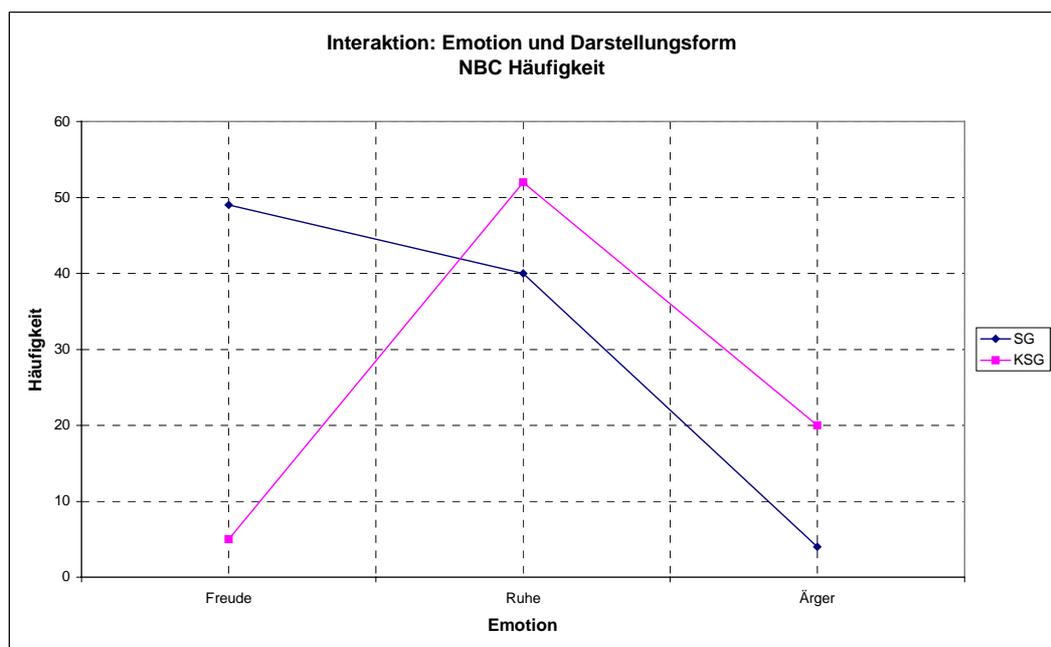


Abb.: 12.6-3

Da bei NBC eine beispiellos starke Verwendung symbolischen Bildmaterials festzustellen ist, liegen die Werte dieser Darstellungsform insgesamt auffällig hoch. Ein großer Teil des Materials, das die Ausprägung *Ruhe* zeigt, ist demnach ebenfalls symbolisch angereichert, die Mehrheit jedoch bleibt wie bei den deutschen Sendeanstalten nicht symbolischen Bildern vorbehalten. Die Emotion *Ärger* ist zum größten Teil auf Bildmaterial ohne symbolischen Gehalt zurückzuführen. Bei der Ausprägung *Freude* geht die Schere der Darstellungsformen weit auseinander.

Wenn Bildmaterial ausgestrahlt wird, das politische Akteure mit Ausdrucksformen der Emotion *Freude* zeigt, geschieht dies in 49 von 54 Fällen, also mehr als 90 %, in Kombination mit symbolischem Bildmaterial.

Die oben beschriebenen Ergebnisse aller untersuchten Nachrichtensendungen zeigen einen durchgehenden Zusammenhang zwischen der Ausprägung *Freude* und der Bildmaterial symbolischen Gehalts. Um die Relationen der Verteilungen von symbolischem und nicht symbolischem Bildmaterial überblicken zu können, wird dieser Zusammenhang noch einmal im Sendervergleich gegenübergestellt:

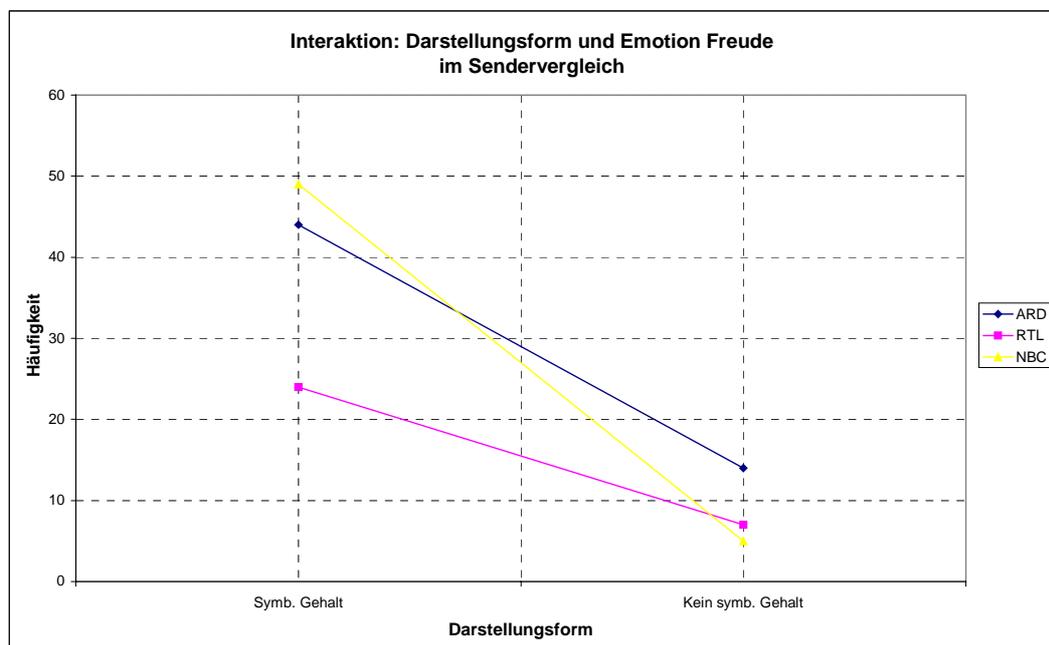


Abb.: 12.6-4

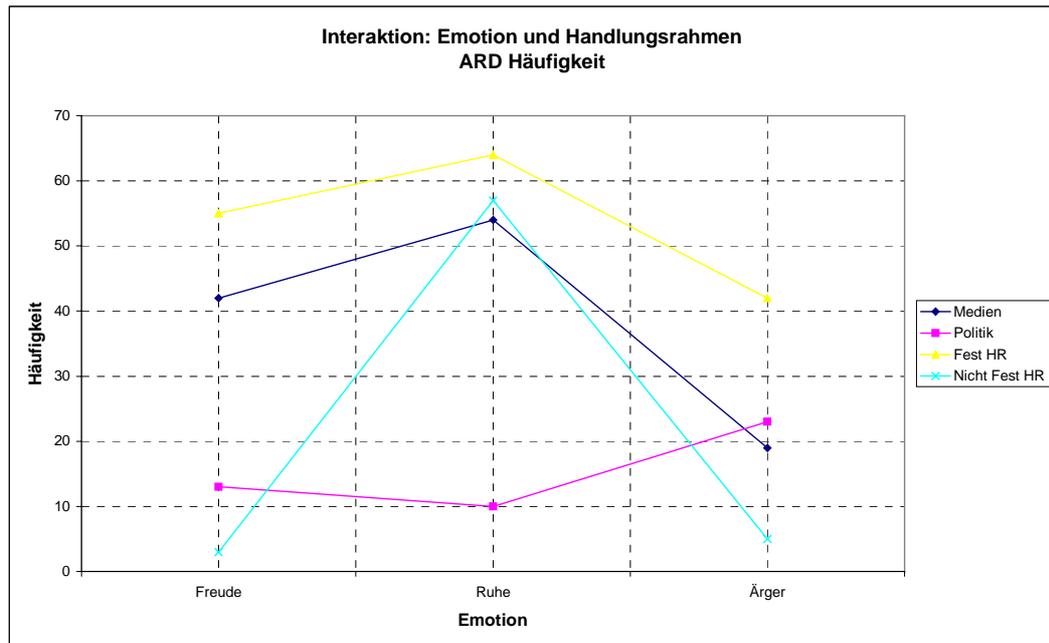
Wie in den senderspezifischen Auswertungen dargestellt, ergibt sich für die Ausprägung *Freude* in allen Nachrichtensendungen ein deutlicher Schwerpunkt auf symbolisch angereichertem Bildmaterial. In Abhängigkeit von der Ausprägung *Freude* ist die Diskrepanz zwischen symbolischem und nicht symbolischen Material im Fall von NBC besonders deutlich, wie die starke Neigung der entsprechenden Funktion belegt. Gleichzeitig ist bei NBC ein auffällig starker Zusammenhang zwischen der Ausprägung *Freude* und der *FE 1* festzuhalten. Es liegt daher nahe, dass die hier gezeigte, starke Wechselwirkung von symbolischem Bildmaterial und der Emotion *Freude* ebenfalls zu einem großen Teil auf die *FE 1* zurückzuführen ist. Gleiches gilt in leichten Abweichungen für die beiden deutschen

Sendeanstalten. Diese Annahmen können jedoch ausschließlich im Rahmen von Dreifachwechselwirkungen bestätigt werden (vgl. Kapitel 13).

12.7 Interaktion: Emotion – Handlungsrahmen

Die Kategorie *Emotion* wurde bereits in ihren Wechselwirkung mit den Parametern *Position* und *Darstellungsform* näher beleuchtet werden (vgl. Kapitel 12.3 / 12.6). An dieser Stelle bleibt nun die Wechselwirkung mit der Kategorie *Handlungsrahmen* zu untersuchen. Die Varianzanalyse belegt für diese Interaktion bei allen drei Sendeanstalten eine statistische Signifikanz auf dem 99% Niveau und erlaubt somit eine gesicherte Rückführung der definierten Emotionen auf die erhobenen Handlungsrahmen. Wiederum sind die Ausprägung des Handlungsrahmens in zwei Stufen unterschieden worden, indem zunächst in den Ausprägungen *Fester Handlungsrahmen* und *Nicht fester Handlungsrahmen* erhoben wird und dann eine genauere Differenzierung der vorbereiteten Handlungsrahmen in *Fest-Medien* und *Fest-Politik* vorgenommen wird.

Wie in den Hauptwirkungen nachgewiesen, zeichnet sich die ARD insgesamt durch einen hohen Anteil an Material aus festen Handlungskontexten sowie einem klaren Schwerpunkt auf *Ruhe* der politischen Akteure aus. Dennoch bilden die Ausprägungen *Ruhe* und *Fester Handlungsrahmen* nicht die stärkste Merkmalskombination:

**Abb.: 12.7-1**

Die Ausprägung *Ruhe* erscheint mit leichter Mehrheit in Verbindung mit nicht festen Handlungskontexten. Da diese Verteilung bei den Ausprägungen *Freude* und *Ärger* nahezu auf den Nullpunkt sinkt, ist festzuhalten, dass die große Mehrheit des Materials aus nicht festen Handlungsrahmen gleichzeitig die Ausprägung *Ruhe* aufweist. Die Berichterstattung bei festen, medienzentrierten Anlässen tritt zwar ebenfalls häufig in Kombination mit *Ruhe* auf, zeigt aber gleichzeitig einen starken Zusammenhang mit der Emotion *Freude*. Im Zusammenhang mit medienzentrierten Anlässen wie z.B. Pressekonferenzen, Fototerminen, Interviews usw. zeigen politische Akteure folglich nahezu genauso häufig *Freude* wie *Ruhe*. *Ärger* ist erwartungsgemäß in diesen Situationen selten und eher den festen, politischen Kontexten vorbehalten. Von allen unterschiedenen Handlungsrahmen tritt die Emotion *Ärger* verstärkt in politikzentrierten Kontexten auf, wo sie sich beispielsweise in Form von Meinungsverschiedenheiten bei Parlamentsdebatten niederschlägt. *Freude* ist in diesem Handlungsrahmen erwartungsgemäß geringer vorhanden.

RTL hat einen insgesamt hohen Anteil an Material aus nicht festen Handlungsrahmen aufzuweisen, der sich wie bei der ARD zum größten Teil auf die Ausprägung *Ruhe* zurückführen lässt:

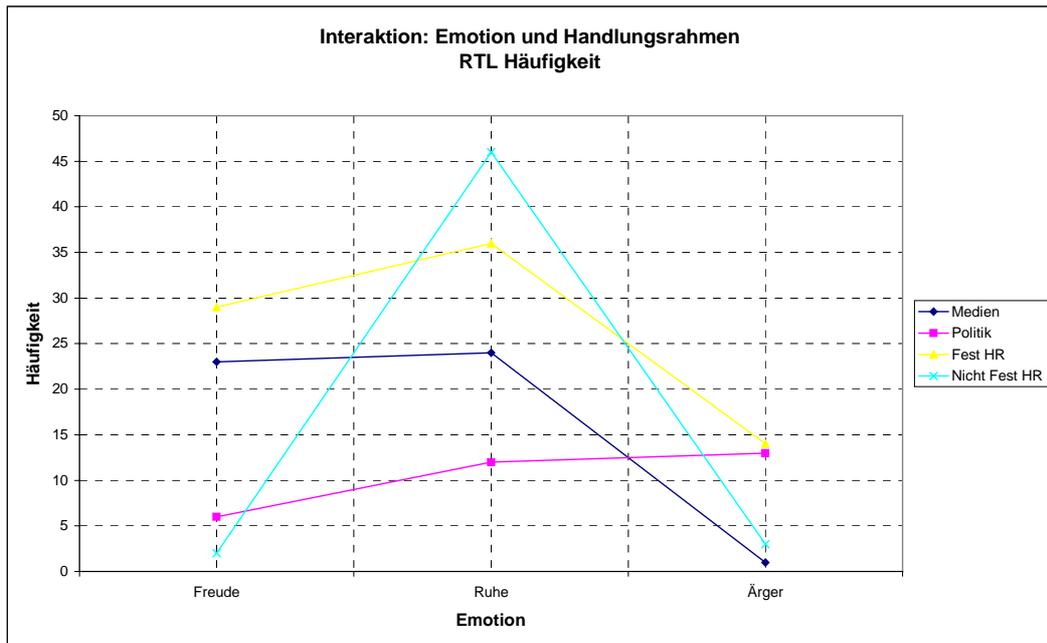
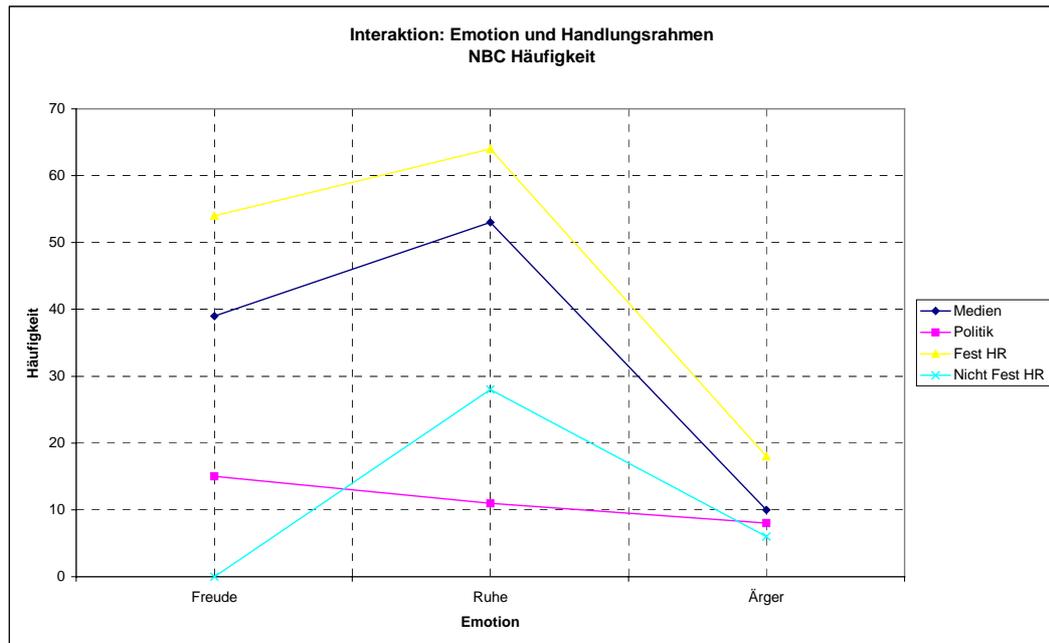


Abb.: 12.7-2

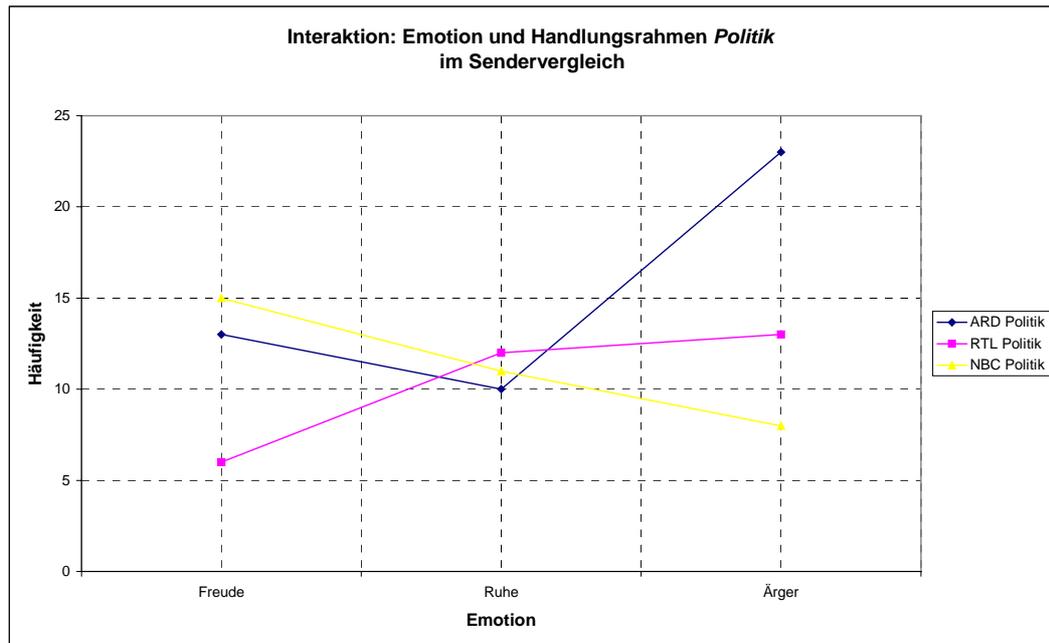
Aufgrund des geringeren Politikanteils bewegt sich die Verteilung von RTL auf einem niedrigerem Niveau als bei der ARD, aber dennoch lassen sich ähnliche Tendenzen beobachten. Eine bedeutende Abweichung betrifft vor allem stärkere Gewichtung der *Freude* in medienzentrierten Handlungskontexten. In der insgesamt stark ausgeprägten Berichterstattung über medienzentrierte Nachrichtenansätze werden politische Akteure ähnlich häufig in Kombination mit der Ausprägung *Ruhe* wie mit der Emotion *Freude* gezeigt. Die Ausprägung *Ärger* ist hingegen in diesen Kontexten nahezu nicht vorhanden. Der überwiegende Teil der erhobenen Emotion *Ärger* betrifft die Berichterstattung über politikzentrierte Zusammenhänge.

Trotz des insgesamt hohen Politikanteils in der Sendung zeigt NBC über alle Handlungskontexte betrachtet die geringste Erhebung der Ausprägung *Ärger*. Auffällig ist ebenfalls der geringe Anteil des Sendematerials aus dem Bereich der nicht festen Handlungskontexte, die nur in Verbindung mit der Ausprägung *Ruhe* auftreten:

**Abb.: 12.7-3**

Wie auch im Fall der beiden deutschen Sendeanstalten ergibt sich ein deutlicher Zusammenhang der Emotion *Freude* und dem Handlungsrahmen *Fest-Medien*. In der Berichterstattung treten politische Akteure demnach mehrheitlich im Rahmen von medienzentrierten Anlässen auf und zeigen in einem großen Teil dieser Fälle Ausdrucksformen der Freude. Anders als bei ARD und RTL spielt *Freude* bei NBC auch im Zusammenhang mit festen, politischen Handlungsrahmen eine stärkere Rolle. In der absoluten Häufigkeit liegt die Berichterstattung über politikzentrierte Anlässe zwar deutlich hinter den medienzentrierten Ereignissen zurück, aber auch in diesen Kontexten ist die Ausprägung *Freude* die stärkste aller erhobenen Emotionen.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass sich die Wechselwirkung der Kategorien *Emotion* und *Handlungsrahmen* in der Berichterstattung der drei Sendeanstalten nur im Bereich der festen, politikzentrierten Anlässe deutlich unterscheidet:

**Abb.: 12.7-4**

Die beiden deutschen Sendeanstalten zeigen in der Berichterstattung über feste, politikzentrierte Anlässe eine verstärkte Bedeutung der Ausprägung *Ärger*. NBC hingegen weist auch in diesen Kontexten einen starken Zusammenhang mit der *Emotion Freude* auf. Während sich in diesen beiden Endpunkten gegensätzliche Ergebnisse abzeichnen, bildet die Ausprägung *Ruhe* bei allen Sendern den mittleren Wert. Die Unterschiede in der Berichterstattung betreffen damit in erster Linie die Stärke der Ausprägungen *Freude* und *Ärger* in Bezug auf feste, politikzentrierte Handlungsrahmen.

Die untersuchten Sendeanstalten zeigen demnach in den Handlungskontexten *Fest-Medien* und *Nicht-Fest* ähnliche Ergebnisse, die sich notwendigerweise in der Höhe ihrer Häufigkeiten, nicht aber in ihrer Verteilung und Relationen zueinander unterscheiden. Die nicht festen Handlungsrahmen zeigen bei allen Sendeanstalten einen deutlichen Zusammenhang mit der Ausprägung *Ruhe*, während eine Kombination mit *Freude* und *Ärger* selten oder gar nicht vorkommt. Für den Bereich der medienzentrierten Handlungsrahmen lässt sich senderübergreifend ein vermehrtes Auftreten der Ausprägung *Freude* feststellen. Sowohl die Ausprägung *Freude* als auch die Unterkategorie des medienzentrierten Handlungsrahmens haben in den vorherigen Wechselwirkungen starke Zusammenhänge mit der ersten Führungsebene als auch mit symbolischem Bildmaterial gezeigt. In Anknüpfung

an die Ergebnisse der vorliegenden Interaktionen lässt sich daher annehmen, dass ein großer Teil der Kombination aus *Freude* und dem Handlungsrahmen *Fest-Medien* ebenfalls auf die politische Führungsspitze zurückzuführen ist. Darüber hinaus könnte ein Zusammenhang zwischen den Variablen *Emotion*, *Handlungsrahmen* und *Darstellungsform* bestehen. Die jeweiligen Auswirkungen der genannten Variablen sind jedoch nur im Rahmen von Dreifachwechselwirkungen zu überprüfen (vgl. Kapitel 13).

12.8 Weitere Wechselwirkungen

Auf die formal noch möglichen Wechselwirkungen zwischen *Kameraeinstellung / Darstellungsform*, *Kameraeinstellung / Emotionen* und *Kameraeinstellung / Handlungsrahmen* wird an dieser Stelle verzichtet. Unter dem Aspekt des formulierten Forschungsinteresses sind diese Wechselwirkungen von untergeordnetem Interesse. Darüber hinaus konnte im Rahmen der Varianzanalysen keine senderübergreifende statistische Bedeutung nachgewiesen werden. Somit sind keine durchgängigen gesicherten Aussagen im Rahmen einer Ergebnisdiskussion dieser Wechselwirkungen gewährleistet. Der Vollständigkeit halber wurden jedoch auch diese Wechselwirkungen grafisch ausgearbeitet und werden im Anhang zur Verfügung gestellt.

13. Ergebnisse der Dreifach-Wechselwirkungen

Die Auswertungen der zweifachen Wechselwirkungen weisen an verschiedenen Stellen auf weiterführende Zusammenhänge hin, die nur im Rahmen einer Ermittlung von dreifachen Wechselwirkung konkretisiert werden können. Die Verknüpfungen dreifacher Wechselwirkungen ergänzen die Ergebnisse aus den zweifachen Interaktionen um eine weitere Dimension und erlauben auf diese Weise einen Einblick in das multifaktorielle Zusammenspiel verschiedener Variablen. Zu diesem Zweck sind Dreifachwirkungen der definierten Variablen errechnet und durch entsprechende Varianzanalysen auf ihre statistische Signifikanz überprüft worden. Dabei hat sich insbesondere die Wechselwirkung zwischen den Parametern *Handlungsrahmen*, *Darstellungsform* und *Emotion* als hochsignifikant herausgestellt. Die folgenden Grafiken integrieren und erklären die Beziehung dieser drei Variablen untereinander. Aus Gründen der grafischen Darstellbarkeit wird dabei jeweils eine Ausprägung konstant gehalten. Aufgrund der vielfältigen Darstellungsmöglichkeiten aller Ausprägungen der entsprechenden Variablen, werden an dieser Stelle nur einige ausgewählte Zusammenhänge vorgestellt. Die nicht explizit diskutierten Kombinationsmöglichkeiten verschiedener Ausprägungen werden jedoch im Anhang beigelegt.

13.1 Dreifach-Wechselwirkung:

Handlungsrahmen-Darstellungsform-Emotion

In den bereits erläuterten zweifachen Wechselwirkungen hat sich für die Ausprägung Handlungsrahmen *Fest-Medien* sowohl ein Zusammenhang mit der Darstellungsform *Symbolischer Gehalt* als auch mit der Emotion *Freude* bestätigt. Das Zusammenwirken dieser Faktoren in ihrer Dreifachwechselwirkung erweist sich in der Varianzanalyse für alle untersuchten Sendeanstalten als hochsignifikant und wird nun im Rahmen einer Betrachtung der einzelnen Zusammenhänge zu beleuchten sein. Um alle relevanten Daten in die zweidimensionalen Grafiken integrieren zu können, wird die Auswertung in den grafischen Darstellung für den Handlungsrahmen *Fest-Medien* konstant gehalten.

Die folgende Grafik zeigt die Verteilungen der Variablen *Emotion* und *Darstellungsform* im Zusammenhang mit medienzentrierten Handlungsrahmen bei der ARD:

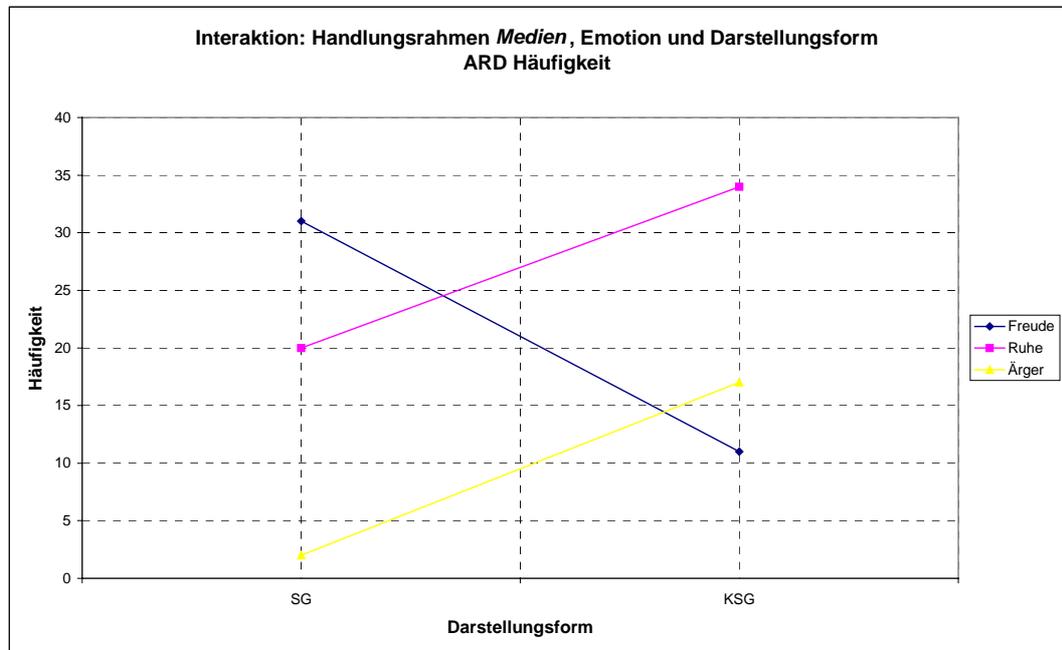


Abb.: 13.1-1

Insgesamt sind die Ausprägungen *Freude* und *Ruhe* in medienzentrierten Handlungskontexten deutlich häufiger vertreten als *Ärger*. In Kombination mit der Variablen *Darstellungsform* ergibt sich dabei eine eindeutige Differenzierung. Die Berichterstattung über medienzentrierte Ereignisse weist nahezu ausschließlich in der Darstellungsform des nicht symbolischen Bildmaterials die Emotion *Ärger* auf. Symbolisches Bildmaterial, das im Zusammenhang mit medienzentrierten Handlungsrahmen entsteht, tritt hingegen mehrheitlich in Kombination mit der Emotion *Freude* auf. *Ruhe* tritt teilweise auch mit symbolischem Bildmaterial in medienzentrierten Kontexten auf, kommt aber mehrheitlich in Kombination mit nicht symbolischem Bildmaterial vor.

Wenn politische Akteure in medienzentrierten Handlungsrahmen Ruhe zeigen, ist im Bereich der Darstellungsformen kaum ein symbolischer Gehalt der Berichterstattung festzustellen. Bei Medienauftritten, in denen politische Akteure

Freude zeigen, lässt sich Gegenteiliges erkennen. Für die Emotion *Freude* ergibt sich eine starke Wechselwirkung mit den Ausprägung *Symbolischer Gehalt* und *Fest-Medien*. Die Ergebnisse dokumentieren, dass vorbereitete Interaktionen zwischen Medien und Politikern auffällig häufig symbolischen Gehalt aufweisen und darüber hinaus zumeist über Zusammenhänge berichten, in denen politische Akteure Freude zeigen.

Für RTL ergibt sich ein ähnliches Bild:



Abb.: 13.1-2

Die Verteilung für RTL bestätigt die beobachteten Tendenzen und liefert ähnliche Ergebnisse wie die Auswertung der ARD Daten. Die beschriebenen Zusammenhänge für die Ausprägungen *Ruhe* und *Freude* fallen bei dem deutschen Privatsender sogar stärker aus. In 31 von 42 (74 %) der Situationen, in denen politische Akteure *Freude* in medienzentrierten Handlungskontexten zeigen, ist das verwendete Bildmaterial von symbolischem Gehalt. Von den insgesamt 54 Bildern, die *Ruhe* aufweisen, entfallen 34 (73 %) auf nicht symbolisches Bildmaterial. Die Ausprägungen *Freude* und *Ruhe* weisen damit vollständig gegensätzliche Schwerpunkte auf, was sich in der scherenförmigen Verteilung der Daten niederschlägt. In Anknüpfung an die beteiligten Hauptwirkungen lässt sich für die Dar-

stellungsform des symbolischen Bildmaterials eine eindeutige Verteilung feststellen, obwohl diese Ausprägung in ihrer absoluten Häufigkeit der des nicht symbolischen Materials unterlegen ist. Wenn symbolisches Bildmaterial verwendet wird, geschieht dies mehrheitlich in Verbindung mit medienzentrierten Kontexten und der Emotion *Freude*.

Der amerikanische Privatsender NBC weist einen insgesamt höheren, absoluten Anteil an symbolischem Bildmaterial auf, was sich notwendigerweise auch in den Zusammenhängen der entsprechenden Dreifachwechselwirkungen niederschlägt:

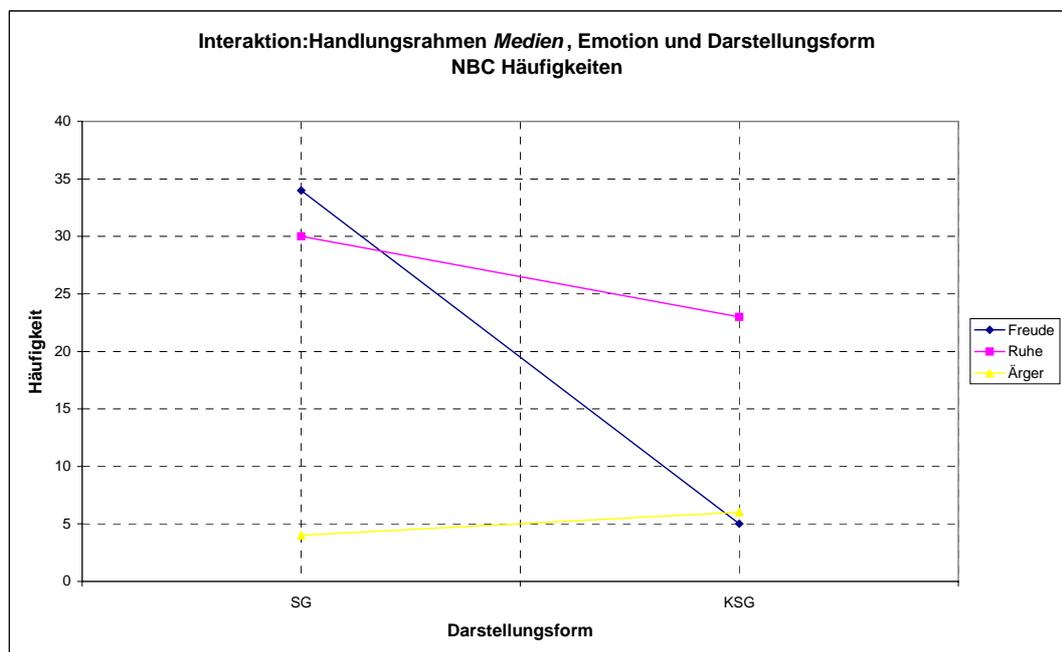


Abb.: 13.1-3

Die erhobenen Werte für symbolisches Bildmaterial liegen sowohl in Kombination mit *Freude* als auch mit *Ruhe* in medienzentrierten Handlungsrahmen auffällig hoch. Im Gegensatz zu den beiden deutschen Sendeanstalten zeigt NBC bei dieser Ausprägungen einen stärkeren Zusammenhang mit symbolischem als mit nicht symbolischem Bildmaterial. Nur die Ausprägung *Ärger*, die jedoch eine geringe Fallzahl aufweist, kommt häufiger in Kombination mit der Darstellungsform *Kein Symbolischer Gehalt* vor. Beide anderen Ausprägungen der Variable Emotion haben einen klaren Schwerpunkt auf symbolischem Material, wobei dieser Schwerpunkt insbesondere bei *Freude* hervorsticht. In der Berichterstattung über me-

dienzentrierte Kontexte verwendet NBC folglich vorrangig symbolisches Bildmaterial, in dem politische Akteure die Ausprägungen *Ruhe* oder *Freude* zeigen.

Für alle untersuchten Sendeanstalten konnten die aus den zweifachen Wechselwirkungen abgeleiteten Annahmen bestätigt werden. Der starke Zusammenhang zwischen den Variablen *Darstellungsform*, *Emotion* und *Handlungsrahmen* setzt sich damit in der Dreifachwechselwirkung fort. Gleichzeitig wird für alle Formate ein großer Anteil medienzentrierter Handlungsrahmen beobachtet. Die Berichterstattung der drei Sendeanstalten beinhaltet damit zu einem großen Teil medienzentrierte Anlässe und zeigt darüber hinaus eine auffällig starke Kombination von diesem Kontext mit der Emotion *Freude* sowie symbolischem Bildmaterial.

Die Berichterstattung in festen, politische Handlungsrahmen weist in der Ausprägung *Freude* eine ähnliche Systematik auf, auch wenn sie insgesamt wesentlich seltener vorkommt. Die folgende Grafik zeigt diesen Zusammenhang im Sendervergleich und stellt die Kategorie *Darstellungsform* als Funktion eines konstant gehaltenen Handlungsrahmens und einer konstant gehaltenen Emotion dar. Gezeigt wird damit die Verteilung der beiden Darstellungsformen in medienzentrierten Kontexten und in Kombination mit der Emotion *Freude*:

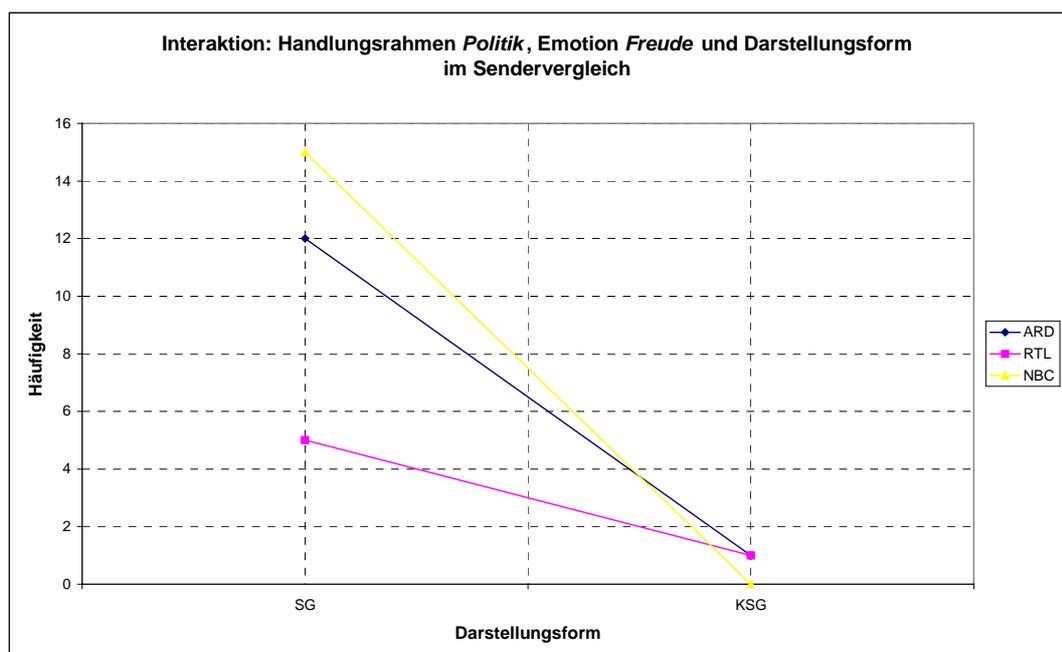


Abb.: 13.1-4

In der Berichterstattung über politikzentrierte Handlungskontexte, in denen politische Akteure *Freude* zeigen, dominieren deutlich Bilder mit symbolischen Gehalt. Insgesamt zeigt NBC den höchsten Wert für diese Kombination der Ausprägungen, was ebenfalls auf den großen Gesamtanteil symbolischen Materials bei diesem Sender zurückzuführen ist. Die Kombination von nicht symbolischem Bildmaterial und der Emotion *Freude* spielt in diesen Kontexten hingegen nur eine marginale Rolle.

Diese Verteilung verändert sich erheblich im Zuge einer Rückführung auf die Ausprägung *Ruhe*:

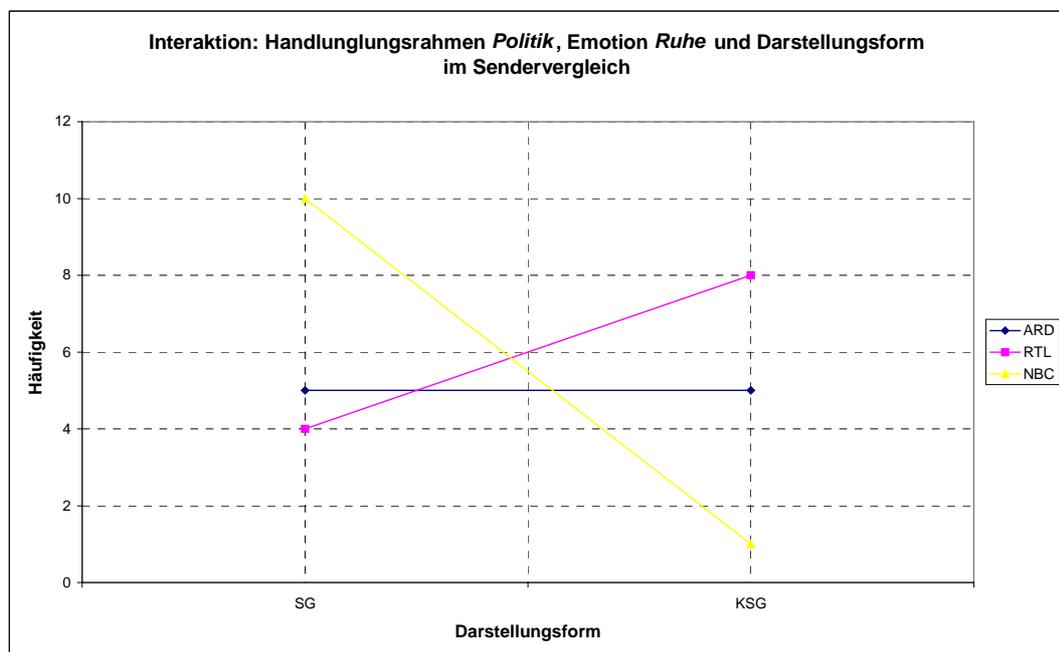


Abb.: 13.1-5

In der zweifachen Wechselwirkung der Variablen *Handlungsrahmen* und *Emotion* zeigen alle Sendeanstalten einen ähnlich starken Zusammenhang zwischen *Ruhe* und politikzentrierten Handlungsrahmen (vgl. Kapitel 12.7). Die Verteilung der Dreifachwirkungen decken jedoch die Unterschiede zwischen den einzelnen Sendern auf. ARD weist eine nahezu gleichförmige Verteilung der beiden Darstellungsformen mit leichter Verschiebung zugunsten des symbolischen Bildmaterials auf. Bei RTL hingegen ist die Berichterstattung über politikzentrierte Anlässe mehrheitlich durch die Kombination mit der Ausprägungen *Ruhe* und nicht symbolischem Bildmaterial gekennzeichnet. Bei NBC kehrt sich diese Beziehung

der Ausprägungen in ihr Gegenteil. Der amerikanische Sender vermittelt politische Kontexte in Kombination mit Ruhe nahezu ausschließlich unter Verwendung symbolischen Bildmaterials. Die untersuchten Sendeanstalten zeigen damit unterschiedliche Vorgehensweisen und vollständig abweichende Zusammenhänge zwischen den Variablen.

Wiederum anders verhält sich das Zusammenwirken der Parameter im Zusammenhang mit der Ausprägung Ärger:

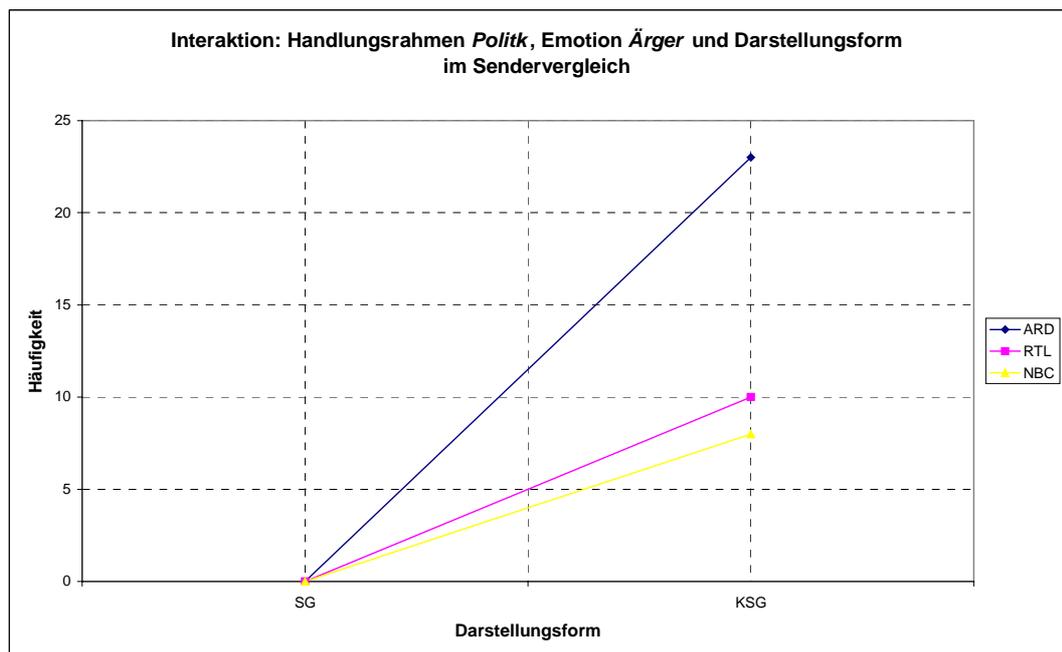


Abb.: 13.1-6

In den zweifachen Wechselwirkungen zeigt sich bereits die stark divergierenden Häufigkeiten der Emotion Ärger in festen, politischen Handlungsrahmen (vgl. Kapitel 12.7). In der Kombination mit der Variablen *Darstellungsform* überrascht jedoch die Gleichförmigkeit der senderübergreifenden Verteilung. In allen untersuchten Sendeanstalten ist die Ausprägung *Ärger* in festen, politischen Kontexten ausschließlich in Verbindung mit nicht-symbolischem Bildmaterial vorhanden. In dieser konsequenten Rückführung auf eine bestimmte Darstellungsform erscheint die grafische Ausarbeitung fast als Spiegelbild der unter *Handlungsrahmen Politik - Freude* ausgearbeiteten Dreifachwirkung (vgl. Abb.: 13.1-4). Wenn politische Akteure *Ärger* in politikzentrierten Zusammenhängen zeigen, ist die Bericht-

erstattung folgerichtig durchweg als nicht symbolisch zu betrachten. Trotz des grundsätzlich planbaren Kontakts mit den Medien wird an dieser Stelle die Berichterstattung offensichtlich nicht symbolisch angereichert.

Im Vergleich aller beschriebenen Kombinationen von Ausprägungen zeigen sich für beide deutsche Sendeanstalten ähnliche Wechselwirkungen in unterschiedlichen Ausmaßen. In festen, medienzentrierten Kontexten tritt *Freude* in Form von symbolischem Material und *Ruhe* in Kombination mit nicht symbolischem Bildmaterial auf. In festen, politischen Handlungsrahmen treten bei beiden deutschen Sendern *Ruhe* und *Ärger* mehrheitlich in Form von nicht symbolischen Bildern auf, während *Freude* einen starken Zusammenhang mit Bildern symbolischen Gehalts aufweist. Der amerikanische Sender NBC ist eine gesamte Verschiebung zugunsten des symbolischen Bildmaterials gekennzeichnet. Infolgedessen werden sowohl *Ruhe* als auch *Freude* in politik- wie auch medienzentrierten Handlungsrahmen vorrangig in Form symbolischen Bildmaterials dargestellt.

13.2 Dreifach-Wechselwirkung:

Emotion – Position – Handlungsrahmen

Die Betrachtungen der beschriebenen Dreifachwechselwirkung konnte ein starkes wechselseitiges Zusammenwirken der Variablen *Emotion*, *Darstellungsform* und *Handlungsrahmen* belegen. Gleichzeitig fällt im Rückgriff auf die Ergebnisse der entsprechenden zweifachen Wechselwirkungen für alle drei Variablen ein starker Zusammenhang mit der Kategorie *Position* auf. Insbesondere die erste Führungsebene zeigt eindeutige Ausprägungen in Bezug auf medienzentrierte Kontexte, symbolisches Bildmaterial und Freude. Im Folgenden wird daher versucht, den Einfluss der verschiedenen Führungsebenen auf das Zusammenspiel der untersuchten Variablen zurückzuverfolgen. Zunächst wird die Dreifachwechselwirkung der Parameter *Emotion*, *Position* und *Handlungsrahmen* untersucht. In der Varianzanalyse erweist sich dieser Zusammenhang für alle untersuchten Sendeanstalten als stark signifikant.

Die folgende Grafik zeigt die Verteilung der Variablen *Emotion* über die jeweiligen *Position* bei konstant gehaltenem, medienzentriertem Handlungsrahmen:

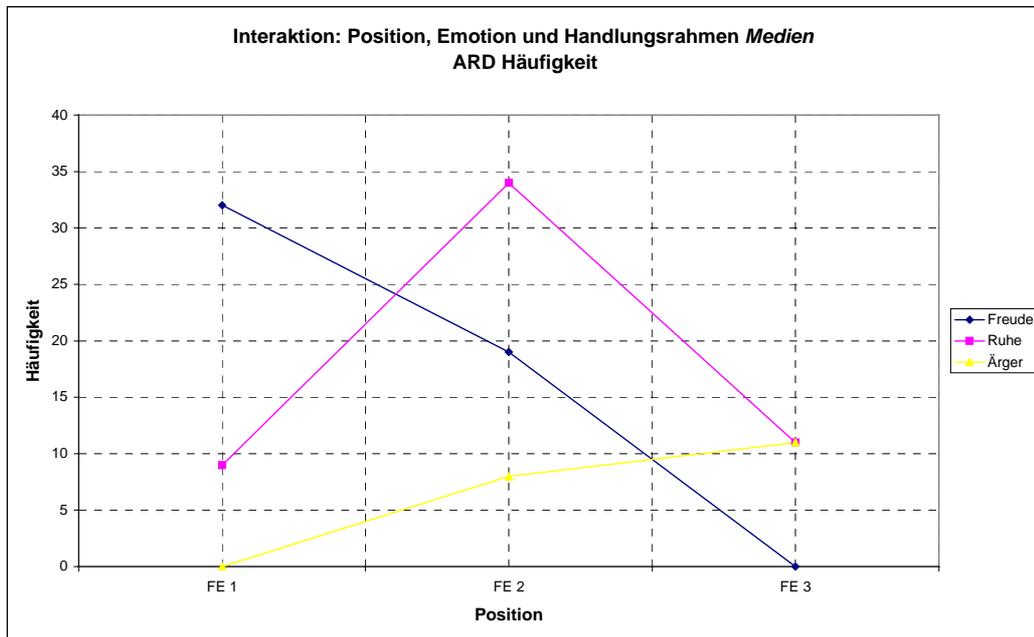


Abb.: 13.2-1

Die Verteilung der Daten von ARD nimmt für jede Ausprägung der Kategorie *Emotion* in medienzentrierten Handlungsrahmen einen vollständig unterschiedlichen Verlauf. Die Emotion *Ärger* liegt bei der Führungsspitze auf dem Nullpunkt und steigt kontinuierlich mit sinkender Führungsebene. Die insgesamt am schwächsten vertretene Ausprägung *Ärger* erreicht damit ihren höchsten Wert in Kombination mit der dritten Führungsebene, die zu gleichen Teilen *Ärger* und *Ruhe* aufweist. Der stärkste Zusammenhang für *Ruhe* in medienzentrierten Kontexten ergibt sich mit der zweiten Führungsebene. Bundespolitische Akteure treten dabei mehrheitlich in Kombination mit *Ruhe* in medienzentrierten Kontexten auf, zeigen weniger häufig *Freude* und wiederum seltener *Ärger*. Die auffällig starke Präsenz des Bundeskanzlers in medienzentrierten Handlungsrahmen ist durch eine eindeutige Verteilung der Daten gekennzeichnet. Der Bundeskanzler wird in 32 von insgesamt 41 Fällen (78 %) in medienzentrierten Kontexten in Verbindung mit *Freude* dargestellt. Der starke Zusammenhang zwischen den Ausprägungen *FE1*, *Freude* und medienzentrierten Handlungskontexten ist damit als belegt zu betrachten.

Die beschriebenen Verteilungen dieser dreifachen Wechselwirkung zeigen im Fall von RTL identische Tendenzen an und werden daher nicht noch einmal gesondert behandelt. Dennoch sind auch diese Zusammenhänge grafisch ausgearbeitet worden und werden im Anhang zur Verfügung gestellt. Für den amerikanischen Privatsender ergeben sich hingegen andere Verteilungsverhältnisse:

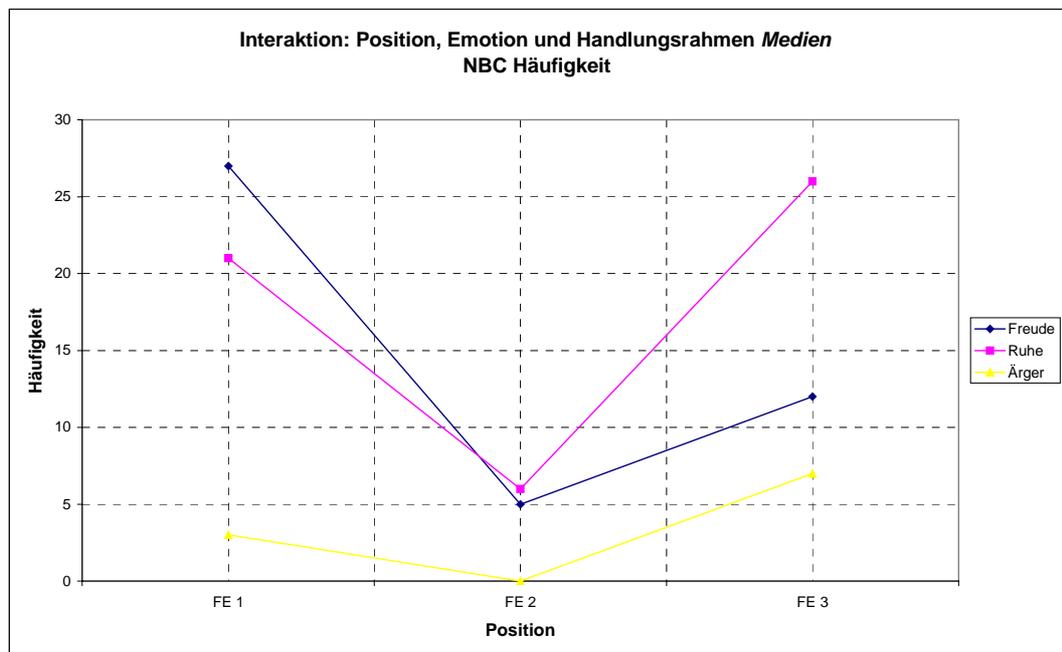


Abb.: 13.2-2

Die in den Hauptwirkungen herausgestellte starke Präsenz des amerikanischen Präsidenten in der Berichterstattung und die hohen absoluten Werte der Emotion *Freude* prägen das Bild dieser Dreifachwechselwirkung. In medienzentrierten Handlungskontexten zeigt die politische Führungsspitze mehrheitlich die Emotion *Freude*. Die Auftritte des Präsidenten finden damit nicht nur in erster Linie im Rahmen vorbereiteter Interaktionen mit Medienvertretern statt, sondern weisen auch einen hohen Anteil der Ausprägung *Freude* auf. Auch die Ausprägung *Ruhe* kommt in Kombination mit der amerikanischen Führungsspitze und medienzentrierten Kontexten häufig vor, während *Ärger* äußerst selten zu beobachten ist. Die insgesamt schwach vertretene zweite Führungsebene zeigt sich mit knapper Mehrheit in Kombination mit *Ruhe*. Diese Ausprägung gewinnt stark an Bedeutung im Zusammenhang mit der ungleich stärkere Präsenz der dritten Führungsebene. Akteure diese Ebene treten mit großer Mehrheit in Kombination mit *Ruhe*

auf. Die Werte für *Freude* und *Ärger* liegen hier verhältnismäßig niedrig. Es gilt jedoch zu berücksichtigen, dass die Ausprägung *Ärger* bei NBC insgesamt sehr niedrig liegt, sich auf diesem Niveau aber auf die dritte Führungsebene konzentriert. Diese Beobachtung wird weiter unterstützt durch eine Betrachtung dieser Verteilungen für feste, politikzentrierte Kontexte:

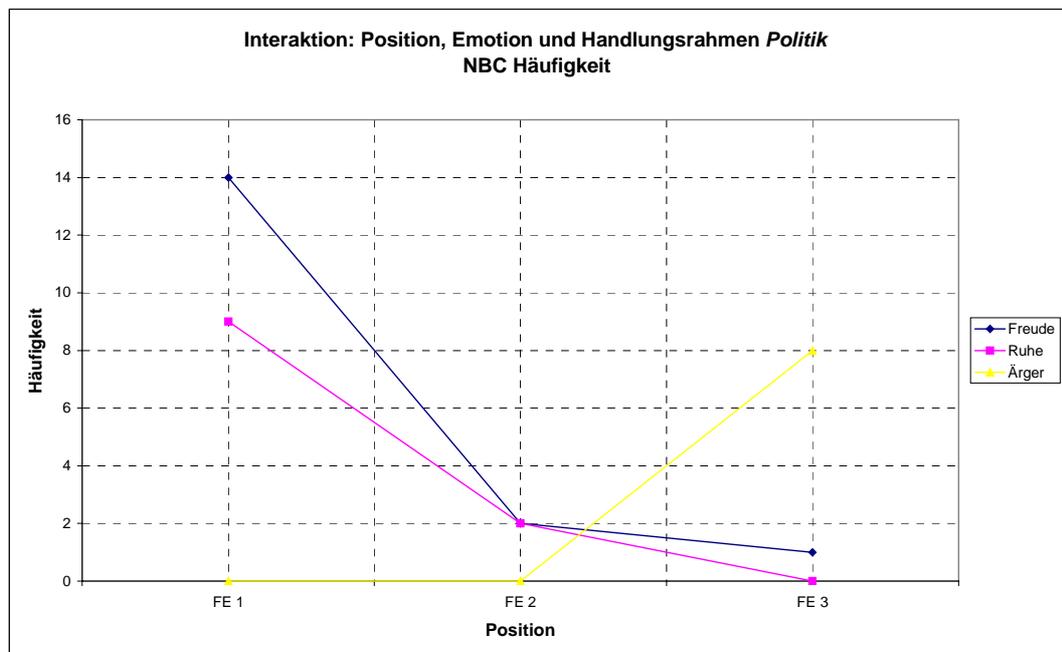


Abb.: 13.2-3

Wiederum ist die Verteilung der Ausprägung *Ärger* auffällig eindeutig. Wenn sie auch insgesamt nur einen kleinen Teil der Berichterstattung ausmacht, so konzentriert sie sich doch in politikzentrierten Handlungskontexten ausschließlich auf die dritte Führungsebene. Sowohl bei der ersten als auch bei der zweiten Führungsebene spielen hingegen nur *Freude* und *Ruhe* eine Rolle, wobei die zweite Führungsebene in den insgesamt seltenen Fällen ihrer Berücksichtigung ein ausgeglichenes Maß dieser Ausprägungen aufweist. Die politische Führungsspitze hingegen tritt in der Mehrheit aller politischen Kontexte in Verbindung mit der *Emotion Freude* auf. Medienauftritte des amerikanischen Präsidenten in politischen Kontexten finden in 14 von 23 Fällen (61 %) in Kombination mit der Emotion *Freude* statt und zeigen die amerikanische Führungsspitze in nur neun Fällen mit der Ausprägung *Ruhe*.

Für den deutschen Bundeskanzler ergeben sich ebenfalls in politikzentrierten Handlungsrahmen ähnliche Ergebnisse wie in festen, medienzentrierten Kontexten:

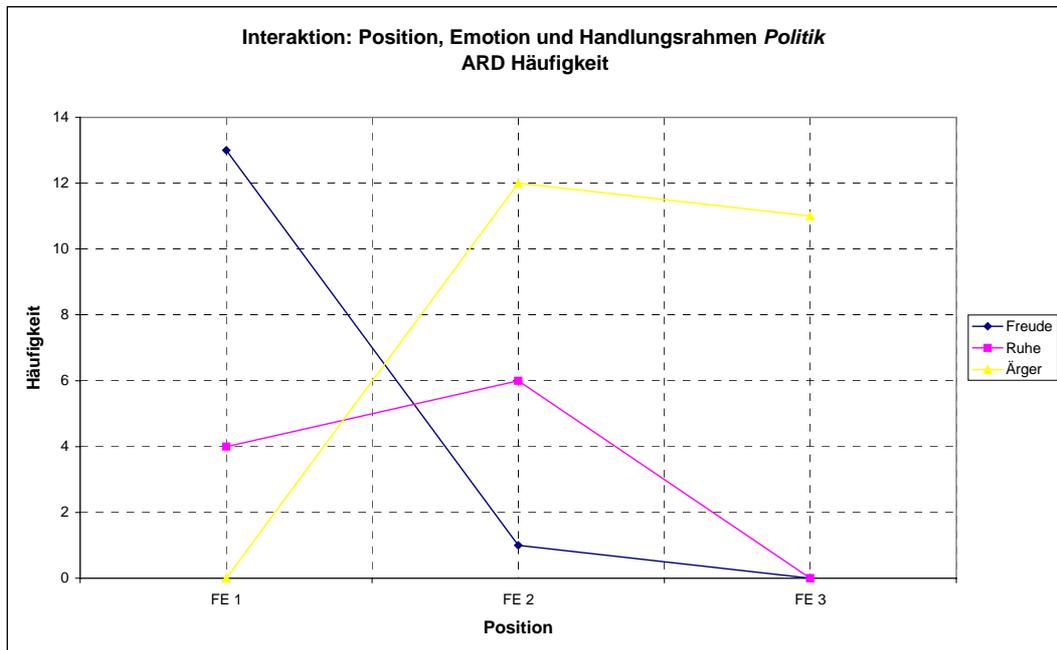


Abb.: 13.2-4

Wiederum erscheint der Bundeskanzler mit großer Mehrheit in Kombination mit der Emotion *Freude*. Die Dominanz dieser Emotion wird im Rahmen politischer Kontexte sogar noch deutlicher, da der Bundeskanzler in 13 von 17 (76 %) seiner Auftritte die *Emotion Freude* zeigt. *Ruhe* bewegt sich bei der ersten wie auch zweiten Führungsebene auf mittlerem Niveau, und sinkt für die dritte Führungsebene auf den Nullpunkt. Die Ausprägung *Freude* ist in dieser dritten Gruppe zu vernachlässigen. Wenn also Akteure der dritten Führungsebenen in politikzentrierten Kontexten berücksichtigt werden, geschieht dies im Zusammenhang mit der Emotion *Ärger*. Auch auf bundespolitischer Ebene spielt *Ärger* eine dominierende Rolle, wengleich die Ausprägung *Ruhe* ebenfalls einen regelmäßigen Teil der Darstellung bundespolitischer Akteure ausmacht. Die Ergebnisse für RTL bestätigen die beschriebenen Kombinationen⁷² und Rangfolgen der Ausprägungen und werden im Anhang zur Verfügung gestellt.

⁷² Auch bei dem deutschen Privatsender treten Akteure der zweiten und dritten Führungsebene in politikzentrierten Handlungsrahmen oft in Kombination mit der Emotion *Ärger* auf, während die politische Führungsspitze hauptsächlich im Zusammenhang mit *Freude* oder *Ruhe* vorkommt.

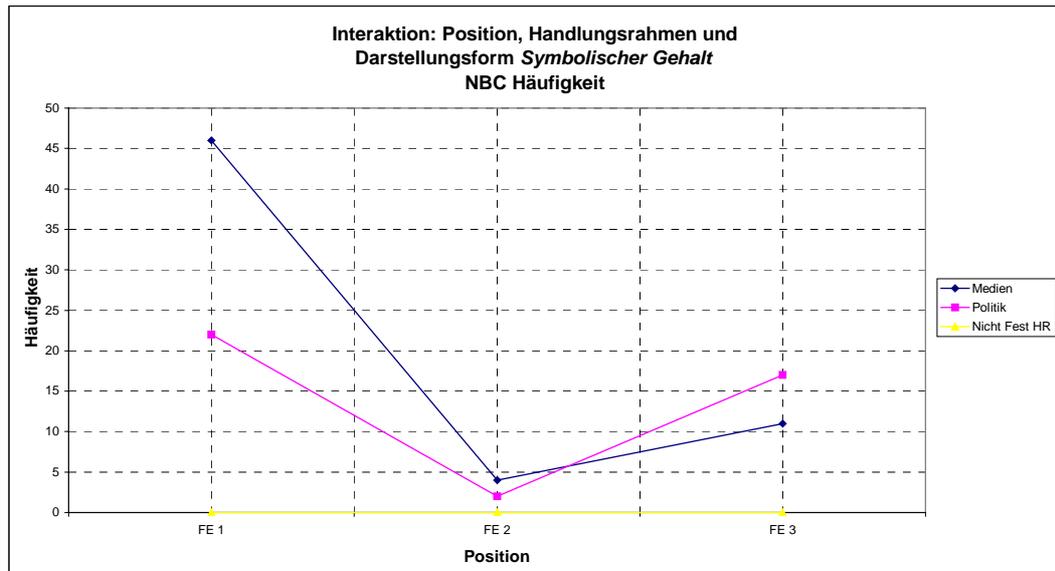
Im senderübergreifenden Vergleich bestätigt sich die starke Wechselwirkung zwischen den Ausprägungen *FE 1*, *Handlungsrahmen Fest-Medien* und *Freude*. Auch im Rahmen politikzentrierter Kontexte wurde eine Wechselwirkung zwischen der politischen Führungsspitze und der Ausprägung *Freude* festgestellt. Gleichzeitig beschränkt sich die Ausprägung *Ärger* ausschließlich auf die hinteren Akteursebenen. Wenn als Akteure der Ebene *FE 2* oder *FE 3* in der Berichterstattung berücksichtigt werden, geschieht dies oft in Verbindung mit Gefühlsexpressionen des Ärgers. Die politischen Führungsspitze hingegen zeigt sich insbesondere in geplanten Interaktionen mit Medienvertretern in Kombination mit der Emotion *Freude*.

13.3 Dreifachwechselwirkung:

Darstellungsform – Position - Handlungsrahmen

Im Folgenden werden die Auftritte der verschiedenen Führungsebenen auf ihren Zusammenhang mit den Variablen *Darstellungsform* und *Handlungsrahmen* zurückgeführt. In den entsprechenden Zweifach-Wechselwirkung hat sich ein klarer Zusammenhang zwischen symbolischem Bildmaterial und medienzentrierten Handlungsrahmen ergeben, wobei diese Ausprägungen ebenfalls eine starke Wechselwirkung mit der ersten Führungsebene zeigen. Um diese Beobachtungen näher zu untersuchen, werden nun alle drei Variablen zueinander in Beziehung gesetzt. Die vorliegende Dreifachwechselwirkung erweist sich sowohl für ARD als auch für NBC als signifikant.

Bei Betrachtung der Dreifachwechselwirkung von NBC bestätigen sich die aus den zweifachen Wechselwirkungen abgeleiteten Vermutungen. Die Verteilung ist insgesamt dominiert von dem starken Zusammenhang zwischen der Führungsspitze und der Darstellungsform *Symbolischer Gehalt*:

**Abb.: 13.3-1**

Zunächst ist die bereits erwähnte Konzentration des symbolischen Bildmaterials auf feste Handlungskontexte festzustellen. Die Kombination von symbolischem Bildmaterial und festen Handlungsrahmen tritt demzufolge bei keiner der unterschiedlichen Führungsebenen auf. Im Rahmen der Berichterstattung über medienzentrierte und politikzentrierte Anlässe hingegen fällt der Zusammenhang der symbolischen Darstellungform mit den jeweiligen Akteursgruppen höchst unterschiedlich aus. Auf die insgesamt schwach vertretene *FE 2* entfällt symbolisches Bildmaterial gleichermaßen in medienzentrierten wie auch politikzentrierten Handlungsrahmen. Hinsichtlich der absoluten Häufigkeiten treten Akteure der *FE 3* zwar häufiger in medienzentrierten als in politikzentrierten Kontexten auf (vgl. Kapitel 12.2), der Zusammenhang zu symbolischem Bildmaterial ergibt sich jedoch mehrheitlich in politikzentrierten Handlungsrahmen. Bezüglich der dritten Führungsebene geht damit aus geplanten Interaktionen mit Medienvertretern seltener symbolisch angereichertes Material hervor als aus politikzentrierten Handlungsrahmen.

Bei der ersten Führungsebene verkehrt sich diese Verteilung in ihr Gegenteil. 46 von 61 Bildern (75 %) des symbolischen Materials, das in Verbindung mit medienzentrierten Handlungsrahmen ausgestrahlt wird, entfällt auf den amerikanischen Präsidenten. Auch in Bezug auf politische Handlungskontexte ist ein großer Teil des symbolischen Bildmaterials der ersten Führungsebenen zuzuordnen. So-

wohl vor dem Hintergrund medienzentrierter wie auch politikzentrierter Anlässe ist die Darstellung des Präsidenten in der amerikanischen Nachrichtensendung durch ein hohes Maß an symbolischem Bildmaterial gekennzeichnet.

In Bezug auf die politische Führungsspitze zeigt die ARD identische Ergebnisse. Bei einem Vergleich der hinteren Führungsebenen muss berücksichtigt werden, dass die *FE 3* unter amerikanischen Bedingungen eine vergleichbare Rolle spielt wie die *FE 2* in Deutschland. Unter Berücksichtigung dieser landesspezifischen Verschiebungen ergeben sich auch für diese Führungsebenen ähnliche Tendenzen:

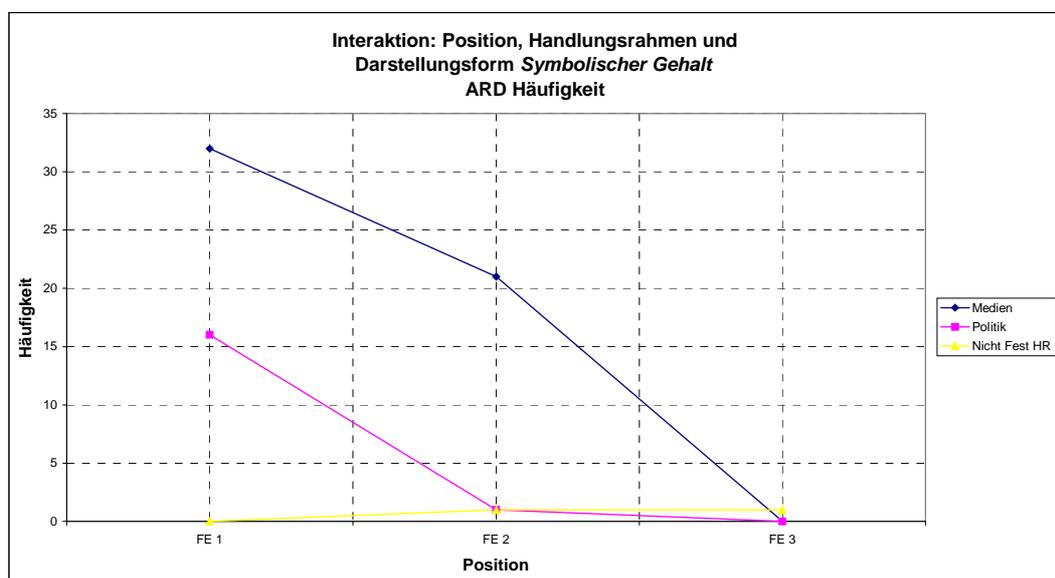


Abb.: 13.3-2

Die Verteilung der Daten belegen ein weiteres Mal den unverhältnismäßig hohen Anteil, den die FE 1 an symbolischem Bildmaterial einnimmt, wobei diese Dominanz über beide feste Handlungsrahmen hinweg bestätigt werden kann. Insbesondere in Verbindung mit medienzentrierten Handlungskontexten entfällt die große Mehrheit symbolischen Bildmaterials auf die erste Führungsebene. Bundespolitische Akteure sind zwar ebenfalls in medienzentrierten Handlungskontexten vertreten, erscheinen insgesamt aber deutlich seltener in Verbindung mit symbolischem Bildmaterial. In festen, politischen Kontexten finden symbolische Darstellungsformen insgesamt deutlich weniger Verwendung, entfallen dann aber nahezu ausschließlich auf die erste Führungsebene. Während der Bundeskanzler also sowohl in medienzentrierten als auch politischen Kontexten mehrheitlich in symbo-

lich angereicherten Bildern gezeigt wird, erscheinen die Akteure der anderen Ebenen vorrangig in Form von nicht symbolischen Bildmaterial aus nicht festen Handlungsrahmen:

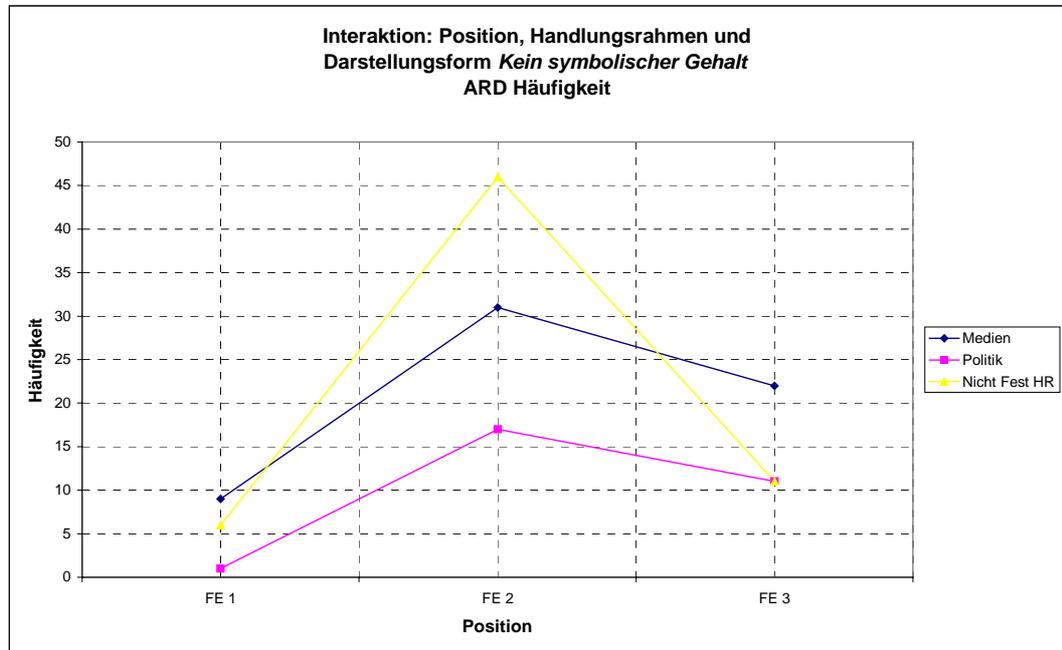


Abb.: 13.3-3

Die vorliegende Grafik stellt eine Umkehrung der oben beschriebenen Verläufe dar. Die erste Führungsebene erscheint insgesamt auffällig selten in Form von nicht symbolischem Bildmaterial. Die anderen Führungsebenen sind häufig in dieser nicht symbolischen Darstellungsform vertreten, wobei nicht feste Handlungsrahmen zumeist den Hintergrund der Berichterstattung bilden. Akteure der *FE 2* und *FE 3* erscheinen jedoch sowohl in festen als auch in nicht festen Kontexten verhältnismäßig häufig in nicht symbolischem Bildmaterial. Zusammenfassend betrachtet, tritt der Bundeskanzler damit mehrheitlich in Form von symbolisch angereichertem Material aus medienzentrierten Kontexten auf, während die Akteure der anderen Ebenen vermehrt in nicht symbolischem Material aus nicht festen Handlungsrahmen vorkommen.

Unabhängig von der Position der Akteure ist bei NBC hingegen insgesamt solche Berichterstattung selten, die sich auf nicht planbare Interaktionen zwischen Politikern und Medienvertretern bezieht. Wenn nicht feste Handlungsrahmen vorkom-

men, treten sie meistens in Verbindung mit nicht symbolischem Material auf und beziehen sich zudem hauptsächlich auf die *FE 3*:

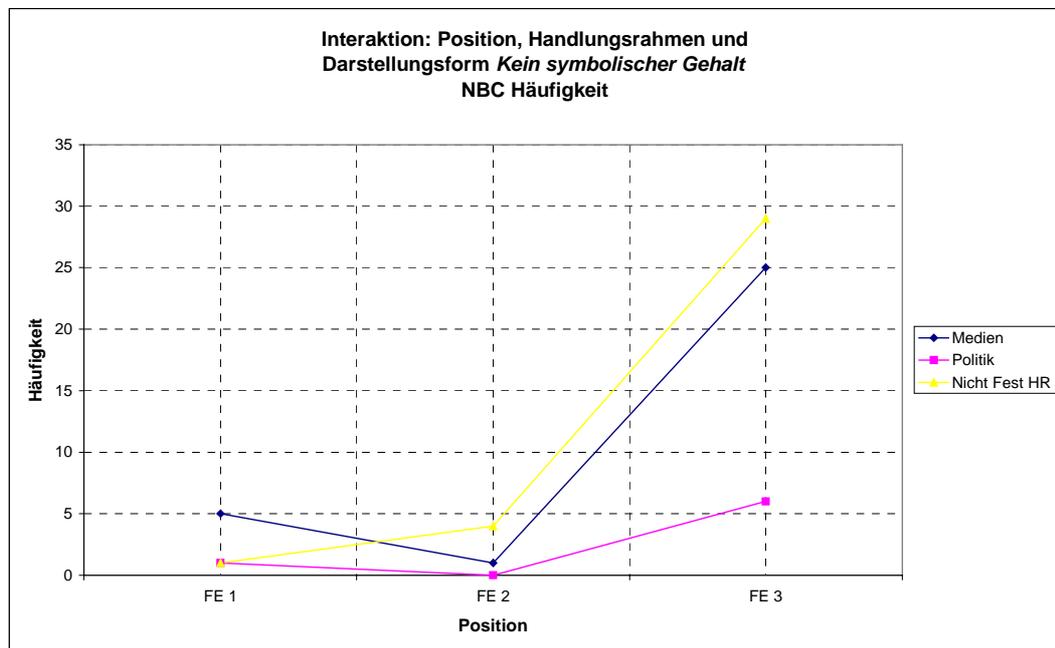


Abb.: 13.3-4

Die Berichterstattung über nicht feste Handlungskontexte bildet über alle Akteursgruppen betrachtet den stärksten Anteil an nicht symbolischem Bildmaterial. In Verbindung mit festen Handlungsrahmen ist nicht symbolisches Bildmaterial insbesondere in Bezug auf die ersten beiden Führungsebenen insgesamt seltener. Der Großteil des ausgestrahlten Bildmaterials ohne symbolischen Gehalt entfällt zweifelsohne auf die dritte Führungsebene. Im Verhältnis zu der insgesamt starken Präsenz des amerikanischen Präsidenten und den hohen absoluten Häufigkeiten seiner Auftritte sind die relativ geringen Werte im Bereich des nicht symbolischen Bildmaterials als auffällig zu betrachten. Die Dreifachwechselwirkung erweist die vermutet eindeutigen Verteilungen in Bezug auf den Präsidenten und bestätigt damit den Eindruck der Homogenität seiner Auftritte.

Die Auswertungen für ARD sowie NBC belegen die besondere Rolle der politischen Führungsspitze im Zusammenhang mit den Variablen *Darstellungsform* und *Handlungsrahmen*. Die folgende Grafik stellt die vorgestellten Daten zusam-

men und ermöglicht einen direkten Vergleich der Variablen *Darstellungsform* und *Handlungsrahmen* in Bezug auf die *FE 1*:

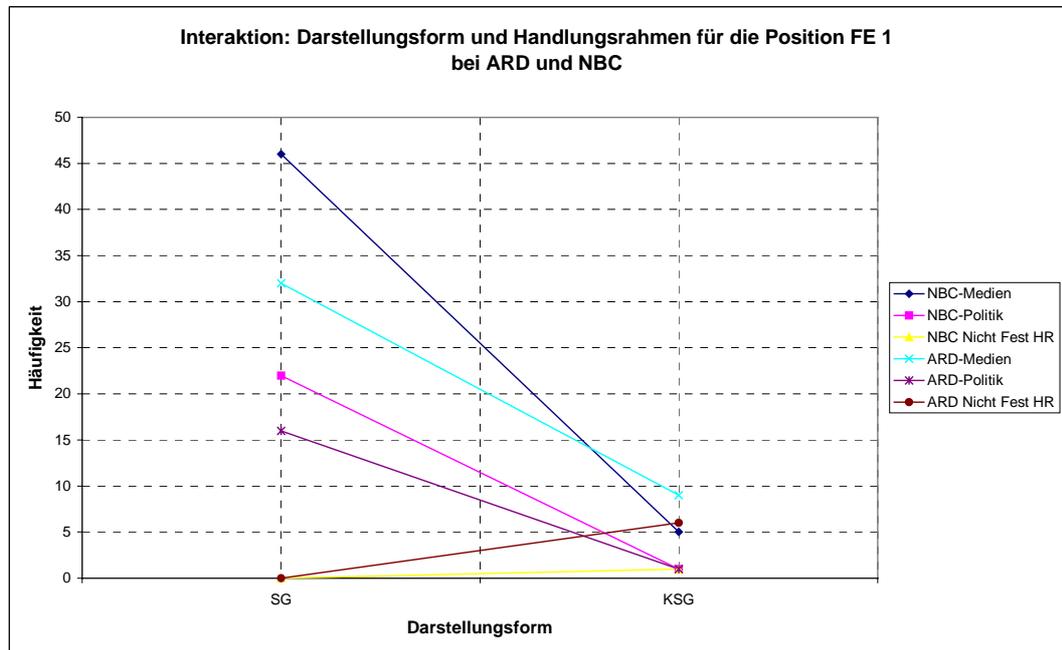


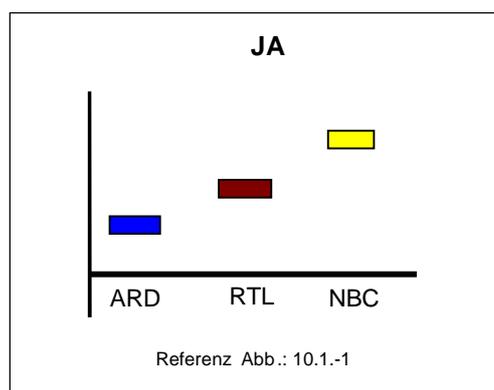
Abb.: 13.3-5

Die Isolierung der ersten Führungsebene aus dem Zusammenwirken der drei Variablen verdeutlicht die gleichförmigen Tendenzen der verschiedenen Ausprägungen in beiden Sendeanstalten. Darüber hinaus gibt diese Darstellung einen Einblick in die stringenten Auftrittsbedingungen der politischen Führungsspitze. Sowohl der amerikanische Präsident als auch der Bundeskanzler erscheinen demnach nahezu ausschließlich in Verbindung mit symbolischem Bildmaterial und festen Handlungsrahmen. Medienzentrierte Kontexte spielen dabei eine deutlich größere Rolle als politikzentrierte Handlungsrahmen. Die Durchgängigkeit dieser Zusammenhänge lässt in Bezug auf die politische Führungsspitze sowohl auf eine relative Homogenität der Auftritte als auch auf eine gewisse Homogenität der entsprechenden Berichterstattung schließen. Der Präsident wie auch der Bundeskanzler erscheinen in den hier untersuchten Nachrichtensendungen wiederholt in ähnlichen Kontexten und ähnlichen Darstellungsformen.

14. Überprüfung der Hypothesen

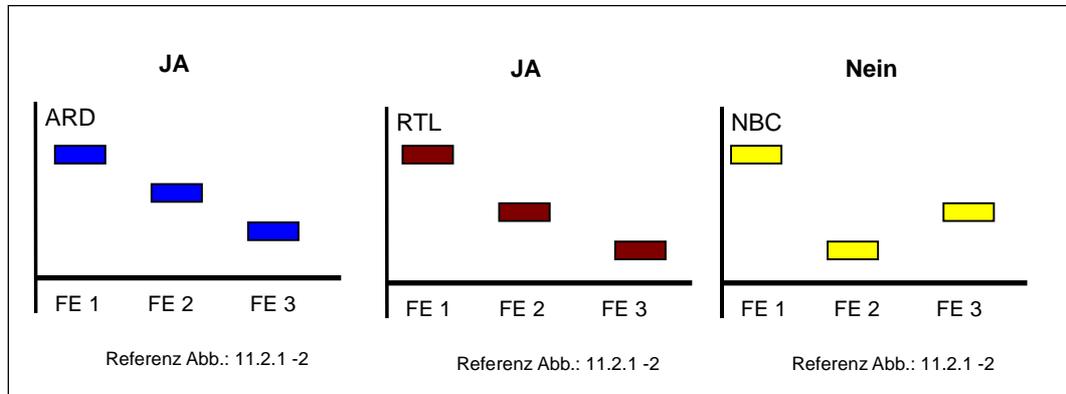
Nach der Darstellung der wichtigsten Ergebnisse werden nun die gewonnenen Erkenntnisse mit den vor der Untersuchung aufgestellten Hypothesen abgeglichen. Um durch eine zu detaillierte Aufsplitterung der Hypothesen eine Unübersichtlichkeit der erzielten Erkenntnisse zu vermeiden, ist die Mehrheit der aufgestellten Hypothesen senderübergreifend angelegt. In den vorliegenden Formulierungen sind daher gegebenenfalls zahlreiche Unterhypothesen enthalten, von denen einzelner Darstellung jedoch abgesehen wird. Bei der Überprüfung und Bewertung der Hypothesen bleibt daher zu bedenken, dass sich der Großteil der Verifizierungen bzw. Falsifizierungen über mehrere Kategorien und Ausprägungen erstreckt und gleichzeitig für verschiedene Sendeanstalten gilt. Eine vollständige Verifizierung der Hypothesen ist daher nicht immer möglich, auch wenn bei differenzierter Betrachtung einzelne Unterhypothesen bestätigt werden können. Zum besseren Verständnis der Ergebnisse wird die verbale Interpretation des Datenabgleichs im Folgenden durch grafische Prinzipskizzen unterstützt.

H 1: Politische Beiträge unter Beteiligung politischer Akteure kommen häufiger in den untersuchten Nachrichtensendungen vor als politische Beiträge ohne Beteiligung politischer Akteure.



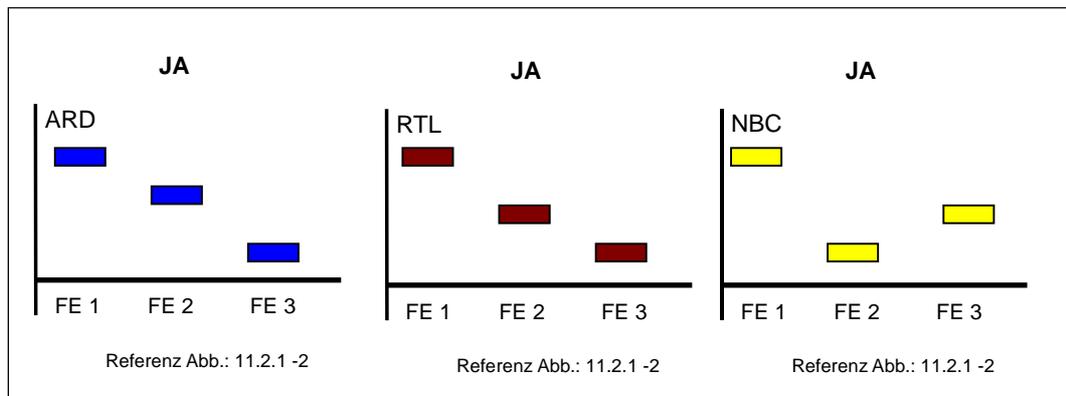
Diese Hypothese kann für alle untersuchten Sendeanstalten uneingeschränkt verifiziert werden. In der Erhebung der thematischen Schwerpunkte auf Ebene der gesamten Sendungen ergab sich sowohl für ARD und RTL als auch für NBC ein geringerer Anteil von Beiträgen ohne Beteiligung politischer Akteure. Wenn über politische Themen berichtet wird, geschieht dies folgerichtig mehrheitlich in Verbindung mit politischen Akteuren. Besonders ausgeprägt verhält sich diese Verteilung bei NBC, da dort kaum politische Themen ohne entsprechende Akteure aufgegriffen werden. Auch bei der ARD werden Politikbeiträge mehrheitlich in Verbindung mit Akteuren berücksichtigt, dennoch ist das Ungleichgewicht dieser Beitragsarten weniger ausgeprägt. RTL liegt im Mittelfeld der untersuchten Nachrichtensendungen, zeigt aber ebenfalls einen deutlichen Schwerpunkt auf Beiträgen unter Beteiligung politischer Akteure.

H 2: Je höher die Position eines politischen Akteurs ist, desto häufiger kommt er in den untersuchten Nachrichtensendungen vor.



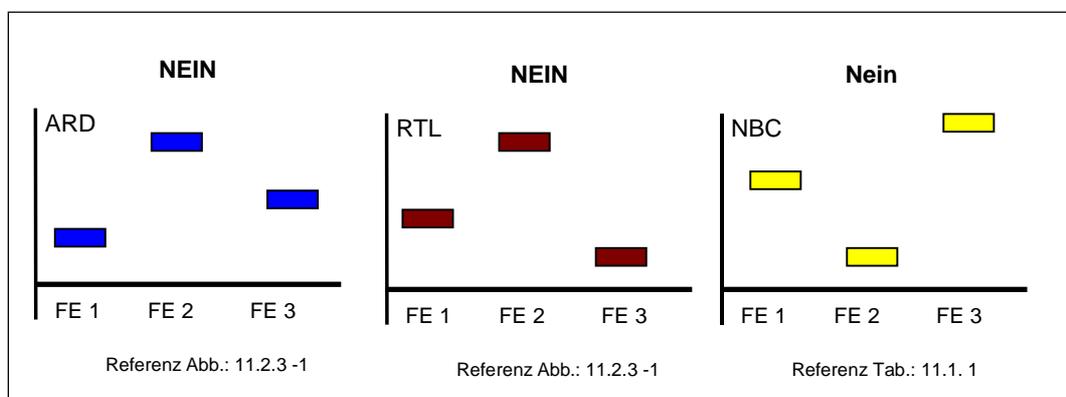
Für beide deutsche Sendeanstalten kann diese Hypothese uneingeschränkt verifiziert werden. Die Präsenz politischer Akteure in Nachrichtensendungen steigt mit ihrer Position und diese Entwicklung ist durch alle politischen Ebenen konsistent. Für die amerikanische Nachrichtensendung kann diese Hypothese nur für die ersten beiden Führungsebenen bestätigt werden. Die starke Repräsentation der dritten Führungsebene führt zu einer Unregelmäßigkeit zwischen *FE 2* und *FE 3*.

H 3: Die politische Führungsspitze tritt häufiger in den untersuchten Nachrichtensendungen auf als Akteure anderer politischer Ebenen.



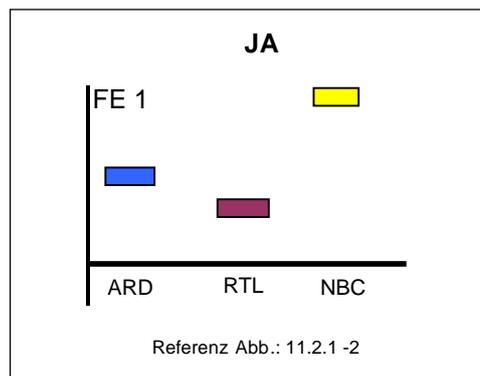
Um über die Unregelmäßigkeiten der hinteren Führungsebenen hinaus wichtige Tendenzen erfassen zu können, ist diese Hypothese explizit auf die Präsenz der politischen Führungsspitze gerichtet. Nach Normierung der Untersuchungsergebnisse durch Einberechnung der Anzahl an auftretenden Personen kann an der überragenden Repräsentation der politischen Spitze kein Zweifel bestehen. Für alle untersuchten Nachrichtensendungen ist diese Hypothese daher zu verifizieren, wobei sich die starke Präsenz des amerikanischen Präsidenten bei NBC besonders ausgeprägt darstellt.

H 4: Die politische Führungsspitze tritt häufiger in Form eines O-Tons auf als die Akteure anderer politischer Ebenen.



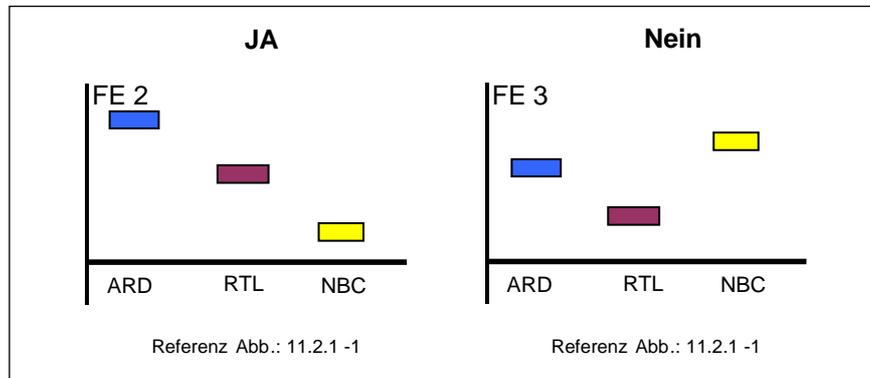
Diese Hypothese muss für alle untersuchten Nachrichtensendungen falsifiziert werden. In den deutschen Nachrichtensendungen dominieren O-Töne von bundespolitischen Akteuren, während bei NBC die O-Töne von Akteuren der dritten Führungsebene die des Präsidenten zahlenmäßig übertreffen. Obwohl also die politische Führungsspitze in allen Sendungen die stärkste Auftrittshäufigkeit im Bild aufweist, ist die Mehrheit der O-Töne auf andere Akteursgruppen zurückzuführen.

H 5: Der amerikanische Präsident ist häufiger in NBC Nightly News vertreten als der Bundeskanzler in deutschen Nachrichtensendungen.



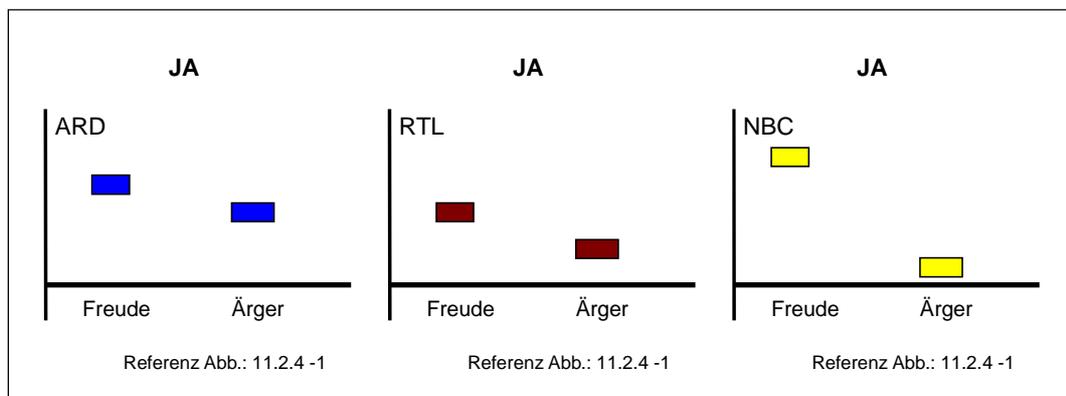
Diese Hypothese kann durchgängig verifiziert werden. Sowohl bei ARD als auch bei RTL liegen die absoluten Häufigkeiten der Auftritte des Bundeskanzlers deutlich unter den Werten des amerikanischen Präsidenten bei NBC.

H 6: Bei Tagesschau und RTL aktuell sind politische Akteure der Führungsebenen 2 und 3 häufiger Teil der Berichterstattung als bei NBC Nightly News.



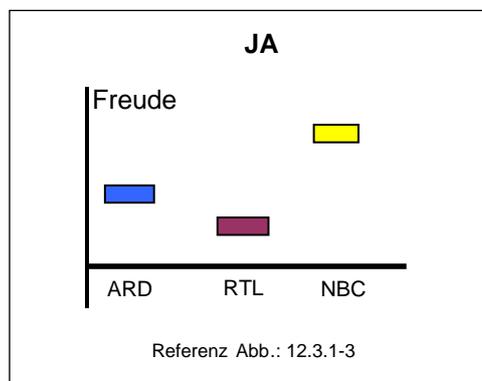
In Anbetracht der starken Repräsentation der landespolitischen Akteure bei NBC lässt sich diese Hypothese nur eingeschränkt bestätigen. Denn Akteure der dritten politischen Führungsebene werden in der amerikanischen Nachrichtensendung häufiger in der Berichterstattung berücksichtigt als bei ARD und RTL. Für die Akteure der zweiten politischen Führungsebene hat die genannte Hypothese jedoch durchgängige Gültigkeit.

H 7: Politische Akteure zeigen häufiger Gefühlsexpressionen der Emotion *Freude* als der Emotion *Ärger*.



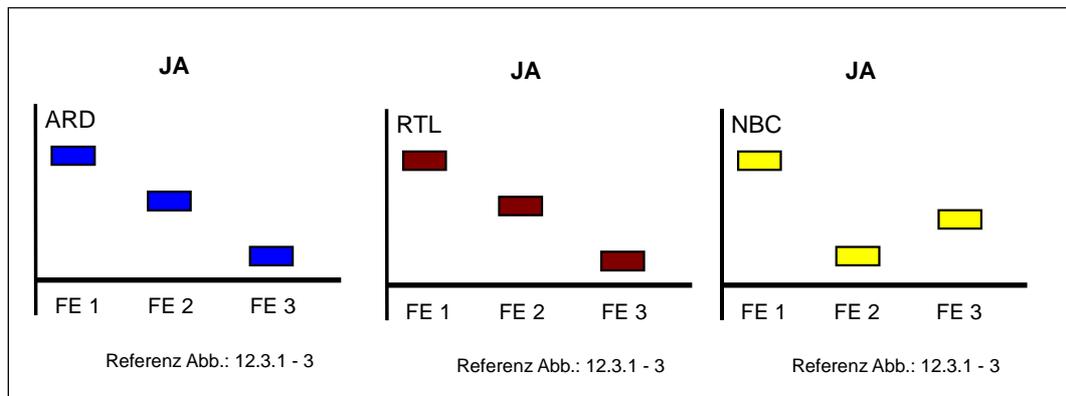
Durch einen Vergleich der absoluten Häufigkeiten der relevanten Ausprägungen konnte diese Hypothese bestätigt werden. Wenn Gefühlsexpressionen im Rahmen der Medienauftritte von politischen Akteuren gezeigt werden, handelt es sich dabei in signifikantem Maße häufiger um Expressionen der Freude als um Expressionen des Ärgers. Besonders deutlich ist diese Dominanz positiver Gefühlsausdrücke bei dem amerikanischen Sender NBC.

H 8: Die politische Führungsspitze zeigt häufiger Gefühlsexpressionen der Emotion *Freude* als der Emotion *Ärger*.



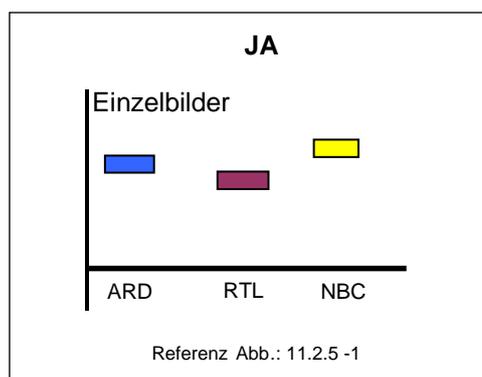
Der Zusammenhang zwischen der ersten Führungsebene und der Emotion *Freude* kann für alle untersuchten Sendeanstalten uneingeschränkt bestätigt werden. Dabei ist nicht nur eine Dominanz gegenüber der Emotion *Ärger* festzuhalten, sondern ebenfalls gegenüber der Ausprägung *Ruhe*. Sowohl in den deutschen als auch in den amerikanischen Nachrichtensendungen tritt der Bundeskanzler bzw. Präsident demzufolge mehrheitlich mit sichtbaren Indikatoren der Emotion *Freude* auf.

H 9: Die politische Führungsspitze tritt häufiger in Verbindung mit der Emotion *Freude* auf als Akteure anderer Ebenen.



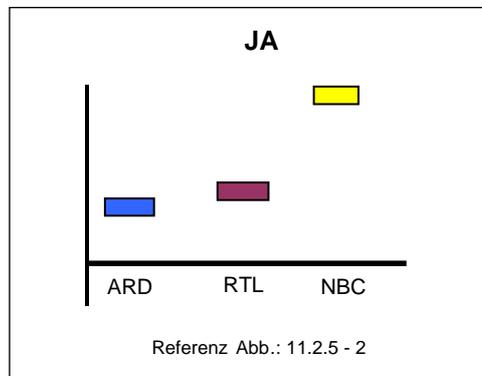
Wie aufgezeigt, tritt sowohl der Bundeskanzler als auch der amerikanische Präsident größtenteils mit Gefühlsexpressionen der Emotion *Freude* auf. Für die anderen Führungsebenen verhält sich die Verteilung der Kategorie Emotion jedoch anders. Sowohl in den deutschen Nachrichtensendungen als auch in dem amerikanischen Format kommen politische Akteure der zweiten und dritten Führungsebene mehrheitlich in Verbindung mit der Ausprägung *Ruhe* vor. Die erhobenen Daten zur Ausprägung *Freude* konzentrieren sich demzufolge in auffälligem Maße auf die politische Führungsspitze. Vor diesem Hintergrund kann die Hypothese durchgängig und senderübergreifend verifiziert werden.

H 10: Die Politikberichterstattung in den untersuchten Nachrichtensendungen verwendet häufiger die Kameraeinstellung des Einzelbildes als des Gruppenbildes.



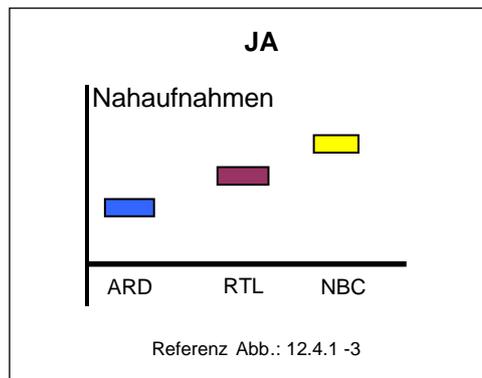
Diese Hypothese kann für alle untersuchten Nachrichtensendungen bestätigt werden. Unabhängig von den im Bild gezeigten Akteuren weist die Kameraeinstellung *Einzelbild* die höchsten absoluten Häufigkeiten auf. Politische Akteure werden demnach häufiger allein im Bild als in Gruppen gezeigt.

H 11: Bei NBC News wird die Kameraeinstellung der Nahaufnahme häufiger verwendet als bei der politischen Berichterstattung von Tagesschau und RTL aktuell.



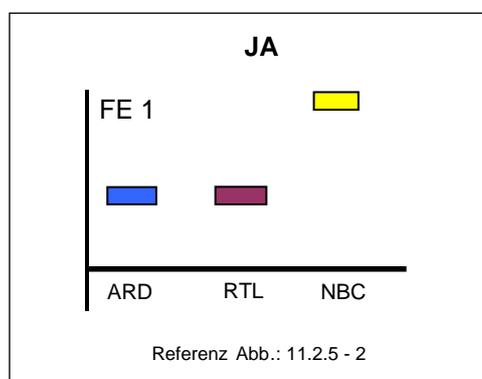
Die verstärkte Verwendung der Kameraeinstellung *Nahaufnahme* konnte für die amerikanische Nachrichtensendung eindeutig nachgewiesen werden. Im Vergleich zu den deutschen Sendeformaten werden im Rahmen der Berichterstattung von NBC die nahen Kameraeinstellungen signifikant häufiger verwendet als bei ARD oder RTL. Eine differenzierte Betrachtung der Ergebnisse stellt heraus, dass die Kameraeinstellung der Nahaufnahme für NBC mehr als doppelt so häufig vorkommt wie bei den deutschen Nachrichtensendungen.

H 12: Politische Akteure der ersten Führungsebene werden häufiger in Form von Nahaufnahmen gezeigt als Akteure der Führungsebene 2 und 3.



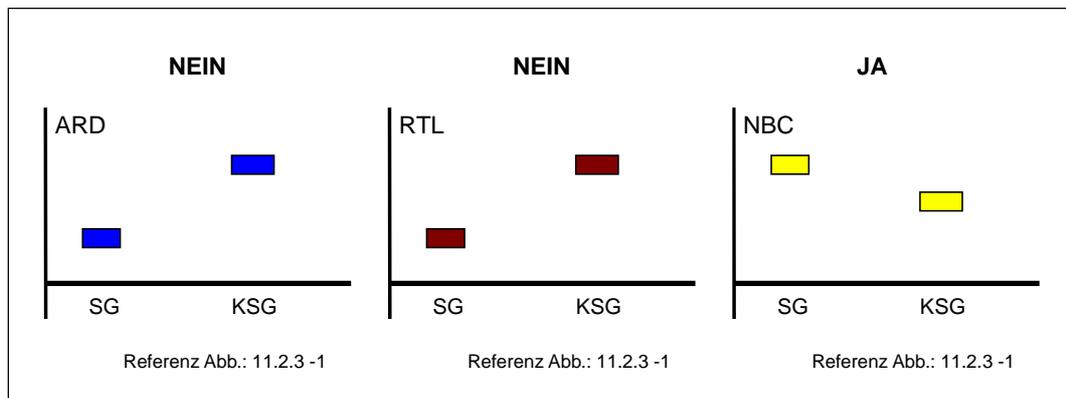
Auch wenn sich die absolute Häufigkeit der Verwendung von Nahaufnahmen im Sendervergleich stark unterscheidet, steht diese Kameraeinstellung bei allen Nachrichtensendungen in einem deutlichen Zusammenhang mit der politischen Führungsspitze. Der deutsche Bundeskanzler und der amerikanische Präsident werden folglich häufiger in Form von Nahaufnahmen gezeigt als Akteure anderer Führungsebenen. Die aufgestellte Hypothese kann damit durchgängig verifiziert werden.

H 13: Der amerikanische Präsident wird häufiger in Form einer Nahaufnahme gezeigt als der deutsche Bundeskanzler.



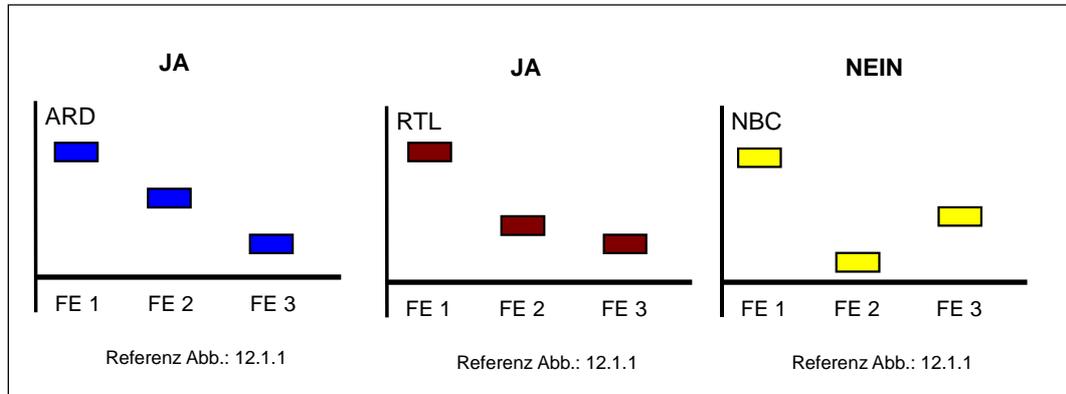
Alle untersuchten Nachrichtensendungen zeigen einen starken Zusammenhang zwischen der Kameraeinstellung *Nahaufnahme* und der politischen Führungsspitze. Jedoch schlägt sich die insgesamt deutlich stärkere Verwendung dieser Kameraeinstellung bei NBC ebenfalls in der Darstellung des Präsidenten nieder. In der Konsequenz wird der amerikanische Präsident deutlich häufiger mittels der Nahaufnahme gezeigt als der deutsche Bundeskanzler. Die Hypothese kann damit bestätigt werden.

H 14: In den untersuchten Nachrichtenbeiträgen wird häufiger Bildmaterial von symbolischem Gehalt als Bildmaterial ohne symbolischen Gehalt gezeigt.



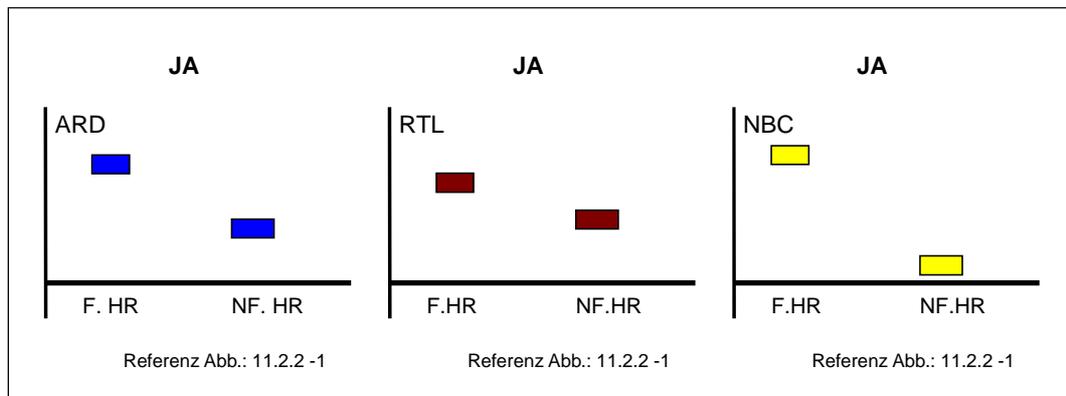
Im Fall der beiden deutschen Nachrichtensendungen ist diese Hypothese als falsifiziert zu betrachten. Im Vergleich der absoluten Häufigkeiten überwiegt sowohl bei ARD als auch bei RTL in deutlichem Maße Bildmaterial ohne symbolischen Gehalt. Bei NBC hingegen ist auf Ebene der absoluten Häufigkeiten eine Mehrheit zugunsten des Bildmaterials mit symbolischem Gehalt festzustellen. Für die amerikanische Nachrichtensendung gilt diese Hypothese damit als bestätigt.

H 15: Je höher die Position eines politischen Akteurs ist, desto häufiger tritt er in Verbindung mit Bildmaterial symbolischen Gehalts auf.



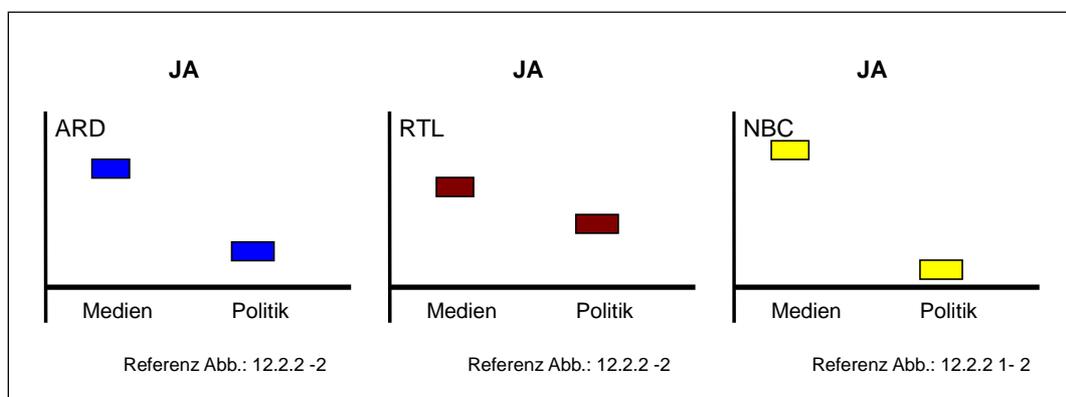
Für die beiden deutschen Nachrichtensendungen kann diese Hypothese verifiziert werden. Mit sinkender politischer Ebene ist eine graduelle Abnahme von Bildmaterial mit symbolischem Gehalt festzustellen. Bei der ARD verläuft die Senkung des symbolischen Gehalts mit jeder Position besonders regelmäßig, während bei RTL eine deutlichere Konzentration auf die politische Führungsspitze festzustellen ist. Für NBC ist diese Hypothese in ihrer aktorsgruppenübergreifenden Konzeption jedoch nicht haltbar. Aufgrund der bereits erwähnten, starken Gesamtrepräsentation der dritten Führungsebene bei NBC weist diese Akteursgruppe auch in der Wechselwirkung mit Bildern symbolischen Gehalts höhere Werte auf als die Bundesebene. Abgesehen von dieser Unregelmäßigkeit jedoch trifft diese Hypothese auch auf NBC zu.

H 16: Die Berichterstattung über politische Ereignisse bewegt sich häufiger in festen Handlungsrahmen als in nicht festen Handlungsrahmen.



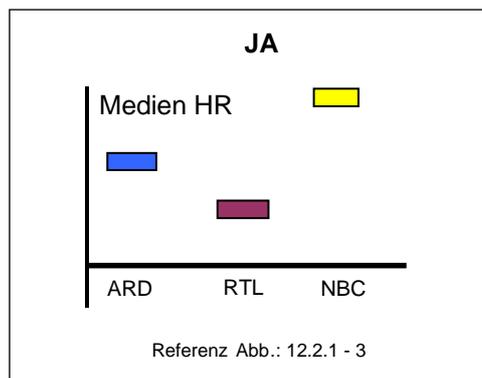
Diese Hypothese kann für alle untersuchten Nachrichtensendungen bestätigt werden. Wenn über politische Ereignisse berichtet wird, handelt es sich mehrheitlich um Anlässe, die entweder auf politikzentrierte oder auf medienzentrierte Handlungsrahmen zurückgehen. Sendematerial, das nicht auf feste Handlungsrahmen zurückzuführen ist, findet sich bei allen Nachrichtensendungen deutlich seltener. Auffällig ist in diesem Zusammenhang die Berichterstattung von NBC, die nahezu ausnahmslos vor dem Hintergrund fester Handlungsrahmen entsteht.

H 17: Der Anteil medienzentrierter Handlungsrahmen in der untersuchten Berichterstattung ist höher als der Anteil politikzentrierter Handlungsrahmen.



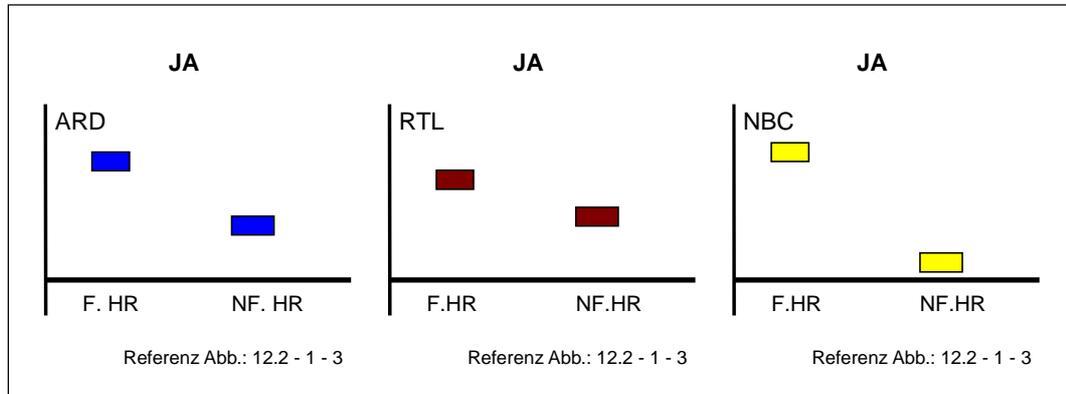
Für alle untersuchten Nachrichtensendungen trifft diese Hypothese zu. Die Differenzierung der festen Handlungsrahmen in feste politikzentrierte und medienzentrierte Kontexte erbringt sowohl für ARD und RTL als auch für NBC eine starke Dominanz medienzentrierter Handlungsrahmen. Die untersuchte Berichterstattung bezieht sich daher nicht nur mehrheitlich auf feste Kontexte, sondern zeigt über diesen Schwerpunkt hinaus ebenfalls eine hohe Konzentration auf medienzentrierte Handlungsrahmen.

H 18: Die Politikberichterstattung bei NBC Nightly News bezieht sich häufiger auf medienzentrierte Handlungsrahmen als die Berichterstattung bei der Tagesschau oder RTL aktuell.



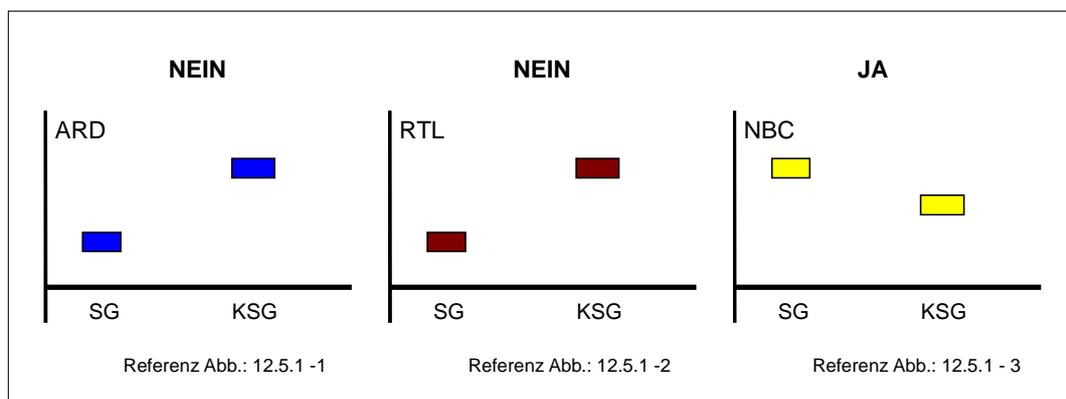
Es wurde bereits dargestellt, dass bei allen untersuchten Nachrichtensendungen die Ausprägung medienzentrierter Handlungsrahmen gegenüber der Berücksichtigung politikzentrierter Handlungskontexte dominiert. Die eindeutigste Gewichtung dieser Ausprägungen findet sich jedoch bei NBC. Während bei ARD etwa 50% und bei RTL etwa 38% aller gesendeten Bildeinstellungen mit politischen Akteuren auf medienzentrierte Handlungsrahmen zurückgehen, beträgt dieser Wert bei NBC 60%. Die Politikberichterstattung von NBC bezieht sich damit wesentlich häufiger auf medienzentrierte Handlungsrahmen als bei ARD und RTL. Die Hypothese kann damit verifiziert werden.

H 19: Die politische Führungsspitze tritt häufiger in festen Handlungsrahmen auf als in nicht festen.



Der Zusammenhang zwischen festen Handlungsrahmen und der politischen Führungsspitze kann für alle Nachrichtensendungen bestätigt werden. Insbesondere im Fall von NBC tritt die Führungsebene 1 nahezu ausschließlich in festen Handlungsrahmen auf. Auch bei den deutschen Sendeanstalten geht die Berichterstattung über den Bundeskanzler mehrheitlich auf feste Handlungskontexte zurück. Sowohl in der amerikanischen als auch in den deutschen Sendungen kommt die politische Führungsspitze größtenteils im Zusammenhang mit Pressekonferenzen, Interviews, öffentlichen Reden, Fototerminen usw. vor.

H 20: Bildmaterial, das in festen Handlungskontexten entsteht, ist häufiger symbolisch angereichert als Bildmaterial aus nicht festen Handlungsrahmen.



Diese Hypothese kann nur für den amerikanischen Privatsender verifiziert werden. Bei NBC ist der Teil der Berichterstattung, der sich auf nicht feste Handlungsrahmen bezieht, nicht nur insgesamt gering, sondern wird überdies nahezu ausnahmslos in Form von Bildmaterial ohne symbolischen Gehalt dargestellt. Beiträge und Bildeinstellungen, die aus festen Handlungskontexten stammen, zeigen bei NBC hingegen einen deutlichen Zusammenhang mit der Ausprägung *Symbolischer Gehalt*. Die Intensität und Durchgängigkeit dieser Wechselwirkungen liegt dabei ebenfalls in den hohen absoluten Werten der Ausprägungen *Fester Handlungsrahmen* und *Symbolischer Gehalt* begründet. Während die Mehrheit aller bei NBC verwendeten Bildeinstellungen mit politischen Akteuren einen symbolischen Gehalt aufweist, zeigen sich für ARD und RTL deutlich geringere absolute Häufigkeiten dieser Ausprägungen. Die Mehrheit des entsprechenden Bildmaterials weist bei beiden deutschen Sendern keinen symbolischen Gehalt auf, wodurch auch die Wechselwirkung mit der Kategorie *Handlungsrahmen* geringer ausfällt.

15. Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse

Die vorliegende Untersuchung beinhaltet Datenanalysen auf mehreren Untersuchungsebenen und gewährt auf diese Weise einen umfassenden Einblick in die inhaltliche und formale Gestaltung von Politikberichterstattung in Nachrichtensendungen. Unter besonderer Berücksichtigung der Position und der Darstellungsbedingungen politischer Akteure wurde ein länderübergreifender Vergleich vorgenommen, der sich sowohl auf die Struktur der Gesamtsendung und Politikberichterstattung als auch insbesondere auf die Gestaltung politischer Beiträge unter Beteiligung entsprechender Akteure bezieht. Um einen Überblick über die gesamten Ergebnisse zu erzielen und Zusammenhänge aufzuweisen, werden an dieser Stelle die wichtigsten Erkenntnisse zusammengefasst. Die Aufteilung nach Sendeanstalten dient dabei der Porträtierung der untersuchten Nachrichtensendungen. Auf der Grundlage der senderspezifischen Zusammenfassungen wird auf Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den Nachrichtensendungen hinzuweisen sein. Davon ausgehend werden die Ergebnisse abschließend diskutiert und interpretiert.

15.1 ARD Tagesschau

Wenngleich die ARD Tagesschau das geringste Sendevolumen aller untersuchten Nachrichtensendungen aufweist, liegt der Anteil politischer Beiträge an der Sendezeit dennoch deutlich höher als bei den privaten Sendeanstalten. Im Vergleich der absoluten Häufigkeiten bildet Politik unter Beteiligung politischer Akteure das führende Themengebiet, wobei auch politische Themen ohne Beteiligung entsprechender Akteure regelmäßige Berücksichtigung finden. Bis hin zum neunten Sendeplatz wird im Rahmen der Tagesschau in den ersten beiden Dritteln der Sendezeit konsequent über politische Themen berichtet. Ein großer Teil der politischen Beiträge ohne Beteiligung politischer Akteure wird dabei in Form von Meldungen präsentiert. Die verlesene Meldung ist eine insgesamt stark verwendete Präsentationsweise in der Tagesschau, in der gut ein Drittel aller behandelten Themen in Form einer Meldung dargestellt wird. Dieses im Sendervergleich auffallend starke Verhältnis von Meldungen zu

Filmbeiträgen legt einen vergleichbar geringeren Visualisierungsgrad der Tagesschau nahe. Diese Beobachtung wird durch einen Vergleich der Schnittfrequenz von Kameraeinstellungen unterstützt. Bei verhältnismäßig hohen Beitragslängen werden im Rahmen der Tagesschau doppelt so lange Kameraeinstellungen verwendet wie bei NBC oder RTL. Die ARD behandelt damit nicht nur viele Themen aus dem Bereich Politik, sondern präsentiert diese zudem in langen Beiträgen mit niedrigen Schnittfrequenzen. Thematisch befassen sich diese Beiträge schwerpunktmäßig mit wirtschafts- oder finanzpolitischen Fragen, aber auch mit Innen- und Außenpolitik sowie Themen aus dem Ressort Arbeit/Soziales. Die Mehrheit der ausgestrahlten Politikbeiträge behandelt folglich sachpolitische Zusammenhänge.

Im Rahmen der politischen Beiträge unter Beteiligung politische Akteure sind Politiker aller Ebenen vertreten, wobei der Schwerpunkt auf den Akteuren der Bundesebene liegt. Unter Berücksichtigung der zahlenmäßig unterschiedlichen Zusammensetzung der Akteursgruppen kann jedoch an der außerordentlich starken Präsenz des Bundeskanzlers kein Zweifel bestehen. Die jeweiligen Anlässe, auf die mit Berichterstattung reagiert wird, sind mehrheitlich in feste Handlungsrahmen eingebunden. Ausgestrahltes Bildmaterial, das auf nicht vorbereitete Kontexte zurückgeht, ist deutlich seltener und findet sich nur etwa halb so oft wie Material aus vorbereiteten Situationen. Eine weitere Differenzierung dieser festen Handlungskontexte lässt darüber hinaus einen deutlichen Schwerpunkt auf medienzentrierten Anlässen erkennen. Nicht nur erscheinen politische Akteure daher hauptsächlich in vorbereiteten Handlungskontexten, sondern in den meisten Fällen handelt es sich bei diesen Auftritten auch um vorbereitete Interaktionen mit Medienvertretern. Dementsprechend sind auch die erhobenen Originaltöne und Interviewausschnitte mit politischen Akteuren zum größten Teil in feste Handlungskontexte eingebunden. Dennoch ist im Vergleich zu den privaten Sendeanstalten der Anteil von Originaltönen aus nicht vorbereiteten Interaktionen bei der Tagesschau relativ hoch.

Der Gebrauch von symbolisch angereichertem Bildmaterial liegt insgesamt betrachtet unter der Verwendung nicht symbolischen Materials, doch die Wechselwirkung mit der Kategorie *Position* eröffnet weitergehende Zusammenhänge. Hervorzuheben ist,

dass bei einem im Sendervergleich insgesamt eher niedrigen Anteil an Bildmaterial symbolischen Gehalts dieses jedoch größtenteils auf den Bundeskanzler entfällt. Das Auftreten symbolischen Bildmaterials sinkt mit der Position des politischen Akteurs, kommt also mehrheitlich in Kombination mit der politischen Führungsspitze vor. Gleichzeitig erscheint die politische Führungsspitze schwerpunktmäßig in medienzentrierten Handlungskontexten, die ihrerseits häufig, aber nicht mehrheitlich Bildmaterial mit symbolischem Gehalt hervorbringen. Insbesondere in der Dreifachwechselwirkung von medienzentrierten Anlässen, symbolischem Bildmaterial und der ersten Führungsebene wird der starke Zusammenhang zwischen diesen Variablen deutlich. Bei insgesamt schwachem Gebrauch der Kameraeinstellung *Nahaufnahme* ist auch für diese Ausprägung eine besondere Wechselwirkung mit der ersten Führungsebene festzuhalten. Während die Darstellung der Akteure der zweiten und dritten Ebene kaum durch diese Kameraeinstellung vorgenommen wird, erscheint der Bundeskanzler in einem Drittel seiner gesamten Auftritte im Bild in Form von Nahaufnahmen.

Während der Bundeskanzler äußerst selten in nicht festen Handlungsrahmen auftritt, ist eine vermehrte Berücksichtigung politischer Akteure der zweiten Führungsebene in diesen nicht vorbereiteten Kontexten festzustellen. Bundespolitische Akteure erscheinen in der Berichterstattung demnach regelmäßig auch in nicht geplanten Zusammenhängen, über die nahezu ausnahmslos mit Bildmaterial ohne symbolischen Gehalt berichtet wird. Auch die Berichterstattung über feste politikzentrierte Anlässe beinhaltet schwerpunktmäßig Bildmaterial ohne symbolischen Gehalt und berücksichtigt häufig Akteure der zweiten Führungsebene. Gleichzeitig werden bundespolitische Akteure auffallend häufig in Kombination mit der Emotion *Ärger* gezeigt, wobei diese Ausprägung ebenfalls mehrheitlich in politikzentrierten Handlungsrahmen und in Kombination mit nicht symbolischem Bildmaterial auftritt. Auch wenn die Ausprägung *Ruhe* und der Handlungsrahmen *Fest-Medien* in Bezug auf die zweite Führungsebene die häufigste Merkmalskombination ausmachen, so bezieht sich doch ein nicht unwesentlicher Teil der Berichterstattung über diese Akteursgruppe auf politikzentrierte Kontext und die Emotion *Ärger*, wie es z.B. in Form von Streitgesprächen in Parlamentsdebatten denkbar ist. Insgesamt belegen die Ergebnisse, dass Ak-

teure der hinteren Führungsebenen vielfach in nicht festen Handlungsrahmen auftreten und in politikzentrierten und medienzentrierten Handlungskontexten häufig in Kombination mit der Emotion *Ärger* vorkommen. Die politische Führungsspitze hingegen erscheint mit großer Mehrheit in Kombination mit der Emotion *Freude* in mehrheitlich medienzentrierten Handlungsrahmen, in denen häufig Bildmaterial symbolischen Gehalts entsteht.

15.2 RTL aktuell

Mit einer durchschnittlichen Sendezeit von 22 Minuten pro Sendung bringt RTL aktuell ein genauso hohes Gesamtsendevolumen in die Untersuchung ein wie der amerikanische Privatsender NBC. Dennoch ist der Anteil politischer Beiträge an der Sendezeit vergleichsweise niedrig und liegt etwa bei der Hälfte der Sendungen von ARD und NBC. Die Mehrheit der ausgestrahlten Beiträge entfällt demnach auf nicht politische Themengebiete, wobei die Ausprägungen Kriminalität/Katastrophen sowie Human Interest den Großteil der Themen stellen. Im Vergleich der absoluten Häufigkeiten übertreffen diese beiden Themenbereiche den Anteil politischer Beiträge, die insgesamt nur etwa 11 % der gesamten Sendezeit einnehmen. Politische Themen ohne Beteiligung entsprechender Akteure werden auffallend selten berücksichtigt. Bei RTL aktuell ist die Berichterstattung über politische Themen demzufolge nicht nur geringer als die über Kriminalität/Katastrophen oder Human Interest, sondern sie ist darüber hinaus weitgehend an die Beteiligung politischer Akteure gebunden. Dabei bleibt anzumerken, dass politische Themen ohne Beteiligung entsprechender Akteure schwerer zu bebildern sind und im Rahmen der Tagesschau häufig in Form von verlesenen Meldungen Berücksichtigung finden. RTL aktuell hingegen verwendet insgesamt sehr wenige Meldungen und arbeitet nahezu ausschließlich mit bebilderten Nachrichtenfilmen. Das Verhältnis von Film- zu Wortbeiträgen beträgt insgesamt 178:4 und weist damit auf den hohen Visualisierungsgrad der Sendung hin. Ein Vergleich der Themenanzahl sowie Beitrags- und Einstellungslängen verdeutlicht den hohen Bildanteil sowie die schnelle Taktung des Formats. Mit durchschnittlich 15 Beiträgen pro Sendung behandelt RTL etwa fünf Themengebiete mehr als eine

durchschnittliche Nachrichtensendung bei NBC. Dementsprechend fallen die Beitragslängen bei RTL aktuell besonders kurz aus, so dass eine hohe Anzahl an Themen in kurzen Beiträgen behandelt werden kann. Politische Themen werden bei RTL aktuell nahezu ausschließlich in Nachrichtenfilmen vermittelt, die mit einer durchschnittlichen Länge von 1,07 Minuten die kürzesten Beiträge im Sendervergleich darstellen. Der hohe Visualisierungsgrad der Sendung spiegelt sich auch in der durchschnittlichen Länge der Kameraeinstellungen wider. Die Berichterstattung über politische Themen verwendet mit 4,8 Sekunden die kürzesten Einstellungen aller untersuchten Sendeanstalten. RTL aktuell behandelt daher zwar eine vergleichbare Anzahl politischer Themen, vermittelt diese allerdings in kurzen Beiträgen und mit hoher Schnittfrequenz. Die ausgestrahlten politischen Beiträge sind in ausgeglichenem Maße den Ressorts Innenpolitik, Wirtschaft/Finanzen und Arbeit/Soziales zuzuordnen, beinhalten aber auffällig viele Themen aus dem Bereich Skandal/Affären sowie Persönliches. Der Eindruck der personengebundenen Berichterstattung konkretisiert sich in der Differenzierung des Bezugs der einzelnen Beiträge. Während bei der Tagesschau ein deutlicher Schwerpunkt auf sachpolitischen Hintergründen zu erkennen ist, erscheint bei RTL aktuell das Verhältnis von sachpolitischen zu personenspezifischen Bezügen nahezu ausgeglichen.

In der Differenzierung der verschiedenen Akteursgruppen zeigt RTL schon in den absoluten Häufigkeiten eine nur leichte Mehrheit der zweiten Führungsebene gegenüber der Führungsspitze. Der Bundeskanzler kommt damit nahezu ebenso häufig in der Berichterstattung vor wie alle Akteure der gesamten bundespolitischen Ebene zusammen. Die dritte Führungsebene hingegen fällt weit hinter den ersten beiden Gruppen zurück. Unter Einbeziehung der zahlenmäßigen Zusammensetzung der Akteursgruppen wird die starke Überrepräsentation der politischen Führungsspitze umso deutlicher. Die verschiedenen Führungsebenen politischer Akteure unterscheiden sich nicht nur stark in den absoluten Häufigkeiten ihrer Berücksichtigung, sondern ebenfalls in ihrer Kombination mit den anderen Variablen. Jede Führungsebenen zeigt dabei verschiedene Auftrittsbedingungen, wird also meistens in Kombination mit einer spezifischen Darstellungsform bzw. Handlungsrahmen, Emotion und Kameraeinstellung berücksichtigt.

Im Gegensatz zu den beiden anderen Führungsebenen kommt der Bundeskanzler in der Mehrheit in Verbindung mit symbolischem Bildmaterial vor. Obwohl die Darstellungsform der nicht symbolischen Bilder gegenüber dem symbolischen Material insgesamt überwiegt, konzentriert sich die Ausprägung der symbolischen Bilder hauptsächlich auf den Bundeskanzler. Die zweite Führungsebene hingegen tritt selten in Verbindung mit symbolischem Bildmaterial auf und die dritte Ebene erscheint ausschließlich in nicht symbolischen Kontexten. Von insgesamt 34 Originaltönen entfallen nur sechs auf die dritte Führungsebene, während bundespolitische Akteure mit 21 Wortbeiträgen den Großteil aller Originaltöne stellen. Die in RTL aktuell ausgestrahlten Originaltöne von politischen Akteuren finden dabei mehrheitlich vor dem Hintergrund fester Handlungsrahmen statt. Insbesondere im Fall des Bundeskanzlers weist RTL aktuell keinen Originalton aus spontanen Interviews oder anderen nicht festen Zusammenhängen auf. Die Berichterstattung über die politische Führungsspitze konzentriert sich in Bezug auf Originaltöne daher ausschließlich auf feste, vorbereitete Handlungsrahmen.

Auch in der Untersuchung des Bildmaterials bestätigt sich der ausgeprägte Zusammenhang zwischen dem Bundeskanzler und festen Handlungskontexten. Die Mehrheit seiner Auftritte findet im Zusammenhang mit medienzentrierten Anlässen statt, seltener hingegen sind Auftritte im Rahmen politikzentrierter Kontexte. Bundespolitische Akteure werden ähnlich häufig in medienzentrierten wie in politikzentrierten Handlungskontexten dargestellt. Gleichzeitig weisen sowohl die zweite als auch die dritte Führungsebene einen hohen Anteil an Bildmaterial aus nicht festen Kontexten auf. Die dritte Ebene erscheint dabei sogar insgesamt mehrheitlich in nicht festen Handlungsrahmen, über die ausschließlich in Form von nicht symbolischem Bildmaterial berichtet wird. Die bei RTL aktuell insgesamt eher schwach ausgeprägte Berücksichtigung fester politikzentrierter Kontexte geschieht ebenfalls hauptsächlich mittels nicht symbolischen Bildmaterials und betrifft vor allem politische Akteure der zweiten und dritten Ebene. Medienzentrierte Handlungskontexte hingegen kommen zum größten Teil in Verbindung mit symbolischem Bildmaterial vor, das gleichzeitig hauptsächlich auf den Bundeskanzler entfällt. Auch die bundespolitische Ebene tritt

regelmäßig in medienzentrierten Kontexten auf, erscheint aber selten in Verbindung mit symbolischem Bildmaterial. Der weniger stark ausgeprägte Zusammenhang zwischen der zweiten Führungsebene und der Darstellungsform *Kein symbolischer Gehalt* liegt daher sicherlich in der verstärkten Präsenz in politikzentrierten Kontexten begründet, die äußerst selten mittels symbolischen Bildmaterials vermittelt werden. Gleichzeitig erscheinen politische Akteure der zweiten Ebene hauptsächlich in Kombination mit der Ausprägung *Ruhe* oder *Ärger*. Die dritte Führungsebene zeigt eine ähnliche Verteilung der Kategorie Emotion. Sowohl Sachlichkeit als auch Ärger kommen jedoch ausschließlich in Verbindung mit nicht symbolischem Bildmaterial vor. Gleichzeitig erscheint die Emotion *Ärger* hauptsächlich in festen, politischen Kontexten. Die Emotion *Freude* kommt demgegenüber nahezu ausschließlich in Verbindung mit symbolischem Bildmaterial und medienzentrierten Kontexten vor.

In Zusammenführung dieser Ergebnisse bestätigt die Dreifachwechselwirkung der Variablen *Emotion*, *Darstellungsform* und *Handlungsrahmen* den signifikanten Zusammenhang zwischen den Ausprägungen *Freude*, *Symbolischer Gehalt* und dem Handlungsrahmen *Fest-Medien*. Diese Ergebnisse belegen, dass medienzentrierte, planbare Interaktionen zwischen Politikern und Journalisten unter wiederkehrenden Rahmenbedingungen stattfinden. Im medialen Endprodukt erscheinen daher besonders politische Akteure höherer Ebenen in medienzentrierten Handlungsrahmen und in Form von symbolischem Bildmaterial. Gleichzeitig zeigen alle diese Ausprägungen wiederum eine starke Wechselwirkung mit der politischen Führungsspitze. Die Betrachtung der spezifischen Auftrittsbedingungen verschiedener Akteursgruppen hat in allen Kategorien die besondere Rolle des Bundeskanzlers herausgestellt. Die politische Führungsspitze wird nicht nur auffällig häufig in die Berichterstattung einbezogen, sondern weist darüber hinaus ebenfalls eine spezifische Kombination an Ausprägungen auf. Auch in der Kategorie der Kameraeinstellung nimmt der Bundeskanzler eine besondere Rolle ein, da der überwiegende Teil aller verwendeten Nahaufnahmen auf seine Person entfällt. Die Darstellung der politischen Führungsspitze in der untersuchten Nachrichtensendung weicht damit auf signifikante Weise von der Berichterstattung über die anderen Führungsebenen ab.

15.3 NBC Nightly News

Bei einem hohen Gesamtsendevolumen und den höchsten Beitragslängen bringt NBC Nightly News 40 politische Beiträge in die Untersuchung ein. Gemessen am gesamten Sendevolumen des Formats nehmen politische Beiträge durchschnittlich etwa 22 % der amerikanischen Nachrichtensendung ein, womit der entsprechende Anteil an Politikberichterstattung zwischen dem der Tagesschau und RTL aktuell liegt. Thematisch zeigt die amerikanische Nachrichtensendung drei verschiedene Schwerpunkte in den Bereichen Kriminalität/Katastrophen, Politik und Human Interest. Während politische Themen unter Beteiligung entsprechender Akteure das zweithäufigste Themengebiet darstellen, bleiben Themen ohne Beteiligung politischer Akteure nahezu unberücksichtigt. Nur drei von insgesamt 115 ausgewerteten Nachrichtenfilmen beschäftigen sich mit politischen Themen, ohne einen politischen Akteur einzubeziehen. In den meisten der erhobenen Beiträge arbeitet NBC Nightly News durchgängig mit der Präsentationsform des Nachrichtenfilms, wobei sich die geringe Anzahl verlesener Meldungen hauptsächlich auf den Themenbereich Wirtschaft beziehen. Im Rahmen von NBC erscheinen politische Themen damit nahezu ausschließlich unter Beteiligung politischer Akteure, die in vergleichbar langen Nachrichtenfilmen mit hoher Schnittfrequenz dargestellt werden.

Die Differenzierung der politischen Beiträge gemäß ihrer inhaltlichen Zuordnung ergibt für NBC News ein relativ ausgeglichenes Themenprofil für die Politikberichterstattung. Besonders häufig werden politische Themen aus dem Ressort Wirtschaft/Finanzen aufgegriffen, aber auch die Bereiche Persönliches, Skandal/Affären, Verteidigung und Außenpolitik sind regelmäßig vertreten. Die vermehrte Berichterstattung über Skandale und Persönliches lassen eine personengebundene Tendenz der Politikberichterstattung vermuten, die sich in der Erhebung des Bezugs der Politikbeiträge bestätigt. Verglichen mit den beiden deutschen Sendeanstalten zeigt NBC News dort einen auffälligen Schwerpunkt auf personenbezogenen Beiträgen. Die Politikberichterstattung von NBC News beinhaltet eine starke Überrepräsentation des amerikanischen Präsidenten. Schon in den absoluten Häufigkeiten kommt die Füh-

rungsspitze ähnlich oft vor wie alle Akteure der dritten Ebene gemeinsam und übertrifft die Präsenz der insgesamt schwachen zweiten Führungsebene um mehr als das Fünffache. Gleichzeitig bezieht sich die untersuchte Berichterstattung über alle Ebenen betrachtet mit überwältigender Mehrheit auf feste Handlungsrahmen. Nur etwa 20% des gesamten Materials, das in Verbindung mit politischen Beiträgen ausgestrahlt wird, geht auf nicht feste Handlungsrahmen zurück. Ähnlich wie bei den deutschen Sendeanstalten handelt es sich bei den festen Anlässen zum größten Teil um medienzentrierte Kontexte.

Des weiteren weist die amerikanische Nachrichtensendung ein beispielloses Maß an symbolisch angereichertem Bildmaterial auf. Im Gegensatz zu den deutschen Nachrichtensendungen zeigt NBC sogar in den absoluten Häufigkeiten eine Mehrheit zugunsten des symbolischen Bildmaterials, so dass deutlich mehr als die Hälfte des gesamten ausgestrahlten Materials als symbolisch angereichert zu betrachten ist. Während die beiden deutschen Sendeanstalten symbolisches Bildmaterial mehrheitlich in Kombination mit bestimmten anderen Ausprägungen und damit unter spezifischen Bedingungen ausstrahlen, zeigt NBC symbolisches Bildmaterial mit höherer absoluter Häufigkeit und damit weitgehend unabhängig von den Ausprägungen anderer Kategorien. Auch wenn feste politikzentrierte Handlungsrahmen bei NBC insgesamt seltener vorkommen, so stellen sich diese Kontexte im Gegensatz zu den deutschen Sendeanstalten bei NBC mehrheitlich symbolisch dar. Nur das Bildmaterial aus nicht festen Handlungsrahmen, in denen sich Politiker und Medienvertreter in unvorbereiteter Weise begegnen, zeigt auch bei NBC keinen symbolischen Gehalt. Die Verwendung symbolischen Bildmaterials findet sich besonders häufig in Kombination mit medienzentrierten Handlungskontexten, die gleichzeitig einen Großteil der Politikberichterstattung einnehmen.

Der amerikanische Präsident tritt besonders häufig in diesen zumeist symbolisch angereicherten, medienzentrierten Kontexten auf, aber auch die dritte Führungsebene nimmt regelmäßig an vorbereiteten Interaktionen mit Medienvertretern teil. Berichterstattung, die auf politikzentrierte Handlungskontexte zurückzuführen ist, kommt insgesamt bei NBC seltener vor, tritt aber dabei mehrheitlich in Kombination mit

Bildmaterial von symbolischem Gehalt auf. Auch in diesen Handlungsrahmen ist der amerikanische Präsident häufiger zu sehen als jede andere Akteursgruppe. Bemerkenswert ist die Ausschließlichkeit, mit welcher der amerikanische Präsident in vorbereiteten Interaktionssituationen auftritt. Während der Präsident nie im Rahmen nicht fester Handlungsrahmen auftritt, ist insbesondere die dritte Führungsebene in diesen Kontexten häufig Teil der Berichterstattung. Dementsprechend ergibt die Auswertung der abgegebenen Originaltöne für die dritte Führungsebene einen hohen Anteil an spontanen Interviews und Statements. Die insgesamt hohe Anzahl von Interviews mit Akteuren der dritten Führungsebene entfällt zu mehr als 50% auf spontane Einzelinterviews, die nicht im Rahmen einer Pressekonferenz oder eines Pressestatements vorbereitet wurden. Sowohl für die zweite Ebene als auch für den amerikanischen Präsidenten trifft das Gegenteil zu, da die Originaltöne dieser Akteure ausnahmslos aus vorbereiteten Interaktionssituationen und festen Handlungsrahmen stammen.

Die unterschiedlichen Auftrittskontexte der drei Führungsebenen spiegeln sich ebenfalls in der Erhebung der gezeigten Emotionen wider, in denen die erste und dritte Führungsebene gegenteilige Ergebnisse hervorbringen. Der amerikanische Präsident erscheint mehrheitlich in Kombination mit der Emotion *Freude*, seltener mit der Ausprägung *Ruhe* und nahezu gar nicht mit der Ausprägung *Ärger*. Die Verteilung der zweiten Führungsebene verhält sich ähnlich, allerdings auf deutlich niedrigerem Häufigkeitsniveau. Akteure der dritten Ebene hingegen erscheinen mehrheitlich in Kombination mit der Ausprägung *Ruhe* und vergleichbar häufig mit *Ärger*. Die Auftrittsbedingungen der dritten Führungsebene sind daher geprägt durch Ruhe oder Ärger in mehrheitlich medienzentrierten und nicht festen Handlungsrahmen sowie durch wenig Bildmaterial symbolischen Gehalts. Der amerikanische Präsident tritt hingegen meistens in Kombination mit der Emotion *Freude* in hauptsächlich medienzentrierten Kontexten auf, die zum größten Teil mit Hilfe symbolischen Bildmaterials vermittelt werden. Die spezifischen Auftrittsbedingungen verschiedener Akteursgruppen zeigen sich weiterhin deutlich in der Verwendung der unterschiedlichen Kameraeinstellungen. Während auf der zweiten und dritten Führungsebene das Einzelganzbild dominiert, wird der amerikanische Präsident mehrheitlich in Nahaufnahme dargestellt. Die

politische Führungsspitze wird demnach in der Nachrichtensendung NBC News verstärkt in Nahaufnahmen gezeigt, in denen der Präsident in Bildmaterial symbolischen Gehalts in medienzentrierten Kontexten Expressionen der Emotion *Freude* zeigt.

15.4 Diskussion der Ergebnisse

Im senderübergreifenden Vergleich zeichnen sich insbesondere in Bezug auf die Darstellungsbedingungen politischer Akteure verschiedener Führungsebenen viele ähnliche Tendenzen ab, die aber in unterschiedlichem Ausmaß auftreten. Auf der Ebene des gesamten Sendekonzepts und der thematischen wie formalen Struktur der Formate ergibt die Erhebung hingegen bemerkenswerte Unterschiede, insbesondere zwischen der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalt und den beiden Privatsendern.

Im Vergleich der Sendeanstalten zeigen sich insbesondere bei den privaten Sendern RTL und NBC Gemeinsamkeiten im Gesamtkonzept der Sendung sowie ihrer inhaltlichen und formalen Struktur. Gemessen am Anteil der Filmbeiträge sowie der Länge der Kameraeinstellungen weisen beide Sender einen hohen Visualisierungsgrad auf und unterscheiden sich nur in der durchschnittlichen Anzahl ihrer Beiträge. Inhaltlich zeigen beide Privatsender Schwerpunkte in den Bereichen Kriminalität/Katastrophen sowie Human Interest, wobei auch politische Themen unter Beteiligung entsprechender Akteure regelmäßige Verwendung auf den ersten Sendeplätzen finden. Ohne Beteiligung politischer Akteure werden politische Themen jedoch nahezu nicht aufgegriffen, was dem insgesamt hohen Anteil personenbezogener Berichterstattung entspricht. Auch wenn sich RTL und NBC auf der Ebene der Gesamtsendung stark ähneln, so sind diese Parallelen im speziellen Fall der Politikberichterstattung zu relativieren. Aufgrund insgesamt höherer Beitragslängen widmet NBC den politischen Beiträgen mit Akteuren deutlich mehr Sendezeit als der deutsche Privatsender. Der Anteil politischer Beiträge am Gesamtsendevolumen ist bei NBC doppelt so hoch wie bei RTL. Inhaltlich fällt die thematische Verteilung der politischen Beiträge wiederum ähnlich aus, da viele der politischen Themen im Bereich Persönliches bzw. Skan-

dal anzusiedeln sind. Dennoch ist anzumerken, dass RTL aktuell sowohl auf der Ebene der Gesamtsendung als auch auf der Ebene der Politikberichterstattung eine insgesamt stärkere Tendenz zu „weichen Themen“ zeigt.

Im Gegensatz zu den beiden Privatsendern sticht ARD durch einen insgesamt hohen Politikanteil hervor. Sowohl mit als auch ohne Beteiligung politischer Akteure ist die Berichterstattung über politische Inhalte das vorwiegende Themengebiet und dominiert die Nachrichtensendung bis etwa zum neunten Sendeplatz. Der hohe Anteil an verlesenen Meldungen bei der Tagesschau weist auf den insgesamt niedrigen Visualisierungsgrad der Sendung hin, kann aber gleichzeitig als Indikator für eine relative Unabhängigkeit von verfügbarem Bildmaterial gewertet werden. Politische Beiträge, die nicht an einen Akteur gebunden und damit schwerer zu bebildern sind, können im Rahmen der Tagesschau in Form von verlesenen Meldungen in die Berichterstattung aufgenommen werden, während diese Form der Präsentation bei den privaten Sendern äußerst selten genutzt wird. Dieser Umstand legt sowohl für die Produktions- als auch für die Rezeptionsseite weiterführende Schlussfolgerungen nahe. Denn die konsequente Berichterstattung über politische Themen mittels verschiedener Präsentationsformen erlaubt eine Berücksichtigung des Nachrichtenwerts eines Beitrags unabhängig von den entsprechenden Präsentations- und Produktionsbedingungen. Geht man davon aus, dass bebilderte Nachrichtenfilme das Verständnis erleichtern und Interesse wecken, wird vom Rezipienten der Tagesschau in gewisser Weise ein größeres Maß an Aufmerksamkeit gefordert. Dieser Eindruck verstärkt sich bei der Betrachtung der jeweiligen Sendeabläufe. Die Tagesschau präsentiert zu Beginn der Sendung eine große Anzahl verschiedener politischer Themen sowohl in Form von Meldungen als auch in Form von Nachrichtenfilmen. Gegen Ende der Sendung erscheinen dann Themen aus der gemischten Gruppe *Wissenschaft/Umwelt/Sport/Sonstiges*. Innerhalb dieser groben Zweiteilung der Sendung lassen sich dennoch keine weiteren Strukturmerkmale nachweisen. Die beiden Privatsender haben demgegenüber einen unterteilten, abwechslungsreichen Sendeablauf vorzuweisen. Der format-spezifische, bebilderte Meldungsblock von RTL nimmt dabei immer die gleiche Stelle in der Sendung ein, woraufhin zwei Themen der Kategorie Kriminalität/Katastrophen vertieft werden. Dieser festgelegte thematische sowie strukturelle

Ablauf der Sendung bietet in seiner Regelmäßigkeit Orientierung für den Rezipienten, da an der Art des Themas die Positionierung des Beitrags weitgehend zu erkennen ist. Ähnliches gilt für NBC News, dessen thematischer Sendeverlauf sich auf vergleichbare Weise in definierte Themenblöcke aufteilen lässt. Gemeinsam ist allen untersuchten Nachrichtensendungen lediglich die Berichterstattung über politische Themen auf den ersten Sendeplätzen.

Im Gegensatz zu diesen Unterschieden auf der Ebene der Gesamtsendung ergibt die Erhebung in Bezug auf politische Beiträge unter Beteiligung politischer Akteure senderübergreifende Ähnlichkeiten. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf den Aufttrittsbedingungen verschiedener Akteursgruppen, deren Rahmenbedingungen als Ergebnis eines komplexen, wechselseitigen Zusammenspiels von politischen Kommunikationsbemühungen und journalistischen Produktionsbedingungen betrachtet werden. Die formulierten Kategorien und Ausprägungen sind dabei zunächst einmal auf das Medienprodukt gerichtet, bilden aber ebenfalls die Grundlage für Vermutungen bezüglich der zugrundeliegenden Interaktion zwischen politischen Akteuren und Medienvertretern. Die formulierten Kategorien beschreiben daher in erster Linie zwar das journalistische Endprodukt in Form von sendungsspezifischen Merkmalen der Politikberichterstattung, können aber ebenfalls Einblicke in die Entstehungsbedingungen ermöglichen. Zu diesem Zweck sollen die Kategorien an dieser Stelle unter der Perspektive der jeweiligen Einwirkungsmöglichkeiten der beteiligten Systeme betrachtet und grob zugeordnet werden. So beschreiben die Kategorien *Darstellungsform* und *Handlungsrahmen* die spezifische Situation und den symbolischen Gehalt der Auftritte von politischen Akteuren. Die symbolische Darstellungsform liegt dabei zu einem großen Teil in der Hand der politischen Seite, da symbolische Gesten intentional gezeigt und manifeste Symbole aktiv bereitgestellt werden können. Die interessegeleitete Anreicherung mit symbolischem Gehalt hängt dabei ohne Zweifel von der spezifischen Auftrittssituation bzw. der Möglichkeit ihrer Vorbereitung ab. Insbesondere im Fall von festen Handlungsrahmen ist aufgrund der Planbarkeit und Absehbarkeit der Interaktion eine verstärkte Vorbereitungsmöglichkeit und Mitgestaltung von politischer Seite zu unterstellen. Die Kategorien *Darstellungsform* und *Handlungsrahmen* erheben insofern Merkmale der Berichterstattung, die von politi-

scher Seite mitgestaltet werden können und insofern einen nicht unwesentlichen Handlungsspielraum bedeuten. Dennoch ist das so untersuchte Sendematerial immer auch Ergebnis und Ausdruck beiderseitiger Einwirkungsmöglichkeiten, da es einerseits gezielte Vorbereitung von politischen Akteuren auf Medienauftritte beinhalten kann, andererseits aber letztlich immer auch das Ergebnis journalistischer Selektionskriterien bleibt. Ähnlich verhält es sich mit der Kategorie *Emotion*, deren Expressionen zwar einerseits von Politikern gezeigt werden, aber gleichzeitig auch von Journalisten ausgewählt und im Rahmen einer bestimmten Kameraeinstellung dargestellt werden. Die Kategorie *Kameraeinstellung* ist hingegen ein Indikator für rein journalistisches Auswahlverhalten, da diese sowohl von Journalisten erstellt als auch ausgewählt wird. Die hier vorgenommene Einordnung der verwendeten Kategorien je nach Einwirkungsmöglichkeit von Akteuren des politischen Systems oder des Mediensystems ist dabei als grobe Abgrenzung zu verstehen, die weniger eine trennscharfe Rückführung gewährleisten könnte als vielmehr eine Sensibilisierung für das komplexe Kräftespiel politischer und medialer Steuerungsmöglichkeiten erreichen will. Das analysierte Endprodukt ist dabei zweifelsohne immer das Resultat vielschichtiger Wechselwirkungen, jedoch kann eine solche Zuordnung zu systemischen Wirkungskreisen die Interpretation der empirischen Ergebnisse um die Einbeziehung der auch theoretisch erläuterten Grundlagen medialer Politikvermittlung ergänzen.

Trotz unterschiedlicher Gesamtsendekonzepte und Politikanteile der untersuchten Nachrichtensendungen konnten anhand des entwickelten Kategoriensystems ähnliche Tendenzen in der Darstellung politischer Akteure beobachtet werden. In allen untersuchten Sendeanstalten überwiegen feste Handlungsrahmen als Auftrittsbedingung politischer Akteure. Gleichzeitig handelt es sich bei dem relevanten Untersuchungsmaterial mehrheitlich um medienzentrierte Kontexte, in denen sich Politiker aller Ebenen und Medienvertreter in vorbereiteten Interaktionssituationen begegnen. Ein großer Teil der erhobenen Berichterstattung geht demnach auf standardisierte Quellen wie Pressekonferenzen, Fototermine öffentliche Auftritte usw. zurück. Der hier nachgewiesene Anteil an festen Handlungsrahmen zeigt damit gewissermaßen die Routine sowie die Effizienz des eingespielten Zusammenwirkens zwischen politischen Akteuren und Medienvertretern. Die Dominanz medienzentrierter Handlungsrahmen kann

als Hinweis auf eine routinierte Zusammenarbeit von politischen Akteuren und Medienvertretern gewertet werden, die eine Standardisierung der politischen Berichterstattung nach sich zieht. Vorbereitete Interaktionssituationen, wie sie sich in den erhobenen medienzentrierten Kontexten finden, definieren und erleichtern die Zusammenarbeit von Journalisten und Politikern, gewähren beiden Seiten Erwartungssicherheit und eröffnen damit ebenfalls Spielräume für eine gezielte Vorbereitung.

Die Ergebnisse der Kategorie *Darstellungsform* unterstützen in ihren Wechselwirkungen mit anderen Variablen diesen Gedanken der mediengerechten Vorbereitung von Auftrittssituationen. Über alle Sender hinweg kann für Auftritte politischer Akteure in medienzentrierten Handlungsrahmen ein verstärktes Maß an symbolischem Bildmaterial nachgewiesen werden. Die erhobene Symbolik bezieht sich dabei vor allem auf manifeste politische Symbole sowie symbolische Gesten. Das ausgestrahlte Bildmaterial, das Situationen der geplanten Interaktion mit Medienvertretern entstammt, ist senderübergreifend als symbolisch angereichert zu betrachten, während Bildmaterial aus nicht festen Handlungsrahmen nahezu ausschließlich als nicht symbolisch zu bezeichnen ist. Dieser Zusammenhang zwischen symbolischen Darstellungsformen und vorbereiteten Medienauftritten legt die Schlussfolgerung nahe, dass medienzentrierte Handlungsrahmen im Zuge ihrer Vorbereitung bewusst symbolisch angereichert und damit inszeniert werden. Politische Symbole werden gewissermaßen zu Requisiten einer einstudierten Interaktion, die das mediale Bedürfnis nach Anschaulichkeit beantworten und gleichzeitig ein erwünschtes Bild von Politik projizieren kann.

Vor diesem Hintergrund ist die Bereitstellung aussagekräftiger Gesten und manifester Symbole von politischer Seite wie auch die Auswahl entsprechender Bilder von journalistischer Seite von beiderseitigem Vorteil. Denn der Verweisungszusammenhang manifester Symbole sowie ihre Aussagekraft erweitern den eigentlichen Handlungsrahmen um eine repräsentative Ebene, die über ihre politische Wirkung hinaus den medialen Präsentations- und Produktionsbedingungen entgegenkommt. Die in der Untersuchung nachgewiesene Konzentration symbolischen Bildmaterials auf feste Handlungsrahmen legt dabei eine intentionale symbolische Anreicherung nahe, die in

erster Linie auf die Berichterstattung durch Medien gerichtet ist. Im Rahmen politikzentrierter Anlässe, die zwar für Medienvertreter zugänglich, aber nicht primär für sie geschaffen sind, zeigt sich hingegen bei den deutschen Sendeanstalten ein erheblicher Rückgang symbolisch angereicherter Bildmaterials. Sowohl in der Tagesschau als auch bei RTL aktuell findet sich in der Berichterstattung über politikzentrierte Handlungsrahmen mehrheitlich nicht symbolisches Bildmaterial. Der amerikanische Sender zeigt insgesamt und daher auch im Zusammenhang mit politikzentrierten Kontexten mehrheitlich symbolisches Bildmaterial. Schon in den absoluten Häufigkeiten zeigt sich bei NBC eine deutliche Mehrheit zugunsten der symbolischen Darstellungsformen, so dass unabhängig vom jeweiligen Handlungskontext der Großteil des ausgestrahlten Bildmaterials als symbolisch angereichert zu betrachten ist. Die Auftritte amerikanischer Politiker sind prinzipiell überwiegend von politischen Symbolen begleitet, was sowohl auf eine generelle Ausrichtung auf Medienberichterstattung als auch auf eine professionalisierte Inszenierung und Vorbereitung von Medienauftritten zurückgeführt werden könnte.

Bei ähnlichen Auftrittsbedingungen im Zusammenhang mit medienzentrierten Handlungsrahmen unterscheiden sich die untersuchten Sendeanstalten demnach stark in der Berichterstattung über politikzentrierte Handlungsrahmen. Die dort erhobenen Auftrittsbedingungen politischer Akteure drücken sich dabei nicht nur in der symbolischen Anreicherung der Interaktionssituation aus, sondern betreffen ebenfalls die Form der gezeigten Emotionen. Die Kategorie *Emotion* erfasst die Gefühlsexpressionen, die politische Akteure im ausgewählten Bildmaterial der Berichterstattung zeigen und insofern ebenfalls einen Hinweis auf die Natur des Anlasses geben. Grundsätzlich überwiegt bei allen Sendeanstalten die Ausprägung *Ruhe*, in der Rückführung auf die jeweiligen Positionen der politischen Akteure kann dieses Ergebnis jedoch differenziert und eindeutig zugeordnet werden. Die Ausprägung *Ruhe* zeigt bei beiden deutschen Sendern starke Wechselwirkungen mit der zweiten Führungsebene, wobei dieser Zusammenhang insbesondere für medienzentrierte Handlungsrahmen zutrifft. In politikzentrierten Kontexten hingegen erscheinen bundespolitische Akteure häufig in Kombination mit der Emotion *Ärger*. Während Akteure der zweiten Führungsebene demnach auf Pressekonferenzen, offiziellen Terminen usw. hauptsächlich

in Kombination mit *Ruhe* auftreten, werden sie in politischen Zusammenhängen vor allem dann in der Berichterstattung berücksichtigt, wenn sie *Ärger* wie z.B. in Parlamentsdebatten zeigen. Für die dritte Führungsebene gelten identische Ergebnisse, wenn auch auf einem deutlich niedrigeren Häufigkeitsniveau. In politischen Zusammenhängen treten beide Akteursgruppen demnach besonders dann in der Berichterstattung auf, wenn sie *Ärger* zeigen. Identische Auftrittsbedingungen lassen sich für die dritte Führungsebene in der US-amerikanischen Berichterstattung festhalten. Auch sie treten in medienzentrierten Kontexten mit *Ruhe* auf, erscheinen in politischen Kontexten aber hauptsächlich in Kombination mit der Emotion *Ärger*. Diese Verteilung ist umso auffälliger, da die Ausprägung *Ärger* insgesamt äußerst selten in der amerikanischen Berichterstattung auftritt. In den seltenen Fällen ihrer Erhebung konzentriert sie sich aber nahezu ausschließlich auf die dritte Führungsebene. In Rückführung auf die allgemeinen Entstehungsbedingungen politischer Berichterstattung kann dieser Zusammenhang entweder mit einem verstärktem Angebot dieser Emotion von Seiten der Politiker oder mit einer konfliktorientierten Auswahl des Sendematerials von journalistischer Seite begründet werden (vgl. Kapitel 16). Aus offensichtlich problematischen Rückkopplungseffekten auf das jeweilige Trägerimage erscheint die Möglichkeit der bewussten Inszenierung dieser Emotion wenig plausibel. Vielmehr bleibt eine journalistische Präferenz der Gefühlsexpressionen von *Ärger* insbesondere bei niedrigen Führungsebenen zu vermuten.

Die Art und Intensität der gezeigten Gefühlsexpressionen hängen dabei zweifelsohne ebenfalls vom Handlungskontext und der Natur des Anlasses ab. Denn die dargestellten Akteursgruppen, die vermehrt in Verbindung mit der Emotion *Ärger* gezeigt werden, treten insbesondere im Bereich der Wortbeiträge oft in nicht festen Handlungsrahmen auf. So sind Akteure der landespolitischen Ebene bei dem amerikanischen Nachrichtenformat die einzige Gruppe, die häufig in nicht festen Handlungsrahmen in Bild- und Tonmaterial vorkommt. Die erste und zweite Führungsebene erscheint nicht bzw. selten in Bildmaterial aus nicht festen Handlungsrahmen und alle Originaltöne dieser Ebenen stammen aus festen Interaktionssituationen. Die beiden deutschen Sendeanstalten zeigen ähnliche Tendenzen, wenn auch nicht in derselben Durchgängigkeit. Auch bei der Tagesschau und RTL aktuell beziehen sich die Originaltöne al-

ler Akteursgruppen überwiegend auf feste Handlungsrahmen, wobei mit steigender Position die Anzahl der O-Töne aus festen Kontexten zunimmt. Während sich Akteure der zweiten und dritten Ebene auch in spontanen Interviews äußern, erscheint der Bundeskanzler selten bzw. überhaupt nicht in Form von unvorbereiteten Wortmeldungen. Im Sendervergleich zeigt nur die Tagesschau einen nennenswerten Anteil an spontanem Tonmaterial, was auf eine größere Unabhängigkeit von standardisierten Quellen und Interaktionssituationen hinweist.

Die mediale Berücksichtigung der verschiedenen Akteursgruppen in den untersuchten Nachrichtensendungen unterscheidet sich folglich sowohl in den Handlungskontexten und der Verwendung symbolischer Darstellungsformen als auch in den gezeigten Emotionen. Bezüglich der politischen Führungsspitze jedoch weisen alle Nachrichtensendungen deutliche Ähnlichkeiten in Bezug auf die Frequenz und Rahmenbedingungen ihrer Auftritte auf. Festzuhalten bleibt eine auffällige Überrepräsentation der ersten Führungsebene, die darüber hinaus ähnliche Wechselwirkungen mit den Ausprägungen der anderen erhobenen Variablen aufweist. Demnach tritt die politische Führungsspitze sowohl in Ton- als auch Bildmaterial mit großer Mehrheit in festen Handlungsrahmen auf, wobei es sich überwiegend um medienzentrierte Kontexte handelt. Die Präsenz der politischen Führungsspitze in den Medien beschränkt sich damit zu einem großen Teil auf planbare und erwartbare Interaktionen mit Medienvertretern, die vorbereitet und insofern mitgestaltet werden können. Vor diesem Hintergrund ist auch die starke Dreifachwechselwirkung der ersten Führungsebene mit dem Handlungsrahmen *Fest-Medien* und der Darstellungsform *Symbolischer Gehalt* zu bewerten. Der auffällig hohe Anteil von symbolisch angereichertem Bildmaterial in Verbindung mit medienzentrierten Handlungsrahmen wird insofern als Indiz für den hohen Inszenierungsgrad betrachtet, der die Medienauftritte des Bundeskanzlers bzw. des amerikanischen Präsidenten kennzeichnet. Des Weiteren weist eine verstärkte Verwendung manifester Symbole wie Fahnen oder anderer Staatssymbole auf den stark repräsentativen Charakter der Auftritte der politischen Führungsspitze hin. Dass es dabei vor allem um eine möglichst positive Demonstration der eigenen Person und bestehenden Verhältnisse geht, lassen die Auswertungen der Kategorie *Emotion* vermuten. Denn die politische Führungsspitze beider Länder tritt mehrheitlich in Kom-

bination mit der Emotion *Freude* auf, während *Ruhe* seltener und *Ärger* kaum zu beobachten ist. Die mehrheitlich positiven Gefühlsexpressionen, die von der politischen Führungsspitze gezeigt werden, finden sich dabei verstärkt in Form von Nahaufnahmen, was die emotionale Komponente dieser Auftritte auch kameratechnisch unterstützt. In Bezug auf die politische Führungsspitze konnte die Erhebung folglich klar definierte Auftrittsbedingungen herausarbeiten. Die Vorbereitung der Medienkontakte ist bei dieser politischen Position sicherlich als besonders sorgfältig zu betrachten. Auf diese Weise entsteht standardisiertes Bild- und Tonmaterial, das auf vorbereitete Interaktionssituationen zurückgeht, einen starken symbolischen Gehalt aufweist und durch seinen vergleichbar hohen Gebrauch von Nahaufnahmen zu einem großen Teil die Emotion *Freude* abbildet.

Die durchgängigen, spezifischen Auftrittsbedingungen der politischen Führungsspitze verweisen auf die Stringenz und Homogenität ihrer Medienauftritte. Der hohe Anteil symbolischen Bildmaterials lässt auf eine besonders sorgfältige Vorbereitung dieser Auftritte schließen, im Zuge derer ausgewählte Symbole für die journalistische Selektion angeboten werden und aufgrund der schnellen Verfügbarkeit und Aussagekraft des Materials akzeptiert und gesendet werden können. Angesichts der durch zeitliche und finanzielle Zwänge begrenzten journalistischen Recherchemöglichkeiten entsteht auf politischer Seite die Gelegenheit, durch gezielte Kommunikationsangebote die Entstehung und Art des Sendematerials mitzugestalten. Die Häufigkeit und Intensität der in der vorliegenden Untersuchung erhobenen Wechselwirkungen zwischen festen Handlungsrahmen und symbolischem Bildmaterial kann unter dieser Perspektive als Ausdruck der Routine und gegenseitiger Effizienz planbarer Interaktionssituationen zwischen politischen Akteuren und Medienvertretern betrachtet werden. Gleichzeitig weisen die hohen Werte medienzentrierter Handlungsrahmen und symbolischer Darstellungsformen auf einen allgemeinen Inszenierungscharakter der Medienauftritte politischer Akteure hin. Insbesondere im Fall der politischen Führungsspitze bedeutet die einhergehende, beschriebene Standardisierung der Politikberichterstattung eher eine Repräsentation als Diskussion bestehender Verhältnisse.

16. Fazit

Der Prozess der medialen Politikvermittlung bewegt sich im Spannungsverhältnis zweier Systeme, die sich in Struktur, Logik, Arbeitsweise und Zielsetzung maßgeblich unterscheiden. Das Darstellungsbestreben politischer Akteure sowie die formatspezifischen Anforderungen von Nachrichtensendungen leisten dabei trotz unterschiedlicher Motive denselben Mechanismen der Komplexitätsreduktion Vorschub. Bei näherer Betrachtung der Auftrittsbedingungen politischer Akteure verschiedener Führungsebenen können im journalistischen Endprodukt mehrstufig personalisierte, ritualisierte, emotionalisierte und symbolisch angereicherte Darstellungsweisen innerhalb von politischen Beiträgen identifiziert werden. Die auch theoretisch begründete beiderseitige Vorteilhaftigkeit dieser Reduktionsmechanismen geht auf das enge Abhängigkeitsverhältnis der beteiligten Systeme zurück, das zu einer Beobachtung von und Beschäftigung mit den Leitdifferenzen und Funktionsweisen des Anderen führt. Die Effizienz der gegenseitig wahrgenommenen Leistungsanforderungen schlägt sich dabei in ausgewählten Merkmalen der audiovisuellen Politikberichterstattung nieder, die beispielsweise im Grad des Inszenierungscharakters von Medienauftritten oder der Selbstdarstellung politischer Akteure ihren Ausdruck findet. Insbesondere von Seiten des politischen Systems wird dabei von einer Vorwegnahme medialer Eigengesetzlichkeiten ausgegangen, indem es zur Erzeugung erwünschter Resonanzen eine gezielte Medialisierung durchläuft. Die Regelmäßigkeit der medialen Arbeitsweise sowie formatspezifische Relevanzkriterien bieten dabei geeignete Angriffspunkte, um gewissermaßen über eine mimetische Vorwegnahme Berichterstattung zu provozieren.

Die vielfältigen Strategien politischen Kommunikationsmanagements geben insbesondere angesichts der diskutierten Professionalisierung von politischer Öffentlichkeitsarbeit umso mehr Anlass, direkte Einwirkungsbemühungen auf das Medienprodukt zu vermuten. Die Frage nach einer einseitigen Übersteuerung im Verhältnis der Systeme wird angesichts der offensichtlichen Notwendigkeit zur Anpassung jedoch zurückgestellt. Denn eine potentielle Instrumentalisierung der Medien setzt die gezielte Medialisierung von Politik voraus. Das politische System muss zunächst eine mediengerechte Version seiner selbst entwerfen, um gewünschte Resonanzen zu erzeugen, so dass keine einseitige Machtübernahme zu

befürchten ist. Unter Berücksichtigung dieser Systemzusammenhänge wurden in der vorliegenden Arbeit ausgewählte Merkmale dieser auf Medienberichterstattung ausgerichteten Version von Politik theoretisch wie empirisch untersucht. Die hohe räumliche und soziale Reichweite des Mediums sowie die starke Vertrauens- und Nutzungsquote des Formats machen Hauptnachrichtensendungen zum geeigneten Gegenstand der Untersuchung, wobei aufgrund der engen formatspezifischen Bedingungen ebenfalls eine erhöhte Akzeptanz komplexitätsreduzierender Mechanismen zu unterstellen ist (vgl. Kapitel 5). Die empirischen Ergebnisse erfassen ausschließlich das journalistische Endprodukt, das als beobachtbares Ergebnis der komplexen Entstehungsbedingungen von medialer Politikvermittlung betrachtet wird. In erster Linie können daher Aussagen über die beobachtbare und messbare Aggregation von komplexitätsreduzierenden Mechanismen im Nachrichtenformat getroffen werden. Gleichzeitig aber legen die Untersuchungsergebnisse begründete Vermutungen bezüglich des Entstehungskontexts des untersuchten Sendematerials nahe und wurden im Rahmen der Dateninterpretation auf das zugrundeliegende, wechselseitige Zusammenspiel und die Durchdringungen von politischem System und Mediensystem bezogen. Vor diesem Hintergrund wurde die Politikberichterstattung der Hauptnachrichtensendungen von ARD, RTL und NBC verglichen und sowohl auf Ebene der Gesamtsendung als auch auf Ebene der politischen Beiträge detailliert analysiert. Das länderübergreifende Forschungsdesign diente dabei der Einbeziehung und Überprüfung landesspezifischer Faktoren sowie der Betrachtung potentieller Konvergenzen zwischen öffentlich-rechtlich und privaten sowie deutschen und amerikanischen Nachrichtensendungen.

Auf der Ebene der Gesamtsendung sind sowohl bezüglich der formatspezifischen Themenspektren als auch der Gewichtung von Politik maßgebliche Unterschiede zwischen den Sendern festgestellt worden. Beiträge mit politischem Inhalt nehmen in der Tagesschau einen doppelt so hohen Anteil ein wie bei RTL aktuell. Auch ein Vergleich der thematischen Zugehörigkeit der nicht-politischen Beiträge dokumentiert die unterschiedliche inhaltliche Zusammensetzung der beiden Sendungen. Die Tagesschau zeigt einen klaren Schwerpunkt der Berichterstattung auf politischen Themen mit und ohne Beteiligung entsprechender Akteure, während RTL bevorzugt Beiträge aus dem Bereich Kriminalität/Katastrophen sowie

Human Interest behandelt. Der Anteil politischer Themen am Gesamtsendevolumen liegt bei RTL daher wesentlich niedriger. Darüber hinaus konzentriert sich die Nachrichtensendung des Privatsenders auch innerhalb politischer Beiträge zum großen Teil auf personenbezogene Themen. Sowohl die inhaltliche Zusammensetzung der Gesamtsendung als auch der thematische Schwerpunkt innerhalb von politischen Beiträgen ist bei dem öffentlich-rechtlichen Sendekonzept insgesamt als deutlich politiklastiger mit sachpolitischer Ausrichtung zu bezeichnen. Auch auf formaler Ebene unterscheidet sich RTL aktuell durch einen deutlich stärkeren Visualisierungsgrad bezüglich der Anzahl von Filmbeiträgen und Schnittfrequenzen. Des Weiteren zeigt die ausgeprägte Nachrichtendichte in Form von Beiträgen pro Minute eine hohe Dynamik der Sendung an, die bei der Tagesschau angesichts langsamerer Schnitte, längerer Beiträge und einer daher weniger hohen Nachrichtendichte vollständig anders konzipiert ist.

Im direkten Sendervergleich zeigt sich für RTL aktuell in diesem Zusammenhang eine stärkere Verwendung von formalen Gestaltungselementen, die eine format-spezifische Priorität auf dem Aspekt der Präsentation implizieren. Dass gestalterische Überlegungen dabei als Ordnungsprinzip und Auswahlkriterium fungieren können, legt zudem das gleichbleibende inhaltliche wie formale Gerüst im Sendeablauf nahe. Anders als in der Tagesschau weist RTL aktuell eine definierte Ablaufstruktur auf, die Beiträge zu inhaltlichen Blöcken zusammenfasst, wobei Filmbeiträge und bebilderte Kurzmeldungen in bestimmten Zeiträumen alternieren. Die kohärente Strukturierung und Gestaltung der Gesamtsendung in formaler wie inhaltlicher Hinsicht erscheint daher als zusätzlicher Faktor, der in den Prozess der Auswahl von Nachrichtenbeiträgen einfließt. Im direkten Vergleich mit der ARD Tagesschau ergeben sich daher für RTL aktuell sowohl in Struktur und Gestaltung als auch in Bezug auf inhaltliche Schwerpunkten deutliche Unterschiede. Die Folgen einer potentiellen Angleichung von öffentlich-rechtlichen und privaten Nachrichtensendungen können im Rahmen dieser querschnittlichen Untersuchungsergebnisse nicht beobachtet oder bestätigt werden.

Während zwischen den beiden deutschen Nachrichtensendungen folglich kaum Übereinstimmungen festgestellt wurden, ergibt die Untersuchung der beiden Privatsender auffällige inhaltliche wie formale Ähnlichkeiten. Auch NBC News be-

rücksichtigt einen großen Anteil an Human Interest Themen und ist durch einen hohen Visualisierungsgrad im Sinne kurzer Schnitffrequenzen und einer starken Konzentration auf Filmbeiträge gekennzeichnet. Dennoch ist herauszustellen, dass im Hinblick auf diese formalen Elemente RTL aktuell eine stärkere Präsentationsdynamik aufweist als das amerikanische Format. Nicht nur sind die Schnitffrequenzen kürzer und der Anteil an Filmbeiträgen größer, sondern auch die Nachrichtendichte ist bei dem deutschen Privatsender wesentlich höher. Bei gleichem Sendevolumen behandelt NBC News weniger Themen pro Sendung, deren Beitragslängen folgerichtig erheblich höher liegen. Darüber hinaus wendet der amerikanische Anbieter etwa doppelt so viel Sendezeit für Beiträge politischen Inhalts auf wie RTL aktuell. Betrachtet man die Marginalisierung von politischer Berichterstattung und die Betonung formaler Gestaltungselemente als Indikatoren für eine Amerikanisierung der Berichterstattung (vgl. Kapitel 6.1), so zeigen die Ergebnisse dieser Untersuchung eher eine Überschreitung als eine Angleichung der Berichterstattung des deutschen Privatsenders an amerikanische Vorbilder. Wenn eine Orientierung an amerikanischen Nachrichtenformaten stattgefunden hat, bleibt vielmehr zu vermuten, dass die beobachteten Tendenzen als Basis übernommen und dann über den Rahmen der Orientierung hinaus umgesetzt wurden.

Auf der Ebene der politischen Beiträge hingegen zeigen sich bei allen untersuchten Nachrichtensendungen vergleichbare Tendenzen bezüglich der Berücksichtigung und Darstellung politischer Akteure. Die Operationalisierung der Dimensionen Personalisierung, Emotionalisierung, Ritualisierung und Symbolik hat in diesem Zusammenhang länder- und senderübergreifende Gemeinsamkeiten hinsichtlich der Auftrittsbedingungen politischer Akteure sowie den allgemeinen Begleitumständen und formatspezifischen Kennzeichen politischer Berichterstattung herausgestellt. Auch wenn im direkten Sendervergleich graduelle Unterschiede in der Durchgängigkeit und Intensität deutlich werden, identifiziert die Erhebung für alle Nachrichtensendungen ähnliche Tendenzen und Ausprägungsverhältnisse. So zeigt sich ein durchgängiger, senderübergreifender Schwerpunkt auf Bildmaterial, das im Kontext fester Handlungsrahmen entstanden ist. Ein Großteil der Berichterstattung geht somit auf planbare Ereignisse zurück, die in Form von Pressekonferenzen, öffentlichen Auftritten, Reden, Parteitagen oder ähnlichen Ereignissen einen erwartbaren und in jeder Beziehung absehbaren Anlass für Berichterstattung

bilden. Aufgrund ihres weitgehend vorhersehbaren Ablaufs sind Ereignisse in festen Handlungsrahmen mit einem Ritualcharakter behaftet, der einen erwartbaren Wert in Bezug auf Aufwand, Inhalt und Form des zu Berichtenden gewährleistet und daher zur Berichterstattung prädestiniert ist. Der in der Erhebung nachgewiesene starke Bezug der untersuchten Berichterstattung auf feste Handlungskontexte ist insofern auch unter dem Aspekt der Entlastung von Rezeption sowie journalistischer Produktion durch ritualisierte Ereignisse zu betrachten. Die Voraussagbarkeit des Interaktionskontexts von politischen Akteuren und Medienvertretern gewährleistet Orientierung und Regelmäßigkeit im Prozess der medialen Politikvermittlung, führt aber auch über die Standardisierung der Begegnung zu einer Typisierung der Berichterstattung.

Die so entstehenden ritualisierten Muster der Berichterstattung können wiederum von politischer Seite gezielt unterstützt und im Rahmen von medienzentrierten Ritualen vorangetrieben werden. Die erhobenen Daten bestätigen, dass politische Akteure in hohem Maße auf mediale Beobachtung reagieren, da sie beispielsweise verstärkt in medienzentrierten Handlungsrahmen auftreten und sich daher aktiv auf mediale Berichterstattung einstellen und ausrichten. Indem von politischer Seite die Bedürfnisse und Regelmäßigkeiten medialer Beobachtung erkannt und einberechnet werden, vollziehen sich die resultierenden politischen Kommunikationsbemühungen als Beobachtung der Beobachtung *für* und *mit* Medien. Die Rolle der Medien verschiebt sich in diesem Prozess zunehmend vom Beobachter zum Adressat und zum aktiven Interaktionspartner (vgl. Kapitel 4.4). Die Ergebnisse der Untersuchung bestätigen die Bedeutsamkeit standardisierter Begegnungen von politischen Akteuren und Medienvertretern in festen Handlungsrahmen sowie den Eindruck der daraus hervorgehenden Typisierung der Berichterstattung. Der hohe Anteil von medienzentrierten Handlungsrahmen impliziert eine Ritualisierung der systemischen Interaktion im Sinne eines routinierten, wechselseitigen Beobachtungskomplexes, der sich im Rahmen der politischen Berichterstattung immer wieder selbst produziert.

Die empirischen Ergebnisse korrelieren mit der theoretisch erarbeiteten Dimensionen der Ritualisierungen in und von Berichterstattung, auch wenn die Intensität und senderübergreifende Durchgängigkeit der Konzentration auf medienzentrierte

Handlungsrahmen überrascht. Auch die theoretisch hergeleitete symbolische Anreicherung von Ereignissen mit Ritualcharakter bestätigt sich in der Untersuchung, indem sich ein großer Teil des erhobenen symbolischen Gehalts auf medienzentrierte Handlungsrahmen bezieht. Alle untersuchten Hauptnachrichtensendungen sind damit durch eine auffällige Konzentration auf *für* und *mit* Medien geschaffene Handlungskontexte gekennzeichnet, die zudem einen hohen Anteil an Bildmaterial symbolischen Gehalts aufweisen. Mit der Erfassung dieser länderübergreifenden Gemeinsamkeiten stellt sich notwendigerweise die Frage nach den allgemeinen Entstehungsbedingungen medialer Politikvermittlung. In diesem Zusammenhang ist ebenfalls die Professionalisierung des politischen Kommunikationsmanagements einzubeziehen, da der erhobene Zusammenhang zwischen festen, insbesondere medienzentrierten Handlungsrahmen und dem symbolischem Gehalt der dort entstehenden Nachrichtenbilder auf eine entsprechende Vorbereitung dieser planbaren und erwartbaren Nachrichtenansätze schließen lässt. Zur Erreichung der erwünschten Medienresonanz ist von politischen Kommunikationsstrategen an dieser Stelle eine Antizipation des Visualisierungszwangs audiovisueller Medien vorstellbar, die über das Angebot beobachtbarer Symbole und die bewusste symbolische Anreicherung schwer vermittelbarer Inhalte mediengerechte Bildmotive kreieren und anbieten.

Diese Betrachtungsweise ergibt sich aus der Natur der beteiligten Kategorien, die - anders als beispielsweise die Kameraeinstellung- nicht allein journalistischer Einwirkung und Auswahl obliegt. Die Kategorien *Handlungsrahmen* und *Darstellungsform* bezeichnen vielmehr Indikatoren beidseitiger Einwirkungen, da sie einerseits als Ausdruck der gezielten Vorbereitung politischer Akteure auf Medienauftritte gewertet werden können, andererseits aber auch das Ergebnis journalistischer Selektion repräsentieren. Beide Kategorien beschreiben die Auftrittsbedingungen politischer Akteure, die von Seiten des politischen Kommunikationsmanagements mitgestaltet und insofern ebenfalls als Indikator für die Effizienz politischer Inszenierungen im Sinne von medialer Durchlässigkeit betrachtet werden können. Diese Vermutungen werden ferner durch die Ergebnisse der amerikanischen Nachrichtensendung gestützt, in der sowohl der Anteil von Bildmaterial symbolischen Gehalts als auch der Bezug auf medienzentrierte Handlungsrahmen stärker ausgeprägt sind als bei den deutschen Formaten. Vor dem Hintergrund der

stärkeren Institutionalisierung und Professionalisierung des politischen Kommunikationsmanagements und der Öffentlichkeitsarbeit in den USA (vgl. Kapitel 7.3) erscheinen diese Merkmale der Politikberichterstattung als logische Konsequenz ihrer Entstehungsbedingungen.

Bei professioneller Vorbereitung und Inszenierung medientauglicher Bühnenbilder bedeutet deren mediale Aufgreifung folgerichtig eine Umsetzung der erwünschten Zielsetzung von strategischen Kommunikationsbemühungen. Auf diese Weise entsteht eine Art von Politikberichterstattung, in deren thematischer und visueller Gestaltung sich interessen geleitete Darstellungsstrategien materialisieren. Mit der erfolgreichen Erzeugung erwünschter Resonanzen sowie der Übernahme strategisch inszenierter Kommunikationsangebote eröffnet sich unweigerlich die steuerungstheoretische Perspektive der Instrumentalisierung durch Medialisierung. Denn die mehrheitliche Nutzung von Sendematerial aus vorbereiteten offiziellen Informationssituationen mit symbolischem Gehalt lässt eine verstärkte Durchlässigkeit für die Strategien politischer Öffentlichkeitsarbeit unterstellen. Je häufiger das von politischer Seite vorbereitete Material übernommen wird, um so stärker wächst der Handlungsspielraum politischer Öffentlichkeitsarbeit und die Wahrscheinlichkeit für den erfolgreichen Einsatz politisch-kommunikativer Strategien. Symbolische Politik entsteht vor diesem Hintergrund als Kommunikationsangebot an die Medien, das bei ungefilterter und unreflektierter Weitergabe die von der Politik angebotene Codierung sozialer Wirklichkeit verbreitet - ein Merkmal, das einem „System schwacher Medien“ (Sartor 2000: 69) zuzuschreiben ist (vgl. Kapitel 3.2). Aufgrund der spezifischen Bedingungen des Mediums wie auch des Formats kann in gewisser Weise immer von einer Neucodierung der zu vermittelnden Inhalte ausgegangen werden. Doch legen die Ergebnisse unterschiedliche Ausmaße an Durchlässigkeit für politische Kommunikationsangebote nahe. So bleibt festzuhalten, dass sich politische Beiträge bei NBC News kaum außerhalb des offiziellen bzw. für die Medien ausgerichteten Rahmens bewegen. Insbesondere in Bezug auf den direkten Umgang mit politischen Akteuren in Form von Interviews ist in diesem Zusammenhang sowohl bei NBC News als auch bei RTL aktuell eine deutliche Konzentration auf offizielle, standardisierte Quellen festzuhalten. Interviewausschnitte oder Originaltöne, die in Form eines Einzelgesprächs mit politischen Akteuren eine journalistische Eigenrecherche

voraussetzen, machen bei beiden Privatsendern nur einen kleinen Bruchteil der insgesamt verwendeten Soundbites aus. Wenn O-Töne jenseits der standardisierten Tonquellen von Pressekonferenzen oder offiziellen Statements bei RTL aktuell oder NBC News vorkommen, ist der Befragte zudem ausschließlich den unteren Führungsebenen zuzuordnen. Die geringere Gesamtanzahl an Einzelinterviews außerhalb offizieller Pressetermine könnte zunächst als Frage der berufspraktischen Machbarkeit evaluiert werden. Die unter gleichen Bedingungen entstehende Nachrichtensendung Tageschau zeigt jedoch eine vollständig andere Handhabung, indem durch alle Führungsebenen hindurch mehr als ein Drittel aller ausgestrahlten O-Töne aus nicht festen Handlungskontexten und damit nicht standardisierten Quellen stammt. Mehr als bei der Tagesschau, die zu einem viel größeren Anteil Sendematerial aus direkten Kontakten mit politischen Akteuren gewinnt, wäre im Fall der privaten Sender an dieser Stelle die Frage des Verlautbarungsjournalismus zu diskutieren.

Die verstärkte Verwendung von standardisierten Quellen wie Pressekonferenzen oder offiziellen Statements kann gleichzeitig als Folge der Produktionsbedingungen von Nachrichtensendungen verstanden werden. Sowohl in Bezug auf die Verfügbarkeit von Bild- und Tonmaterial als auch hinsichtlich der weitgehenden Voraussagbarkeit des Nachrichtenwertes bilden ritualisierte, planbare Ereignisabläufe eine geeignete Grundlage für mediale Berichterstattung. Daher legt das erhobene Ausmaß der Berücksichtigung standardisierter Quellen ein inhaltsunabhängiges Gewicht berufspragmatischer Überlegungen nahe. Die Aktualität des Mediums sowie die engen formatspezifischen Bedingungen von Nachrichtensendungen resultieren in einer immensen Materialabhängigkeit unter hohem Zeitdruck. Die Verfügbarkeit brauchbaren Materials mag unter diesen Umständen gegebenenfalls ereignisimmanente Nachrichtenfaktoren aufwiegen, so dass die Entlastung journalistischer Produktion durch geeignete Kommunikationsangebote gewissermaßen als berufspragmatisch bedingtes Auswahlkriterium in die journalistische Selektion eingeht. Diese Beobachtung beinhaltet unweigerlich eine Ergänzung des Kausalmodells der journalistischen Selektion, da an dieser Stelle nicht nur allein ereignisimmanente Merkmale die Auswahl von Ereignissen für die Berichterstattung auslösen. Vielmehr kann der Selektionsprozess ebenfalls von intentionalen Attribuierungen oder eben auch berufspragmatischen Faktoren geprägt werden.

Die vorliegende Untersuchung eröffnet an verschiedenen Stellen der Datenauswertung Möglichkeiten des Rückschlusses auf den journalistischen Selektionsprozess. So implizieren die gleichförmigen und deutlichen Strukturierungen der Nachrichtensendungen RTL aktuell und NBC News, dass Ereignisse auch in Bezug auf ihre Kompatibilität und formale Einpassung im gesamten Sendeablauf ausgewählt werden. Denn die erhobene inhaltliche und formale Ablaufstruktur, in der Filme und Meldungen sowie inhaltliche Schwerpunkte in festgelegter Weise alternieren, ergibt sich vermutlich nicht aus der jeweiligen Nachrichtenlage eines Tages, sondern muss aktiv geformt und zusammengestellt werden. Es bleibt daher zu vermuten, dass sich die journalistische Selektion insofern über den inhaltlichen Nachrichtenwert hinaus ebenfalls an formalen Vorgaben des Formats und seines Ablaufs orientiert.

Darüber hinaus können im Sinne des Finalmodells einzelne Aspekte von Ereignismerkmalen intentional herausgestellt werden. Theoretisch bereits unter dem Begriff der affektiven Akzentuierung diskutiert, können beispielweise emotionale Aspekte eines Ereignisses zur Steigerung von Aufmerksamkeit und Interesse bewusst herausgestellt oder attribuiert werden (vgl. Kapitel 4.2). Die Verteilungen der Kategorie *Emotion* geben einen Hinweis auf die verstärkte Selektion von emotionshaltigem Sendematerial, das wiederum starke Wechselwirkung mit bestimmten Akteursgruppen aufweist. So konzentriert sich die Ausprägung *Ärger* auf der Seite der deutschen Sendeanstalten nahezu ausschließlich auf die zweite und dritte Führungsebene, während sich in der amerikanischen Hauptnachrichtensendung die insgesamt selten vorkommende Ausprägung *Ärger* gänzlich auf die dritte Führungsebene konzentriert. Die auffällige Konzentration der Ausprägung *Ärger* auf Akteure der unteren Führungsebenen bringt dabei die Frage nach einer konfliktorientierten Nachrichtenauswahl auf, im Rahmen derer der Nachrichtenfaktor Prominenz gegebenenfalls durch die gezeigte Emotion kompensiert werden kann. Expressionen von *Ärger* bedienen dabei das Auswahlkriterium der Konflikthaftigkeit und bescheren auch Akteuren weniger großer Bekanntheit vermehrten Raum in der Politikberichterstattung. Was die Untersuchungsergebnisse daher an dieser Stelle vermuten lassen, fügt sich in die oft diagnostizierte und kritisierte Tendenz der medialen Politikvermittlung ein, Negatives und Sensationelles hervorzuheben und dabei die eigentliche Politikberichterstattung nur in Form

von Ausschnitten aggressiver Wortduelle zu betreiben (vgl. Kapitel 8.1). Um diese begründete Vermutung jedoch eindeutig bestätigen zu können, müsste die Kategorie *Emotion* einer differenzierteren Untersuchung unterzogen werden. Zum umfassenden Verständnis der gezeigten Emotion *Ärger* und ihrer inhaltlichen Zugehörigkeit zu entweder sachpolitischen und damit demokratietheoretisch produktiven Debatten oder inhaltsleeren, aggressiven Wortduellen wäre eine detaillierte Analyse der verbalen Inhalte sinnvoll.

Die Zuordnung aller erhobenen Ausprägungen zu den definierten Führungsebenen bestätigt, dass die Berücksichtigung politischer Akteure in der untersuchten Berichterstattung je nach Sender und Position an unterschiedliche Auftrittsbedingungen gebunden ist. Sowohl bei der Tagesschau als auch bei RTL aktuell bildet die Führungsebene 2 die zunächst am stärksten vertretene Akteursgruppe, die zumeist in medienzentrierten oder nicht festen Handlungsrahmen auftritt und mehrheitlich in Kombination mit der Ausprägung *Ruhe* in Form von Einzelbildern ohne symbolischen Gehalt dargestellt wird⁷³. Eine ähnliche Verteilung findet sich in beiden deutschen Nachrichtensendungen für Akteure der dritten Führungsebene, die zwar seltener berücksichtigt werden, aber insgesamt vergleichbare Auftrittsbedingungen aufweisen. Die Untersuchung der amerikanischen Nachrichtensendung ergibt vollständig andere Ergebnisse für die unteren Führungsebenen, was zum einen in der prominenten Stellung der Senatoren begründet liegt (vgl. Kapitel 7.1), zum anderen aber auch auf die ungleich durchstilisierten Auftritte der zweiten Führungsebene zurückzuführen ist. Denn Akteure der zweiten Führungsebene kommen bei NBC News hauptsächlich in Verbindung mit medienzentrierten Handlungsrahmen, Bildmaterial symbolischen Gehalts und der Ausprägung *Freude* vor. Ihre Auftritte in offiziellen, meist medienzentrierten Handlungsrahmen erscheinen folglich gut vorbereitet und ähneln den Auftrittsbedingungen der politischen Führungsspitze. Die dritte Führungsebene hingegen wird bei NBC News ungleich häufiger im Kontext nicht fester Handlungsrahmen berücksichtigt, in denen die Akteure hauptsächlich in Kombination mit nicht symbolischem Bildmaterial und der Emotion *Ruhe* oder *Ärger* dargestellt werden.

⁷³ Neben dieser Kombination von Ausprägungen treten Akteure der zweiten Führungsebene ebenfalls verhältnismäßig häufig in festen politikzentrierten Handlungsrahmen mit Expressionen von *Ärger* auf.

Wollte man eine auftrittsorientierte Zuordnung der politischen Positionen je nach Darstellungsbedingungen vornehmen, so zerfielen die Führungsebenen in den untersuchten deutschen und amerikanischen Nachrichtensendungen grob in zwei unterschiedliche Gruppierungen. In den deutschen Nachrichtensendungen ähneln sich die Darstellungsbedingungen der bundespolitischen sowie der landespolitischen Ebene und bilden insofern das aus auftrittsorientierter Perspektive betrachtete Gegengewicht zur politischen Führungsspitze. In der amerikanischen Nachrichtensendung hingegen unterscheidet sich allein die dritte Führungsebene von den stilisierten Auftritten der ersten beiden Akteursgruppen. Vor dem Hintergrund der theoretisch diskutierten Medienorientierung amerikanischer Politiker sowie der Professionalisierung ihrer Kommunikationsstrategen könnten diese Ergebnisse als Hinweis auf eine stärkere Ausweitung und positionsübergreifende Durchgängigkeit von politischen Inszenierungen gewertet werden. Die Datenverteilungen dokumentieren auf amerikanischer Seite eine größere Bedeutung derjenigen Kategorien, die politische Einwirkungsmöglichkeiten bereithalten und infolgedessen ein höheres Maß an Kontrolle über die Interaktion mit Medienvertretern gewähren.

Insbesondere in Bezug auf die politische Führungsspitze verstärkt sich dieser Eindruck der kontrollierten und inszenierten Medienkontakte. Auf dieser Führungsebene zeigen alle untersuchten Sendeanstalten auffällige Ähnlichkeiten hinsichtlich der Auftrittsbedingungen. Allen gemeinsam ist die herausragende Stellung der politischen Führungsspitze in der Häufigkeit ihrer Berücksichtigung. Die untersuchte Berichterstattung weist damit eine deutliche Elitenorientierung auf. Indem Sachverhalte durch Personen und diese wiederum durch prominenten Personen verkörpert werden, ergibt sich für die Berichterstattung ein Charakter der doppelten Stellvertretung, an dessen Spitze der Bundeskanzler bzw. Präsident das höchste Maß an Medienaufmerksamkeit auf sich vereint. Die Person der politischen Führungsspitze funktioniert dabei als Markenzeichen und Aushängeschild eines gesamten Bedeutungskomplexes und wird damit gewissermaßen selbst zum Symbol. In diesem Zusammenhang ist ebenfalls die verstärkte Verwendung der Nahaufnahme bei dieser Position zu betrachten, die durch die Ausschließlichkeit ihres Bildausschnitts prinzipiell als informationsarm zu bezeichnen ist. Die Nahaufnahmen vom Bundeskanzler oder Präsidenten isolieren die jeweilige Person

aus dem Kontext und lenken die Aufmerksamkeit auf ihre Gestik und Mimik. Die Personalisierung von Politik erhält an dieser Stelle ebenfalls eine kameratechnische Dimension, da der isolierten und detaillierten Abbildung des politischen Akteurs eine scheinbar selbsterklärende Relevanz zugeschrieben wird.

Die starke Präsenz des Bundeskanzlers und des Präsidenten sowie die kameratechnische Konzentration auf ihre Person ist darüber hinaus von einer stetig wiederkehrenden Kombination mit weiteren Ausprägungen begleitet. Insgesamt lässt sich dabei eine mehrheitliche Darstellung der politischen Führungsspitze in medienzentrierten Handlungskontexten mittels symbolisch angereichertem Bildmaterial feststellen, in dem mittels Nahaufnahmen zumeist Expressionen der Emotion *Freude* gezeigt werden. Die starke Präsenz der politischen Führungsspitze unter stetig wiederkehrenden Darstellungsbedingungen deutet dabei nicht nur auf eine allgemeine Personalisierung politischer Sachverhalte hin, sondern impliziert auch die Konstruktion einer bestimmten, erwünschten Bezugnahme auf die Person des Bundeskanzlers oder des Präsidenten. Die von politischer Seite gezeigten Gefühlsexpressionen der Freude sowie die Kameraeinstellung der Nahaufnahme können in diesem Zusammenhang als Merkmale einer intentionalen Emotionalisierung politischer Sachverhalte von journalistischer und politischer Seite betrachtet werden. Das vermehrte Angebot von gezeigten Gefühlsexpressionen sowie die kameratechnische Betonung emotionaler Aspekte kann dabei der Reduktion von Komplexität dienen und damit das Interesse wie auch Verständnis von Rezipienten erhöhen. Andererseits aber tragen Emotionen ebenfalls zur Stabilisierung einer dargestellten Rolle bei und können somit ein von politischer Seite erwünschtes Image um einen emotionalen Appeal bereichern (vgl. Kapitel 4.2). Die vermehrte Verbindung dieser Emotion mit festen Kontexten und Bildmaterial symbolischen Gehalts verweist zudem auf die Natur der Ereignisse, in deren Rahmen sich die politische Führungsspitze mehrheitlich zeigt. Denn die beschriebenen Auftrittsbedingungen sind insbesondere im Rahmen von repräsentativen Anlässen wie Staatsempfängen oder Auslandsreisen zu erwarten, bei denen ein zumeist nebensächlicher Teilaspekt politischer Realität für Medienberichterstattung etwa in Form der gegenseitigen Begrüßung beobachtbar gemacht wird. Während inhaltliche Aspekte schon aufgrund der formatspezifischen Bedingungen von Nachrichtensendungen in solchen Situationen in den Hintergrund treten, kreierte der hohe

Anteil von symbolisch angereichertem Bildmaterial den Eindruck der zeremoniellen Repräsentation. Die erhobenen Formen der symbolischen Darstellung bilden auf diese Weise einen repräsentativen Rahmen für die Auftritte politischer Akteure, die in letzter Konsequenz der Untermauerung ihrer Funktion sowie Position dienlich sind. Demokratietheoretisch erscheinen diese symbolischen Verweisungsstrukturen wenig wünschenswert. Denn die Bereitstellung manifester Symbole im Kontext ritualisierter Handlungsrahmen bedeutet gleichzeitig eine Demonstration, nicht Diskussion der bestehenden Ordnung.

Die Präsenz der politischen Führungsspitze in den untersuchten Nachrichtensendungen ist demnach an spezifische Darstellungsbedingungen gebunden und zeigt länderübergreifende Ähnlichkeiten in den erhobenen Ausprägungen. Trotz gradueller Unterschiede zeigen sowohl die beiden deutschen als auch die amerikanische Nachrichtensendung deutliche Parallelen in Bezug auf die politische Führungsspitze. Die Darstellung des Bundeskanzlers bzw. Präsidenten erscheint in allen Formaten in beschriebener Weise ritualisiert und erfolgt definitionsgemäß als Hinwendung zu gleichen Inhalten in gleichen Formen. Gleichzeitig bedeuten diese Ergebnisse, dass diese Art der Berichterstattung nicht auf eine Landesspezifität zurückzuführen ist. Die Darstellung der politischen Führungsspitze wird folglich als weitgehend unabhängig von den Implikationen einer präsidentiell bzw. parlamentarisch konzeptionalisierten Demokratie verstanden. Die Häufigkeit und Art der Darstellung des amerikanischen Präsidenten kann nicht allein mit seiner starken verfassungsrechtlichen Stellung begründet werden, da in deutschen Nachrichtensendungen trotz unterschiedlich definierter Stellung des Bundeskanzlers ähnliche Darstellungsweisen zu verzeichnen sind. Vielmehr handelt es sich in diesem Zusammenhang um ein länderübergreifendes Merkmal der zeitgenössischen Politikberichterstattung.

Zusammenfassend betrachtet, konnten die in der Forschungsliteratur diskutierten Merkmale medialer Politikvermittlung anhand der theoretischen wie empirischen Exploration der Dimensionen Personalisierung, Ritualisierung, Emotionalisierung und Symbolik spezifiziert werden. Für eine weitere Konkretisierung und Differenzierung der gewonnenen Erkenntnisse wäre eine eventuelle Einbeziehung weiterer Länder und eine Auswertung der verbalen Beiträge politischer Akteure sinn-

voll. Die vorliegenden Untersuchungsergebnisse ermöglichen jedoch einen systematischen und empirisch begründeten Überblick über die wechselseitig bedingten Faktoren und Rahmenbedingungen, welche die Präsenz politischer Akteure in Nachrichtensendungen begleiten. Zudem wurden die unterschiedlichen Sendekonzepte der untersuchten Nachrichtensendung in formaler wie inhaltlicher Hinsicht herausgearbeitet. Auf nationaler Ebene können dabei keine Folgen einer möglichen Annäherung von öffentlich-rechtlichen und privaten Nachrichtensendungen beobachtet werden. Im internationalen Vergleich zeigt RTL aktuell in den einschlägig diskutierten Merkmalen einer Amerikanisierung sogar deutlichere Ausprägungen als die untersuchte amerikanische Nachrichtensendung selbst.

Auf der Ebene der politischen Nachrichtenbeiträge ermittelte die Untersuchung hingegen sender- und länderübergreifende Ähnlichkeiten, die unter Einbeziehung der diskutierten formatspezifischen Produktionsbedingungen sowie der Professionalisierung des politischen Kommunikationsmanagements auf vergleichbare Rahmenbedingungen medialer Politikvermittlung verweisen. Insbesondere in Bezug auf die politische Führungsspitze deuten die Ergebnisse dabei auf die routinierte und effiziente Inszenierung einer mediengerechten Version von Politik hin, die sich in der untersuchten Berichterstattung in Form von stilisierten Auftritten niederschlägt. Die vorbereiteten Auftritte des Bundeskanzlers bzw. Präsidenten in erwartbaren Kontexten unter wiederkehrenden Darstellungsbedingungen zeugen in besonderem Maße von einer Personalisierung politischer Sachverhalte sowie einer Ritualisierung der Berichterstattung. Die Auftritte der politischen Führungsspitze sind dabei zu großen Teilen von einem nahezu zeremoniellen Charakter begleitet, der eine Demonstration bestehender Verhältnisse impliziert sowie eine Inszenierung und Kultivierung politischer Autorität beinhaltet. Der insgesamt hohe Anteil an medienzentrierten Handlungsrahmen in Verbindung mit Bildmaterial symbolischen Gehalts ist sowohl Begründung für eine allgemeine Typisierung der Berichterstattung als auch Ausdruck einer ritualisierten Interaktion der beteiligten Systeme. Als Ergebnis dieser eingespielten Berücksichtigung gegenseitiger Leistungsanforderungen entsteht eine Form der Politikberichterstattung, die als weitgehend inszenierter Stellvertreter von politischer Realität selbige bestenfalls andeuten kann.

Zu der Problematik der grundsätzlichen Darstellbarkeit komplexer politischer Prozesse in den Medien tritt an dieser Stelle die Frage nach einer notwendigen Umbewertung der Funktion und des Leistungsvermögens von Nachrichtensendungen. Die engen formatspezifischen Produktionsbedingungen prädestinieren das Format zur Konzentration auf die politische Vorderbühne⁷⁴, denn die darstellungsorientierte Verpackung von Politik ist besonders dort willkommen, wo brauchbares, eingängiges, verständliches Material unter hohem Zeitdruck benötigt wird. Vor diesem Hintergrund muss journalistische Berufspragmatik als Faktor eines Selektionsprozesses erwogen werden, an dessen Ende notwendigerweise eher Darstellungspolitik referiert als Entscheidungspolitik reflektiert wird.

Die erhobenen Merkmale der Politikberichterstattung in Nachrichtensendungen stellen sich vor diesem Hintergrund als Konsequenz ihrer Entstehungsbedingungen dar. Denn die einhergehende Reduktion politischer Komplexität entlastet sowohl Produktion als auch Rezeption politischer Medieninhalte und verfügt daher zweifelsohne über ein produktives Element. Doch unter Berücksichtigung der dargestellten Systembedingungen erfolgt die Reduktion von politischer Komplexität vermutlich weniger um ihrer selbst willen als vielmehr zur interessengeleiteten Erzeugung von erwünschten Medienresonanzen. Die wechselseitig vorteilhafte Konstruktion einer mediengerechten Verpackung von Politik erscheint unter dieser Perspektive als geeignetes Vehikel zur medialen Verbreitung wünschenswerter Vorstellungen, deren Übernahme in die Berichterstattung die routinierte und sich selbst verstärkende Interaktion der Systeme dokumentiert. In diesem Zusammenhang erfolgt ebenfalls der Rückgriff auf erprobte Vermittlungsmuster, die sich in den untersuchten Nachrichtensendungen in Form einer personalisierten, ritualisierten, emotionalisierten und symbolisch angereicherten Politikberichterstattung niederschlagen. Gleichzeitig funktionieren diese Reduktionsmechanismen als Katalysatoren kontrollierter, demonstrativer Publizität, indem zur mediengerechten Verpackungen wünschenswerte Ausschnitte politischer Wirklichkeiten selektiert, stilisiert und stetig reproduziert werden. Unter dem Gewand der Medientauglichkeit führt die Vermittlungspriorität der eingängigen Sichtbarmachung von Politik damit letztlich zu ihrem unbemerkten Gegenteil.

⁷⁴ Vgl. Goffman 1959, vgl. auch Kapitel 3.3.

17. Literaturverzeichnis

- Althaus, Marco (2003): Kameratauglich in die Kampagne, in: Ders. (Hrsg.): Kampagne 2!. Neue Strategien für Wahlkampf PR und Lobbying. LIT Verlag, Münster: 314-345.
- Althaus, Marco (2002): Professionalismus im Werden: Amerikas Wahlkampfberater im Wahljahr 2000, in: Heribert Schatz / Patrick Rössler / Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.): Politische Akteure in der Mediendemokratie. Politiker in den Fesseln der Medien? Westdeutscher Verlag, Wiesbaden: 79-99.
- Baecker, Dirk (Hrsg.) (2002): Niklas Luhmann. Einführung in die Systemtheorie. Carl-Auer-Systeme Verlag, Heidelberg.
- Baringhorst, Sigrid (1995): Die Macht der Zeichen – Zur Aufwertung des Symbolischen in der Politik des Medienzeitalters. Eine Einführung, in: Sigrid Baringhorst / Bianca Müller / Holger Schmied (Hrsg.): Macht der Zeichen - Zeichen der Macht. Neue Strategien politischer Kommunikation. Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main: 9-19.
- Bartel, Ralph (1997): Fernsehnachrichten im Wettbewerb: Die Strategien der öffentlich-rechtlichen und privaten Anbieter. Böhlau Verlag, Köln.
- Beck, Klaus / Gerhard Vowe (1995): Multimedia aus der Sicht der Medien. Argumentationsmuster und Sichtweisen in der medialen Konstruktion, in: Rundfunk und Fernsehen 4/1995: 549-563.
- Bente, Gary / Bettina Fromm (1997): Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen. Leske+Budrich Verlag, Opladen.
- Bentele, Günther (1992): Symbolische Politik im Fernsehen. Ein Analysemodell, in: Ernest Hess-Lüttich (Hrsg.): Medienkultur – Kulturkonflikt. Massenmedien in der interkulturellen und internationalen Kommunikation. Westdeutscher Verlag, Opladen: 215-232.
- Bentele, Günther (1993): Krieg: Journalismus und Wahrheit. Zum Verhältnis von Kriegsrealität, Medienrealität und symbolischer Politik im Golfkrieg, in: Heinz Bonfadelli (Hrsg.): Krieg, Aids, Katastrophen. Gegenwartsprobleme als Herausforderung für die Publizistikwissenschaft (Reihe Journalismus, Bd. 33). Universitäts-Verlag, Konstanz: 121-147.
- Bentele, Günther (1998): Politische Öffentlichkeitsarbeit, in: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur (Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung). Westdeutscher Verlag, Opladen: 124-145.

- Bergsdorf, Wolfgang (2002): Imperativ der Politik, in: Heribert Schatz / Patrick Rössler / Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.): Politische Akteure in der Mediendemokratie. Politiker in den Fesseln der Medien? Westdeutscher Verlag, Wiesbaden: 271-276.
- Bergsdorf, Wolfgang (1995): Fernsehen und politische Ordnung. Anmerkungen zur Demokratietauglichkeit eines Mediums, in: Beate Schneider / Kurt Reumann / Peter Schiwy (Hrsg.): Publizistik. Beiträge zur Medienentwicklung. UKV, Konstanz: 183-194.
- Beyme, Klaus von / Hartmut Weßler (1998): Politische Kommunikation als Entscheidungskommunikation, in: Otfried Jarren / Ulrich Sarcinelli / Ulrich Saxer (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch. Westdeutscher Verlag, Opladen: 312-329.
- Bieber, Christoph (1995): Einkaufen auf italienisch – Silvio Berlusconis politische Dauerwerbesendung, in: Sigrid Baringhorst / Bianca Müller / Holger Schmied (Hrsg.): Macht der Zeichen – Zeichen der Macht. Neue Strategien politischer Kommunikation. Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main: 23- 41.
- Bieger, Eckhard (1997): Gottesdienst live. Die Kirche im Zimmer, in: Ruth Blaes/ Gregor Heussen (Hrsg.): ABC des Fernsehens. UVK, Konstanz: 217-230.
- Bleicher, Joan Kristin (1999): Fernsehen als Mythos. Westdeutscher Verlag, Opladen / Wiesbaden.
- Blumler, Herbert (1992): Der methodologische Standort des Symbolischen Interaktionismus, in: Roland Burkart / Walter Hömberg (Hrsg.): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. Braumüller Verlag, Wien: 23-39.
- Blumler, Jay G. / Michael Gurevitch (1995): The Crisis of Public Communication. Routledge, New York.
- Brettschneider, Frank (1998): Medien als Imagemacher? Bevölkerungsmeinung zu den beiden Spitzenkandidaten und der Einfluss der Massenmedien im Vorfeld der Bundestagswahl 1998, in: Media Perspektiven 8/1998: 392-401.
- Brosda, Carsten (2002): ‚Emotionalisierung‘ als Merkmal medialer Politikvermittlung. Zur Diskursivität emotionaler Äußerungen und Auftritte von Politikern im Fernsehen, in: Christian Schicha / Carsten Brosda (Hrsg.): Politikvermittlung in Unterhaltungsformaten. Medieninszenierungen zwischen Popularität und Populismus. LIT Verlag, Münster: 111-133.

- Brosda, Carsten / Christian Schicha (2002): Politikvermittlung im Unterhaltungskontext. Formen politischer Rituale und ihre Grenzen, in: Christian Schicha / Carsten Brosda (Hrsg.): Politikvermittlung in Unterhaltungsformaten. Medieninszenierungen zwischen Popularität und Populismus. LIT Verlag, Münster: 152-168.
- Brosda, Carsten / Christian Schicha (2002a): Interaktion von Politik, Public Relations und Journalismus, in: Heribert Schatz / Patrick Rössler / Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.): Politische Akteure in der Mediendemokratie. Politiker in den Fesseln der Medien. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden: 41-64.
- Brosius, Hans Bernd / Susanne Kayser (1992): Kalkulierte Emotion? Der Einfluß von emotionalen Darstellungen im Fernsehen auf Informationsaufnahme und Urteilsbildung, in: Media Spectrum 4/1992: 46-55.
- Brosius, Hans Bernd (1998): Politikvermittlung durch das Fernsehen. Inhalte und Rezeption von Fernsehnachrichten, in: Walter Klinger / Gunnar Roters / Oliver Zöllner (Hrsg.): Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden: 283-301.
- Bruns, Thomas / Frank Marcinkowski (1997): Politische Information im Fernsehen. Eine Längsschnittstudie zur Veränderung der Politikvermittlung in Nachrichten und politischen Informationssendungen. Leske+Buderich Verlag, Opladen.
- Bürklin, Wilhelm (1997): Politische Eliten in der Mediendemokratie, in: Karl Rohe (Hrsg.): Politik und Demokratie in der Informationsgesellschaft. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden: 55-78.
- Burke, Peter (1995): Ludwig XIV. Die Inszenierung des Sonnenkönigs. Verlag Klaus Wagenbach, Berlin.
- Caspari, Marina / Klaus Schönbach / Edmund Lauf (1999): Bewertung politischer Akteure in Fernsehnachrichten. Analyse der Berichterstattung in Bundestagswahlkämpfen der 90er Jahre, in: Media Perspektiven 5/1999: 270-274.
- Cassirer, Ernst (1948): An essay on man. An Introduction to a Philosophy of Human Culture. Yale University Press, New Haven.
- Choi, Yong-Joo (1995): Interpenetration von Politik und Massenmedien. Eine theoretische Arbeit zur politischen Kommunikation. LIT-Verlag, Münster.
- Corner, John / Dick Pels (Hrsg.) (2003): Media and the Restyling of Politics. Consumerism, Celebrity and Cynicism. Sage Publications, London.
- Czerwick, Edwin (1987): Parlament und Politikvermittlung. Zum Verhältnis von Parlament und Öffentlichkeit, in: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn: 161-183.

- Dehn, Oliver (2001): Amerikanisierung der Politik durch die Medien? Das Zusammenspiel von Publizistik und Politik unter systemtheoretischer Perspektive. (Diplomarbeit im Studiengang Germanistik in der Fakultät Sprach- und Literaturwissenschaften der Otto-Friedrich-Universität), Bamberg.
- Delhaes, Daniel (2002): Politik und Medien. Zur Interaktionsdynamik zweier sozialer Systeme. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden.
- Dörner, Andreas (1995): Politischer Mythos und symbolische Politik. Sinnstiftung durch symbolische Formen am Beispiel des Hermannsmythos. Westdeutscher Verlag, Opladen.
- Donges, Patrick / Otfried Jarren (1997): Redaktionelle Strukturen und publizistische Qualität. Ergebnisse einer Fallstudie zum Entstehungsprozeß landespolitischer Berichterstattung im Rundfunk, in: Media Perspektiven 4/1997: 198-205.
- Donsbach, Wolfgang et al. (1993): Beziehungsspiele – Medien und Politik in der öffentlichen Diskussion. Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.
- Donsbach, Wolfgang (1997) (Hrsg.): Public Relations in Theorie und Praxis. Grundlagen und Arbeitsweise der Öffentlichkeitsarbeit in verschiedenen Funktionen. Reinhard Fischer Verlag, München.
- Donsbach, Wolfgang / Olaf Jandura (2003): Schröder-Bonus statt Kanzler-Bonus. Die Fernsehauftritte der Kanzlerkandidaten von 1998 in den Nachrichten und Nachrichtenmagazinen, in: Ders. (Hrsg.): Chancen und Gefahren der Mediendemokratie. UVK-Verlagsgesellschaft, Konstanz: 226-245.
- Down, Anthony (1957): An Economic Theory of Democracy. [Neuaufgabe 1997] Addison-Wesley Publication Company, Reading.
- Dürr, Tobias (2001): Substanz und Fassade, in: Berliner Republik 5/2001: 77-82.
- Edelman, Murray (1976): Politik als Ritual. Die symbolische Funktion staatlicher Institutionen und politischen Handelns [Neuaufgabe 1990]. Campus Verlag, Frankfurt.
- Eilders, Christiane (1997): Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information. Westdeutscher Verlag, Opladen.
- Eilders, Christiane / Werner Wirth (1999): Die Nachrichtenwertforschung auf dem Weg zum Publikum, in: Publizistik 1/1999: 35-57.
- Esser, Frank (2000a) : Spin Doctoring in den USA. Eine Lehre für Deutschland, in: PR-Magazin 10/2000: 35-40.

- Esser, Frank (2000b): Spin doctoring als Regierungs-PR. Strategischer Skandal, Themen- und Imagemanagement der Clinton-Administration, in: Klaus Kamps (Hrsg.): Trans-Atlantik – Trans-Portabel? Die Amerikanisierungsthese in der politischen Kommunikation. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden: 129-158.
- Ettema, James Stewart (1997): Press Rites and Race Relations. A Study of Mass-Mediated Ritual, in: Dan Berkowitz (Hrsg.): Social Meanings of News. A Text-Reader. Sage Publications, London: 457-482.
- Faul, Erwin (1991): Das Programmangebot im dualen Rundfunkwesen der BRD, in: Michael Jäckel / Michael Schenk (Hrsg.): Kabelfernsehen in Deutschland. Pilotprojekte, Programmvermehrung, private Konkurrenz (Reihe Medien-Skripten, Bd.11). Fischer Verlag, München: 51-92.
- Filzmaier, Peter / Fritz Plasser (1997): Die amerikanische Demokratie. Regierungssystem und politischer Wettbewerb in den USA. Manz Verlag, Wien.
- Frey, Siegfried (1999): Die Macht des Bildes. Der Einfluss der nonverbalen Kommunikation auf Kultur und Politik. Verlag Hans Huber, Bern.
- Früh, Werner (1998): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. UVK Medien, Konstanz.
- Galtung, Johan (1965): The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in Four Norwegian Newspapers, in: Journal of Peace Research 2/1965: 64-91.
- Galtung, Johan (1980): Peace and World Structure. Essays in Peace Research [Reihe Prio monographs from the International Peace Research Institute, Volume IV]. Ejlers, Copenhagen.
- Gaus, Bettina (2000): Die Scheinheilige Republik. Deutsche Verlags-Anstalt, München.
- Gellner, Winand (2001): Effizienz und Öffentlichkeit – Entscheiden im präsidentiellen System der USA, in: Klaus Dicke (Hrsg.): Politisches Entscheiden. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden: 71-86.
- Gibbons Natrellea, Mary (1966): Experimental Statistics. Handbook 91. GPO Bookstore, Washington.
- Goffman, Erving (1969): Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. R. Piper & Co Verlag, München [Originalausgabe 1959: The Presentation of Self in Everyday Life].

- Greger, Volker (1998): Privatisierung politischer Berichterstattung im Fernsehen? Zur Veränderung der Akteursstruktur in politischen Informationssendungen von 1986 bis 1994, in: Kurt Imhof / Peter Schulz (Hrsg.): Die Veröffentlichung des Privaten – Die Privatisierung des Öffentlichen. Westdeutscher Verlag, Opladen: 240-249.
- Groebel, Joe (1995): Bericht zur Lage des Fernsehens. Bertelsmann-Stiftung, Gütersloh.
- Gurevitch, Michael / Jay G. Blumler (1990): Political Communication Systems and Democratic Values, in: Judith Lichtenberg (Hrsg.): Democracy and the Mass Media. Cambridge University Press, Cambridge: 269-289.
- Habermas, Jürgen (1962): Strukturwandel der Öffentlichkeit [Neuaufgabe 1990]. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main.
- Hallermann, Kristiane et al. (1998): Grundversorgung – Pflichten und Rechte. Eine Langzeit-Inhaltsanalyse zum Informationsangebot von ARD und ZDF / in Zusammenarbeit mit dem Medien-Tenor Institut für Medienanalysen. InnoVatio, Bonn.
- Heussen, Gregor Alexander (1997): Erzählende Formen. Eine Geschichte eben, in: Ruth Blaes / Gregor Alexander Heussen (Hrsg.): ABC des Fernsehens. UVK Medien, Konstanz: 264-277.
- Hickethier, Knut (1997): Das Erzählen der Welt in Fernsehnachrichten. Überlegungen zu einer Narrationstheorie der Nachricht, in: Rundfunk und Fernsehen 1/1997: 5-18.
- Hickethier, Knut / Joan Kristin Bleicher (2000): Die Inszenierung der Information im Fernsehen, in: Herbert Willems / Martin Jurga (Hrsg.): Inszenierungsgesellschaft. Westdeutscher Verlag, Opladen: 369-383.
- Holtz-Bacha, Christina (1993): Die Massenmedien im Wahlkampf. Untersuchungen aus dem Wahljahr 1990. Westdeutscher Verlag, Opladen.
- Holtz-Bacha, Christina / Eva-Maria Lessinger / Merle Hettesheimer (1998): Personalisierung als Strategie der Wahlwerbung, in: Kurt Imhof / Peter Schulz (Hrsg.): Die Veröffentlichung des Privaten – Die Privatisierung des Öffentlichen. Westdeutscher Verlag, Opladen: 240-249.
- Holtz-Bacha, Christina (1999): Wahlkampf 1998. Modernisierung und Professionalisierung, in: Dies. (Hrsg.): Wahlkampf in den Medien – Wahlkampf mit den Medien. Ein Reader zum Wahljahr 1998. Westdeutscher Verlag, Opladen / Wiesbaden: 9-23.
- Holzer, Werner (1996): Von Hexenmeistern und Media-Handwerkern. Politische Öffentlichkeitsarbeit in den USA – ein (un-) heimliches Wesen, in: Ingrid Hamm (Hrsg.): Politik überzeugend vermitteln. Wahlkampfstrategien in Deutschland und den USA. Analyse und Bewertungen von Politikern, Journalisten und Experten. Bertelsmann Stiftung, Gütersloh: 117-148.

- Imhof, Kurt / Mark Eisenegger (1999): Politische Öffentlichkeit als Inszenierung. Resonanz auf „Events“ in den Medien, in: Peter Szyszka (Hrsg.): Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation. Westdeutscher Verlag, Opladen: 195-218.
- Jäger, Wolfgang (1992): Fernsehen und Demokratie. Scheinplebiszitäre Tendenzen und Repräsentation in den USA, Großbritannien, Frankreich, Deutschland. Beck, München.
- Jansen, Andrea (1997): Mediale Konstruktion politischer Realität. Politikvermittlung im Zeitalter der Fernsehdemokratie. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden.
- Jarren, Otfried (1994): Politik und politische Öffentlichkeitsarbeit in der modernen Gesellschaft, in: PR Magazin 4/1994: 31-46.
- Jarren, Otfried / Ulrike Röttger (1998): Politiker, politische Öffentlichkeitsarbeit und Journalisten als Handlungssystem. Ein Ansatz zum Verständnis politischer PR, in: Lothar Rolke (Hrsg.): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selber gesteuert werden. Westdeutscher Verlag, Opladen: 199-221.
- Kaase, Max (2000): Germany: A Society and a Media System in Transition, in: Richard Gunther / Anthony Mughan (Hrsg.): Democracy and the Media. A Comparative Perspective. Cambridge University Press, Cambridge: 375-401.
- Käsler, Dirk (1991): Der politische Skandal. Zur symbolischen und dramaturgischen Qualität von Politik. Westdeutscher Verlag, Opladen.
- Kamps, Klaus (1998): Zur Politik nach Bonn, in: Klaus Kamps / Miriam Meckel (Hrsg.): Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen. Westdeutscher Verlag, Opladen: 39-48.
- Kamps, Klaus (1999): Politik in Fernsehnachrichten. Struktur und Präsentation internationaler Ereignisse. Ein Vergleich. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden.
- Kamps, Klaus (2000): America ante Portas? Grundzüge der Amerikanisierungsthese, in: Ders. (Hrsg.): Trans-Atlantik – Trans-Portabel? Die Amerikanisierungsthese in der politischen Kommunikation. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden: 9-26.
- Katschinski, Melanie (1999): Informationsleistungen privater Fernsehprogramme. Programmstruktur und politische Information von RTL, SAT 1 und Pro 7. Enke Verlag, Stuttgart.

- Kepplinger, Hans Mathias (1989): Instrumentelle Aktualisierung. Grundlagen einer Theorie publizistischer Konflikte, in: Max Kaase / Winfried Schulz (Hrsg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Westdeutscher Verlag, Opladen: 199-220.
- Kepplinger, Hans Mathias / Rouwen Bastian (2000): Der prognostische Gehalt der Nachrichtenwert-Theorie, in: Publizistik 4/2000: 462-475.
- Kepplinger, Hans Mathias (2000): Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft [2.Aufl.]. Verlag Karl Alber, Freiburg.
- Kindelmann, Klaus (1994): Kanzlerkandidaten in den Medien. Eine Analyse des Wahljahres 1990. Westdeutscher Verlag, Opladen.
- Kneer, Georg / Armin Nassehi (1994): Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme. Eine Einführung. Wilhelm Fink Verlag, München.
- Köppl, Peter (1999): Lobbying. Das politische Instrument der Public Relations? in: Public Relations Forum 1/1999: 12-13.
- Korte, Karl-Rudolf (2001): Politisches Entscheiden im präsidentiellen System der USA. Zum Entscheidungsspielraum der deutschen Bundeskanzler, in: Klaus Dicke (Hrsg.): Politisches Entscheiden. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden: 53-70.
- Krause, Detlef (1999): Luhmann-Lexikon. Eine Einführung in das Gesamtwerk von Niklas Luhmann [2. Aufl.]. Enke, Stuttgart.
- Krotz, Friedrich (1993): Fernsehen fühlen. Auf der Suche nach einem handlungstheoretischen Konzept für das emotionale Erleben des Fernsehens, in: Rundfunk und Fernsehen 4/1993 : 477-495.
- Krotz, Friedrich (2001): Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden.
- Krüger, Udo Michael (1997): Politikberichterstattung in den Fernsehnachrichten. Nachrichtenangebote öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehsender 1996 im Vergleich, in: Media Perspektiven 5/1997: 256-268.
- Krüger, Udo Michael (1998): Zum Stand der Konvergenzforschung im Dualen Rundfunksystem, in: Walter Klingler (Hrsg.): Fernsehforschung in Deutschland. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden: 151-184.
- Kugler, Christine (1998): Staatsmännische Performance. Mediale Öffentlichkeit und politische Inszenierung in modernen Politiksendungen, in: Udo Göttlich / Jörg-Uwe Nieland / Heribert Schatz (Hrsg.): Kommunikation im Wandel. Zur Theatralität der Medien. Herbert von Halem Verlag, Köln: 154-168.

- Kuhn, Hans Peter (2002): Politische Sozialisation zwischen Information und Unterhaltung in den Massenmedien, in: Forum Medienethik 2/ 2002: 23-38.
- Lippmann, Walter (1998): Public Opinion. Transaction, New Brunswick [Erstveröffentlichung 1922].
- Lösche, Peter (1989): Amerika in Perspektive. Politik und Gesellschaft der Vereinigten Staaten. Wiss. Buchgesellschaft, Darmstadt.
- Loosen, Wiebke (1998): Die Medienrealität des Sports. Evaluation und Analyse der Printberichterstattung, Wiesbaden.
- Ludes, Peter (1991): Kulturtransfer und transkulturelle Prozesse. Amerikanisierung und Europäisierung des Fernsehprogramms in der Bundesrepublik. Carl Winter Universitätsverlag, Heidelberg.
- Ludes, Peter (1993): Von der Nachricht zur News-Show. Wilhem Fink Verlag, München.
- Ludes, Peter / Joachim Staab / Georg Schütte (1997): Nachrichtenausblendung und Nachrichtenaufklärung, in: Heribert Schatz / Otfried Jarren / Bettina Knaup (Hrsg.): Machtkonzentration in der Multimediagesellschaft? Beiträge zu einer Neubestimmung des Verhältnisses von politischer und medialer Macht. Westdeutscher Verlag, Opladen: 139-156.
- Lüttge, Ulrich / Manfred Kluge / Gabriela Bauer (1994): Botanik. VCH Verlagsgesellschaft, Weinheim.
- Lünenborg, Margret (1999): Rollenspiele und Systemwechsel. Zum Verhältnis von PR, Politik und Journalismus, in: Kurt Imhof / Otfried Jarren / Roger Blum (Hrsg.): Steuerungs- und Regelungsprobleme in der Informationsgesellschaft. Westdeutscher Verlag, Opladen: 100-117.
- Luhmann, Niklas (1988): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main.
- Luhmann, Niklas (1995): Soziologische Aufklärung 6. Die Soziologie und der Mensch. Westdeutscher Verlag, Opladen.
- Luhmann Niklas (2000): Die Politik der Gesellschaft [Neuaufgabe]. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main.
- Lupia, Arthur / Mathew D. McCubbins (1998): The Democratic Dilemma. Can citizens learn what they need to know? Cambridge University Press, Cambridge.

- Mangold, Roland (2000): Der abendliche Horror? Unterhaltung und Emotionen bei Fernsehnachrichten, in: Gunnar Roters / Walter Klingler / Maria Gerhards (Hrsg.): Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption (Forum Medienrezeption, Bd. 4). Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden: 119-140.
- Marcinkowski, Frank (1996): Politikvermittlung durch das Fernsehen. Politiktheoretische und konzeptionelle Grundlagen der empirischen Forschung, in: Otfried Jarren / Heribert Schatz / Hartmut Weßler (Hrsg.): Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. Westdeutscher Verlag, Opladen: 201-212.
- Marcinkowski, Frank (1998): Politikvermittlung durch Fernsehen und Hörfunk, in: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Westdeutscher Verlag, Opladen: 165-183.
- Marcinkowski, Frank / Volker Greger (2000): Die Personalisierung politischer Kommunikation im Fernsehen. Ein Ergebnis der „Amerikanisierung“?, in: Klaus Kamps (Hrsg.): Trans-Atlantik – Trans-Portabel? Zur Amerikanisierungsthese in der politischen Kommunikation. Westdeutscher Verlag, Opladen: 179-197.
- Matthies, Bernd (2001): Deutscher Medienpreis.Nelson, Gerhard, Bill und Karlheinz, in: www.bad-bad.de/archiv/medienpr_2001.html, gesichtet am 15.07.2003.
- Maturana, Humberto R. (1993): The Origin of the Theory of Autopoietic Systems, in: Hans R. Fischer (Hrsg.): Autopoiesis. Eine Theorie im Brennpunkt der Kritik. Carl-Auer-Systeme Verlag, Heidelberg: 121-123.
- Mavridis, Thomas (2000): Mehr als Event-Management und Theater. Politische Kommunikation in Deutschland. Hintergründe und Trends, in: Public Relations Forum 2/2000: 70-72.
- Mazzoleni, Gianpietro (1987): Media Logic and Party Logic in Campaign Coverage. The Italian General Election 1983, in: European Journal of Communication 2/1987: 81-103.
- Mazzoleni, Gianpietro (1998): Medienpolitik oder Politik mittels Medien? Die Unzulänglichkeit des Begriffs ‚Mediokratie‘, in: Christina Holtz-Bacha, / Helmut Scherer / Norbert Waldmann (Hrsg.): Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben. Westdeutscher Verlag, Opladen: 103-124.
- McNair, Brian (2000): Journalism and Democracy. An Evaluation of the Political Public Sphere. Routledge, London.

- Meckel, Miriam (1997): Die neue Übersichtlichkeit. Zur Entwicklung des Format-Fernsehens in Deutschland, in: Rundfunk und Fernsehen 4/1997: 475-485.
- Meckel, Miriam / Armin Scholl (2000): „Amerika, du hast es besser“. Politik und Journalismus in den USA und in Deutschland, in: Klaus Kamps (Hrsg.): Trans-Atlantik – Trans-Portabel? Die Amerikanisierungsthese in der politischen Kommunikation. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden: 111-128.
- Merten, Klaus (1994): Konvergenz der deutschen Fernsehprogramme. Eine Langzeituntersuchung 1980-1993 (Aktuelle Medien- und Kommunikationsforschung, Bd. 2). LIT-Verlag, Münster.
- Merten, Klaus / Joachim Westerbarkey (1994): Public Opinion und Public Relations, in: Klaus Merten / Siegfried Schmidt / Siegfried Weischenberg (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Westdeutscher Verlag, Opladen: 188-211.
- Meyer, Thomas (1997): Verfügungsmacht, Wettbewerb und Präsentationslogik. Einflußfaktoren auf den politischen Diskurs in den elektronischen Massenmedien, in: Heribert Schatz / Otfried Jarren / Bettina Knaup (Hrsg.): Machtkonzentration in der Multimediagesellschaft? Beiträge zu einer Neubestimmung des Verhältnisses von politischer und medialer Macht. Westdeutscher Verlag, Opladen: 65-77.
- Meyer, Thomas (1998): Öffentlichkeit als Theater? Zum Wandel des politischen Diskurses in der Mediengesellschaft, in: Udo Göttlich / Jörg-Uwe Nieland / Heribert Schatz (Hrsg.): Kommunikation im Wandel. Zur Theatralität der Medien. Heribert von Halem Verlag, Köln: 126-140.
- Meyer, Thomas (2000): Die Theatralik der Politik, in: Peter Siller / Gerhard Pitz (Hrsg.): Politik als Inszenierung. Zur Ästhetik des Politischen im Medienzeitalter. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden: 117-121.
- Meyer, Thomas (2001): Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main.
- Navarro Ramil, Beatriz (1995): Der Krieg am Golf und seine Präsentation im Fernsehen. Eine Wort- und Bildanalyse. Coppi-Verlag, Coppingrave.
- Neuberger, Christoph (2000): Journalisten und PR-Leute: Junkies und Dealer? Eichstätter Workshop zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus, in: Public Relations Forum 3/2000: 125-127.
- Oberreuter, Heinrich (1997): Medien und Demokratie. Ein Problemaufriß, in: Karl Rohe (Hrsg.): Politik und Demokratie in der Informationsgesellschaft. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden: 11-24.

- Oberreuter, Heinrich (2002): Die Amerikanisierung des Wahlkampfes in Deutschland, in: Oswald Panagl / Robert Kriebaum (Hrsg.): Wahlkämpfe. Sprache und Politik (Schriftenreihe des Forschungsinstitutes für politisch-historische Studien der Dr. Wilfried-Haslauer-Bibliothek, Band 15). Böhlau, Wien: 129-142.
- Ontrup, Rüdiger (1999): Test-Bilder. Theatralität und Visualisierungsstrategien in politischen Fernsehsendungen, in: Rüdiger Ontrup / Christian Schicha (Hrsg.): Medieninszenierungen im Wandel. Interdisziplinäre Zugänge. LIT-Verlag, Münster: 103-132.
- o.V.(2003): Down's Theorie der Demokratie. www.unister.de/Unister/wissen/sf_lexikon/ausgabe_stichwort2225_71.html, gesichtet am 14.08.2003.
- Patterson, Thomas E. (1998): Political Roles of the Journalist, in: Doris Graber / Denis McQuail / Pippa Norris (Hrsg.): The Politics of the News. The News of Politics. CQ-Press, Washington, D.C.: 17-32.
- Patterson, Thomas E. (2000): The United States. News in a Free-Market Society, in: Richard Gunther / Anthony Mughan (Hrsg.): Democracy and the Media. A Comparative Perspective. Cambridge University Press, Cambridge: 241-265.
- Perloff, Richard M. (1998): Political Communication. Politics, Press and Public in America. Lawrence Erlbaum, Mahwah.
- Pfetsch, Barbara (1991): Politische Folgen der Dualisierung des Rundfunksystems in der Bundesrepublik Deutschland. Konzepte und Analysen zum Fernsehangebot und Publikumsverhalten. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden.
- Pfetsch, Barbara (1994): Politische Fernsehwelten. Die Politikberichterstattung in privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern, in: Otfried Jarren (Hrsg.): Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen. Elektronische Medien in der Bundesrepublik Deutschland. Leske+Budrich Verlag, Opladen: 111-122.
- Pfetsch, Barbara (1996): Konvergente Fernsehformate in der Politikberichterstattung? Eine vergleichende Analyse öffentlich-rechtlicher und privater Programme 1985 / 86 und 1993, in: Rundfunk und Fernsehen 4/1996: 479-498.
- Pfetsch, Barbara (1998): Government News Management, in: Doris Graber / Denis McQuail / Pippa Norris (Hrsg.): The Politics of the News. The News of Politics. CQ-Press, Washington, D.C.: 70-93.
- Pfetsch, Barbara (1999): Politische PR-Kultur? Zur These der Amerikanisierung der politischen Kommunikation, in: Kurt Imhof / Otfried Jarren / Roger Blum (Hrsg.): Steuerungs- und Regelungsprobleme in der Informationsgesellschaft. Westdeutscher Verlag, Opladen: 180-191.

- Pfetsch, Barbara (2003): Politische Kommunikationskultur. Politische Sprecher und Journalisten in der Bundesrepublik und den USA im Vergleich. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden.
- Plasser, Fritz (2000): „Amerikanisierung“ der Wahlkommunikation in Westeuropa. Diskussions- und Forschungsstand, in: Hans Bohrmann et al. (Hrsg.) Wahlen und Politikvermittlung durch Massenmedien. Westdeutscher Verlag, Opladen: 49-67.
- Plasser, Fritz / Franz Sommer/ Christian Scheucher (1995): Medienlogik. Themenmanagement und Politikvermittlung im Wahlkampf, in: Fritz Plasser / Peter Ulram / Günther Ogris (Hrsg.): Wahlkampf und Wählerentscheidung. Böhlau Verlag, Wien: 85-118.
- Poehls, Uwe (1989): Politik im Fernsehen. Zur Personalisierung in den Fernsehnachrichten der USA, Frankreichs und der Bundesrepublik Deutschland. Universitätsverlag, Düsseldorf.
- Prisching, Manfred (2002): Wahlkämpfe – Bilder, Mythen, Rituale, in: Robert Kriechbaumer / Oswald Panagl (Hrsg.): Wahlkämpfe. Sprache und Politik. Böhlau Verlag, Wien: 11-48.
- Pross, Harry (1989): „Die Medien“. Ritualismus als Droge, in: Rüdiger Voigt (Hrsg.): Symbole der Politik, Politik der Symbole. Leske+Budrich Verlag, Opladen: 51-78.
- Radunski, Peter (1996): Politisches Kommunikationsmanagement. Die Amerikanisierung der Wahlkämpfe, in: Ingrid Hamm (Hrsg.): Politik überzeugend vermitteln. Wahlkampfstrategien in Deutschland und den USA. Analyse und Bewertungen von Politikern, Journalisten und Experten. Bertelsmann Stiftung, Gütersloh: 33-52.
- Reeb, Hans Joachim (2001): Mediendemokratie – Anspruch und Wirklichkeit, in: Ursula Buch (Hrsg.): Mediendemokratie (Sonderdruck der Landeszentrale für politische Bildung). Debus Verlag, Schwalbach: 4-7.
- Röll, Franz Josef (1998): Mythen und Symbole in populären Medien. Der wahrnehmungsorientierte Ansatz in der Medienpädagogik. Abt.Verlag, Frankfurt am Main.
- Rössler, Patrick (1999): Politiker: Die Regisseure in der medialen Themenlandschaft der Zukunft? Agenda-Setting-Prozesse im Zeitalter neuer Kommunikationstechnologien, in: Kurt Imhof / Otfried Jarren / Roger Blum (Hrsg.): Steuerungs- und Regelungsprobleme in der Informationsgesellschaft. Westdeutscher Verlag, Opladen: 149-166.
- Rölle, Daniel / Petra Müller / Ulrich W. Steinbach (Hrsg.) (2001): Politik und Fernsehen. Inhaltsanalytische Untersuchungen. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden.

- Rolke, Lothar (1998): Journalisten und PR-Manager. Unentbehrliche Partner wider Willen, in: Public Relations. Forum für Wissenschaft und Praxis 4/1998: 66-78.
- Roth, Reinhold (1987): Parteimanagement und politische Führungseliten in der Politikvermittlung, in: Ulrich Sarcinelli, (Hrsg.): Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn: 184-202.
- Rowse, Arthur E. (2000): Drive-By Journalism. The Assault on Your Need to Know. Common Courage Press, Monroe, ME.
- Sachs, Lothar (1992): Angewandte Statistik. Anwendung statistischer Methoden. Springer Verlag, Berlin.
- Sarcinelli, Ulrich (1987a): Politikvermittlung und demokratische Kommunikationskultur, in: Ulrich Sarcinelli. (Hrsg.) Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Westdeutscher Verlag, Opladen: 19-45.
- Sarcinelli, Ulrich (1987b): Symbolische Politik. Zur Bedeutung symbolischen Handelns in der Wahlkampfkommunikation der Bundesrepublik Deutschland (Studien zur Sozialwissenschaft, Bd.72). Westdeutscher Verlag, Opladen.
- Sarcinelli, Ulrich (1989): Symbolische Politik und politische Kultur. Das Kommunikationsritual als politische Wirklichkeit, in: Politische Vierteljahresschrift 2/1989: 292-309.
- Sarcinelli, Ulrich (1991): Massenmedien und Politikvermittlung – eine Problem- und Forschungsskizze, in: Rundfunk und Fernsehen 4/1991: 469-486.
- Sarcinelli, Ulrich (1994): Mediale Politikdarstellung und politisches Handeln. Analytische Anmerkungen zu einer notwendigerweise spannungsreichen Beziehung, in: Otfried Jarren (Hrsg): Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen. Elektronische Medien in der Bundesrepublik Deutschland. Leske+Budrich Verlag, Opladen: 35-50.
- Sarcinelli, Ulrich (1998): Auf dem Weg zur medial-präsentativen Demokratie. Zehn Thesen zum Verhältnis von Politik und Medien, in : Grimme – Zeitschrift für Programm, Forschung und Medienproduktion 3/1998: 10-12.
- Sarcinelli, Ulrich / Jens Tenscher (Hrsg.) (1998): Polit-Flimmern und sonst nichts? Das Fernsehen als Medium symbolischer Politik und politischer Talkshowisierung, in: Walter Klinger / Gunnar Roters / Oliver Zöllner (Hrsg.): Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden: 303-317.

- Sarcinelli, Ulrich (2000): Politikvermittlung und Wahlen – Sonderfall oder Normalität des politischen Prozesses? Essayistische Anmerkungen und Anregungen für die Forschung, in: Hans Bohrmann et al. (Hrsg.): Wahlen und Politikvermittlung durch Massenmedien. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden: 19-30.
- Sarcinelli, Ulrich / Heribert Schatz (2002): Von der Parteien- zur Mediendemokratie. Eine These auf dem Prüfstand, in: (Ders.): Mediendemokratie im Medienland? Inszenierungen und Themensetzungsstrategien im Spannungsfeld von Medien und Partieliten am Beispiel der nordrhein-westfälischen Landtagswahl 2000. Leske+Budrich, Opladen: 9-30.
- Sartor, Ralph (2000): Symbolische Politik. Eine Neubewertung aus prozess- und rezeptionsorientierter Perspektive. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden.
- Sauer, Birgit (1999): ‚Politik wird mit dem Kopfe gemacht‘. Überlegungen zu einer geschlechterspezifischen Politologie der Gefühle, in: Ansgar Klein / Frank Nullmeier (Hrsg.): Massen-Macht-Emotionen. Zu einer politischen Soziologie der Emotionen. Westdeutscher Verlag, Opladen / Wiesbaden: 200-218.
- Saxer, Ulrich / Martina Märki-Koepp (Hrsg.) (1992): Medien-Gefühlskultur. Zielgruppenspezifische Gefühlsdramaturgie als journalistische Produktionsroutine. Olschläger Verlag, München.
- Saxer, Ulrich (1993): Politiker und Journalisten. Wer diszipliniert wen? in: Bertelsmann Briefe 5/1993: 15-19.
- Saxer, Ulrich (1998): Zur Einführung: System, Systemwandel und politische Kommunikation, in: Otfried Jarren / Ulrich Sarcinelli / Ulrich Saxer (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch. Westdeutscher Verlag, Opladen: 21-64.
- Schatz, Heribert / Klaus Lange (Hrsg.) (1982): Massenkommunikation und Politik. Aktuelle Probleme und Entwicklungen im Massenkommunikationssystem der Bundesrepublik Deutschland. Haag+Herchen Verlag, Frankfurt am Main.
- Schatz, Heribert (1989): Der Vielfalt eine Chance? Empirische Befunde zu einem zentralen Argument für die Dualisierung des Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland, in: Rundfunk und Fernsehen 37/1989: 6-24.
- Schatz, Heribert / Patrick Rössler / Jörg-Uwe Nieland (2002): Politische Akteure in der Mediendemokratie: Einführung in die Thematik und Überblick über die Beiträge des Tagungsbandes, in: (Ders.) (Hrsg.): Politische Akteure in der Mediendemokratie. Politiker in den Fesseln der Medien? Westdeutscher Verlag, Wiesbaden: 11-19.

- Schatz, Roland (1998): Inhaltliche Profile, in: Kristiane Hallermann (Hrsg.): Grundversorgung – Pflichten und Rechte. Eine Langzeitanalyse zum Informationsangebot von ARD und ZDF. InnoVatio Verlag, Bonn: 45-112.
- Schicha, Christian (1998): Theatralitätselemente im Kontext medialer Politikvermittlung, in: Udo Göttlich / Jörg-Uwe Nieland / Heribert Schatz (Hrsg.): Kommunikation im Wandel. Zur Theatralität der Medien. Heribert von Halem Verlag, Köln: 141-153.
- Schicha, Christian (1999): Politik auf der „Medienbühne“. Zur Rhetorik politischer Informationsprogramme, in: Rüdiger Ontrup / Christian Schicha (Hrsg.): Medieninszenierungen im Wandel. Interdisziplinäre Zugänge. LIT-Verlag, Münster: 138-167.
- Schicha, Christian / Carsten Brosda (2002a): Politikvermittlung zwischen Information und Unterhaltung. Eine Einführung, in: Christian Schicha/Carsten Brosda (Hrsg.): Politikvermittlung in Unterhaltungsformaten. Medieninszenierungen zwischen Popularität und Populismus. LIT Verlag, Münster: 7-37.
- Schicha, Christian (2002b): Politik als Inszenierung. Zur Angemessenheit bei der Politikvermittlung in Unterhaltungsformaten, in: Forum Medienethik 2/2002: 61-67.
- Schneider Melanie / Klaus Schönbach / Holli Semetko (Hrsg.) (1999): Kanzlerkandidaten in den Fernsehnachrichten und in der Wählermeinung. Befunde zum Bundestagswahlkampf 1998 und früheren Wahlkämpfen, in: Media Perspektiven 5/1999: 262-269.
- Schönbach, Klaus (1998): Politische Kommunikation. Publizistik- und kommunikationswissenschaftliche Perspektiven, in: Otfried Jarren / Ulrich Sarcinelli / Ulrich Saxer (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch. Westdeutscher Verlag, Opladen: 114-137.
- Schudson, Michael (1995): The power of news. Harvard University Press, Cambridge-Massachusetts.
- Schümchen, Andreas (2002): Politikvermittlung zwischen Information und Unterhaltung. Emotionen statt Argumente, in: Forum Medienethik 2/2002: 7-13.
- Schütte, Georg (1994): Informationsspezialisten der Mediengesellschaft. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden.

- Schütte, Georg / Peter Ludes (Hrsg.) (1996): Medienvertrauen und Schlüsselbildeerlebnisse. Eine Analyse von Schlüsselbildern in US-amerikanischen und bundesdeutschen Fernsehnachrichtensendungen, in: Otfried Jarren/ Heribert Schatz/ Hartmut Weßler (Hrsg.): Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. Westdeutscher Verlag, Opladen: 213-229.
- Schult, Gerhard / Axel Buchholz (Hrsg.) (2002): Fernseh-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. List Verlag, München.
- Schulz, Winfried (1987): Politikvermittlung durch Massenmedien. Die Vision von der informierten Gesellschaft, in: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn: 129-144.
- Schulz, Winfried (1990): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Karl Alber Verlag, Freiburg.
- Schulz, Winfried (1992) : European Media Systems in Transition: General Trends and Modifying Conditions. The Case of the Federal Republic of Germany, in: Gazette 49/1992: 23-40.
- Schulz, Winfried (1995): Nachricht, in: Elisabeth Noelle-Neumann / Winfried Schulz / Jürgen Wilke (Hrsg.): Fischer Lexikon. Publizistik, Massenkommunikation. Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main.
- Schulz, Winfried (1997): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. Westdeutscher Verlag, Opladen / Wiesbaden.
- Schulz, Winfried (1998): Media Change and the Political Effects of Television. Americanisation of the Political Culture, in: Communications. The European Journal of Communication Research 4/1998: 527-543.
- Semetko, Holli / Patti M. Valkenburg (2000): Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News, in: Journal of Communication 2/2000: 93-109.
- Soeffner, Hans-Georg (2000): Erzwungene Ästhetik. Repräsentation, Zeremoniell und Ritual in der Politik, in: Herbert Willems / Martin Jurga (Hrsg.): Inszenierungsgesellschaft. Eine Einführung. Westdeutscher Verlag, Opladen / Wiesbaden: 215-234.
- Sopro International (1999): Tanz der Symbole, in: www.webtexte.de/legos/symbole.htm, gesichtet am 25.09.2003.
- Sparrow, Bartholomew H. (1999): Uncertain Guardians. The News Media as a Political Institution. John Hopkins University Press, London.

- Staab, Joachim Friedrich (1990): Nachrichtenwerttheorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt. Alber, Freiburg.
- Staab, Joachim Friedrich (1998a): Faktoren aktueller Berichterstattung. Die Nachrichtenwert-Theorie und ihre Anwendung auf das Fernsehen, in: Klaus Kamps / Miriam Meckel (Hrsg.): Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen. Westdeutscher Verlag, Opladen: 49-64.
- Staab, Joachim Friedrich (1998b): Informationsleistung von Wort und Bild in Fernsehnachrichten. Eine vergleichende Analyse der CBS Evening News, der Tagesschau und der Aktuellen Kamera seit ihrer Erstaussstrahlung, in: Publizistik 4/1998: 411-426.
- Street, John (2001): Mass Media, Politics and Democracy. Palgrave Ltd, New York.
- Stegner, Ralf (2001): Politik als mediales Theater, in: Hans J. Kleinsteuber (Hrsg.): Aktuelle Medientrends in den USA. Journalismus, Politische Kommunikation und Medien im Zeitalter der Digitalisierung. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden: 197-199.
- Tenscher, Jens (1998): Politik für das Fernsehen – Politik im Fernsehen. Theorien, Trends und Perspektiven, in: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Westdeutscher Verlag, Opladen: 184-208.
- Treibel, Annette (1997): Einführung in die soziologischen Theorien der Gegenwart [4. Auflage]. Leske+Budrich Verlag, Opladen.
- Ulich, Dieter (1992): Psychologie der Emotionen, in: Herbert Selg / Dieter Ulich (Hrsg.): Grundriß der Psychologie. Eine Reihe in 21. Bänden. Kohlhammer Verlag, Stuttgart.
- Voigt, Rüdiger (1999): Mythen, Rituale und Symbole in der Politik, in: Andreas Pribersky / Berthold Unfried (Hrsg.): Symbole und Rituale des Politischen. Ost- und Westeuropa im Vergleich. Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main: 55-72.
- Voltmer, Katrin (1999): Medienqualität und Demokratie. Eine empirische Analyse publizistischer Informations- und Orientierungsleistungen in der Wahlkampfkommunikation. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden.
- Wegener, Claudia (1994): Reality-TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information? Leske+Budrich Verlag, Opladen.

- Wegener, Claudia (2001): Informationsvermittlung im Zeitalter der Unterhaltung. Eine Langzeitanalyse politischer Fernsehmagazine (Studien zur Kommunikationswissenschaft, Bd.47). Westdeutscher Verlag, Opladen.
- Weischenberg, Siegfried / Martin Löffelholz / Armin Scholl (1993): Journalismus in Deutschland. Design und erste Befunde der Kommunikatorstudie, in: Media Perspektiven 1/1993: 21-33.
- Weischenberg, Siegfried (2000): Fußballspieler, Parasiten und Trittbrettfahrer. Aktuelle Bemerkungen zum Verhältnis von PR und Journalismus, in: Public Relations Forum 3/2000: 121.
- Weischenberg, Siegfried (2001): Das Ende einer Ära? Aktuelle Beobachtungen zum Studium des künftigen Journalismus, in: Hans J. Kleinsteuber (Hrsg.): Aktuelle Medientrends in den USA. Journalismus, Politische Kommunikation und Medien im Zeitalter der Digitalisierung. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden: 61-82.
- Wentzel, Dirk (2002): Medien im Systemvergleich. Eine ordnungsökonomische Analyse des deutschen und amerikanischen Fernsehmarkts (Schriften zu Ordnungsfragen der Wirtschaft, Bd.69). Lucius & Lucius Verlag, Stuttgart.
- Wenzel, Harald (1998): Die Amerikanisierung des Medienalltags. Campus Verlag, Frankfurt.
- Westerbarkey, Joachim (1992): Grundlagen und Aspekte der Nachrichtentheorie, in: Communications, the European Journal of Communication 3/1992: 283-295.
- Westerbarkey, Joachim (1995): Journalismus und Öffentlichkeit. Aspekte publizistischer Interdependenz und Interpenetration, in: Publizistik 2/1995: 152-162.
- Westerbarkey, Joachim (1999): Öffentlichkeit und Nicht-Öffentlichkeit. Thesen, Paradoxien und Folgerungen, in: Peter Szyszka (Hrsg.): Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation. Westdeutscher Verlag, Opladen: 147-155.
- Widlok, Peter (1995): USA. Public Broadcasting vor dem Aus? Subventionsstreichungen der republikanischen Kongreßmehrheit und die Folgen, in: Media Perspektiven 6/1995: 282-289.
- Wiek, Ulrich (1996): Politische Kommunikation und Public Relations in der Rundfunkpolitik. Eine politikfeldbezogene Analyse. Vistas Verlag, Berlin.
- Wilke, Jürgen (1998): Nachrichtenproduktion im Mediensystem. Von den Sport- und Bilderdiensten bis zum Internet. Böhlau Verlag, Köln.

- Wilke, Jürgen (1999): Die Visualisierung von Politik und politischer Macht durch Nachrichtenbilder, in: Wilhelm Hofmann (Hrsg.): Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden: 163-173.
- Wilms, Beate (1994): Emotionen im Spiegel der Technikberichterstattung. Eine Inhaltsanalyse ausgewählter Tageszeitungen am Beispiel des Kölner Petunienexperiments. LIT Verlag, Münster.
- Wix, Volker (1996): Abgrenzung oder Angleichung von TV-Präsentationsformen? Haupt-Nachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL und SAT1. Brockmeyer Verlag, Bochum.
- Wu, Denis H. (2000): Systemic Determinants of International News Coverage. A Comparison of 38 Countries, in: *Journal of Communication* 2/2000: 110-130.
- Zybayr, Camille / Andreas Fahr (1999): Die Tagesschau: Fels in der Brandung? Ein Vergleich von Inhalten und Präsentationsformen 1975 und 1995, in: Jürgen Wilke (Hrsg.): Massenmedien und Zeitgeschichte (Berichtsband der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft vom 20. Bis 22. Mai 1998). UVK-Medien: Konstanz: 625-637.

Anhang

Tabellen und Abbildungsverzeichnis des Anhangs

Bezeichnung	Titel	Sender
	Kodiermanual und Kommentar Verzeichnis der Abkürzungen	
Tab.: 9 - 4 A	Datenmatrix und Summenschema Hauptwirkungen	RTL
Tab.: 9 - 5 A	Datenmatrix und Summenschema Wechselwirkungen	RTL
Tab.: 9 - 6 A	Datenmatrix und Summenschema Hauptwirkungen	NBC
Tab.: 9 - 7 A	Datenmatrix und Summenschema Wechselwirkungen	NBC
Tab.: 9.5 - 3 A	Varianzanalyse nur wirksame Effekte	RTL
Tab.: 9.5 - 4 A	Varianzanalyse nur wirksame Effekte	NBC
Abb.: 9.5 - 3 A	Verteilung der originalen Erhebungsdaten	RTL
Abb.: 9.5 - 3 A	Verteilung der transformierten Erhebungsdaten	RTL
Abb.: 9.5 - 4 A	Verteilung der originalen Erhebungsdaten	NBC
Abb.: 9.5 - 4 A	Verteilung der transformierten Erhebungsdaten	NBC
Abb.: 10.2-1 A	Abhängigkeit der Sendegruppe vom Sendeplatz	ARD
Abb.: 10.2-2 A	Beitragsart in Abhängigkeit vom Sendeplatz mit Modalwert	ARD
Abb.: 10.2-3 A	Modalwert der Beitragsgruppen in Abhängigkeit vom Sendeplatzvom Sendeplatz	ARD
Abb.: 10.2-4 A	Häufigkeit der Beitragsgruppen in Abhängigkeit des Sendeplatzes	ARD
Abb.: 10.2-5 A	Häufigkeit der Sendegruppen in Abhängigkeit vom Sendeplatz	RTL
Abb.: 10.2-6 A	Beitragsart in Abhängigkeit vom Sendeplatz mit Modalwert	RTL
Abb.: 10.2-7 A	Modalwert der Beitragsgruppen vom Sendeplatz	RTL
Abb.: 10.2-8 A	Abhängigkeit des Beitrages vom Sendplatz im Meldeblock	RTL
Abb.: 10.2-9 A	Modalwert der Beiträge des Meldeblocks in Abhängigkeit vom Sendeplatz im Meldeblock	RTL
Abb.: 10.2-10 A	Häufigkeit der Beitragsartenin Abhängigkeit vom Sendeplatz im Meldeblock	RTL
Abb.: 10.2-11 A	Beitragsart im Meldeblock in Abhängigkeit vom Sendeplatz im Meldeblock	RTL
Abb.: 10.2-12 A	Abhängigkeit der Beitragsarten vom Sendplatz im Meldeblock	RTL
Abb.: 10.2-13 A	Häufigkeit der Sendegruppen in Abhängigkeit vom Sendeplatz	NBC
Abb.: 10.2-14 A	Beitragsart in Abhängigkeit vom Sendeplatz mit Modalwert	NBC
Abb.: 10.2-15 A	Modalwert der Sendegruppen in Abhängigkeit des Sendplatzes	NBC
Abb.: 10.2-16 A	Häufigkeit der Sendegruppen in Abhängigkeit vom Sendeplatz	NBC

Tabellen und Abbildungsverzeichnis des Anhangs

Bezeichnung	Titel	Sender
Abb.: 12.8-1	Interaktion: Handlungsrahmen und Kameraeinstellung	ARD
Abb.: 12.8-2	Interaktion: Handlungsrahmen und Kameraeinstellung	RTL
Abb.: 12.8-3	Interaktion: Handlungsrahmen und Kameraeinstellung	NBC
Abb.: 12.8-4	Interaktion: Kameraeinstellung <i>Nahaufnahme</i> und Handlungsrahmen im Sendervergleich	
Abb.: 12.8-5 A	Interaktion: Kameraeinstellung und Emotion	ARD
Abb.: 12.8-6 A	Interaktion: Kameraeinstellung und Emotion	RTL
Abb.: 12.8-7 A	Interaktion: Kameraeinstellung und Emotion	NBC
Abb.: 12.8-8 A	Interaktion: Kameraeinstellung <i>Nahaufnahme</i> und Emotion im Sendervergleich	
Abb.: 12.8-9 A	Interaktion: Kameraeinstellung und Darstellungsform	ARD
Abb.: 12.8-10 A	Interaktion: Kameraeinstellung und Darstellungsform	NBC
Abb.: 12.8-11 A	Interaktion: Kameraeinstellung <i>Nahaufnahme</i> und Darstellungsform im Sendervergleich	
Abb.: 13.2-1 A	Position, Emotion und Handlungsrahmen Medien	RTL
Abb.: 13.2-3 A	Position, Emotion und Handlungsrahmen Politik	RTL

Kodiermanual und Kommentar

Ebene	Variable	Beschreibung	Ausprägung	Kommentar
Sendung	V01	Anzahl der Beiträge	laufende Nummer (1-99)	
	V02	Thematische Zuordnung des Beitrages	1. Politik unter Beteiligung politischer Akteure 2. Politik ohne Beteiligung politischer Akteure 3. Wirtschaft 4. Unglück/Kriminalität 5. Wissenschaft/Technik/Medizin 6. Human Interest 7. Umwelt/ Ökologie/ Energie 8. Sport 9. Sonstiges	Die Beiträge einer Nachrichtensendung werden je nach thematischen Schwerpunkt einer Gruppe zugeordnet. Ist eine eindeutige Zuordnung nicht möglich, wird der Beitrag als „Sonstiges“ codiert.
	V03	Position des Beitrags	laufende Nummer (1-99)	Die Position beschreibt die Stelle, an der ein Beitrag im Verlauf der Gesamtsendung vorkommt.
	V04	Art der Präsentation	01. Nachrichtenfilm 02. Verlesene Meldung	Diese Variable beschreibt die Art der formalen Darstellung und erhebt somit das Verhältnis visualisierter Beiträge gegenüber verlesenen Meldungen. Jede Verwendung von bewegten Bildern wird dabei als Nachrichtenfilm codiert. Die Visualisierung von als „verlesene Meldung“ codierten Beiträgen beschränkt sich auf Hintergrundgrafiken oder Standbilder.
Politische Beiträge	V05	Anzahl der politischen Beiträge	laufende Nummer (1-99)	Alle bebilderten Beiträge politischen Inhalts mit und ohne Beteiligung politischer Akteure werden gewertet.
	V06	Dauer der Nachrichtenfirme	laufende Nummer (1-99)	Die Dauer der Anmoderation wird nicht einbezogen.

Kodiermanual und Kommentar

Ebene	Variable	Beschreibung	Ausprägung	Kommentar
Politische Beiträge unter Beteiligung politischer Akteure	V07	Thema der politischen Beiträge	01. Innenpolitik 02. Außenpolitik 03. Wirtschaft /Finanzen 04. Persönliches 05. Skandal 06. Arbeit/Soziales 07. Verteidigung 08. Umwelt/ Energie 09. Justiz 10. Sonstiges	Die politischen Beiträge unter Beteiligung politischer Akteure werden ihrem Ressort bzw. ihrem Themenschwerpunkt entsprechend zugeordnet. Ist die eindeutige Zuordnung eines Beitrags nicht möglich, wird „Sonstiges“ codiert.
	V08	Bezug des Beitrags	01 Issue 02. Person	Diese Variable dient der Unterscheidung zwischen Sachberichten, in denen Resultate politischen Handelns im Vordergrund stehen, und Personenberichten, in denen kein sachliches Thema dominiert, sondern vorrangig über Personen berichtet wird (vgl. Rölle /Müller /Steinbach 2001). Indikatoren für die Ausprägung „Person“ sind die inhaltliche Fokussierung der Beiträge auf einen politischen Akteur sowie die Dominanz des Akteurs im Bildmaterial.
	V09	Schnittfrequenz		laufende Nummer (1-99)

Kodiermanual und Kommentar

Ebene	Variable	Beschreibung	Ausprägung	Kommentar
Kameraeinstellungen, die einen politischen Akteur im Bild zeigen	V10	Führungsebene des politischen Akteurs	01. Führungsebene 1 (FE 1) 02. Führungsebene 2 (FE 2) 03. Führungsebene 3 (FE 3)	Je nach Position des politischen Akteurs wird die Anzahl der Kameraeinstellungen erhoben, in denen er vorkommt. FE 1: Politische Führungsspitze, d.h. Bundeskanzler bzw. Präsident FE 2: Minister, Parteiführer, Akteure mit bundesweiten, bzw. nationalen Ämtern wie z.B. Sprecher des Bundestags bzw. Kongresses FE 3: Parteimitglieder, landespolitische Akteure bzw. Akteure eines spezifischen Staates
	V11	Darstellungsform	01. O-Ton 02. Bild 2a. Symbolischer Gehalt 2b. Kein symbolischer Gehalt	Ein symbolischer Gehalt des Bildmaterials wird dann festgestellt, wenn der politische Akteur entweder in Verbindung mit manifesten Symbolen (z.B. Fahnen, Parteilogos, Bundesadler, das Weisse Haus etc) auftritt oder symbolische Gesten zeigt (z.B. Victory-Zeichen, der Menge zuwinken, Umarmung, Blumenstrauß überreichen etc).
	V12	Kameraeinstellung	01. Einzelbild 01a. Nahaufnahme 01b. Einzelganzbild 02. Gruppenbild	Je nach Bildausschnitt werden die Schnitte, die einen politischen Akteur im Bild zeigen, den unterschiedlichen Kameraeinstellungen zugeordnet. Wird ein Akteur einzeln in voller Größe im Bild gezeigt, wird „Einzelganzbild“ codiert, während Großaufnahmen und nähere Kameraeinstellungen vom Kopf bis zur Schulter der Ausprägung "Nahaufnahme" zugerechnet werden. In Abgrenzung zum Einzelbild werden unter "Gruppenbild" solche Kameraeinstellungen erhoben, die mehrere politische Akteure im Bild zeigen.

Kodiermanual und Kommentar

Ebene	Variable	Beschreibung	Ausprägung	Kommentar
Kameraeinstellung, die einen politischen Akteur im Bild zeigen	V13	Emotion	01. Freude 02. Ärger 03. Ruhe bzw. nicht zuzuordnen	Indikatoren für gezeigte Emotionen sind Mimik, Gestik sowie para-linguistische Merkmale (vgl. Kapitel 9.2.4 / Ulich 1992 / Wilms 1994): Freude: z.B. Lachen, Lächeln, Jubeln, Klatschen, Straffung der Augenpartie, Aufwärtsbewegungen, Winken etc. Ärger: z.B. geballte Faust, Stirnrunzeln, starrer Blick, Entblößen zusammengebissener Zähne, laute Stimme, schnelle Sprechgeschwindigkeit. Ruhe bzw. nicht erkennbar: z.B. Gestik und Mimik beschränken sich auf Illustratoren, d.h. sprachbegleitende Expressionen. Emotionen sind nicht erkennbar bzw. nicht zuzuordnen.
	V14	Handlungsrahmen	01. Fester Handlungsrahmen 01a. Medien 01b. Politik 02. Nicht fester Handlungsrahmen	Diese Variable beschreibt den Hintergrund und die Natur des Anlasses, aus dem Berichterstattung entsteht (vgl. Kapitel 4.4). Handelt es sich um einen absehbaren Kontakt mit Medienvertretern im Sinne eines offiziellen Termins, wird „Fester Handlungsrahmen“ codiert. Zur näheren Spezifizierung werden medienzentrierte Handlungsrahmen (Pressekonferenzen, Fototermin Interviews etc.) von politikzentrierten Handlungsrahmen (Parteitage, Sitzungen im Bundestag etc.) unterschieden. Nicht erkennbar vorbereitete Kontakte mit Medienvertretern (unbemerkte Bildaufnahmen, spontane Interviews) werden als „Nicht fester Handlungsrahmen“ codiert.

Verzeichnis der Abkürzungen

Abkürzung	Bedeutung	Kapitel
Politik o.A. Human I. Krimi. / Katast. W.U.S.S.	Politik ohne Beteiligung politischer Akteure Human Interest Kriminalität / Katastrophen Wissenschaft, Umwelt, Sport und Sonstiges	10
P o.A. FE 1 FE 2 FE 3 Fest HR Nicht Fest HR Medien Politik SG KSG O-Ton	Politik ohne Beteiligung politischer Akteure Führungsebene 1 Führungsebene 2 Führungsebene 3 Fester Handlungsrahmen Nicht fester Handlungsrahmen medienzentrierter Handlungsrahmen politikzentrierter Handlungsrahmen Symbolischer Gehalt (im Bild) Kein Symbolischer Gehalt (im Bild) Originalton	11 - 14

**Datenmatrix und Summenschema
Wechselwirkungen**

RTL			Emotion		Freude						Ruhe						Ärger						WW: Darstellungsform / Position									Gesamt															
			Darstellungsform		Symbolischer Gehalt			Kein symbolischer Gehalt			Symbolischer Gehalt			Kein symbolischer Gehalt			Symbolischer Gehalt			Kein symbolischer Gehalt			WW: Emotion / Position																								
			Position		FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	Symb. Gehalt			Kein symb. Gehalt			Freude				Ruhe			Ärger			Freude			Ruhe			Ärger		
			FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2		FE 3	S.G.	K.S.G.	S.G.	K.S.G.	S.G.	K.S.G.								
Politisches Ressort	Kameraeinstellung	Handlungsrahmen	Fest	Medien	4			3							1	1	1							5	0	0	3	1	1	7	0	0	0	1	1	1	0	0	4	3	0	2	1	0	10		
				Politik				1			1				2	1					1	0	0	3	1	0	1	0	0	3	1	0	0	0	0	0	1	1	3	0	0	5					
			Nicht Fest										8		1							0	0	0	8	0	2	0	0	0	8	0	1	0	0	1	0	0	0	9	0	1	10				
		Einzelbild	Fest	Medien	8	1		1			2	2			7	5					10	3	0	1	7	5	9	3	0	2	9	5	0	0	0	9	1	4	12	0	0	26					
				Politik	3										5				10	3	3	0	0	0	15	3	3	0	0	0	5	0	0	10	3	3	0	0	5	0	13	21					
			Nicht Fest				1	1					1	7	5							0	0	0	2	8	5	1	0	0	1	7	5	0	0	0	0	2	0	13	0	0	15				
	Gruppenbild	Fest	Medien	3	3					1	2			3								4	5	0	0	3	0	3	5	0	1	5	0	0	0	0	6	0	3	3	0	0	12				
			Politik	2						3												5	0	0	0	0	0	2	0	0	3	0	0	0	0	0	2	0	3	0	0	0	5				
			Nicht Fest								1		3	11	9						2	0	1	0	3	13	9	0	1	0	3	12	9	0	2	0	0	0	1	23	0	2	26				
		Gruppenbild	Fest	Medien																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
				Politik																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
			Nicht Fest																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
Außenpolitik	Einzelbild	Nah-aufnahme	Fest	Medien																0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
				Politik																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
			Nicht Fest																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
		Ganzbild	Fest	Medien																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
				Politik																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
			Nicht Fest																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
	Gruppenbild	Fest	Medien																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
			Politik																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
		Nicht Fest																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
	Medien					15	4	0	4	0	0	3	4	0	0	11	6	1	0	0	0	0	0	19	8	0	4	11	6	19	8	0	3	15	6	1	0	0	19	4	7	17	1	0	48		
	Politik					5	0	0	1	0	0	4	0	0	2	6	0	0	0	0	10	3	9	0	0	3	16	3	6	0	0	6	6	0	0	10	3	5	1	4	8	0	13	31			
	Fest					20	4	0	5	0	0	7	4	0	2	17	6	1	0	0	10	3	28	8	0	7	27	9	25	8	0	9	21	6	1	10	3	24	5	11	25	1	13	79			
Nicht Fest					0	0	0	1	1	0	0	1	0	12	18	15	0	0	0	2	1	0	1	0	13	21	16	1	1	0	12	19	15	0	2	1	0	2	1	45	0	3	51				
Nah-aufnahme					4	0	0	4	0	0	1	0	0	10	2	2	1	0	0	0	1	6	0	0	14	2	3	8	0	0	11	2	2	1	0	1	4	4	1	14	1	1	25				
Ganzbild					11	1	0	2	1	0	2	2	0	1	19	10	0	0	0	10	3	13	3	0	3	30	13	13	3	0	3	21	10	0	10	3	12	3	4	30	0	13	62				
Einzelbild					15	1	0	6	1	0	3	2	0	11	21	12	1	0	0	10	4	19	3	0	17	32	16	21	3	0	14	23	12	1	10	4	16	7	5	44	1	14	87				
Gruppenbild					5	3	0	0	0	0	4	3	0	3	14	9	0	0	0	2	0	9	6	0	3	16	9	5	6	0	7	17	9	0	2	0	8	0	7	26	0	2	43				
Gesamt					20	4	0	6	1	0	7	5	0	14	35	21	1	0	0	12	4	28	9	0	20	48	25	26	9	0	21	40	21	1	12	4	24	7	12	70	1	16	130				

WW: Emotion / Darstellungsform	24	7	12	70	1	16
WW: Emotion / Darstellungsform / Handlungsrahmen Medien	19	4	7	11	7	0
WW: Emotion / Darstellungsform / Handlungsrahmen Politik	5	1	4	8	0	10

**Datenmatrix und Schemenschema
Hauptwirkungen**

NBC			Emotion		Freude						Ruhe						Ärger						Freude	Ruhe	Ärger	Symb. Gehalt			Kein symb. Gehalt			Gesamt
			Darstellungsform		Symbolischer Gehalt			Kein symbolischer Gehalt			Symbolischer Gehalt			Kein symbolischer Gehalt			Symbolischer Gehalt			Kein symbolischer Gehalt			Symb. Gehalt			Kein symb. Gehalt						
			Position		FE1	FE2	FE3	FE1	FE2	FE3	FE1	FE2	FE3	FE1	FE2	FE3	FE1	FE2	FE3	FE1	FE2	FE3	FE1	FE2	FE3	FE1	FE2	FE3	FE1	FE2	FE3	
Politisches Ressort	Kameraeinstellung	Handlungsrahmen	Fest		Nicht Fest		Fest		Nicht Fest		Fest		Nicht Fest		Fest		Nicht Fest		Fest		Nicht Fest		Fest		Nicht Fest		Fest		Nicht Fest			
			Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik		
Innenpolitik	Einzelbild	Nah-aufnahme	Fest	Medien	10		1	1			10			3		3	2					4	12	16	6	23	11	26	0	8	34	
			Fest	Politik	4						5			1								2	4	6	2	9	3	10	0	2	12	
			Nicht Fest												2							4	0	2	4	0	6	0	0	6	6	
	Ganzbild	Fest	Medien	8		4			1	5	4	4		1	12			2	1		1	13	26	4	27	16	14	5	24	43		
			Politik	4						1	1										6	4	2	6	6	6	5	1	6	12		
			Nicht Fest										1	3	6						1	0	10	1	0	11	1	3	7	11		
	Gruppenbild	Fest	Medien	8		3			3	3	1	3			4							14	11	0	18	7	11	1	13	25		
			Politik	6		1				2	1											7	3	0	10	0	8	1	1	10		
			Nicht Fest											1	15							1	0	16	1	0	17	0	1	16	17	
Außenpolitik	Einzelbild	Nah-aufnahme	Fest	Medien																		0	0	0	0	0	0	0	0	0		
			Fest	Politik																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	
			Nicht Fest																				0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Ganzbild	Fest	Medien																			0	0	0	0	0	0	0	0	0		
			Politik																				0	0	0	0	0	0	0	0	0	
			Nicht Fest																				0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Gruppenbild	Fest	Medien																			0	0	0	0	0	0	0	0	0		
			Politik																				0	0	0	0	0	0	0	0	0	
			Nicht Fest																				0	0	0	0	0	0	0	0	0	
			Medien	26	0	8	1	0	4	18	5	7	3	1	19	2	0	2	1	0	5	39	53	10	68	34	51	6	45	102		
			Politik	14	0	1	0	0	0	8	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	8	15	11	8	25	9	23	2	9	34		
			Fest		40	0	9	1	0	4	26	7	7	4	1	19	2	0	2	1	0	13	54	64	18	93	43	74	8	54	136	
			Nicht Fest		0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4	23	0	0	0	0	0	6	0	28	6	0	34	1	4	29	34	
			Nah-aufnahme		14	0	1	1	0	0	15	0	0	4	0	5	2	0	0	0	0	10	16	24	12	32	20	36	0	16	52	
			Ganzbild		12	0	4	0	0	1	6	5	4	1	4	18	0	0	2	1	0	8	17	38	11	33	33	20	9	37	66	
			Einzelbild		26	0	5	1	0	1	21	5	4	5	4	23	2	0	2	1	0	18	33	62	23	65	53	56	9	53	118	
			Gruppenbild		14	0	4	0	0	3	5	2	3	0	1	19	0	0	0	0	0	1	21	30	1	28	24	19	3	30	52	
Gesamt					40	0	9	1	0	4	26	7	7	5	5	42	2	0	2	1	0	19	54	92	24	93	77	75	12	83	170	

Tab.: 9 - 6 A

**Datenmatrix und Summenschema
Wechselwirkungen**

NBC			Emotion		Freude						Ruhe						Ärger						WW: Darstellungsform / Position									Gesamt																		
			Darstellungsform		Symbolischer Gehalt			Kein symbolischer Gehalt			Symbolischer Gehalt			Kein symbolischer Gehalt			Symbolischer Gehalt			Kein symbolischer Gehalt			WW: Emotion / Position										WW: Emotion / Darstellungsform																	
			Position		FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	Symb. Gehalt			Kein symb. Gehalt			Freude				Ruhe			Ärger			Freude		Ruhe		Ärger							
			Handlungsrahmen	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	Medien	Politik	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	FE 1		FE 2	FE 3	FE 1	FE 2	FE 3	S.G.	K.S.G.	S.G.	K.S.G.	S.G.	K.S.G.							
Politisches Ressort	Kameraeinstellung	Nah-aufnahme	Fest	Medien	10		1	1			10			3		3	2				4	22	0	1	4	0	7	11	0	1	13	0	3	2	0	4	11	1	10	6	2	4	34							
			Politik	4						5					1						2	9	0	0	1	0	2	4	0	0	6	0	0	0	0	2	4	0	5	1	0	2	12							
			Nicht Fest												2						4	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	2	0	0	4	0	0	0	2	0	4	6							
		Ganzbild	Fest	Medien	8		4			1	5	4	4			1	12				2	1		1	13	4	10	1	1	14	8	4	5	5	5	16	1	0	3	12	1	13	13	2	2	43				
			Politik	4						1	1										6	5	1	0	0	0	6	4	1	0	1	1	0	0	0	6	4	0	2	0	0	6	12							
			Nicht Fest											1	3	6					1	0	0	0	1	3	7	0	0	0	1	3	6	0	0	1	0	0	0	10	0	1	11							
	Gruppenbild	Fest	Medien	8		3			3	3	1	3			4								11	1	6	0	0	7	8	1	6	3	1	7	0	0	0	11	3	7	4	0	0	25						
		Politik	6		1				2	1												8	1	1	0	0	0	6	1	1	2	1	0	0	0	0	7	0	3	0	0	0	10							
		Nicht Fest												1	15					1	0	0	0	0	1	16	0	0	0	0	1	15	0	0	1	0	0	0	16	0	1	17								
	Außenpolitik	Einzelbild	Nah-aufnahme	Fest	Medien																		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
				Politik																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
				Nicht Fest																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ganzbild			Fest	Medien																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			Politik																				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			Nicht Fest																				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gruppenbild		Fest	Medien																			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		Politik																				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		Nicht Fest																				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Gesamt			Medien	26	0	8	1	0	4	18	5	7	3	1	19	2	0	2	1	0	5	46	5	17	5	1	28	27	5	12	21	6	26	3	0	7	34	5	30	23	4	6	102							
Gesamt			Politik	14	0	1	0	0	0	8	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	8	22	2	1	1	0	8	14	2	1	9	2	0	0	0	8	15	0	10	1	0	8	34							
Gesamt			Fest	40	0	9	1	0	4	26	7	7	4	1	19	2	0	2	1	0	13	68	7	18	6	1	36	41	7	13	30	8	26	3	0	15	49	5	40	24	4	14	136							
Gesamt			Nicht Fest	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4	23	0	0	0	0	0	6	0	0	0	1	4	29	0	0	0	1	4	23	0	0	6	0	0	0	28	0	6	34							
Gesamt			Nah-aufnahme	14	0	1	1	0	0	15	0	0	4	0	5	2	0	0	0	0	10	31	0	1	5	0	15	15	0	1	19	0	5	2	0	10	15	1	15	9	2	10	52							
Gesamt			Ganzbild	12	0	4	0	0	1	6	5	4	1	4	18	0	0	2	1	0	8	18	5	10	2	4	27	12	5	5	7	9	22	1	0	10	16	1	15	23	2	9	66							
Gesamt			Einzelbild	26	0	5	1	0	1	21	5	4	5	4	23	2	0	2	1	0	18	49	5	11	7	4	42	27	5	6	26	9	27	3	0	20	31	2	30	32	4	19	118							
Gesamt			Gruppenbild	14	0	4	0	0	3	5	2	3	0	1	19	0	0	0	0	0	1	19	2	7	0	1	23	14	2	7	5	3	22	0	0	1	18	3	10	20	0	1	52							
Gesamt				40	0	9	1	0	4	26	7	7	5	5	42	2	0	2	1	0	19	68	7	18	7	5	65	41	7	13	31	12	49	3	0	21	49	5	40	52	4	20	170							

WW: Emotion / Darstellungsform	49	5	40	52	4	20
WW: Emotion / Darstellungsform / Handlungsrahmen Medien	34	5	30	23	4	6
WW: Emotion / Darstellungsform / Handlungsrahmen Politik	15	0	10	1	0	8

Tab.: 9 - 7 A

Analysis of Variance for RTL

mit $x_{trans} = \sqrt{x+0,4}$ transformierten Werten
(gepoolt = nur wirksame Effekte)

Source of variation	Sum of Squares	d.f.	Mean square	F-ratio	Sig.level
MAIN EFFECTS					
A:Emotion	4.8210405	2	2.4105202	13.862	***
B:Darstellungsform	1.7900422	1	1.7900422	10.293	***
C:Position	1.3689302	2	.6844651	3.935	**
D:Kameraeinstellung	1.2141826	2	.6070913	3.491	**
E:Handlungsrahmen					
INTERACTIONS					
AB	4.7321042	2	2.3660521	13.605	***
AC	3.2624874	4	.8156218	4.690	***
AE	3.6894725	4	.9223681	5.304	***
BC	2.1801897	2	1.0900949	6.267	***
BE	3.0207861	2	1.5103930	8.685	***
CD	2.0282391	4	.5070598	2.915	**
ABE	2.8564961	4	.7141240	4.106	***
ACE	2.6657431	8	.3332179	1.916	**
ADE	2.5998107	8	.3249763	1.868	**
BCD	2.1891514	4	.5472879	3.147	***
RESIDUAL	19.48308	112	.1739		
--					
TOTAL (CORRECTED)	57.902672	161			
--					

0 missing values have been excluded.
All F-ratios are based on the residual mean square error.

Tab.: 9.5-3 A

Analysis of Variance for NBC

mit $x_{trans} = \sqrt{x+0,4}$ transformierten Werten
(gepoolt = nur wirksame Effekte)

Source of variation	Sum of Squares	d.f.	Mean square	F-ratio	Sig.level
MAIN EFFECTS					
A:Emotion	4.1329900	2	2.0664950	14.532	***
B:Darstellungsform					
C:Position	5.6189770	2	2.8094885	19.75	***
D:Kameraeinstellung					
E:Handlungsrahmen	6.3395549	2	3.1697775	22.291	***
INTERACTIONS					
AB	3.9080257	2	1.9540129	13.741	***
AC	3.1864625	4	.7966156	5.602	***
AE	3.0278790	4	.7569698	5.322	***
BC	9.2598443	2	4.6299222	32.559	***
BE	4.6967487	2	2.3483743	16.51	***
CD	1.8445785	4	.4611446	3.242	**
CE	4.8277464	4	1.2069366	8.487	***
ABC	3.2090684	4	.8022671	5.641	***
ABE	2.4075936	4	.6018984	4.232	***
ACD	3.1025476	8	.3878185	2.727	**
ACE	3.0153807	8	.3769226	2.650	**
BCE	1.1297391	4	.2824348	1.98	*
RESIDUAL	6.49463	42	.1422		
TOTAL (CORRECTED)	74.781202	161			

0 missing values have been excluded.
All F-ratios are based on the residual mean square error.

Tab.: 9.5-4 A

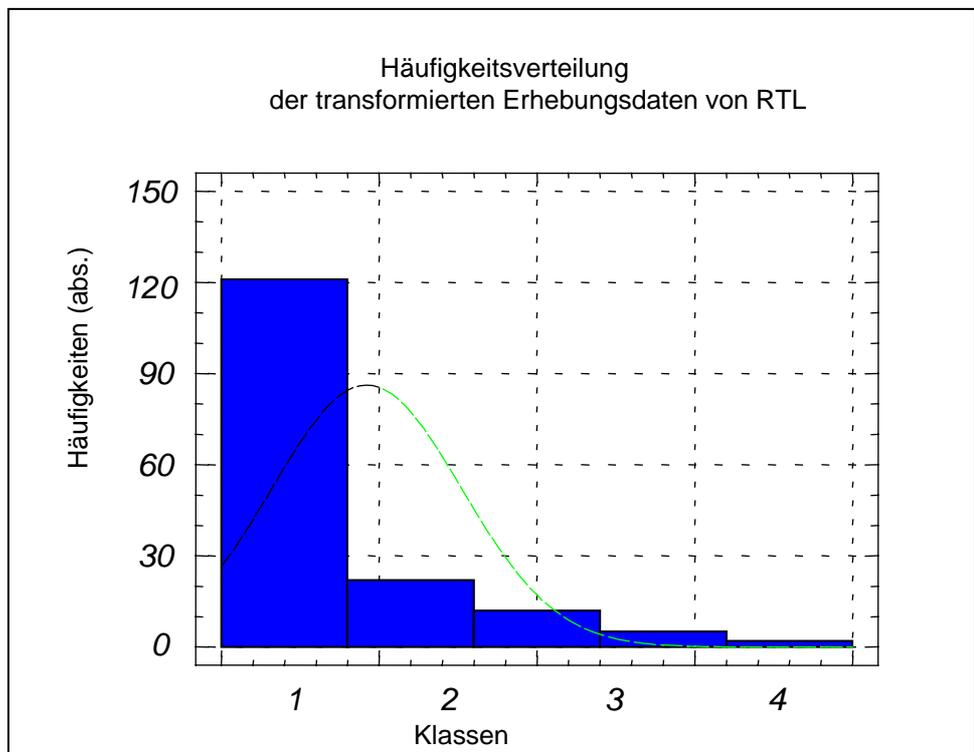
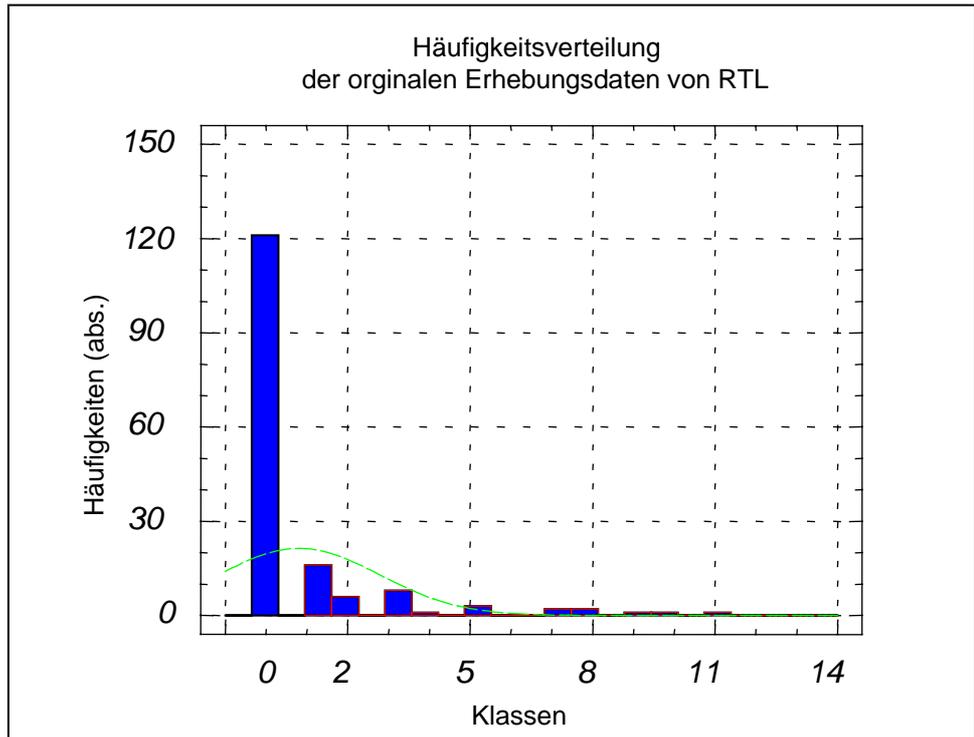


Abb.: 9.5-3 A

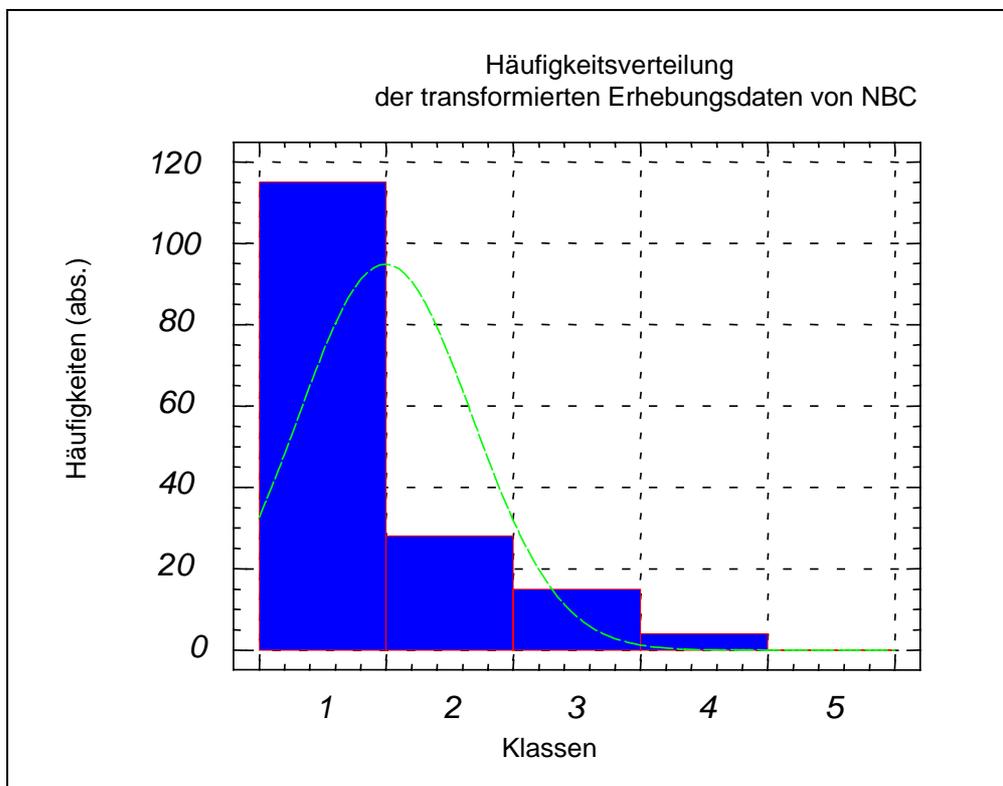
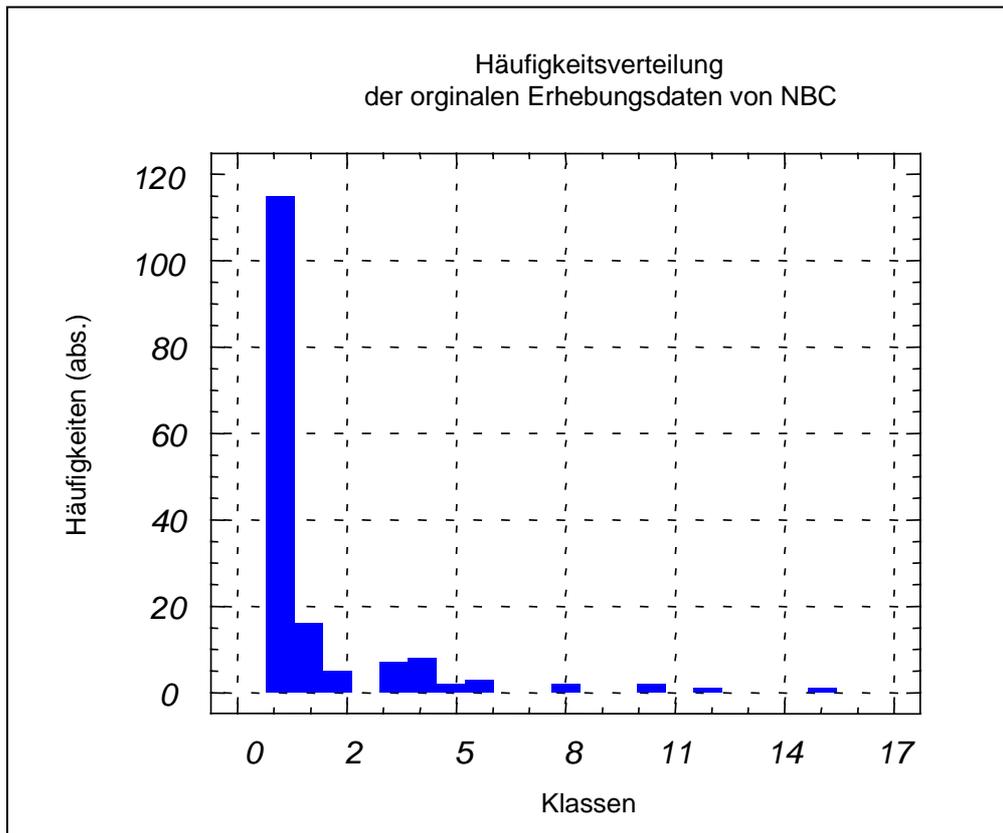


Abb.: 9.5 – 4 A

Abhängigkeit der Sendegruppe vom Sendeplatz ARD

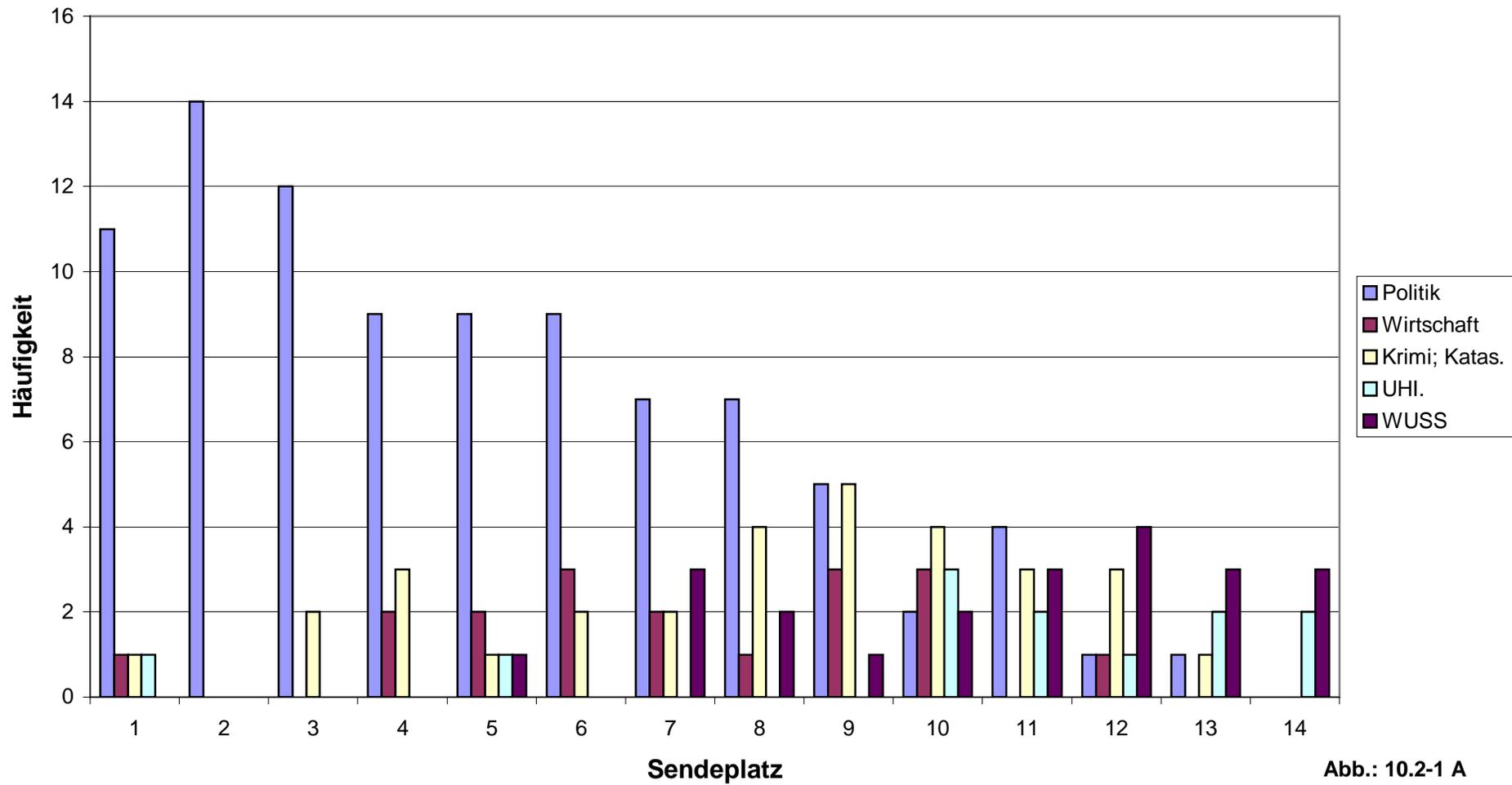


Abb.: 10.2-1 A

Beitragsart in Abhängigkeit vom Sendeplatz ARD

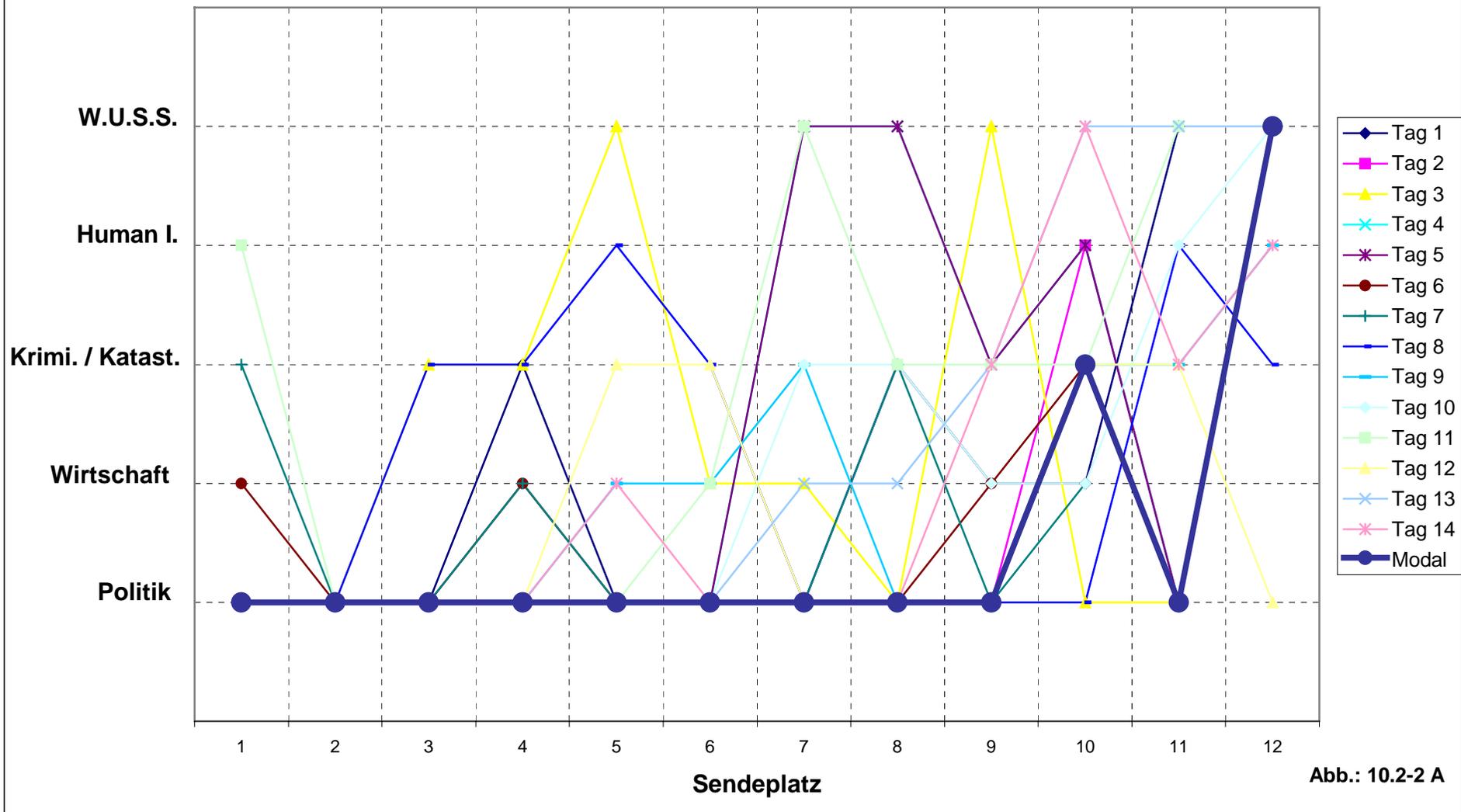


Abb.: 10.2-2 A

Modalwert der Beitragsgruppen in Abhängigkeit vom Sendeplatz ARD

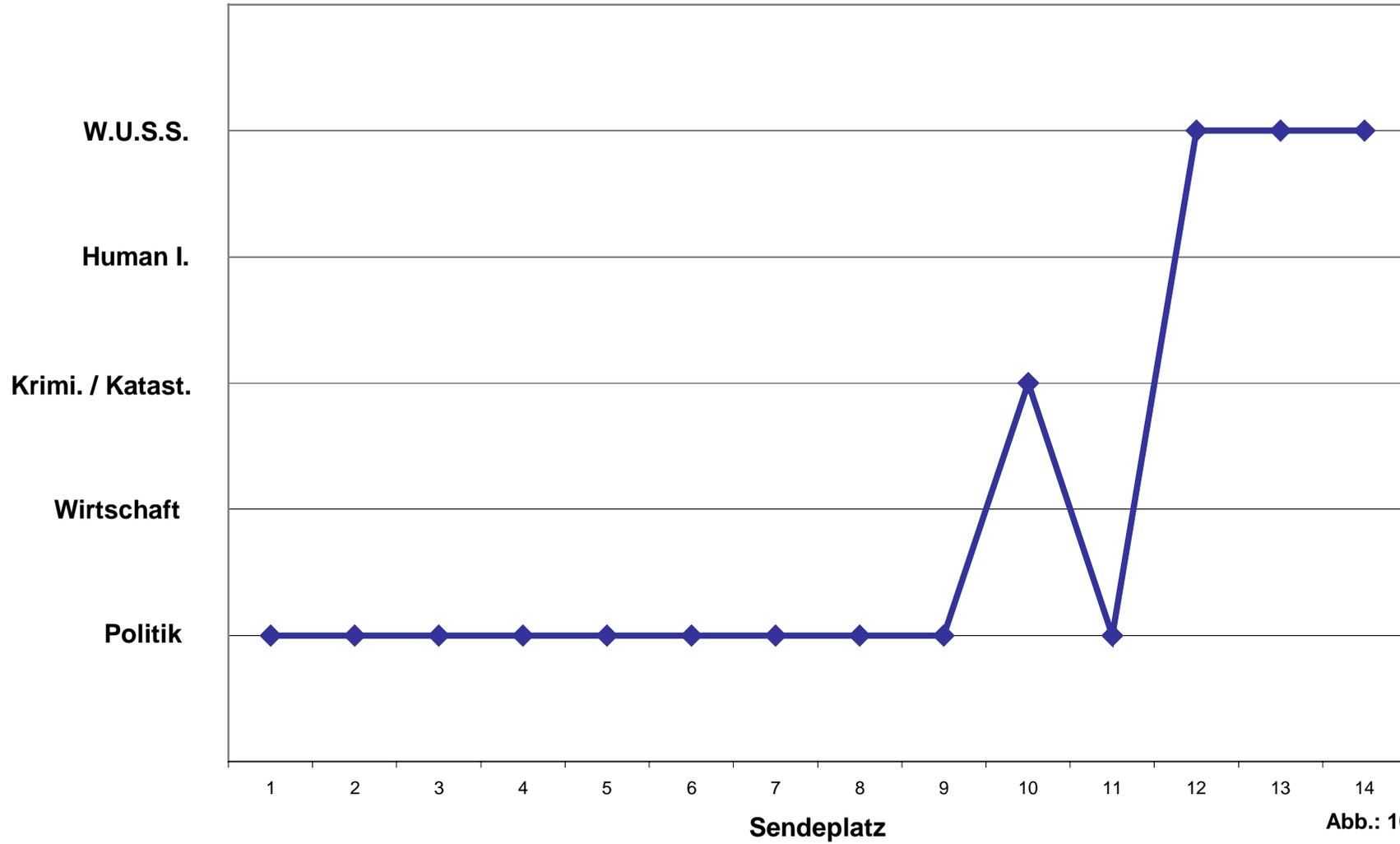


Abb.: 10.2-3 A

Häufigkeit der Beitragsgruppen in Abhängigkeit des Sendeplatzes ARD

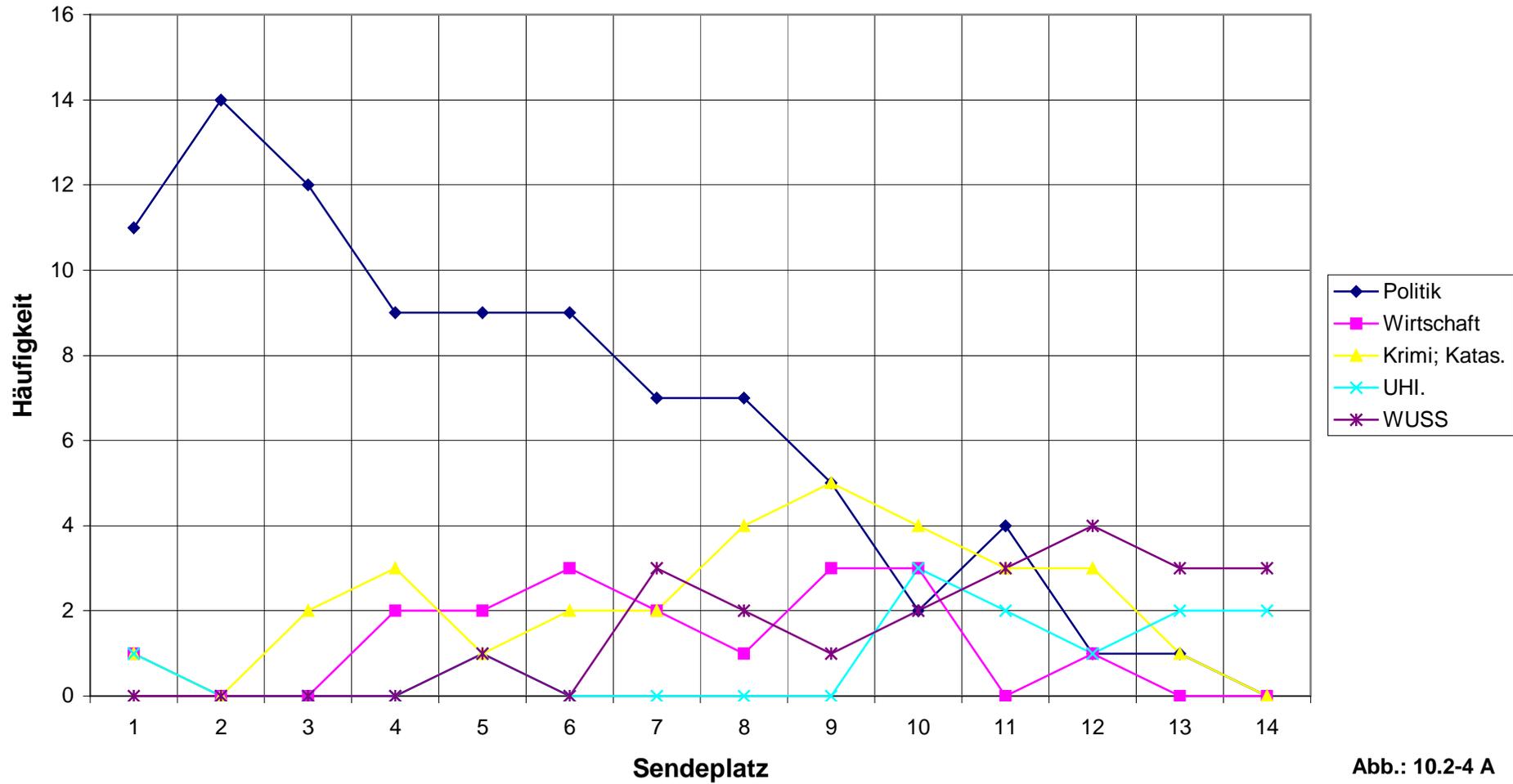


Abb.: 10.2-4 A

Häufigkeit der Sendegruppen in Abhängigkeit vom Sendeplatz RTL

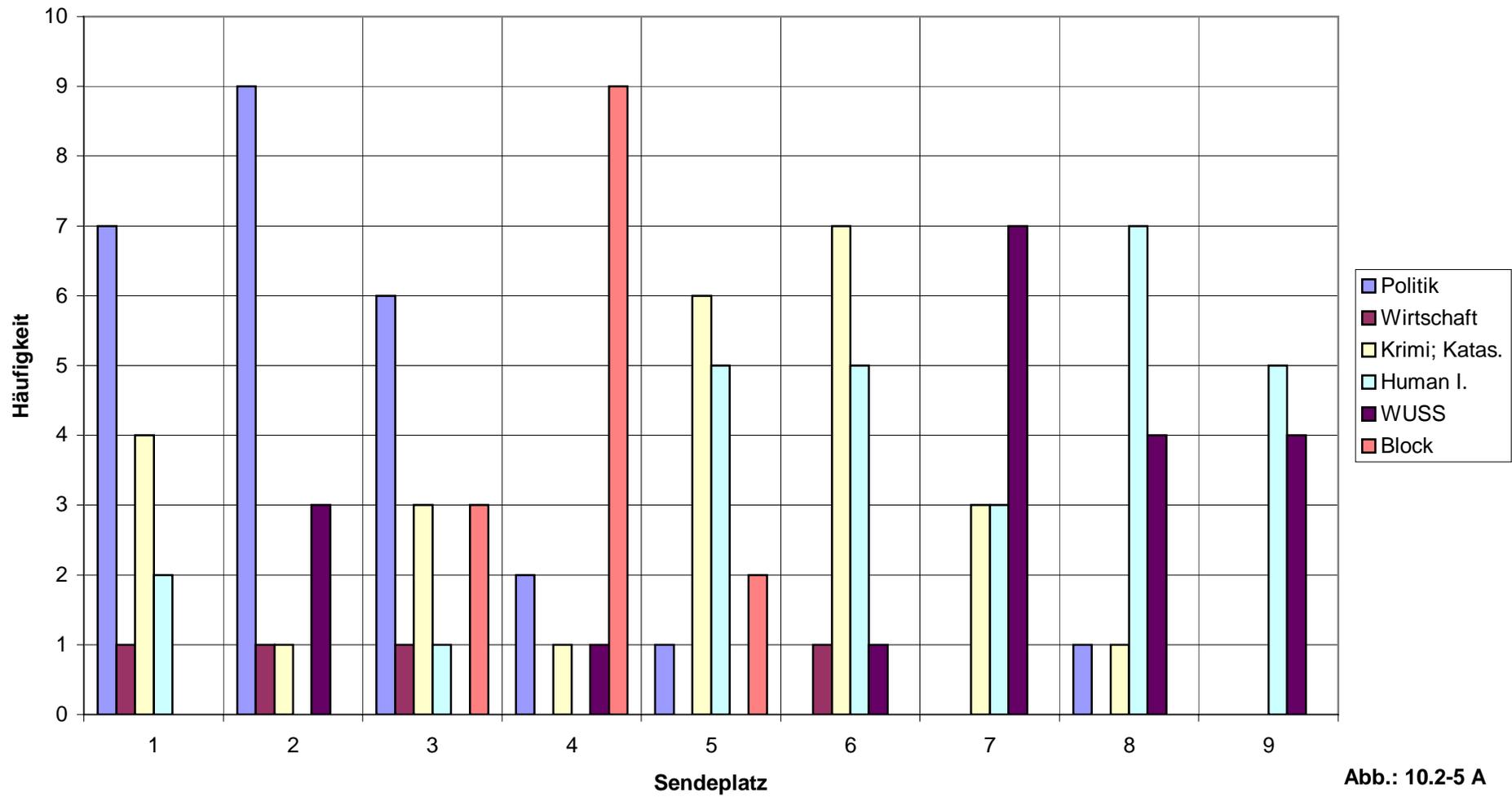


Abb.: 10.2-5 A

Beitragsart in Abhängigkeit vom Sendeplatz RTL

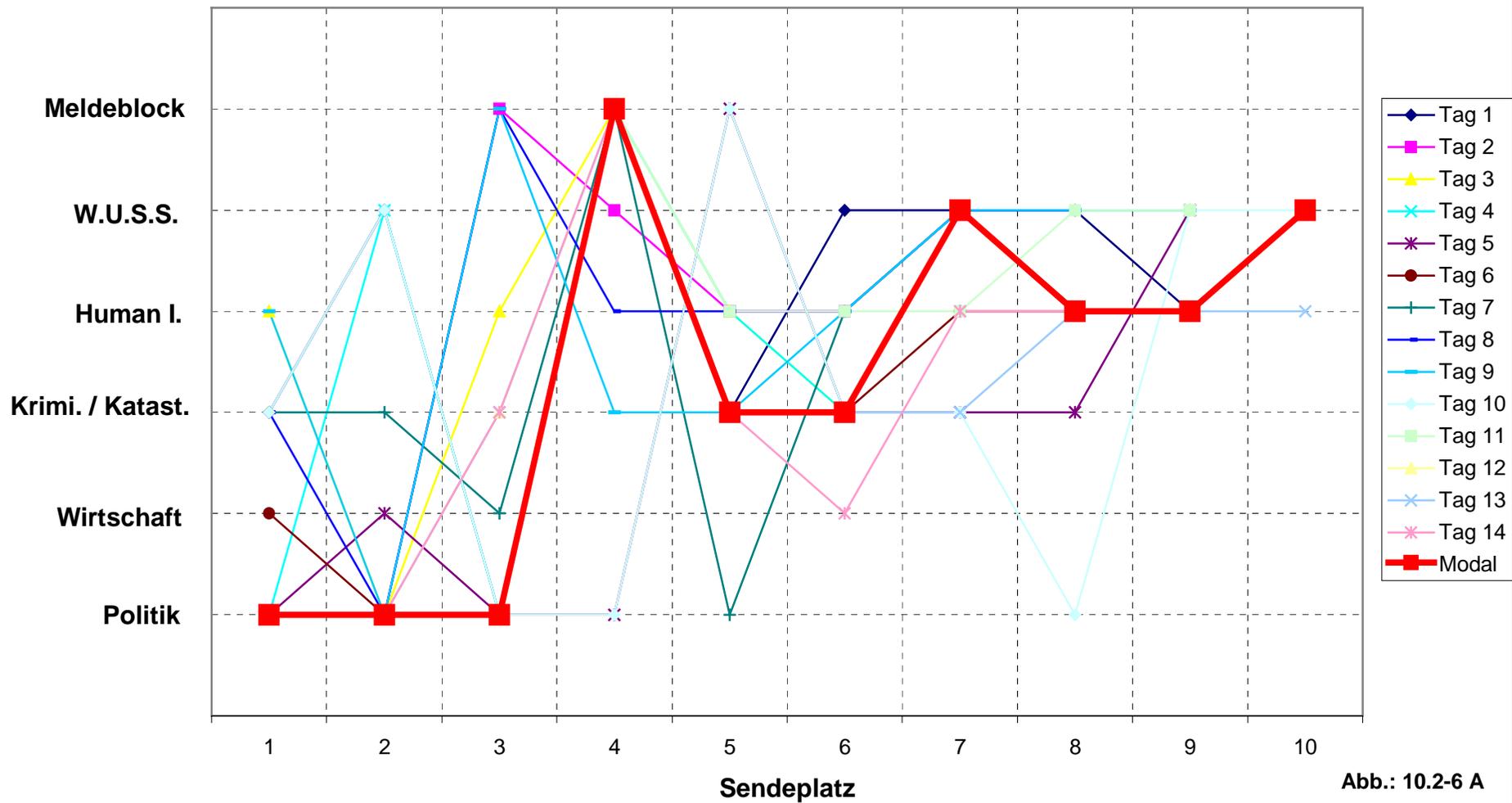


Abb.: 10.2-6 A

**Modalwert der Beitragsgruppen in Abhängigkeit vom Sendeplatz
RTL**

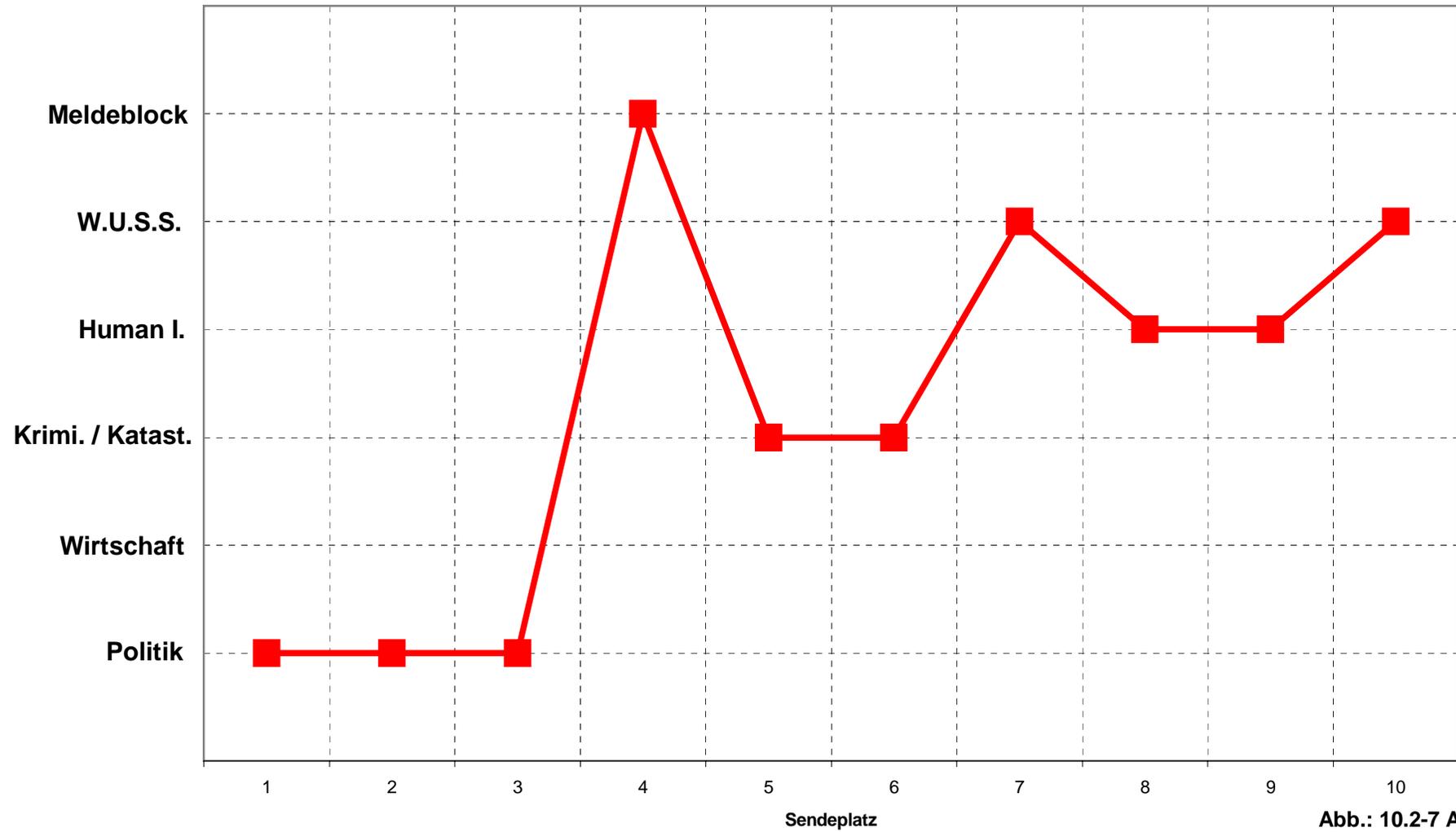


Abb.: 10.2-7 A

Sendegruppe in Abhängigkeit des Sendeplatzes bei RTL

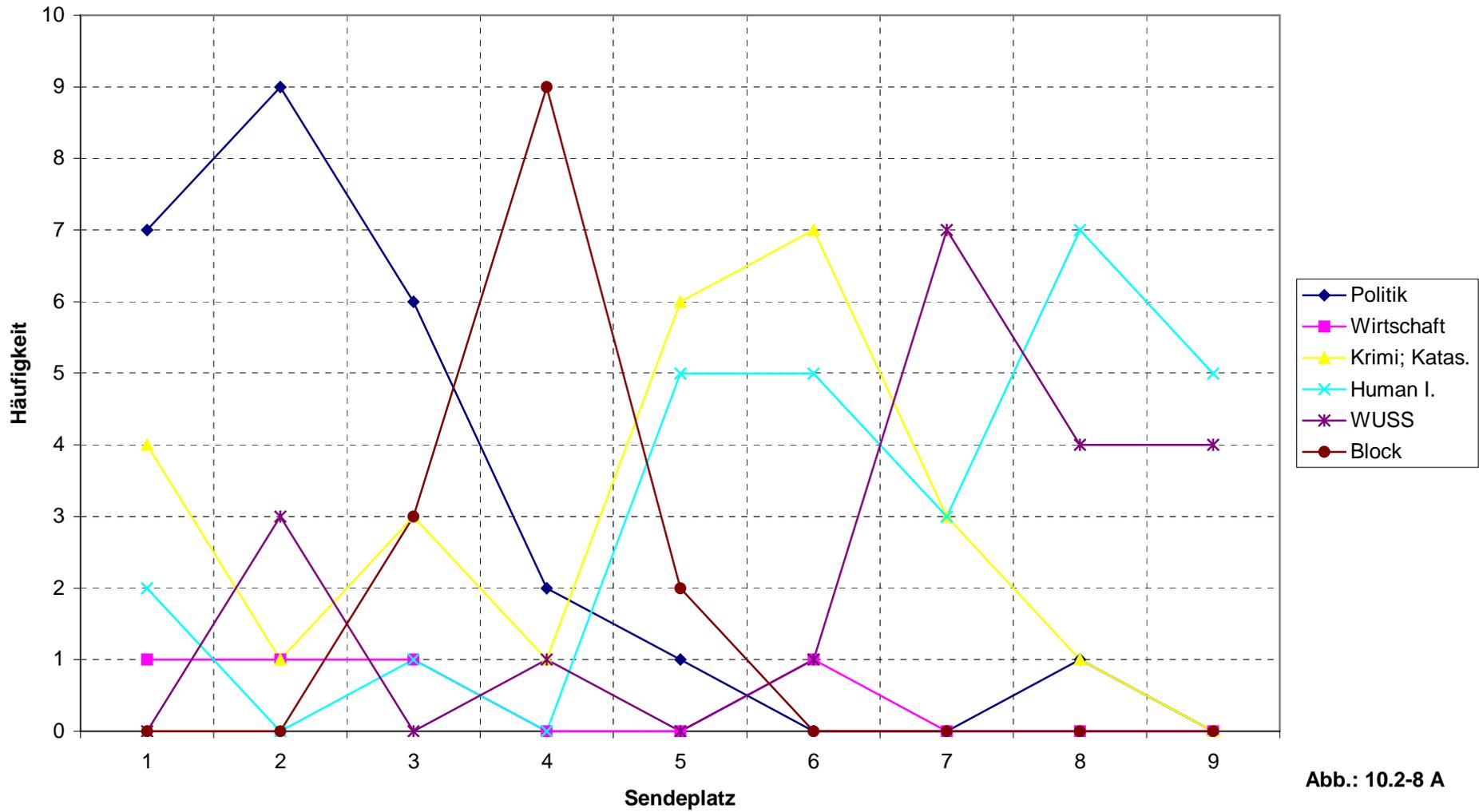


Abb.: 10.2-8 A

Abhängigkeit des Beitrages vom Sendeplatz im Meldeblock RTL

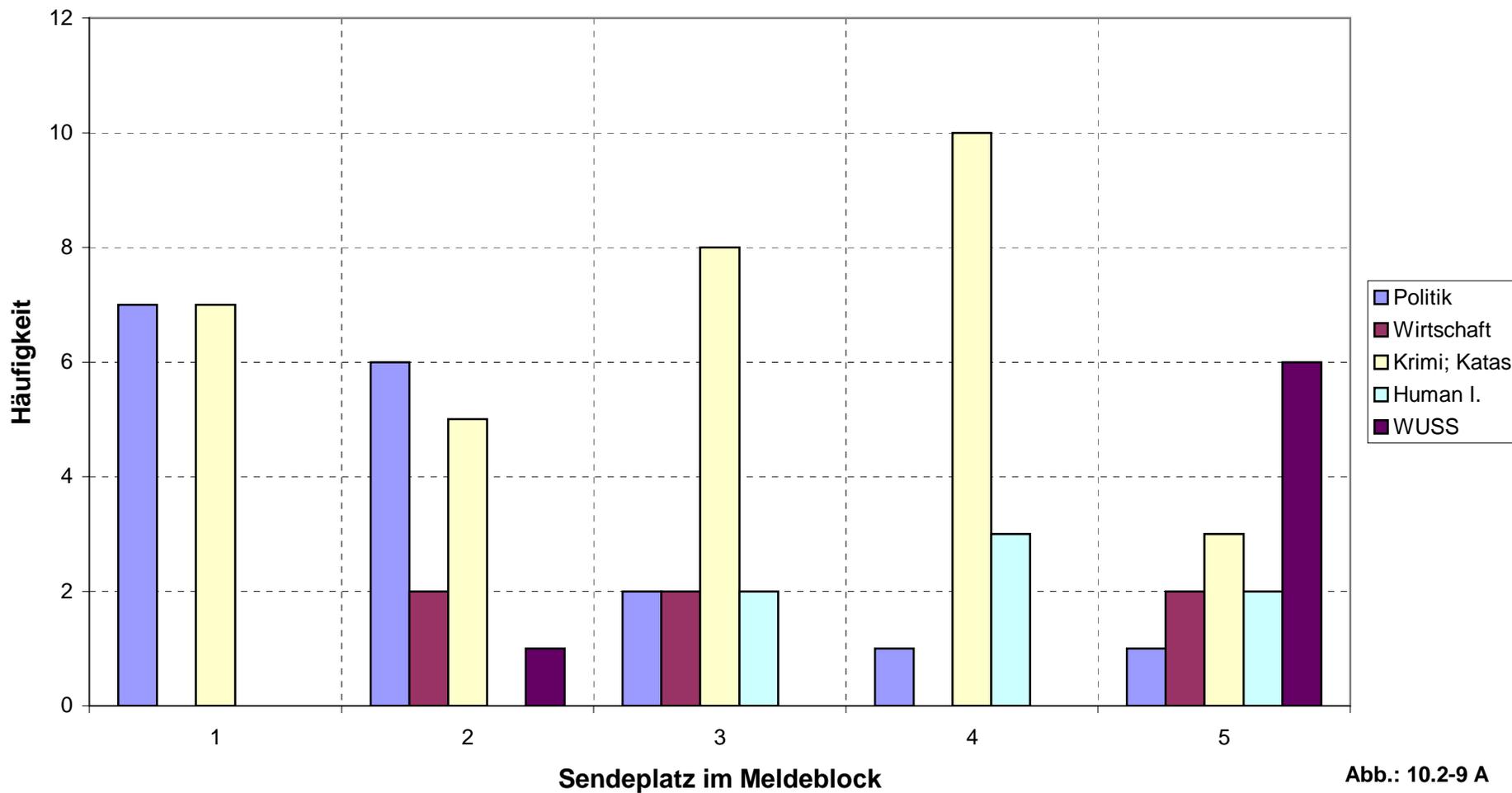


Abb.: 10.2-9 A

**Modalwert der Beiträge des Meldeblocks in Abhängigkeit vom Sendepplatz im
Meldeblock
RTL**

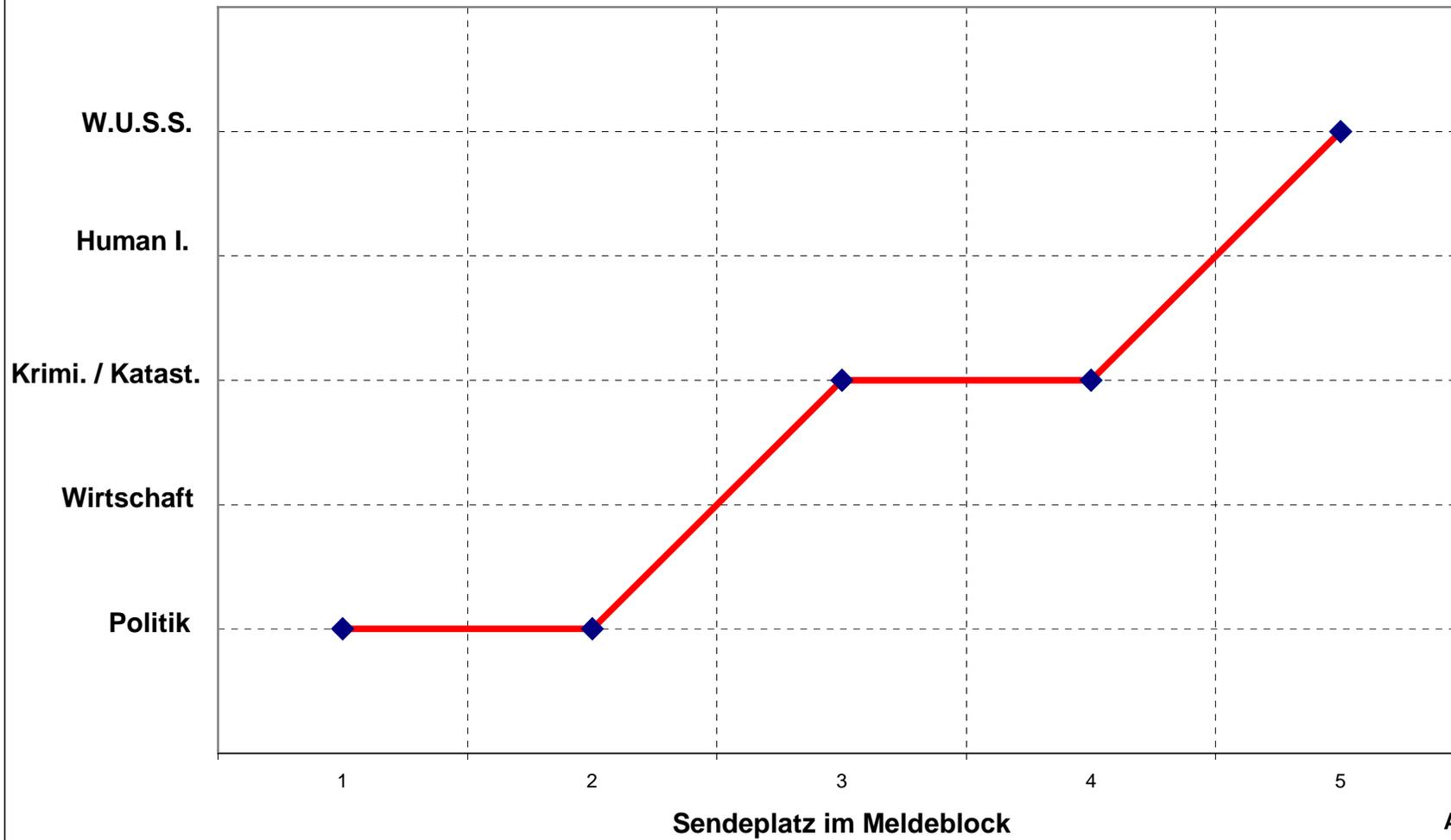


Abb.: 10.2-10 A

Häufigkeit der Beitragsarten in Abhängigkeit vom Sendeplatz im Meldeblock RTL

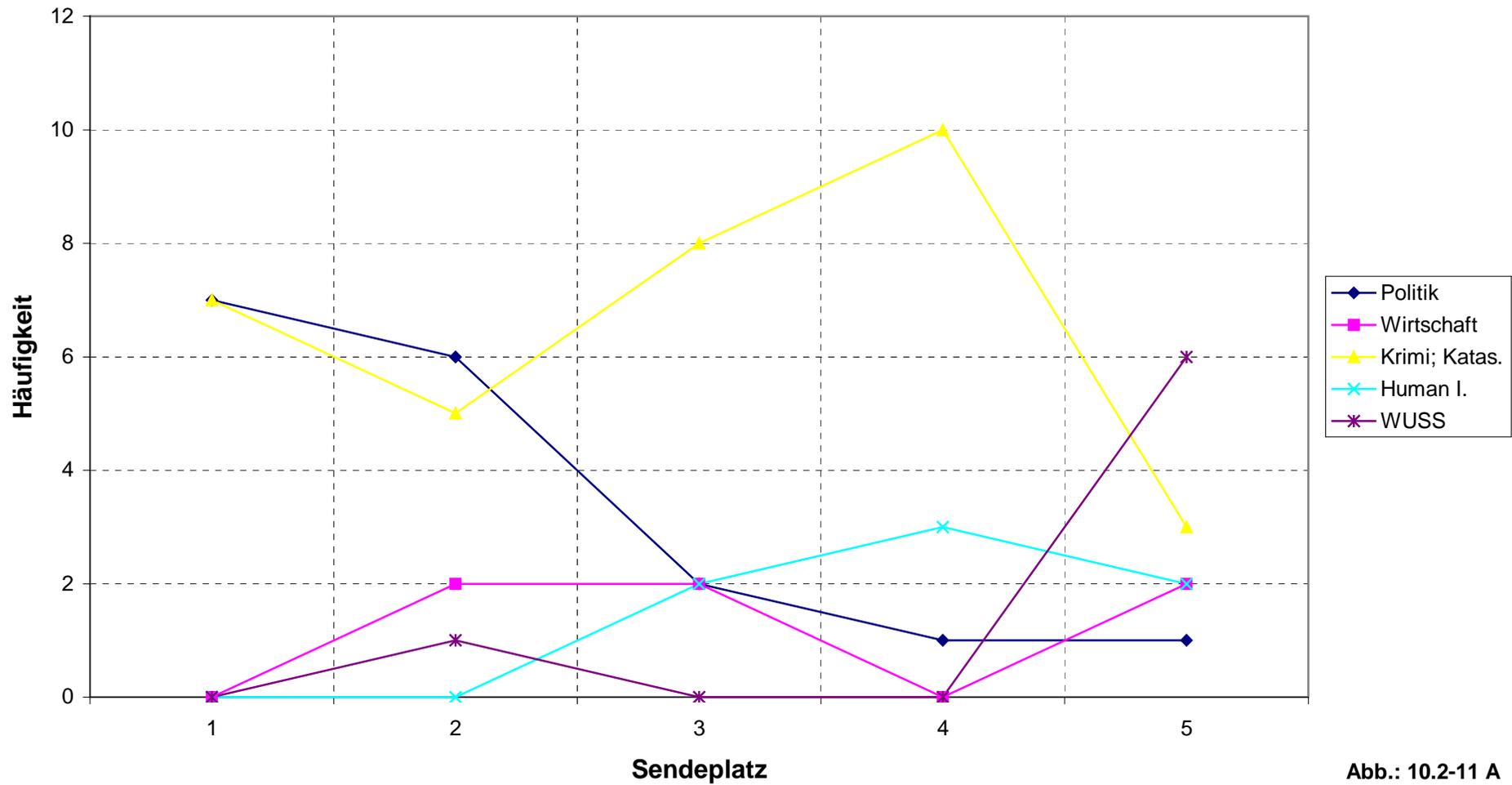


Abb.: 10.2-11 A

Abhängigkeit der Beitragarten vom Sendepplatz im Meldeblock RTL

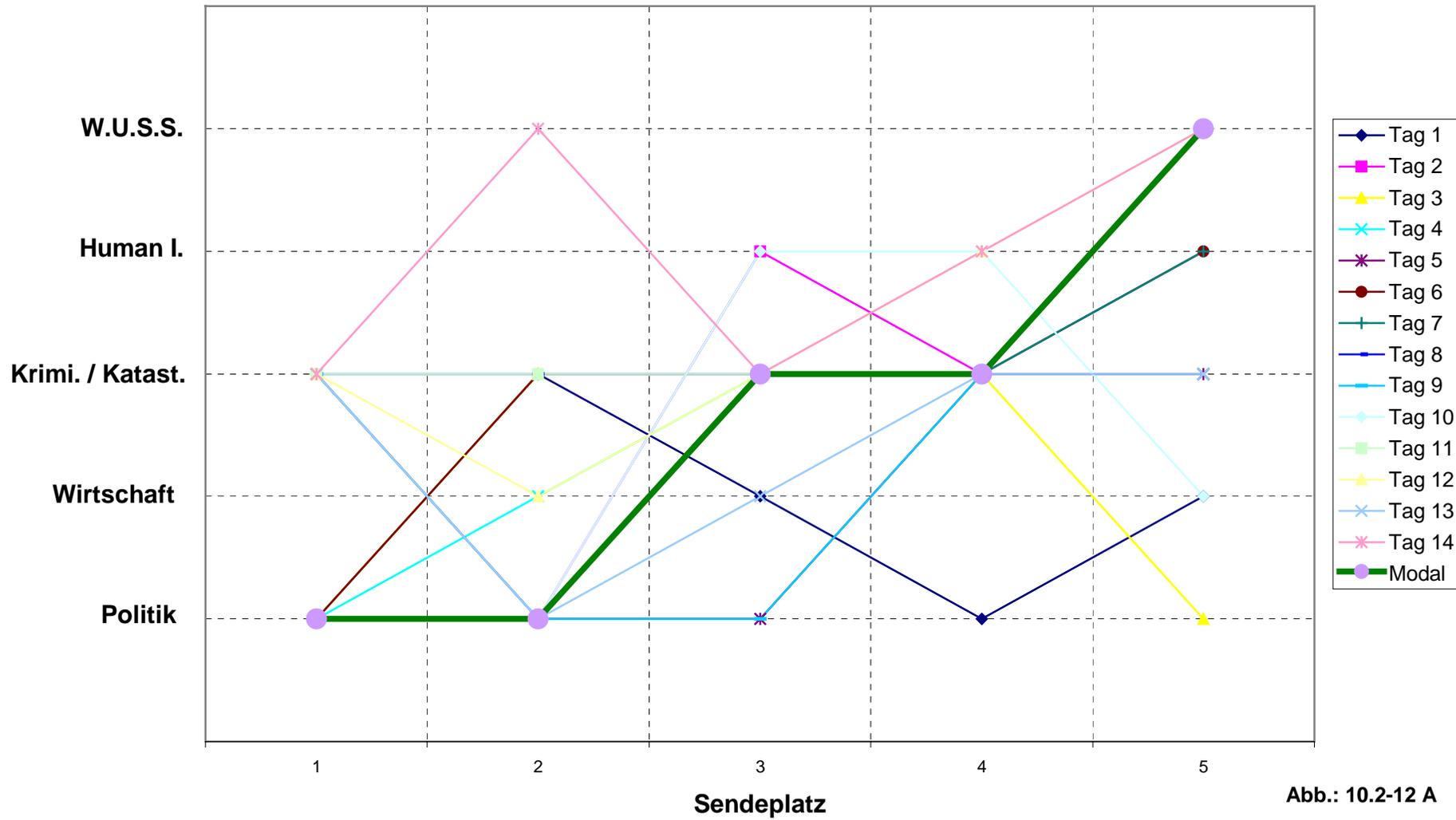


Abb.: 10.2-12 A

Häufigkeit einer Sendegruppe in Abhängigkeit vom Sendeplatz bei NBC

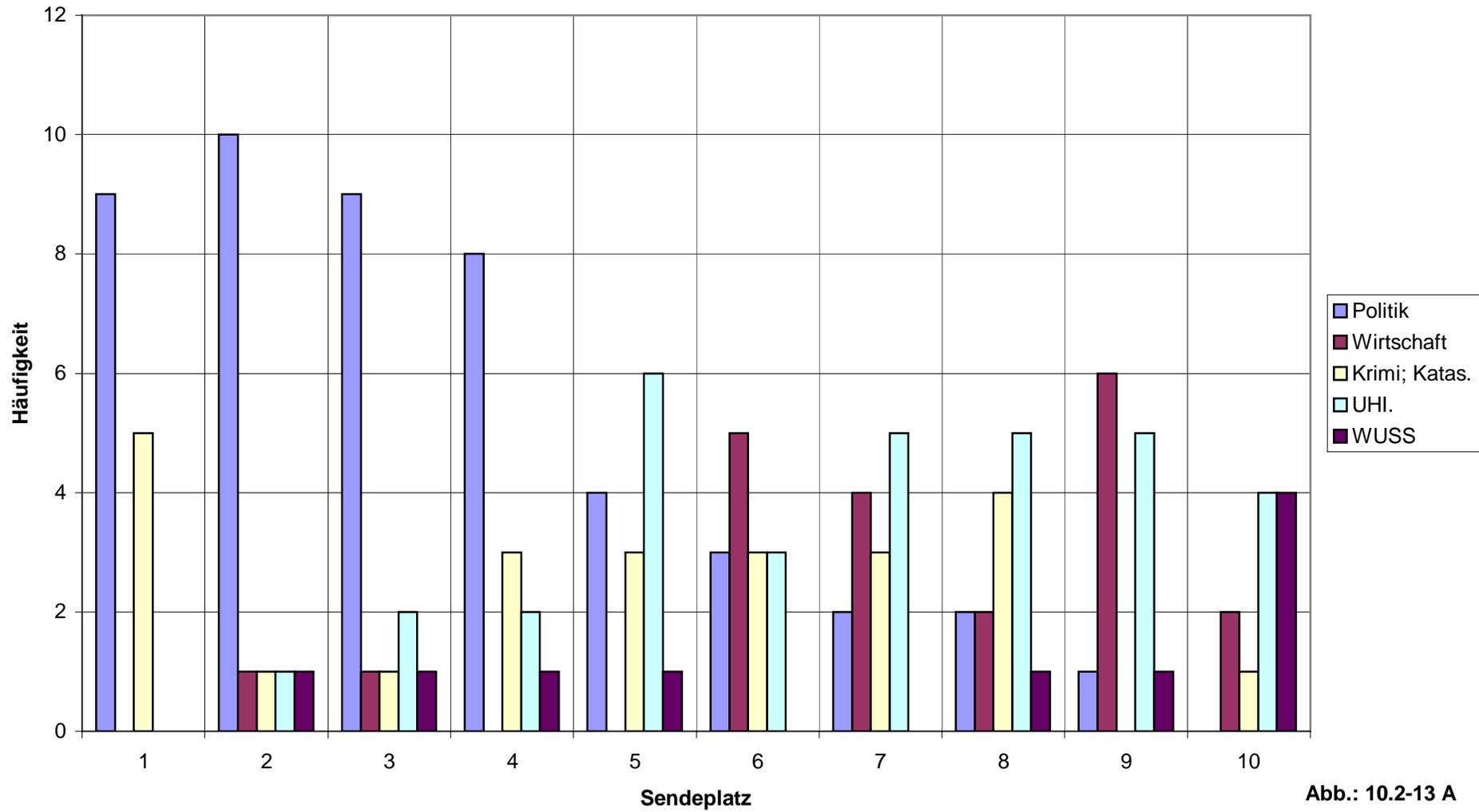


Abb.: 10.2-13 A

Beitragsart in Abhängigkeit vom Sendeplatz NBC

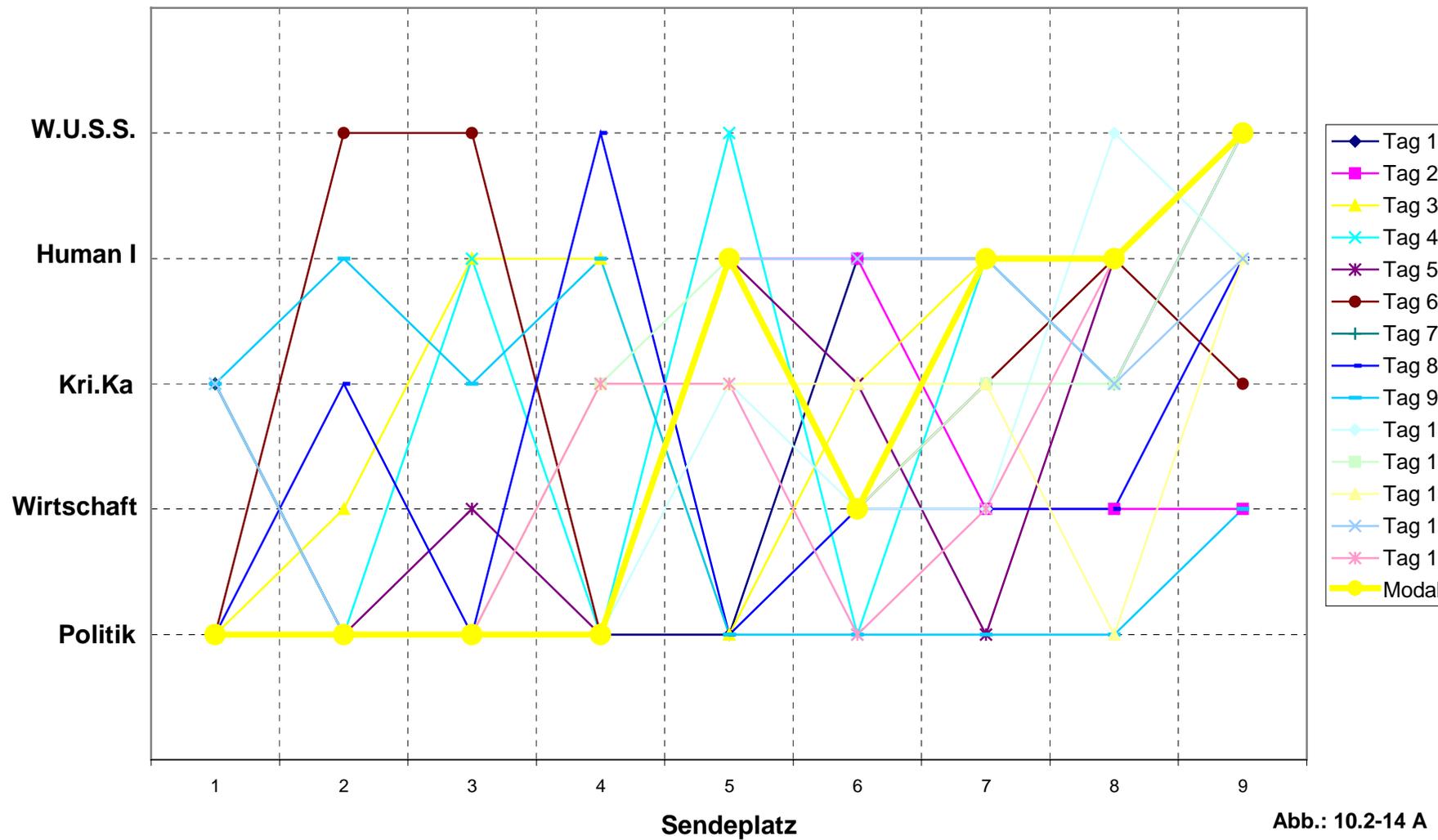


Abb.: 10.2-14 A

Modalwert der Sendegruppen in Abhängigkeit des Sendeplatzes bei NBC

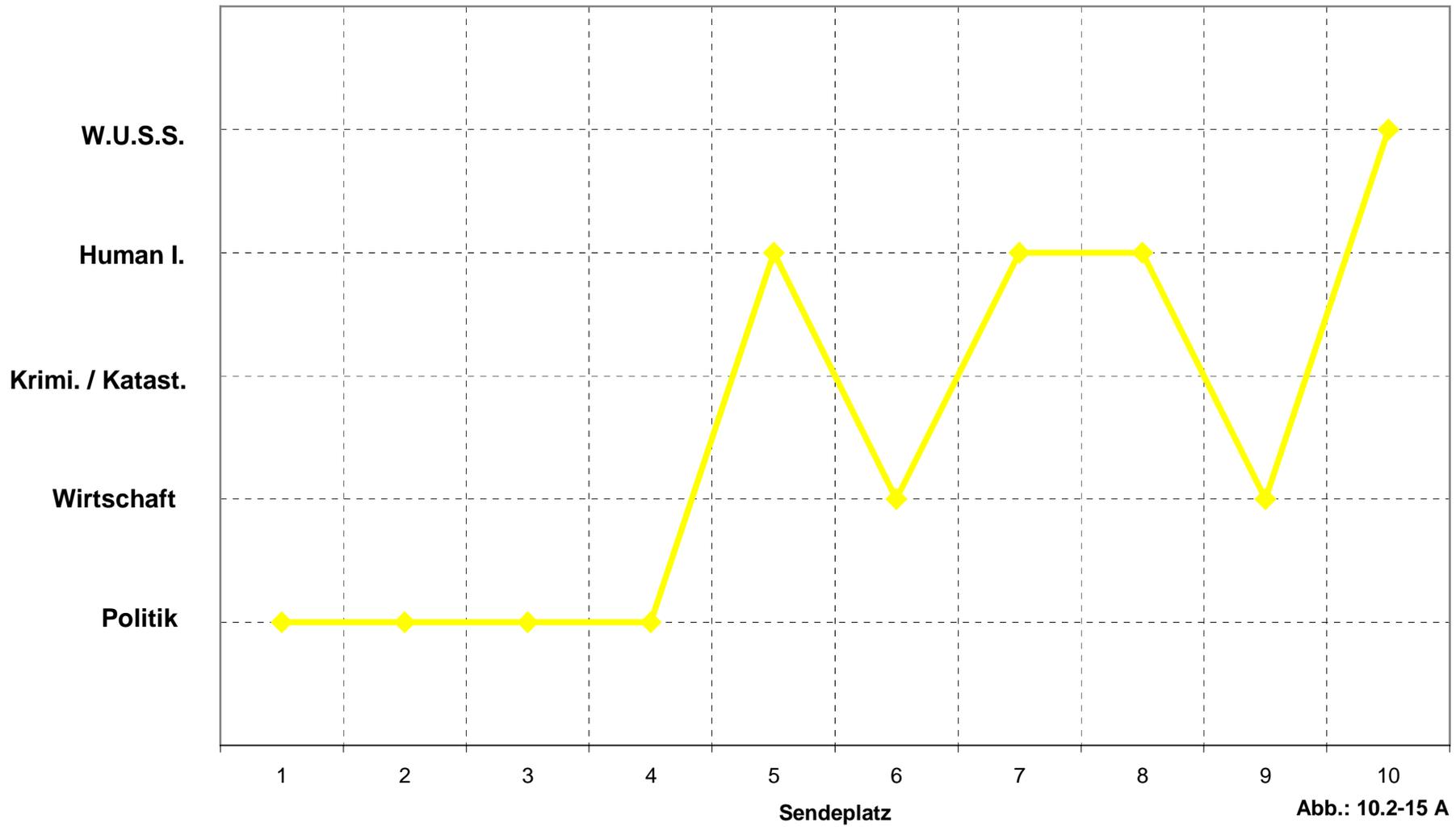


Abb.: 10.2-15 A

Häufigkeit der Sendgruppen in Abhängigkeit vom Sendeplatz bei NBC

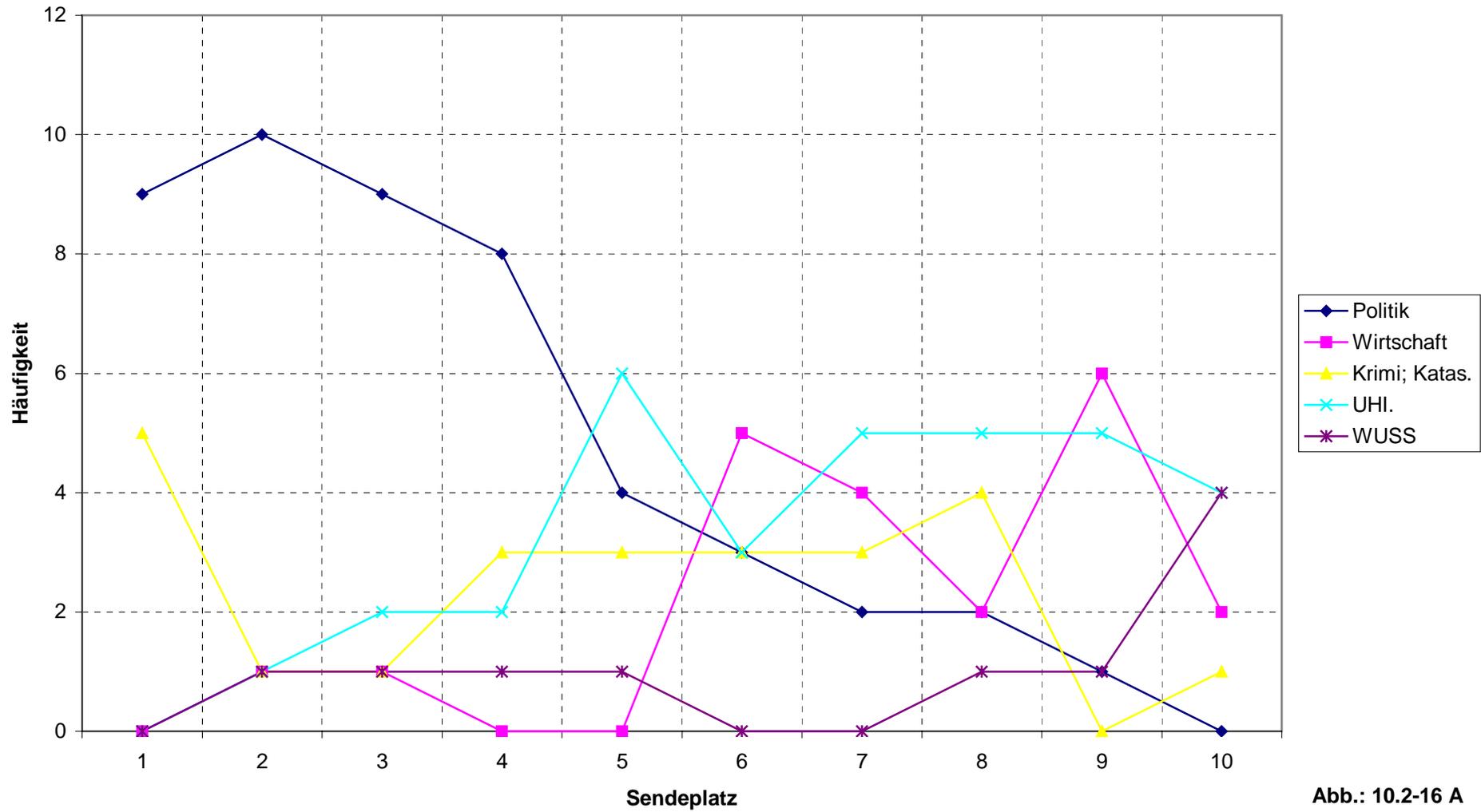


Abb.: 10.2-16 A

Interaktion: Handlungsrahmen und Kameraeinstellung ARD

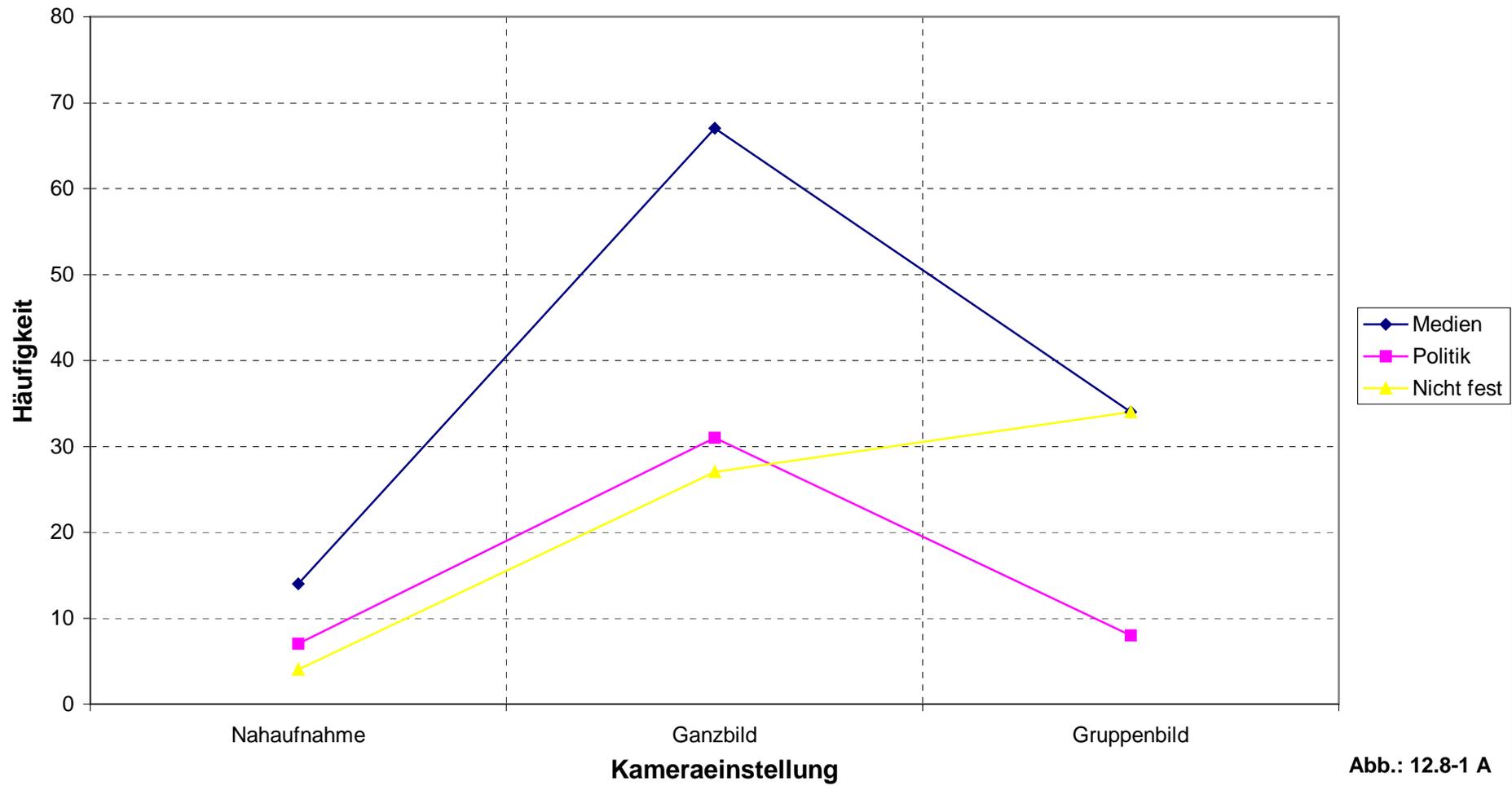


Abb.: 12.8-1 A

Interaktion: Kameraeinstellung und Handlungsrahmen RTL

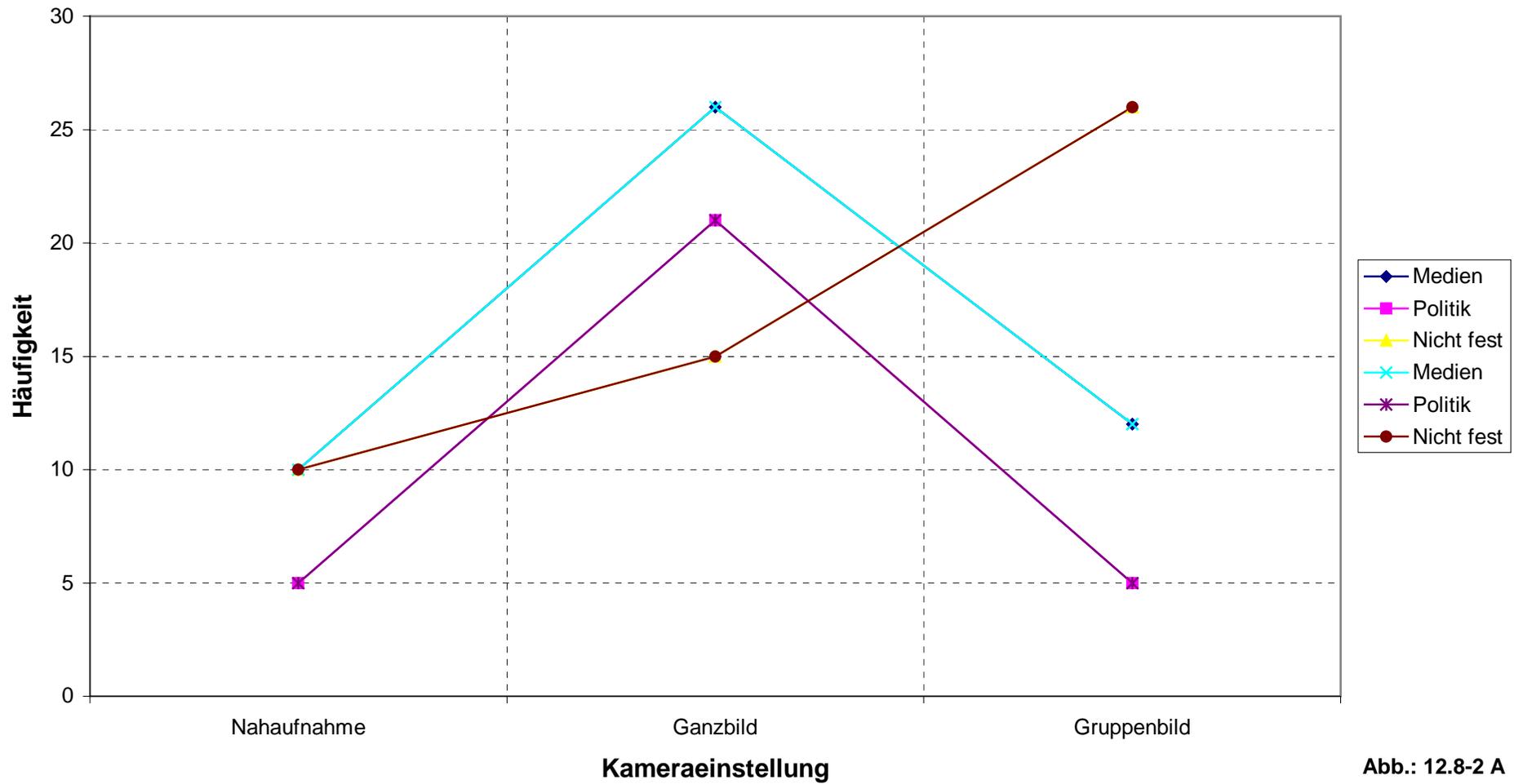


Abb.: 12.8-2 A

Interaktion: Kameraeinstellung und Handlungsrahmen NBC

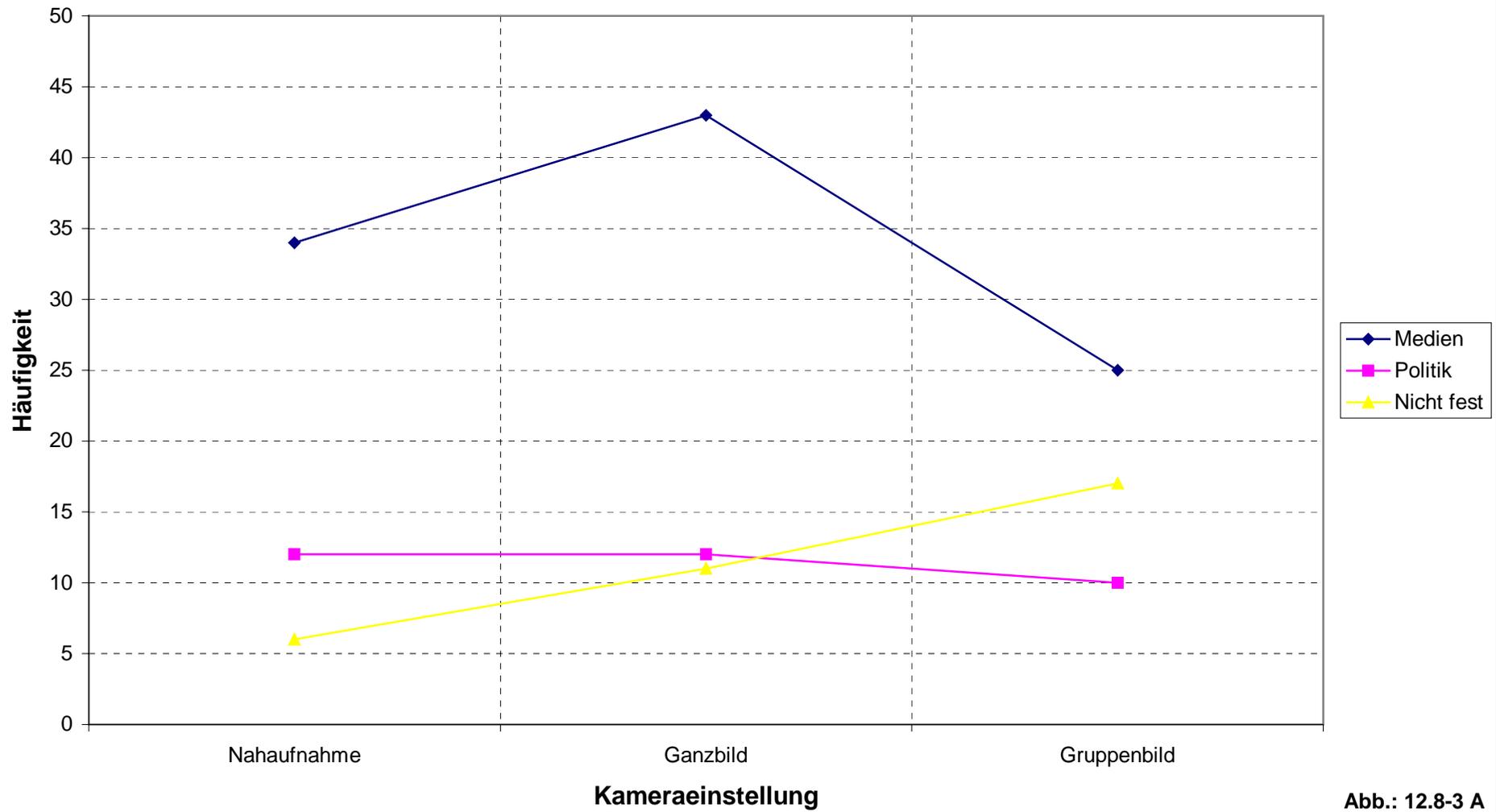


Abb.: 12.8-3 A

Interaktion: Kameraeinstellung Nahaufnahme und Handlungsrahmen im Sendervergleich

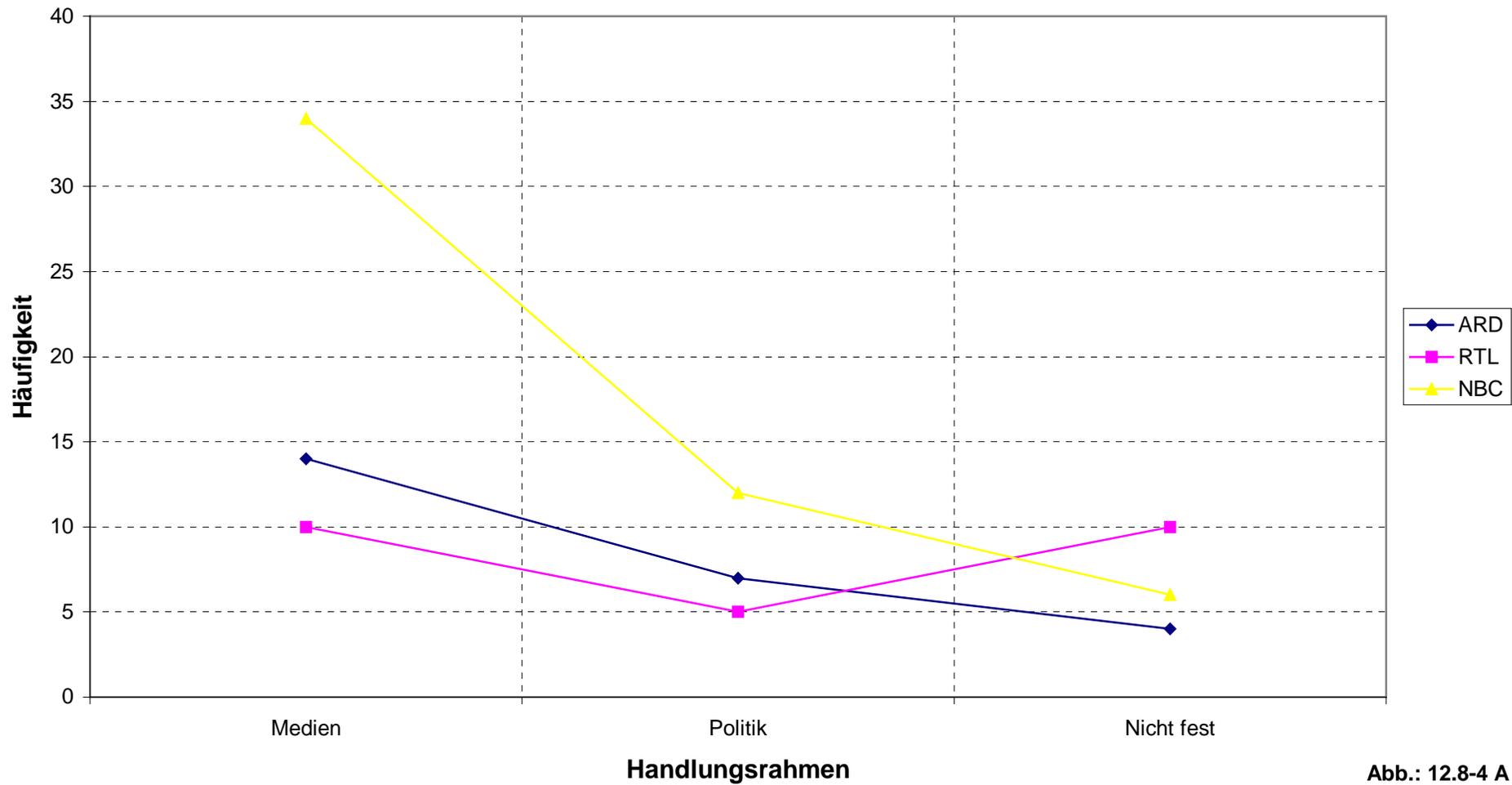
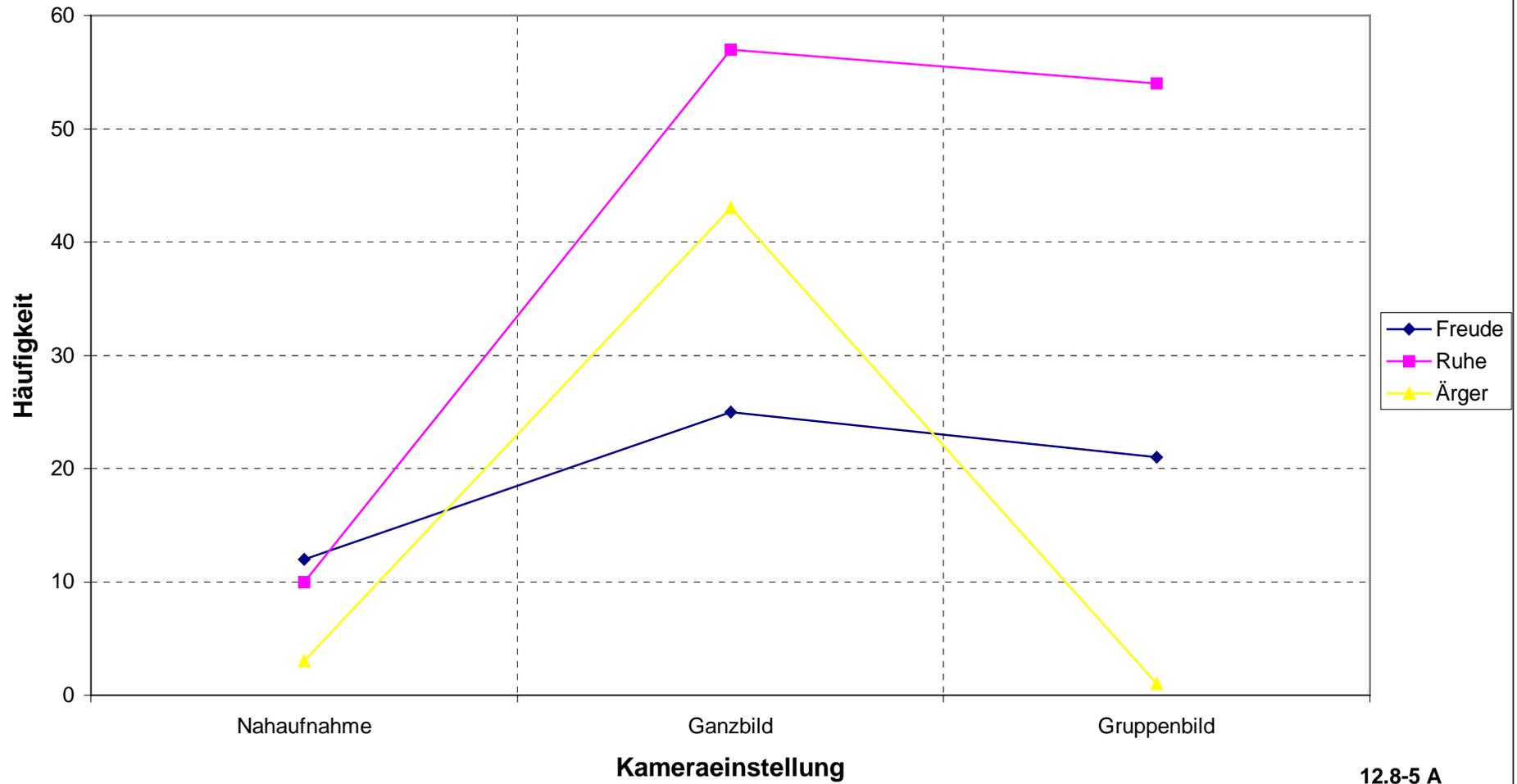
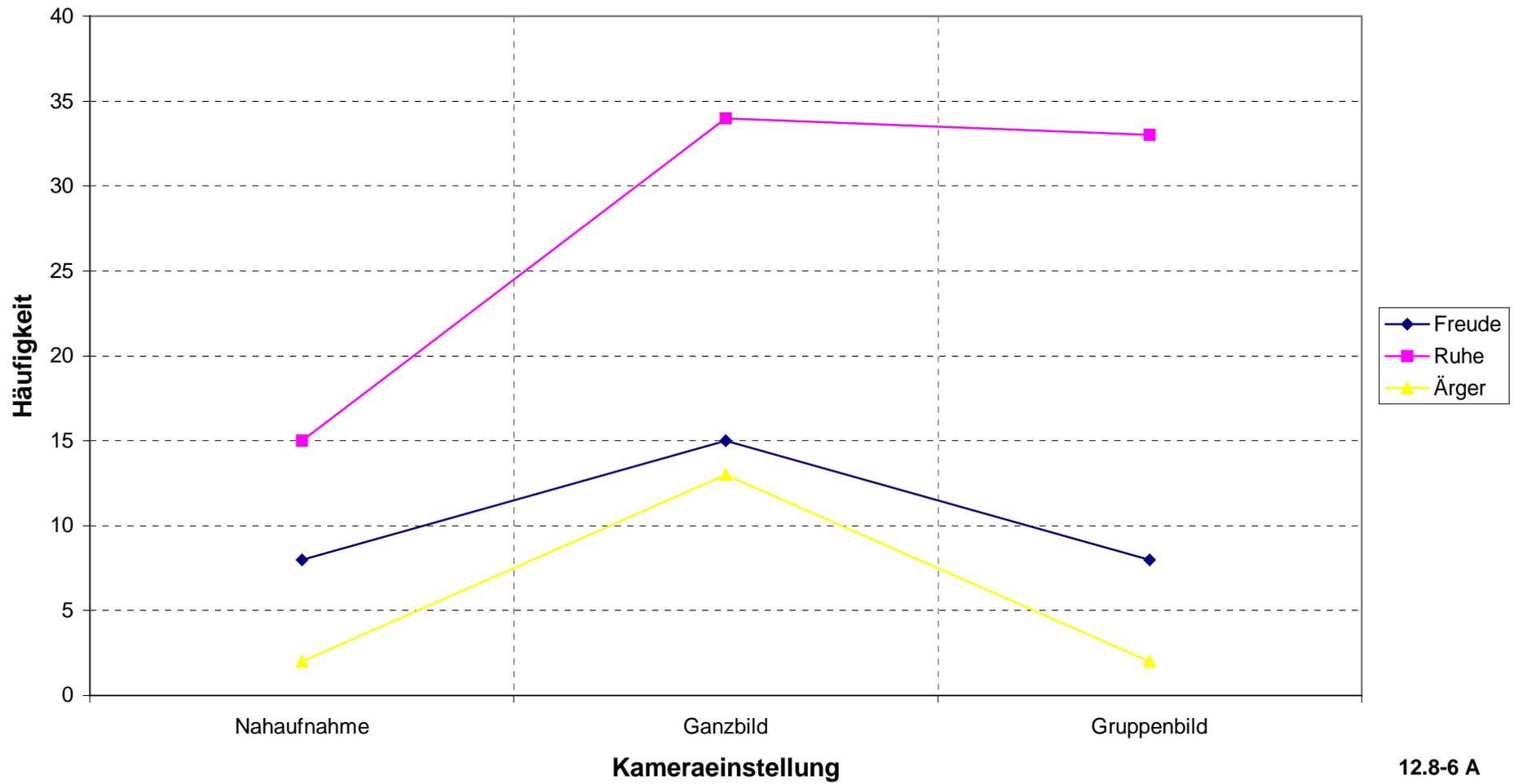


Abb.: 12.8-4 A

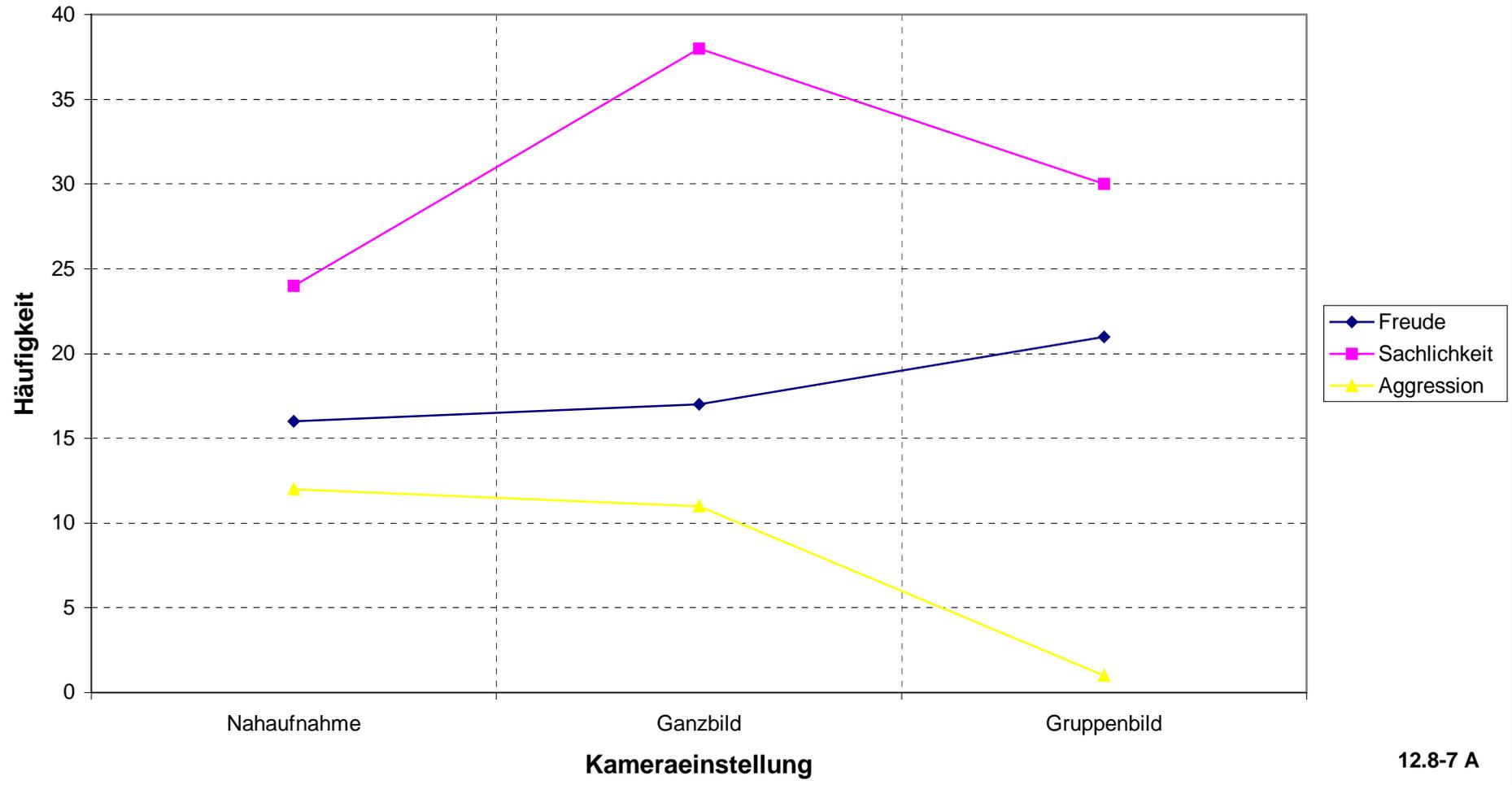
Interaktion: Kameraeinstellung und Emotion ARD



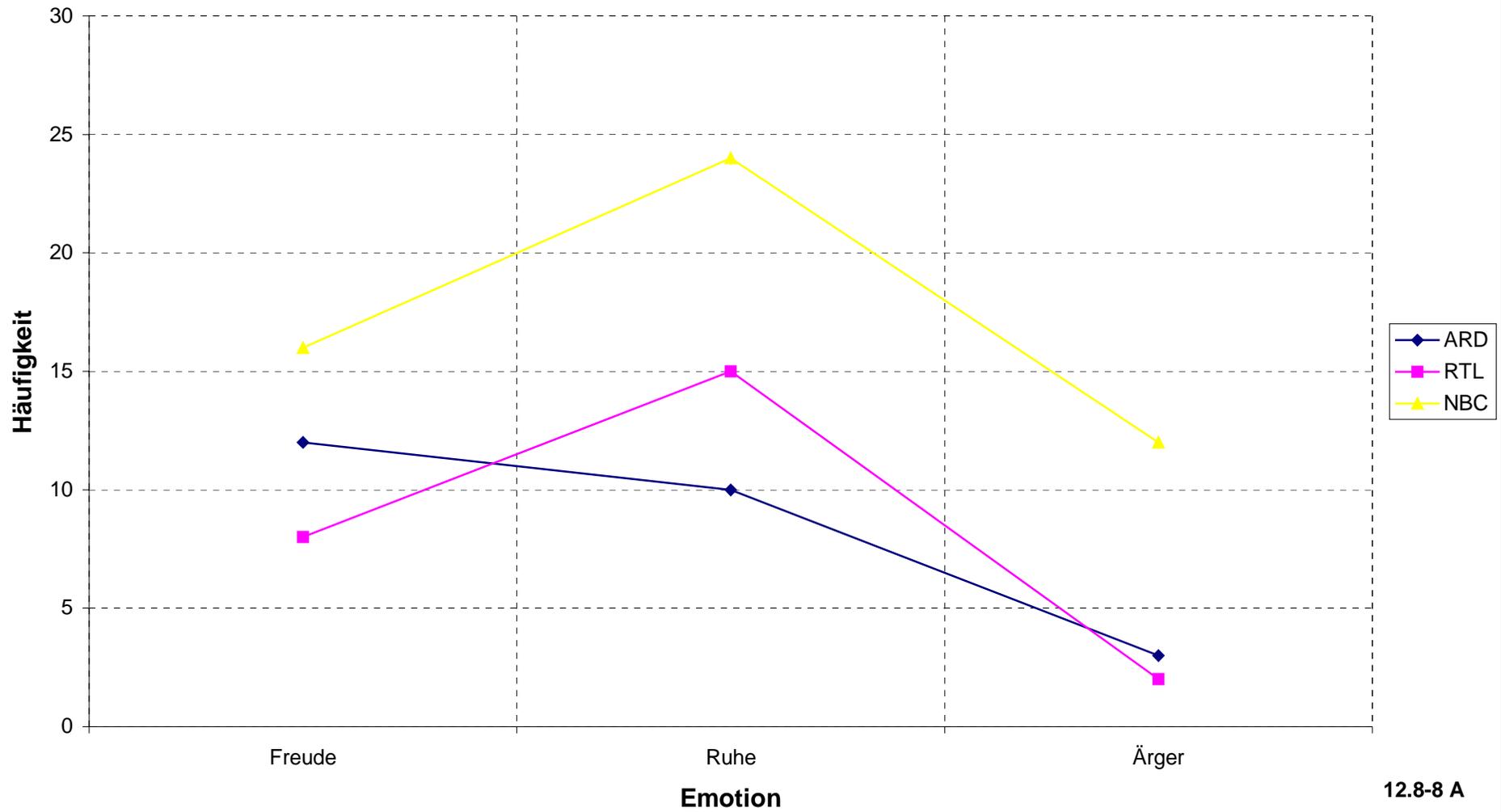
Interaktion: Kameraeinstellung und Emotion RTL



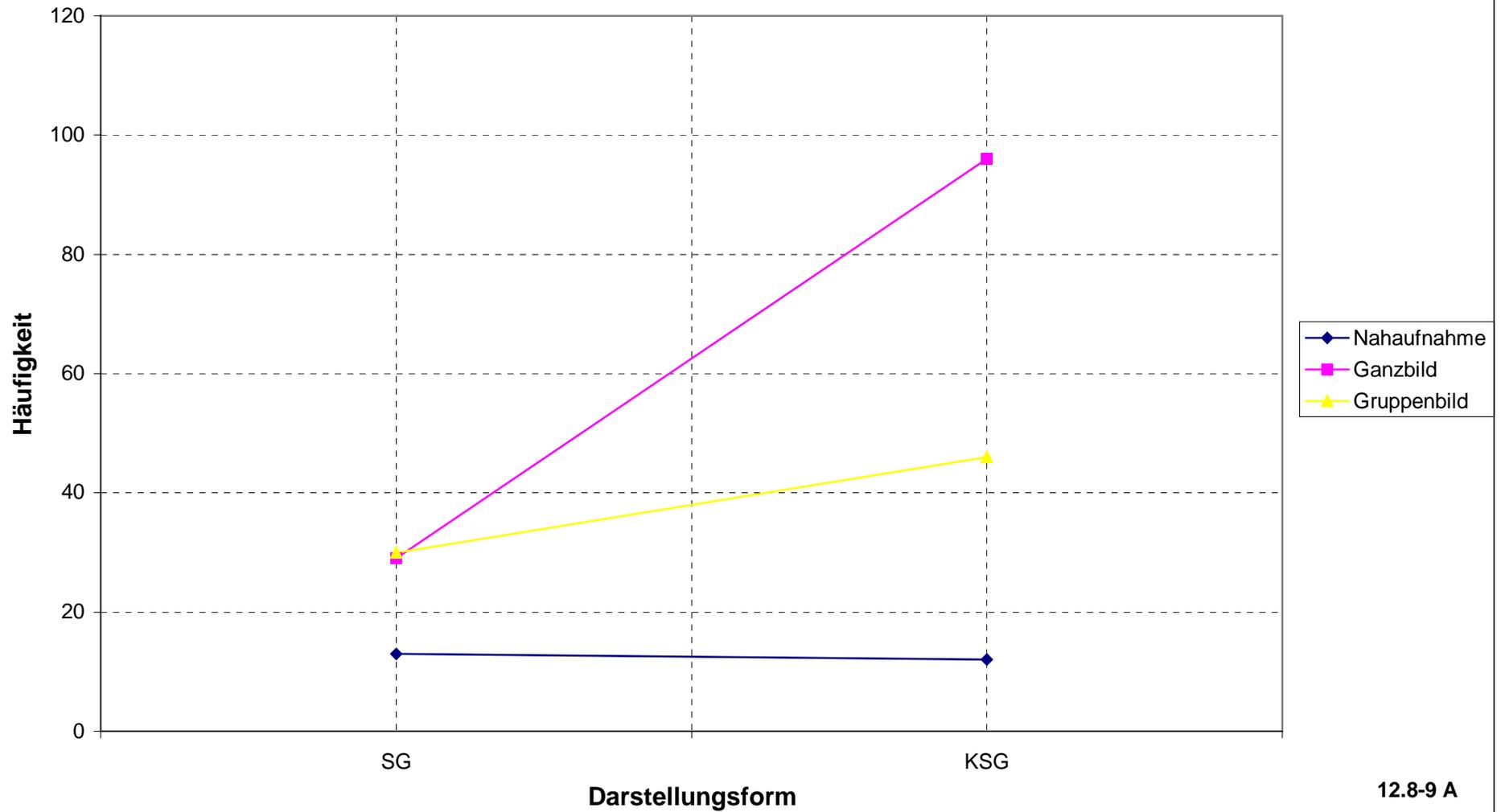
Interaktion: Kameraeinstellung und Emotion NBC



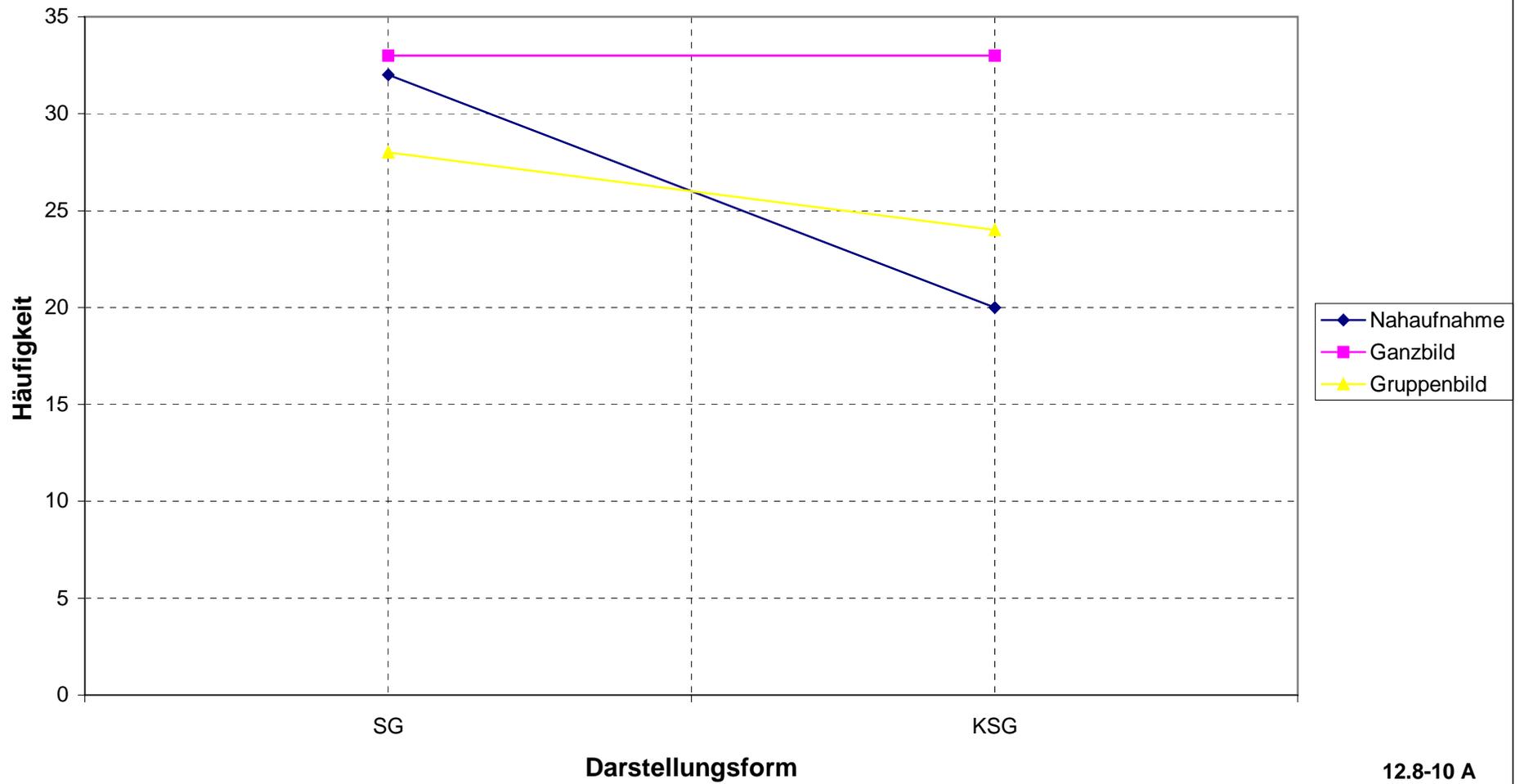
Interaktion: Kameraeinstellung Nahaufnahme und Emotion im Sendervergleich



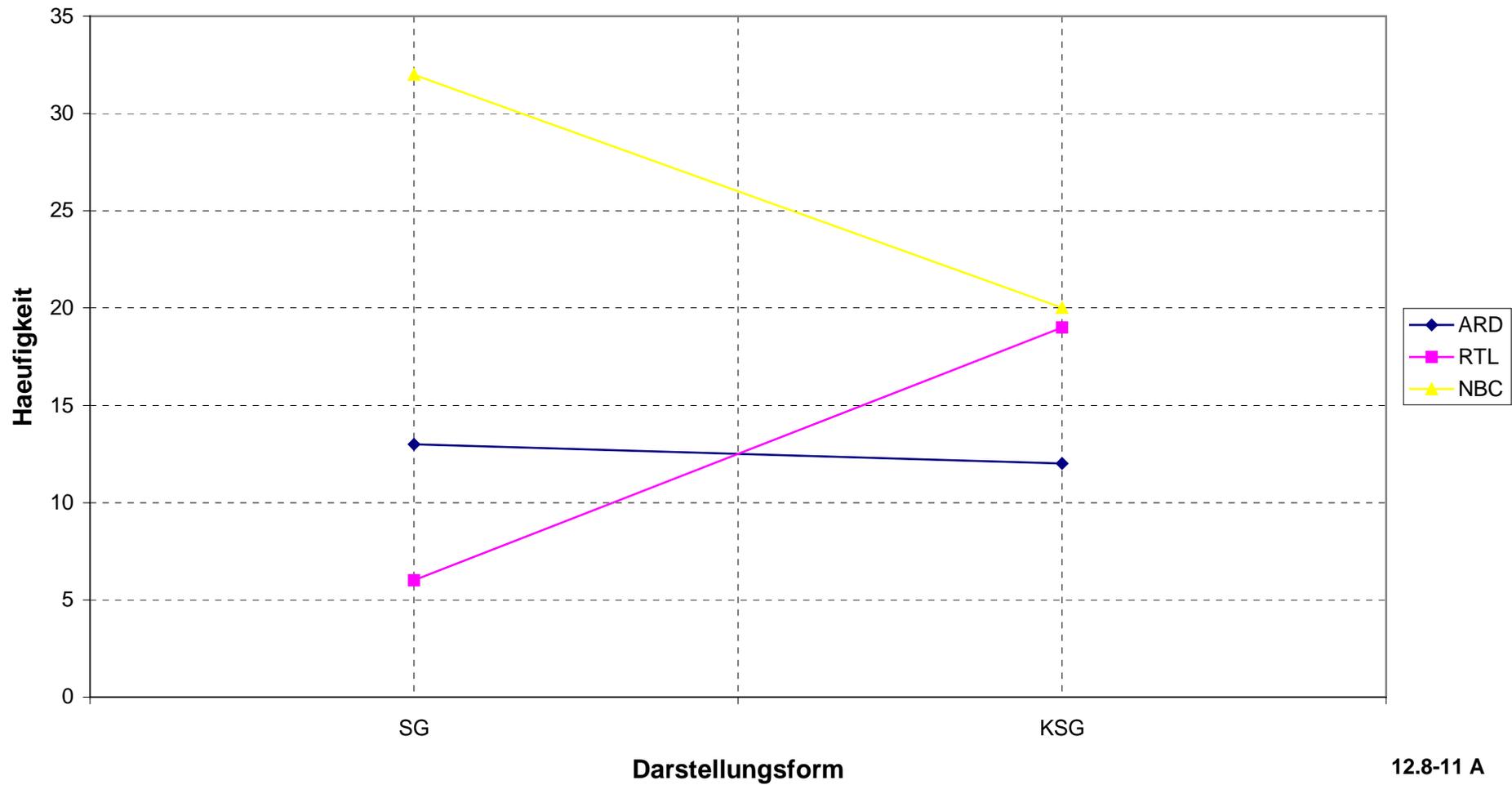
Interaktion: Kameraeinstellung und Darstellungsform ARD



Interaktion: Darstellungsform und Kameraeinstellung NBC



Interaktion: Kameraeinstellung Nahaufnahme und Darstellungsform im Sendervergleich



Interaktion: Position, Emotion und Handlungsrahmen *Medien*
RTL Häufigkeit

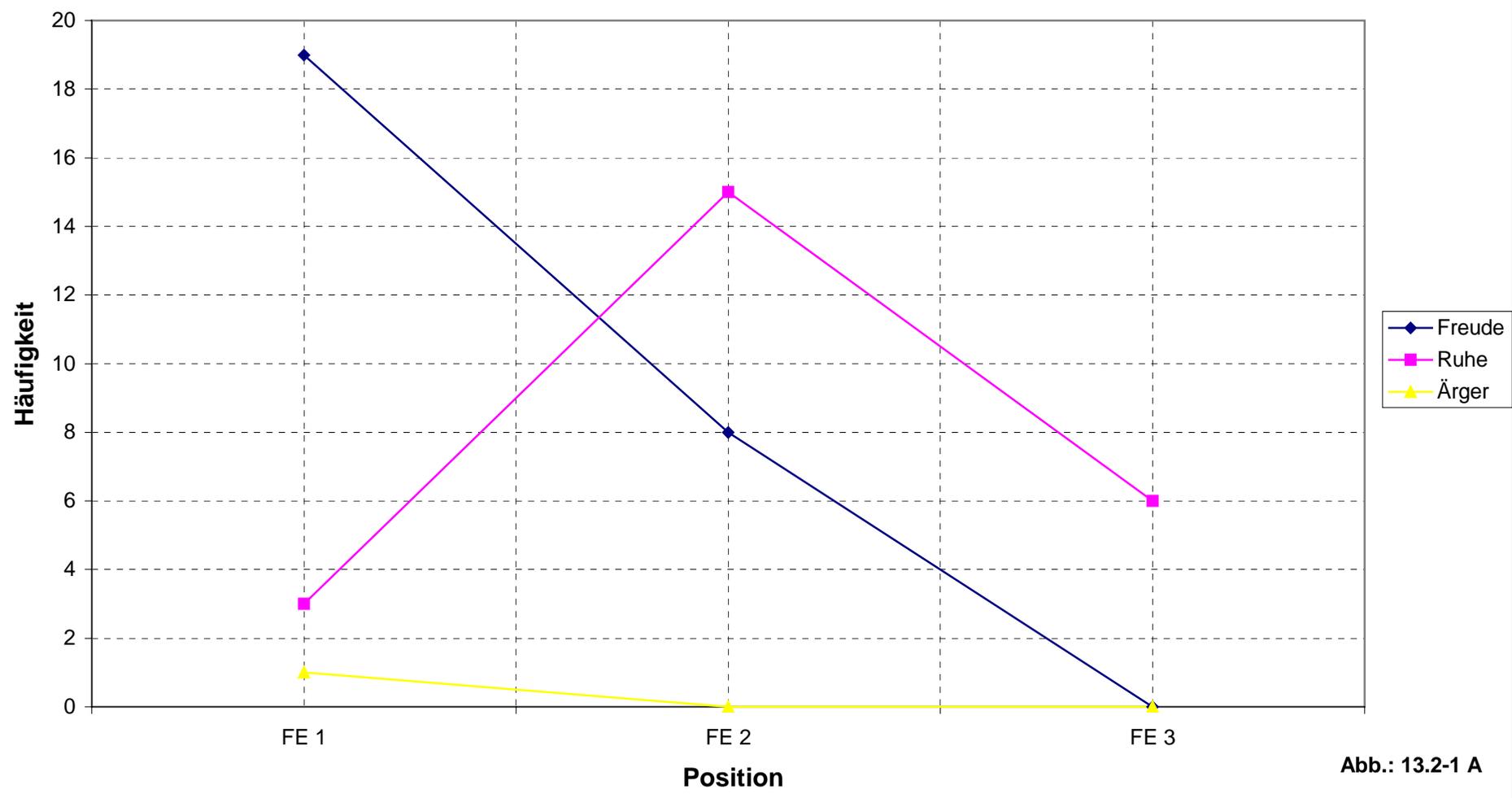


Abb.: 13.2-1 A

Interaktion: Position, Emotion und Handlungsrahmen *Politik*
RTL Häufigkeit

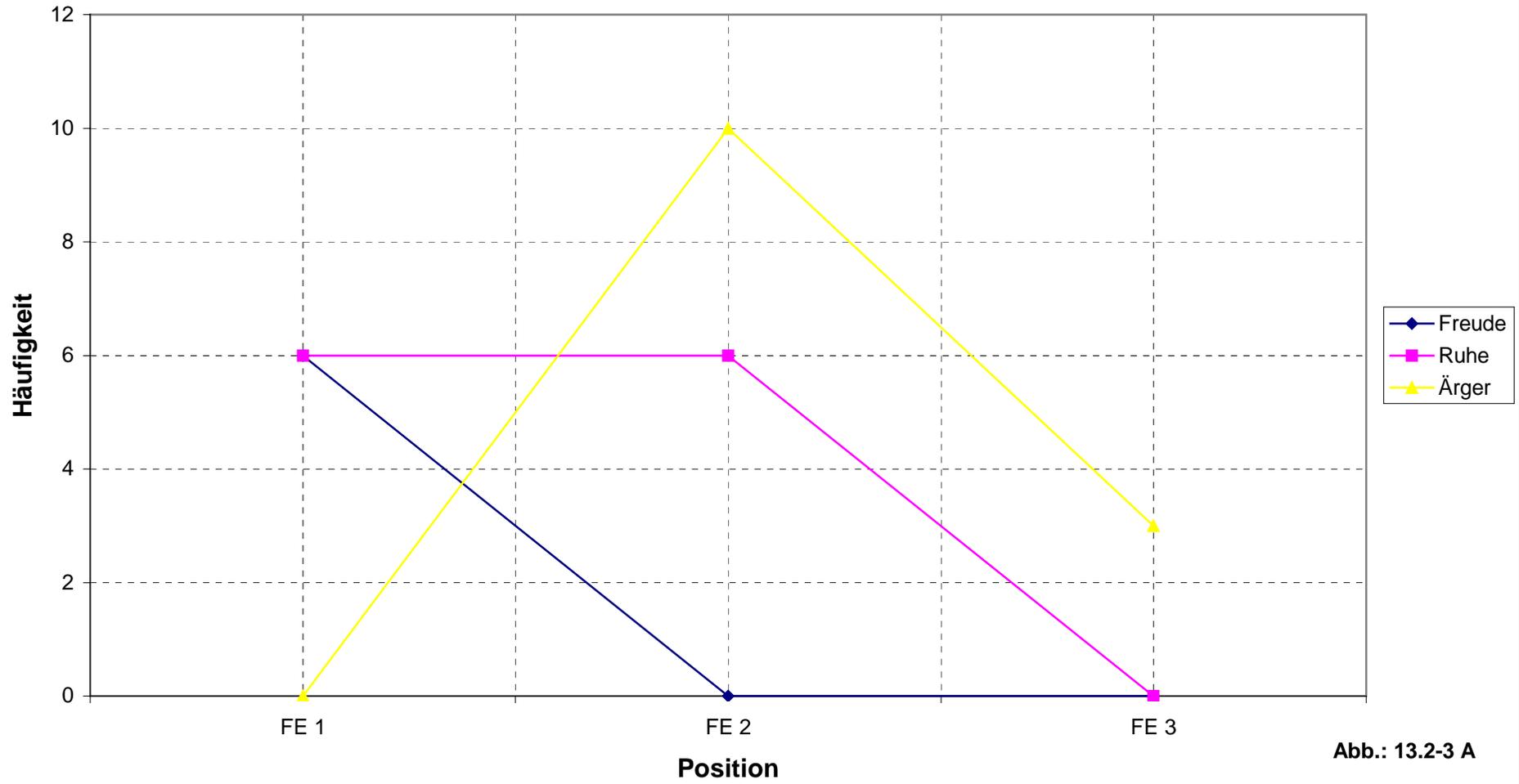


Abb.: 13.2-3 A

Danksagung

Zahlreiche Personen haben mir auf dem Weg zum Gelingen dieser Arbeit mit Rat und Tat zur Seite gestanden. Allen danke ich sehr herzlich für ihre Unterstützung.

Mein ganz besonderer Dank gilt Herrn Prof. Westerbarkey für die engagierte Betreuung vom Beginn bis zur Vollendung der vorliegenden Arbeit. Neben fachlichen Anregungen hat mich seine offene und humorvolle Art stets ermutigt und motiviert.

Herrn Prof. Merten danke ich für die Übernahme des Zweitgutachtens.

Für die Bewilligung eines großzügigen Stipendiums bedanke ich mich bei den Mitgliedern der Vergabekommission für Promotionsförderung der WWU.

Außerhalb des universitären Rahmens möchte ich meiner Familie und meinen Freunden für ihre aufrichtige und wohlwollende Unterstützung danken. Für wichtige Hinweise beim Abschluss der Arbeit danke ich Iris Kohaupt. Ein besonders großes Dankeschön geht an meine Eltern, die mein Studium nicht nur finanziell ermöglicht, sondern auch stets persönlich begleitet haben. Ihre unermüdliche Ermutigung und tatkräftige Hilfe hatten einen unverzichtbaren Anteil am Gelingen dieser Arbeit.

Lebenslauf

Als Tochter des Chemieingenieurs Jürgen Crone und der Schulleiterin Anna-Elisabeth Crone (geb. Esser) wurde ich, Maren Crone, am 13. Juni 1977 in Haltern am See geboren. Nachdem ich 1983 in der Lambertusschule Lippramsdorf eingeschult wurde, wechselte ich 1987 auf das Städtische Gymnasium Haltern, an dem ich 1996 das Abitur ablegte. Seit dem Wintersemester 1996/97 studiere ich an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Im Sommer 2002 schloss ich mein Magisterstudium in den Fächern Kommunikationswissenschaft, Englische Philologie und Psychologie mit Auszeichnung ab.

Neben dem Studium absolvierte ich diverse Praktika und Hospitanzen bei Rundfunkanstalten und Printmedien sowie in den Bereichen Unternehmenskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit. Sowohl im Rahmen meines Auslandssemesters an der University of Sussex in Großbritannien als auch im Zuge meiner mehrmonatigen Tätigkeiten bei der Degussa Corporation North America und dem Fernsehsender Channel Thirteen in den USA sammelte ich verschiedene Auslandserfahrungen.