



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit:

Die kultivierende Wirkung der Kronen Zeitung anhand der EU-Wahl 2014

Verfasserin

Christina Maria Fronius, Bakk.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2014

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066/841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Jörg Matthes

INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis	2
Abstract	3
1 Einleitung.....	7
2 Theorie.....	10
2.1 Medienwirkungsforschung.....	10
2.2 Agenda-Setting	11
2.3 Second-level Agenda-Setting.....	16
2.4 Verwandte Konzepte und ergänzende Überlegungen	20
2.4.1 Framing und Nachrichtenfaktoren (news values).....	20
2.4.2 Die Kultivierung von Medieninhalten	24
2.4.3 Politischer Parallelismus und news bias	28
2.4.4 Das Kommentariat.....	32
3 Überblick über den Forschungskontext der vorliegenden Studie.....	35
3.1 EU- Berichterstattung generell und international.....	35
3.2 EU-Berichterstattung in Österreich	39
3.3 EU-Einstellungen auf Europaebene	41
3.4 Allgemeines zur Kronen Zeitung	43
4 Forschungsfragen und Hypothesen	45
5 Methodik	47
5.1 Beschreibung und Bewertung der Texte der Inhaltsanalyse.....	50
5.2 Beschreibung des erhobenen Datensatzes	53
6 Resultate	55
7 Diskussion	64
8 Literaturverzeichnis	67
9 Anhang.....	72
9.1 Das Kategoriensystem.....	72
9.2 Abbildungen zur Variablen - Gattung.....	80
9.3 Beschreibung von Auffälligkeiten	80
9.4 Fakten zur Neuen Kronen Zeitung.....	81
9.5 Lebenslauf	82

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Die Rolle des Agenda-Settings der Massenmedien	12
Abbildung 2: Das Agenda-Setting und seine Konsequenzen	14
Abbildung 3: Der Zusammenhang von first- und second-level Agenda-Setting unter dem Einfluss von besonderen Attributen (<i>sog. Compelling arguments</i>)	17
Abbildung 4: Prozessmodell und Bedingungen von Kultivierung	25
Abbildung 5: Modell des Kultivierungsprozesses	27
Abbildung 6: Auflistung der Attribute des Kategoriensystems.....	48
Abbildung 7: Anzahl der EU-Texte (Vollerhebung) in Abhängigkeit der Zeit und der Bewertung (n=652).....	53
Abbildung 8: Tabelle zur Verteilung der veröffentlichten Texte über den Beobachtungszeitraum	55
Abbildung 9: Anzahl der Texte pro Zeitraum.....	57
Abbildung 10: Vorkommen aller Attribute gruppiert nach ihrer Valenz.....	57
Abbildung 11: Verteilung der zu codierenden Attribute	59
Abbildung 12: Gesamtbewertung aller EU-Texte (n=652)	59
Abbildung 13: Gesamtbewertung der EU-Texte (n=652) über den Beobachtungszeitraum	60
Abbildung 14: Kumulierte Häufigkeit der Attribute nach 3 Kategorien	61
Abbildung 15: Verteilung der Textgattungen sowie der negativ bewerteten Texte in der Krone	62
Abbildung 16: Nennung der Parteien in Abhängigkeit der Bewertung.....	62

ABSTRACT

German:

In der vorliegenden Magisterarbeit wurde, als Teil eines größeren wissenschaftlichen Projektes von Dr. Florian Arendt, die kultivierende Wirkung der Kronen Zeitung anhand der EU-Wahl 2014 untersucht.

Die zentrale Fragestellung dabei lautete, inwiefern eine Bewertung der EU durch Artikel, Leserbriefe und Kommentare der Kronen Zeitung stattfindet. Dazu wurde mittels einer quantitativen Inhaltsanalyse nach Werner Früh (2007) eine Vollerhebung (n=652) aller EU-Texte der Krone im Zeitraum von 15.März 2014 bis 2.Juni 2014 durchgeführt. Der (impliziten und expliziten) Bewertung der EU, vor allem mittels Vorkommen wertender Attribute in den Artikeln, Leserbriefen und Kommentaren der Zeitung, wurde besondere Aufmerksamkeit gewidmet. Diese Art der Bewertung von Themen durch Medien findet sich im Theoriemodell des Attribute Agenda-Settings (McCombs, 2004) wieder. Dennoch wurden auch verwandte Theoriekonzepte aufgearbeitet, da die vorliegende Arbeit Teil einer übergeordneten Publikation ist und somit in einem größeren wissenschaftlichen Kontext einzubetten ist.

Das wissenschaftliche Ziel war es die Gesamtbewertung (implizit und/oder explizit) der EU durch die Kronen Zeitung zu analysieren, um diese anknüpfend an Studien von Arendt (2008, 2009) über die Zeit messen zu können.

Die zentralen Hypothesen waren: Dass die Kronen Zeitung eher negativ als positiv über die EU berichtet. Der Negativ-Bias mit der Zeit (bis hin zur Wahl) zunimmt und am stärksten in den Leserbriefen auftritt. In der Krone eine Negativ-Attribuierung der EU stattfindet. Die Intensivphase der Berichterstattung 2 Wochen vor der Wahl einsetzt und je näher der Zeitpunkt zur Wahl ist, diese umso intensiver wird.

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie zeigen, dass die Intensivphase der Berichterstattung im Zeitraum vom 1. 4. 2014 -14. 4. 2014 (6-8 Wochen vor der Wahl) zu verzeichnen war. Eine starke Frequenz an EU-Texten konnte aber auch rund 10 Tage vor der Wahl und 8 Tage nach dieser festgestellt werden. Die konstant

negative EU-Berichterstattung konnte genau wie in vorhergegangenen Studien (Arendt 2009, Krejci 2004) bestätigt werden. Eine besonders negative Bewertung fand sich dabei unter den Leserbriefen wieder. Die Negativ-Attribuierung der EU durch die Kronen Zeitung konnte auch verifiziert werden.

Aufbauend auf die hier referierten Forschungsergebnisse wurde eine Effektstudie von Dr. Florian Arendt, die die implizite Kultivierung der Neuen Kronen Zeitung misst, durchgeführt. Diese ist allerdings nicht mehr Bestandteil dieser Arbeit.

Schlagwörter: Kronen Zeitung, EU-Bewertung, EU-Wahl 2014, quantitative Inhaltsanalyse, Attribute Agenda-Setting, Kultivierung.

English:

This master thesis is embedded in a scientific project by Dr. Florian Arendt exploring the cultivation effect of the Austrian newspaper Krone on its readers' attitudes, with special emphasis on the elections to the European Parliament held in May 2014. To shed light on the view of the EU presented in the Krone newspaper a quantitative content analysis according to Werner Fröh (2007) was performed. The full news coverage (news articles, op-ed articles, letters to the editor) from March 15th to June 2nd, 2014 was included in the study (n=652). In particular, a pre-defined list of affective attributes referring to the EU was examined together with the positive and negative dimensions of those attributes, which were categorized as positive, negative, and neutral.

The framework for the systematic empirical research is based on the agenda setting theory (McCombs, 2004) and related concepts describing the transfer of salience from the media agenda to the public agenda as well as the perceived salience of the attributes of a certain issue. This study analyzed the perceived view of the EU in the news coverage of the Krone newspaper based on implicit and explicit attitudes associated with the issue. The presented data are in line with previous studies (Arendt 2008 and 2009) and will help to advance research on the cultivation effects of the Krone newspaper on its readers' attitudes over time. Building on previous knowledge in this area, the research focused on the following core hypotheses: The Krone newspaper has a negative view of the EU. The negative bias of its news coverage increases as the voting day approaches and the letters to the editor present the most negative view of all news items covering the EU topic. The Krone newspaper emphasizes negative affective attributes in its news coverage of the EU. Extensive news coverage concerning the EU starts two weeks before Election Day and further increases within this time period.

In contrast to our prediction, the most extensive news coverage of the EU was found 6-8 weeks before the polling day on May 25th, 2014. The content analysis showed that the Krone newspaper has a negative view of the EU as reported in previous studies (Arendt 2009, Krejci 2004). Moreover, the letters to the editor display the most negative characteristics and traits describing the EU. Most importantly, this

study strongly supports the hypothesis claiming the extensive use of negative affective attributes in the news coverage of the EU. Finally, the presented data set the stage for a detailed analysis exploring the cultivation effect of the Krone newspaper. Dr. Florian Arendt will address the influence of the Krone newspaper on its readers with special interest in implicit attitudes.

Keywords: newspaper, European parliament elections 2014, quantitative content analysis, cultivation, attribute agenda-setting.

1 EINLEITUNG

Für die Magisterarbeit wurde ein ausgeschriebenes Thema von der Vienna Advertising and Media Effects Research Group (AdME) der Universität Wien mit dem Titel:

„Die kultivierende Wirkung der Kronen Zeitung anhand der EU-Wahl 2014“

gewählt. Diese Untersuchung ist Teil einer größeren wissenschaftlichen Publikation von Dr. Florian Arendt die zum Thema der impliziten Kultivierung der „Neuen Kronen Zeitung“ (kurz Krone oder Kronen Zeitung genannt) Forschungsergebnisse im zeitlichen Verlauf veröffentlicht. Die zentrale Fragestellung der vorliegenden Arbeit ist, inwiefern eine positive oder negative Bewertung der EU, durch die Berichterstattung in der Kronen Zeitung (kurz Krone oder Kronen Zeitung genannt), stattfindet. In weiterer Folge wird Dr. Florian Arendt messen, inwiefern dies zu einer Einstellungsänderung, im Sinne einer impliziten Kultivierung, der LeserInnen führt. Ob und in welcher Intensität folglich, dass durch die Kronen Zeitung vermittelte Bild der EU von den LeserInnen an- und übernommen wird oder nicht.

Die relevanten kommunikationswissenschaftlichen Theoriemodelle (Kapitel 2), die es für ein tieferes Verständnis dieser Arbeit abzuhandeln gilt, sind im Felde der Medienwirkungsforschung anzusiedeln. Darunter fällt primär die Theorie des Attribute Agenda-Setting. Gefolgt von verwandten Konzepten wie dem Framingprozess, der Kultivierung, dem politischen Parallelismus, der journalistischen Befangenheit (news bias), den Nachrichtenwerten (news values), sowie der Theorie des Kommentariats. Ein Überblick zum Forschungskontext soll mit der Behandlung der Themen der Wahlkampfberichterstattung generell und international, den EU- Einstellungen auf Europaebene und einer kurzen Vorstellung der Neuen Kronen Zeitung geschaffen werden (siehe Kapitel 3). Diese breite theoretische Einbettung beruht auf der Tatsache, dass die vorliegende Arbeit Teil eines übergeordneten wissenschaftlichen Projektes ist und damit in einem größeren Gesamtkontext zu verorten ist.

Im wissenschaftlichen Fokus dieser Magisterarbeit steht die EU-Bewertung durch Artikel, Leserbriefe, „Anreißer“ (= Kurztext über einen Artikel) und Kommentare der Kronen Zeitung. Diese werden anhand einer quantitativen Inhaltsanalyse nach Fröh, im Zeitraum vom 15. März 2014 bis 2. Juni 2014 (EU-Wahl: 25. Mai 2014) untersucht und codiert. In diesem Zeitraum erfolgt eine Vollerhebung aller Texte in denen das Wort EU, Europäische Union oder Wortkonstruktionen wie EU-Wahl, EU-Parlament oder EU-Abgeordneter vorkommen (siehe Kapitel 5).

Die aufgestellten Hypothesen (siehe Kapitel 4), die es zu beantworten gilt, sind:

Wie sich die EU-Berichterstattung über die Zeit verändert. Wann die Intensivphase der Berichterstattung einsetzt. Wie das Thema EU attribuiert wird. Ob der negativ Bias der Kronen Zeitung mit der Zeit zunimmt oder nicht.

Die erhobenen Ergebnisse werden anschließend in das Statistik Programm SPSS 22 eingegeben und die aufgestellten Hypothesen mittels Kreuz- und Häufigkeitstabellen verifizieren oder falsifiziert zu können. Bisherige Studien wie zum Beispiel von Arendt 2009 haben gezeigt, dass die Krone eher negativ als positiv über die EU berichtet. „Sie besitzt zwar keine Allmacht aber auch keine Ohnmacht ihre LeserInnen zu beeinflussen.“ (Arendt, 2009, S. 217). Ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal ist hier auch die Intensität mit der die RezipientInnen die Kronen Zeitung lesen. So konnte Arendt 2008 und 2009 zeigen, dass „Viel-LeserInnen“ eine Kultivierung im Sinne der in der Krone dargestellten Sichtweise aufweisen.

Da die Zeitung Anfang 1993 eher negativ über die EU berichtet hat, ab 1994 positiver und ab 2008 und 2009 wieder negativer (Arendt, 2009) ist es spannend die Art der Berichterstattung über die EU-Wahl 2014 und insgesamt über die Zeit, näher wissenschaftlich zu betrachten. Daraus resultiert auch die relevante Forschungslücke.

Im Kapitel 6 werden die Resultate präsentiert und die Studienergebnisse den Hypothesen falsifizierend oder verifizierend gegenübergestellt. Diese Magisterarbeit endet mit Kapitel 7, in welchem eine Diskussion stattfindet die auch einen wissenschaftlichen Ausblick liefern soll, sowie Verbesserungen der Methodik vorschlägt.

Im letzten Kapitel 9 (Anhang) ist das Kategoriensystem dokumentiert, eine Beschreibung von Auffälligkeiten während der Codierung, und Beispielfotos um die Variable *Gattung* der Neuen Krone Zeitung besser zuordnen zu können. Des Weiteren befindet sich unter Punkt 9.5 ein Lebenslauf der Verfasserin.

Die kommunikationswissenschaftliche Relevanz dieses Themas resultiert aus der wichtigen Rolle, die Medien in der politischen Kommunikation einnehmen (Berkel 2008, de Vreese 2011). Vor allem Tageszeitungen, wie die hier untersuchte Kronen Zeitung tragen einen wesentlichen Faktor im politischen Meinungsbildungsprozess bei. Dies liegt zum einen an ihrer Auflagenstärke von 36% LeserInnen pro Ausgabe in gesamt Österreich im Jahr 2013 (Mediaanalyse 2012/13), zum anderen an ihrem kampagnenartigen Journalismus (Bruck, 1991).

Als Boulevardmedium steht die Krone auch regelmäßig im Zentrum der Kritik, zu gesellschaftlich und politisch relevante Themen einseitige Stellungen zu beziehen (Arendt, 2009). In Erscheinung tritt die Tageszeitung in Summe auf eine sehr polarisierende Weise (Bruck, 1991, Arendt, 2008). Dies lässt sich auch an ihren sich stetig verändernden Einstellungen gegenüber relevanten politischen Fakten zeigen.

Das persönliche Forschungsinteresse zur Verfassung dieser Magisterarbeit ging nicht nur aus der zeitlichen Nähe der EU-Wahlen, im Sommersemester 2014 hervor, sondern auch aus dem Bestreben in Zeiten einer Wahl, den sehr wichtigen Kommunikationsprozess vom Printmedium zu der RezipientIn multiperspektiv zu verstehen und auf zu arbeiten. Die Wirkungsforschung im Allgemeinen aber vor allem auch die Macht von Printmedien Themen zu besetzen und zu beeinflussen begeisterte mich. Die Betrachtung, der Bewertung politischer Themen und Wahlen durch die Neue Kronen Zeitung, stellte sich als kommunikationswissenschaftlich höchst interessant und praxisnahe dar.

2 THEORIE

2.1 Medienwirkungsforschung

Die vorliegende Magisterarbeit ist, in dem großen kommunikationswissenschaftlichen Feld der Medienwirkungsforschung zu verorten. Grundlegend kann man durch die Medienwirkungsforschung davon ausgehen, dass Massenmedien, wozu Tageszeitungen und damit das hier untersuchte Medium der Neuen Kronen Zeitung zählen, Menschen beeinflussen.

Während das Stimulus-Response-Modell die Konsequenzen der Massenkommunikation auslotet, interessiert sich die empirische Wissenschaft mehr für die Wirkung dieser Stimuli bei der RezipientIn (Schenk, 2007).

So definiert Schenk (2007) in Anlehnung an diverse Studien verschiedene Wirkungsarten und -ebenen. Nach Maletzke (1972) wird die Wirkung von Massenmedien im Verhalten, im Wissen, in der Meinung und den Attitüden sowie im Emotionalen und Tiefpsychischen unterschieden. Berelson und Steiner (1972) hingegen: „beziehen Wirkung auf jeden Wechsel im Verhalten des Publikums als Folge der Tatsache, dass es einer bestimmten Kommunikation ausgesetzt war, sei es offenes Verhalten, wie zum Beispiel wählen,...oder subjektives Verhalten, wie mehr Wissen oder Meinung ändern.“ (Schenk, S. 33, 2007).

Von diesen Theorien abgeleitet kann man zwar von einer Wirkung der Massenmedien auf die RezipientIn sprechen, jedoch wird auch deutlich erwähnt, dass die verschiedenen Wirkungsebenen und -arten fließend in einander übergehen können. So hat die Änderung einer kognitiven Einstellung durch einen konsumierten Medieninhalt mitunter auch die Änderung einer emotionalen oder psychischen Sichtweise zur Folge. Eine klare Abgrenzung der Wirkungsebenen von einander ist aufgrund dessen nicht möglich. In der Forschung versucht man daher von Wirkungsphänomenen zu sprechen und sich in empirischen Untersuchungen auf eine spezielle Wirkungsart zu beschränken (Schenk, 2007).

Das theoretische Hauptaugenmerk liegt in der folgenden inhaltsanalytischen Erhebung auf dem Attribute Agenda-Setting, maßgeblich geprägt durch Maxwell

McCombs. Die zentrale Überlegung hierbei ist, wie in Medien diverse Themen besetzt beziehungsweise attribuiert werden und welche Auswirkungen dies in weiterer Folge die RezipientInnen hat. Da die vorliegende Arbeit Teil einer größeren wissenschaftlichen Untersuchung ist, wird im folgenden Abschnitt (Kapitel 2.4) auch auf verwandte, theoretische Konzepte eingegangen werden.

2.2 Agenda-Setting

Die Agenda-Setting Theorie, beschäftigt die Sozialwissenschaft nun schon seit mehr als 35 Jahren und ist eng mit vielen anderen Theoriemodellen, wie zum Beispiel dem Gatekeeping, der Kultivierung (siehe Kapitel 2.4.2), dem Framing (siehe Punkt 2.4.1), der Stereotypisierung und vielen mehr (McCombs, 2004).

Das am Anfang des medialen Prozesses integrierte Gatekeeping stellt eine wesentliche Rolle in der Selektion der Nachrichten dar, welche dann in weiterer Folge von der RezipientIn über die Medien wahrgenommen wird. McCombs beschreibt 2004 das Gatekeeping auch als eine Art Agenda-Setting Prozess im intermedialen Bereich. Es führt zu einer Vorselektion der Themen, die von Medien in weiterer Folge aufgegriffen, aufgearbeitet und anschließend publiziert werden. Dadurch muss das Themenrepertoire, das die Medien veröffentlichen, kritisch hinterfragt werden und nicht als objektive Wahrheit und Abbildung der reinen Realität empfunden werden.

Die Theorie des Agenda-Settings, 1922 von Walter Lippmann begründet, damals noch unter dem Titel „The world outside and the pictures in our heads“, erklärt das Phänomen, dass Medien und deren Beiträge als eine Art Fenster zur Welt dienen, um Erfahrungen außerhalb des persönlichen machen zu können. Dadurch bestimmen Medien, so seine Theorie, was wir über die Welt draußen denken (McCombs, 2004).

Fortgeführt wurde dieser Ansatz in den 1940er Jahren von Paul Lazarsfeld an der Columbia University. Er untersuchte mit Kollegen die Wahl zum US-Präsidenten 1940 und interviewte in sieben Phasen WählerInnen aus Ohio und Erie County. Auch sie fanden Beweise für Effekte der Massenmedien auf Meinungen und Einstellungen. Nicht immer im Sinne dessen, dass sich Meinungen aufgrund der von Massenmedien präsentierten Inhalten verändern würden, aber dass Menschen ihre

Informationen von denen aus sie Meinungen bilden, aus den Medien generieren. Zur heutigen Agenda-Setting Theorie kam es durch die Hypothese von Maxwell McCombs und Dan Shaw 1968 in North Carolina. Die zentrale Annahme war, dass Massenmedien das Programm für politische Kampagnen bestimmen, indem sie Themenbereiche unter den Wahlberechtigten hervorheben und darüber schreiben. McCombs und Shaw (1968) konnten durch ihre Untersuchung in der sie 100 noch unentschlossene WählerInnen des Präsidentschaftswahlkampfes untersuchten, folgende Annahme beweisen: Nämlich, dass die von den Wählern und Wählerinnen als wichtig erachteten Themen, mit der Hitliste der Themen der vier größten Tageszeitungen und zwei Nachrichtensendern sehr stark korrelierten (McCombs, 2004).

So entwickelte sich der heutige Kerngedanke der Agenda-Setting-Theorie, dass die Medien zwar nicht darüber entscheiden was wir denken, aber worüber wir nachdenken. So legen die Medien fest, welche Themen die Menschen kognitiv an ihre Tagesordnung (Agenda) setzten. Dies hat zur Folge, dass Medien durch Selektion, Strukturierung und Platzierung die Macht haben, Themenbereiche in den Mittelpunkt zu stellen und die Aufmerksamkeit der RezipientIn darauf zu richten (Pürer, 2003).

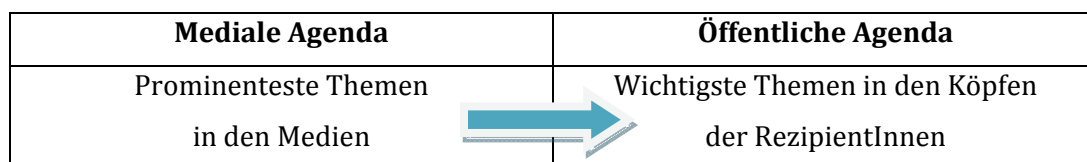


Abbildung 1: Die Rolle des Agenda-Settings der Massenmedien (Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an McCombs, 2004)

Mit dieser Studie konnten McCombs und Shaw nicht nur beweisen, dass es ein „...cause-and-effect relationship between the media agenda and the public agenda.“ (McCombs, 2004, S. 16) gibt, sondern stellten auch fest, dass dieser in engem Zusammenhang mit dem Faktor Zeit steht. Kritisch wird jedoch von McCombs (2004) selbst angemerkt, dass die theoretische Aufarbeitung des Agenda-Settings in diesen Studien ausschließlich in einem politischen Zusammenhang entstanden ist. Politische Meinungen sind jedoch auch von vielen anderen, externen Faktoren

abhängig, wie dem kulturellem Hintergrund, der persönlichen Erfahrung oder der Intensität mit der man sich den Massenmedien zuwendet. Nichts desto konnte gezeigt werden, dass der Journalismus durch die Auswahl der Medieninhalte und Themen einen signifikanten Einfluss auf das Bild der RezipientInnen hat.

Auch aufgrund anderer Studien (McCombs & Shaw 1972, Weaver 1981, Stark 1998) lässt sich festhalten, dass der Agenda-Setting Ansatz vor allem in der politischen Kommunikation besondere Aufmerksamkeit genießt (Hahn et al., 2008).

Auch Pürer (2003) ist davon überzeugt, dass die RezipientIn also sein Wissen, vor allem das Politische, aus den Medien bezieht. Diese wiederum stellen gewissen Themenprioritäten zur Verfügung. Das heißt, dass durch das spezifische Platzieren bestimmter Themen eine Prioritätenliste entsteht, die die RezipientIn "erlernt" (Pürer 2003, S. 347f). Bezüglich dieses Kausalzusammenhangs hat McCombs (1977) drei Modellvarianten erarbeitet:

1. Das *Priorities-Modell* geht davon aus, dass die RezipientIn die Rangordnung der Medien übernimmt.
2. Das *Awareness-Modell* bezieht sich darauf, dass die Medien den RezipientInnen auf bestimmte Themen aufmerksam machen.
3. Das *Salience-Modell* erkennt einen Zusammenhang zwischen der Themenfrequenz in der Berichterstattung und der Wichtigkeit bei der RezipientIn (Pürer 2003, S. 377).

Hervorspringen) Modell. Eine Darstellung dieses Modelles und seine Konsequenzen zeigt die folgende Abbildung.

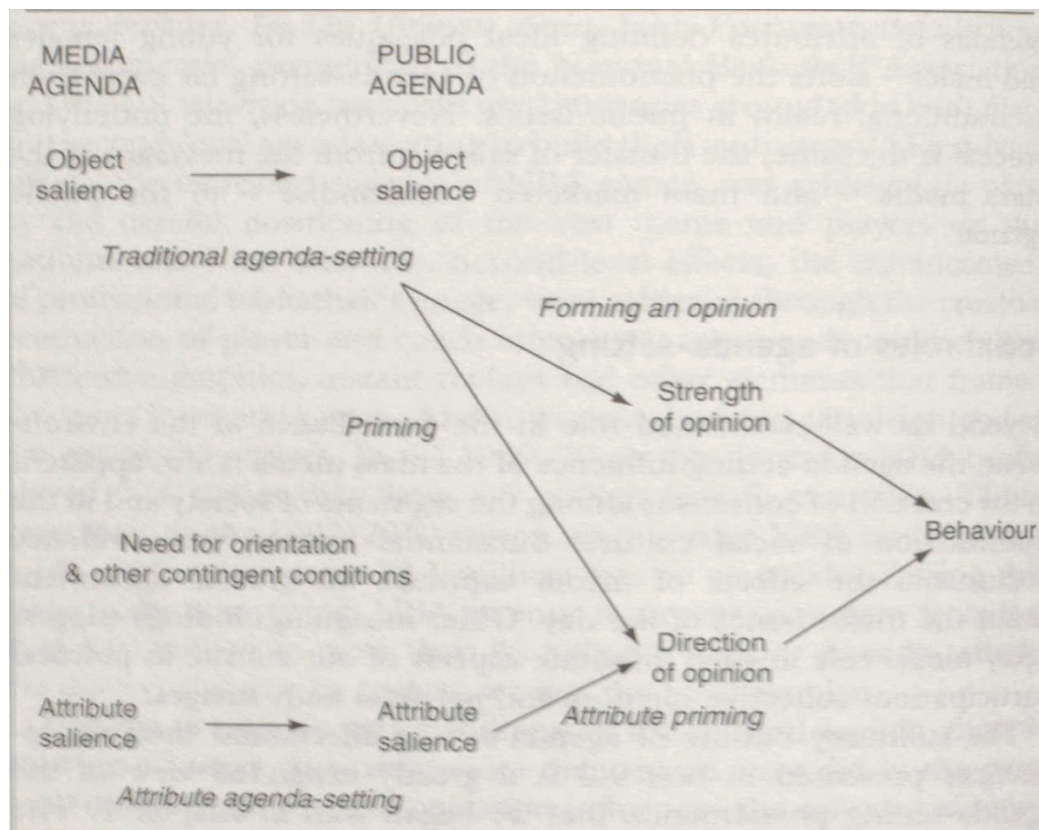


Abbildung 2: Das Agenda-Setting und seine Konsequenzen (Quelle: McCombs, 2004, S.142)

Aus Abbildung 2 gehen die unterschiedlichen Einflüsse hervor, die durch das Salienz-Modell des Agenda-Setting zu einer Meinungsformung und einem bestimmten Verhalten auf Seiten der RezipientIn führen. So definiert McCombs (2004) nicht nur das traditionelle Agenda-Setting, sprich die Themen, die von Medien aufgegriffen und publiziert werden, als meinungsformend, sondern vor allem auch das Attribute Agenda-Setting (Näheres in Kapitel 2.3), das zu einem Hervorstechen von mit Attributen besetzten Themen führt. Gemeinsam bilden sich dadurch eine Richtung und eine Stärke der Meinung aus, die in Summe zu einem Verhalten führt.

Zusammenfassend wird die Agenda-Setting Theorie in ihrer fundamentalsten Form als Transport von Salienz von einer Agenda zur anderen definiert (McCombs 2004). Damit sind aber nicht nur mediale Agenden gemeint, sondern alle möglichen Formen von Themenschwerpunkten.

Kritisch sieht Stark (1998) das Salienz-Modell im Zusammenhang mit seiner Publikumsorientiertheit. So betont er, dass Faktoren wie das „Mediennutzungsmuster, die persönliche Betroffenheit, sowie die interpersonelle Kommunikation und persönliche Themenrelevanz als wesentliche intervenierende Variablen“ in McCombs Modell fehlen (Hahn et al., 2008, S. 46).

Auch für Rössler bildet McCombs Salienz-Modell nicht die geeignete Darstellung seiner Hypothese. Er bezieht sich vielmehr auf das *Priorities*-Modell und entwickelt drei Themenreihenfolgen im Agenda-Setting Prozess:

1. Public Agenda = Die Agenda eines jeden einzelnen in einer Gesellschaft
2. Media Agenda = Agenden der einzelnen Medien
3. Policy Agenda = Agenden der politischen Organe, Akteure und Institutionen (Rössler, 1997, S. 31)

In seinem Modell folgt zwar jeder Agenda-Ansatz einer eigenen Forschungstradition, hat aber prinzipiell immer die Möglichkeit die anderen zu beeinflussen. Rössler (1997) selbst merkt an, dass in seinem Modell die Berücksichtigung der Schnittstellen der einzelnen Agenden fehle, weshalb auch dieser Ansatz den Anspruch, die Hypothese in ein Modell zu gießen, noch nicht gänzlich gerecht werde.

Abschließend kann das Resümee gezogen werden, dass der Grundgedanke der Agenda-Setting Hypothese die Salienz von Themen in der medialen Berichterstattung ist (Matthes, 2007, S. 92), die wiederum einen Einfluss darauf hat, welche Themen in den Köpfen der Menschen als wichtig und hervorstechend erachtet werden. Die Theorie des Agenda-Settings hat dadurch eine wichtige Rolle in der Erklärung und Darstellung von politischen Kommunikationsprozessen eingenommen. Dies zeigt auch eine Studie von Van Aelst und Walgrave (2011) in der gezeigt werden konnte, dass Massenmedien eine Schlüsselfunktion im politischen Agenda-Setting besitzen. Die Untersuchung wurde in Belgien, den Niederlanden, Schweden und Dänemark methodisch als Inhaltsanalyse der wichtigsten Tageszeitungen, Radiosender und Fernsehkanäle durchgeführt. Anschließend wurden RezipientInnen aus allen vier Ländern befragt, mit dem Ergebnis, dass sich diese Länder wenig voneinander unterscheiden und die politischen Prioritäten sich mit den in den Medien gesetzten Agenden, großflächig

überschneiden. Die Medien wurden in den Befragungsergebnissen sogar als einer der wichtigsten Programmgeber bezeichnet, wenn es darum ging was PolitikerInnen tun und worum sie sich kümmern (Van Aelst und Walgrave 2011).

Gerade im Zusammenhang mit der EU und den EU-Wahlen wird die mediale Agenda dieser Themen immer wieder bewertet. Die vorliegende Arbeit soll dazu einen Beitrag leisten und die Bewertung der EU durch die Kronen Zeitung, zum Zeitpunkt der EU-Wahl 2014, untersuchen.

2.3 Second-level Agenda-Setting

Die Agenda-Setting Theorie bildet die Grundlage für die heutzutage stattfindende Unterteilung in first- und second-level Agenda-Setting. Aufbauend auf die klassische Agenda-Setting Hypothese wurde von Ghanem die Theorie des second-level Agenda-Settings entwickelt. Er bezieht sich dabei auf die Annahme, dass Medien nicht nur entscheiden, über welche Themen das Publikum nachdenkt sondern auch wie und warum es dies tut (Hahn et al., 2008).

Während beim first-level Agenda-Setting eine Person im Mittelpunkt steht, ist die Imagebildung, die Attribuierung und Stereotypisierung von Medieninhalten beim second level Agenda-Setting im Vordergrund (Hahn, 2008, McCombs, 2004).

McCombs beschreibt, dass das second-level Agenda-Setting die Attribuierung von Inhalten, Themen oder Personen umfasst und somit ein ganz entscheidender Faktor ist, was wir über diese Sachverhalte denken beziehungsweise fühlen. So stellt das *attribute agenda-setting* (McCombs, 2004, S. 88) die höchst aktuelle Verbindung von zwei grundlegenden Theorien im massenmedialen Kommunikationsprozess dar, dem Gatekeeping und dem Agenda-Setting. Die Attribuierung von Themenfeldern in den Medien wird in eine Mikro- und Makroebene, sowie in kognitive und emotionale Attribute unterteilt. Diese werden nicht nur verwendet, um aussagekräftige Schlagzeilen zu bilden, sondern auch, weil sie sowohl journalistisch als auch rezeptiv wohlbekannt sind und zu einer sofortigen Assoziation führen. Diese von den Massenmedien gezielt eingesetzten Frames mit ihren Attributen führen laut McCombs zu einer *gestalt quality* die folgendes bewirkt:

„A further aspect of this gestalt quality that distinguishes frames from the mass of attributes is their power to structure thought, to shape how we think about public issues, political candidates or other objects in the news.“ (McCombs, 2004, S. 89)

McCombs (2004, S. 92) trifft auch noch eine weiterführend Unterteilung der Attribute des second-level Agenda-Settings. So spricht er von inhärenten Unterschieden zwischen den Attributen. Damit meint er, dass gewisse Attribute häufiger in den Medien auftauchen als andere und es auch Attribute gibt, die eher dazu neigen, vom Publikum erinnert zu werden. Die Idee, dass manche Attribute durch ihre Eigenschaften besondere Salienz hervorrufen, wird als eine neue Sichtweise in der Agenda-Setting Theorie präsentiert. Überzeugende Argumente (*compelling arguments*), die in Form von Attributen spezielle Themen in den Vordergrund stellen, würden laut McCombs zu einer besonderen Beachtung im Publikum führen.

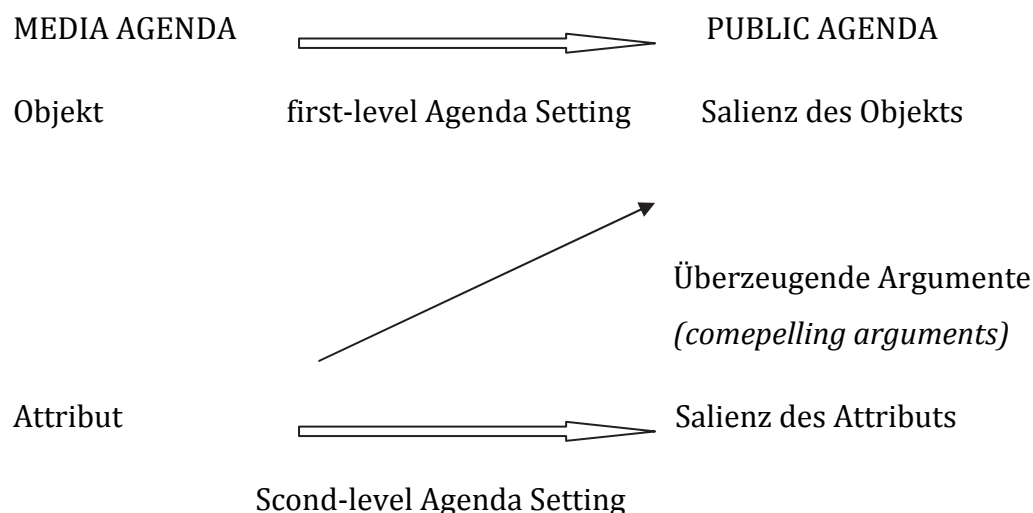


Abbildung 3: Der Zusammenhang von first- und second-level Agenda-Setting unter dem Einfluss von besonderen Attributen (*sog. Compelling arguments*) (Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an McCombs, 2004, S. 92)

Zusammenfassend hält McCombs (2004) fest, dass durch sein Modell der *compelling arguments* (Abbildung 3) ein Objekt oder eine Person im Zusammenhang mit einem bestimmten Attribut eine direkte Salienz beim Publikum hervorruft. Studien konnten diese Annahme der „überzeugenden Argumente“ im Agenda-Setting Prozess bestätigen. Eine Untersuchung aus dem Jahr 1990 brachte hervor, dass in Texas die Sorge vor zu hoher Kriminalität als das bedeutendste Problem in

der Bevölkerung angesehen wurde. Interessanterweise war gerade zu diesem Zeitpunkt das Thema Kriminalität in der texanischen Presse überdurchschnittlich stark vertreten. Fakten belegten jedoch, dass die Kriminalitätsrate zu dieser Zeit in Texas niedrig war, sogar schon seit einigen Jahren zurückging (McCombs, 2004, S. 93).

Eine weitere Studie aus Deutschland zeigte im Jahr 1990, dass *Bild*-LeserInnen zum Zeitpunkt der Nationalwahlen die Integration von Ostdeutschland sehr positiv sahen. Dies lag unweigerlich daran, dass die Boulevardzeitung *Bild* die Integration Ostdeutschlands extrem positiv framt (McCombs, 2004, S. 94). Auch in dieser Untersuchung konnte folglich die Existenz und beeinflussende Wirkung von *compelling arguments* bei speziellen Themen auf das Publikum gezeigt werden.

Weitere Studien zum second-level Agenda- Setting wurden unter anderem von McCombs, Lopez-Escobar und Wanta verfasst. Während der Präsidentschaftswahlen 1995 in Spanien wurde der Einfluss von Nachrichten und Wahlwerbungen der drei Kandidaten, auf die Wahrnehmung der RezipientInnen untersucht. Es wurden sowohl affektive (Bewertung) als auch kognitive (Ideologie, Qualifikation, Persönlichkeit des Kandidaten, Einstellungen gegenüber Themenschwerpunkten) Attribute getestet. Ein Zusammenhang zwischen der Publikums- und der Printmedienagenda, vor allem bei affektiven Attributen, konnte nachgewiesen werden (McCombs et al. 1997).

Eine auf diese Untersuchung aufbauende Studie von McCombs, Lopez-Escobar und Llamas aus dem Jahr 2000, die auch zum Thema einer Wahl in Spanien im Jahr 1996 durchgeführt wurde, ergab eine weitere Bestätigung der second-level Agenda-Setting Hypothese. Diesmal wurden zu den kognitiven und affektiven Attributen auch die Integrität und biographische Daten der KandidatInnen erfasst. In einer Matrix wurde erfasst, ob die Attribute eine positive, negative oder neutrale Wertung aufwiesen. Danach wurden die Antworten einer Umfrage unter potentiellen WählerInnen mit den in der Fernseh- und Zeitungsberichterstattung publizierten Themen verglichen und ein signifikanter Zusammenhang zwischen Medien- und Publikumsagenda gezeigt.

Wanta, Zengjun und Dharma (2004) testeten in einer Regressions-Analyse die second-level Agenda-Setting Theorie, indem sie die Medienberichterstattung rund um das Attentat von 9/11 mit einer anschließenden Telefonbefragung verglichen. Sie konnten damit ihre Hypothese, dass traditionelles (first-level Agenda-Setting) und Attribute Agenda-Setting in Zusammenhang miteinander auftreten, verifizieren.

Auch Bowe, Fahmy und Wanta führten 2013 eine Untersuchung zum second-level Agenda-Setting durch. Unter dem Titel „missing religion“ versuchten sie, einen Zusammenhang zwischen der Salienz der in Medien verbreiteten substantiven und affektiven Attribute, zum Thema Islam, in 18 amerikanischen Zeitungen und der öffentlichen Wahrnehmung herzustellen. Mittels Telefonumfrage wurden diese Einstellungen abgefragt. Dabei wurden zwei Hypothesen überprüft: Inwiefern negative Attribute in den Medien auch zur erhöhten negativen Wahrnehmung des Publikums führt, als auch die Annahme, dass eine häufigere Verwendung von substantiven Attributen (wie zum Beispiel: Gender Equality) zu einer höheren negativen Wahrnehmung der öffentlichen Meinung führt (Bowe et. Al, 2013, S. 641). Die Ergebnisse zeigten, dass der Islam auf beiden Seiten (medial und gesellschaftlich) eine umfassende Negativ-Attribuierung erfährt. Eine eindeutige Korrelation von den in den Zeitungen verwendeten Attributen und den Umfrageergebnissen konnte allerdings nicht nachgewiesen werden.

Matthes (2007) merkt allerdings kritisch an, dass vor allem durch vorliegende Studien das second-level Agenda-Setting eher untersucht WAS Menschen über Themenschwerpunkte denken und nicht, wie von McCombs, Lopez-Escobar & Llamas (2000) publiziert, WIE wir über etwas denken.

Unter der theoretischen Perspektive des Second-Level-Agenda-Settings ist es für die empirische Untersuchung dieser Arbeit, auch im Hinblick auf die zu generierenden Hypothesen, interessant zu recherchieren, mit welchen Attributen das Thema der EU besetzt wird. Es konnte eine Liste von Attributen, die entweder inhärent positiv, inhärent ambivalent oder inhärent negativ sind, anhand der Studien von Arendt (2008 und 2009) erhoben werden, die auch als Grundlage des hier verwendeten Kategoriensystems zur Bewertung des EU-Themas gilt.

So fallen zum Beispiel Schlagwörter wie *Mobilität, Wirtschaft, Frieden und Menschenrechte* unter eine positive Attribuierung der EU, während Begriffe wie *Korruption, Arbeitsmarkt, Kriminalität, Verkehr und Preise* als negative Attribute im Zusammenhang mit der EU-Berichterstattung stehen (siehe Anhang 12.1). Je nachdem, welches Attribut, wie im Text vorkommt, kann eine Bewertung festgestellt und codiert werden (siehe Methodik Kapitel 5).

So lässt sich zusammenfassen, dass Medien nicht nur aufgrund ihrer Framing-, Gatekeeping- und Agenda-Setting-Prozesse darüber entscheiden, was berichtet wird, sondern durch ihre Attribuierung von Themen auch wie. Mit der hier angestrebten inhaltsanalytischen Untersuchung gilt es folglich herauszufinden, mit welchen Attributen das Thema EU in der Kronen Zeitung besetzt wird und welche Gesamtbewertung der EU dies zur Folge hat.

2.4 Verwandte Konzepte und ergänzende Überlegungen

Im folgenden Abschnitt sollen nicht nur ergänzende Konzepte für angestrebte Inhaltsanalyse und deren Hypothesen referiert werden, sondern auch relevanten Theoriemodelle dargestellt werden, die in weiterer Folge die theoretische Grundlage der Wirkungshypothesen bilden. Diese sind Teil der Effektstudie von Dr. Arendt, die auf die erhobenen Daten zur Bewertung der EU in der Kronen Zeitung dieser Arbeit aufbaut.

2.4.1 Framing und Nachrichtenfaktoren (news values)

Zahlreiche Definitionen und Erklärungen zeigen die breite Anwendbarkeit der Framing-Theorie, die ursprünglich der Psychologie zugeordnet war. Frames lassen sich nicht nach einem verbindlichen und allgemeingültigen wissenschaftlichen Leitfaden herausarbeiten. Deshalb ist bei empirischen Untersuchungen oft nicht klar, welche Bedingungen erfüllt sein müssen, damit eine formale Textstruktur einen Frame darstellt (Bonfadelli, 2002). Sowohl der Psychiater Gregory Bateson (1972) als auch der Soziologe Erving Goffman (1974) verwendeten den Begriff „Frame“ in ihren Theorien. Goffman beschreibt in „Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience“ die subjektiv konstruierte Wahrnehmung der

Wirklichkeit, bei der Rahmen als Interpretationsschemata zur Verfügung gestellt werden, um Ordnung herzustellen. In der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung kam der Framing-Ansatz jedoch erst in den 80er Jahren zu einer näheren Betrachtung und wissenschaftlichen Anwendung (Bonfadelli, 2002).

Heute bedient sich des Ausdruckes der Frames als Deutungsmuster (Dahinden, 2006, S. 14). Diese Deutungsmuster, so Dahinden, helfen Sachverhalten einen Sinn zu verleihen, in dem sie diesen:

einem asymmetrischen Konflikt (eine Problem), einer Ursachenzuschreibung, einer Handlungsempfehlung und einer moralischen Bewertung (positive oder negative Einstellung einer Sache gegenüber) zuteilen.

Dabei bilden, so auch der Wissenschaftler Robert M. Entman 1993, die Selektion und die Strukturierung, die Kernfunktionen von Frames. Dahinden erstellt folgende Basisframes (Dahinden, 2005, S. 8):

1. Der Basisframe des Konflikts: Unterschiedliche soziale Gruppen geraten in Interessenskonflikte.
2. Der Basisframe der Wirtschaftlichkeit: Ein Thema wird im Zusammenhang der Wirtschaftlichkeit betrachtet.
3. Der Basisframe des Fortschrittes: Neues, wissenschaftliches Wissen wird mit einbezogen.
4. Der Basisframe von Moral/Ethik/Recht: Ein moralischer, ethischer und rechtlicher Bezug wird hergestellt.
5. Der Basisframe der Personalisierung: Bei der Darstellung eines Themas wird die individuelle Betroffenheit angesprochen.

Heinz Bonfadelli (2002) bezieht sich in seiner Framedefinition auf die Perspektive der JournalistInnen. Diese berichten aus einer bestimmten geframten Perspektive, wodurch, abhängig vom jeweiligen Frame, gewisse Aspekte besonders hervorgehoben und andere in den Hintergrund gedrängt werden. Er bezeichnet Frames auch als Schemata oder Skripten. Diese beruhen seiner Meinung nach auf dem Prinzip der Ähnlichkeit und führen dazu, dass bei Themen nach einer möglichst gleichen Struktur gesucht wird. Durch diese Selektion,

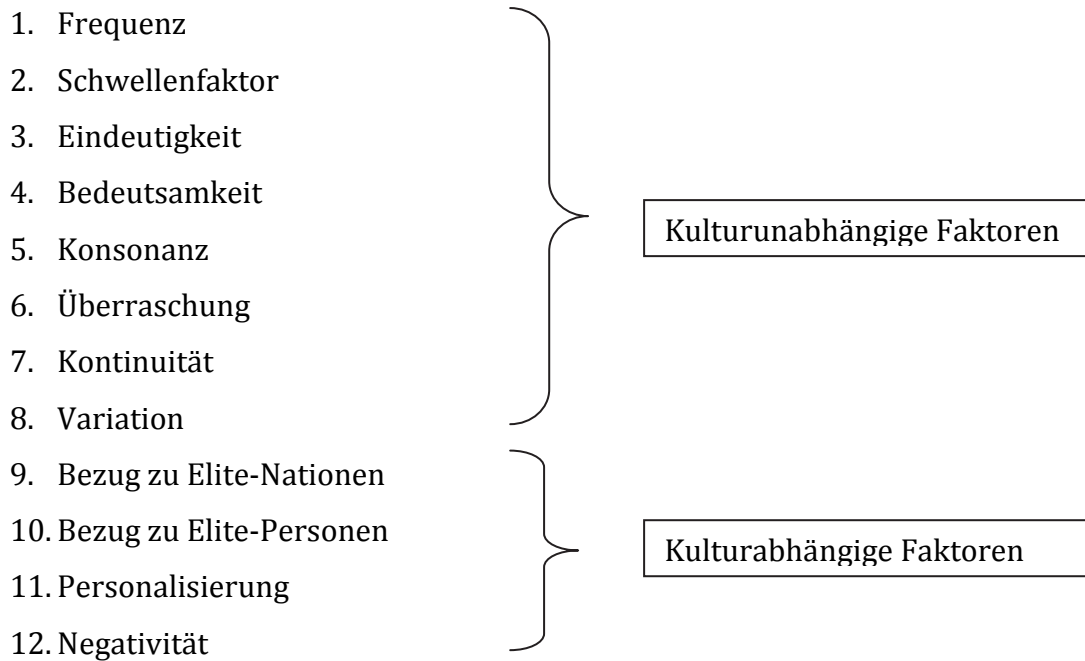
Hervorhebung, Betonung und Exklusion bestimmter Ausschnitte oder Themen aus der Realität, wird die RezipientIn dazu gebracht, eine spezifische Perspektive einzunehmen, einen Zusammenhang zu interpretieren und zu bewerten (Schenk, 2007). Dieser ist aber durch den Vorgang des Framings von den Medien vorgegeben. Bertram Scheufele (2003) verortet mediale Frames hingegen auf der Ebene der Berichterstattung und definiert journalistische Frames als „konsistente Systeme einzelner kognitiver Modelle, die sich im redaktionellen Diskurs verändern und die journalistische Nachrichtenproduktion beeinflussen“ (S. 91).

Zusammenfassend aus verschiedenen Definitionen verallgemeinert Scheufele (2003) Frames als Interpretationsmuster (ähnlich wie Dahinden, 2005), die dabei helfen, neue Informationen sinnvoll zu verarbeiten. Framing wird hier als Vorgang bezeichnet, bei dem:

„ 1. bestimmte Relationen zwischen Objekten betont, also bestimmte Ausschnitte der Realität beleuchtet und 2. bestimmte Maßstäbe beziehungsweise Attribute, die man an Objekte anlegen kann, salient gemacht werden“ (S. 46).

In engem Zusammenhang mit der Framingtheorie steht das Konzept der Nachrichtenfaktoren, den sogenannten news values. Aus dem theoretischen Überbau der Medienwirkungsperspektive lassen sie sich auf Galtung und Ruge 1965 und deren Nachrichtenwerttheorie zurückführen. Ihre Annahme war, dass er aufgrund der Komplexität unserer Welt, einer kognitionspsychologischen Selektion bedarf. „Since we cannot register everything, we have to select (...)“ (Galtung & Ruge, 1965, S. 65). Diese Selektion erfolgt ihrer Meinung nach auf journalistischer Seite anhand zwölf verschiedener Nachrichtenfaktoren. Diese Nachrichtenfaktoren stellen Ereignismerkmale dar die sowohl das mediale als auch das persönliche Bild des Publikums prägen. (Galtung & Ruge, 1965). „Die Nachrichtenfaktoren der Ereignisse bzw. der Medienberichterstattung sind in diesem Konzept Stimulusmerkmale, die allgemein-menschlichen Selektionskriterien entsprechen (Eilders, 1997, S. 74).

Kurz gesagt beschreiben Nachrichtenfaktoren den Ereigniswert einer Nachricht. Galtung und Ruge nennen 1965 zwölf Nachrichtenfaktoren, acht kulturunabhängige Faktoren (sie gelten somit in jedem Kulturkreis) und vier kulturabhängige.



Kritisch ist allerdings anzumerken, dass Galtung und Ruge (1965) ihr theoretisches Konzept nie empirisch bewiesen haben. Auch die Verarbeitung von Medieninformationen durch das Publikum wird nicht berücksichtigt. Das Modell der Nachrichtenfaktoren wurde in einer dynamischen-transaktionalen Weise von Früh 1991 weiterentwickelt. Erstmals wurde damit sowohl die individuelle Verarbeitung von Medieninformationen in den Betrachtungsmittelpunkt gestellt, als auch die Wirkung der Faktoren über die Zeit (Eilders, 1997). Die Forschungslücke der empirischen Überprüfung der Nachrichtenwerttheorie wurde erst 1997 von Christiane Eilders geschlossen. Sie konnte in einer Studie über die Nachrichtenfaktoren als Beitrags-Auswahlkriterium und als Beitrags-Erinnerungskriterium eine Relevanz nachweisen, und zwar auf journalistischer und rezeptiver Seite (Eilders, 1997).

Die theoretische Aufarbeitung des Framings und der Nachrichtenfaktoren zeigt, dass Medien anhand diverser Auswahlkriterien über Ereignisse berichten, folglich die Realität aber nicht vollständig widerspiegeln. Ein Grundverständnis des journalistischen Selektionsprozesses ist auch im Zusammenhang mit der hier untersuchten Berichterstattung der Kronen Zeitung über die EU-Wahl 2014 relevant, da vor allem die Wirkung von Frames bei der RezipientIn wiederum der Theorie des second-level Agenda-Settings (siehe Kapitel 2.3.) zugeordnet werden kann. So erklärt Matthes (2007), dass Frames aus affektiven und kognitiven

Attributen bestehen können, vor allem im Felde der Politikberichterstattung. Je nach Anzahl und Vorkommen der Attribute, lässt sich auch eine Komplexität dieser Frames bestimmen.

Im Zusammenhang von Frames und Politik veröffentlichten Slothuus und de Vreese 2010 eine Studie. Diese zeigte, dass der Einfluss von Partei-gesponserten Frames auf die politische Meinungsbildung der LeserInnen noch kaum erschlossen sei. So verifizierten sie in ihrer Studie 2010 die Hypothese, dass LeserInnen nicht nur finanzierte Inhalte *ihrer* Partei bevorzugen, sondern auch, dass dies zu einem verzerrten Bild im politischen Bewusstsein führt.

Die Framingtheorie sowie die Theorie der Nachrichtenfaktoren zeigt also nicht nur einen unmittelbaren Zusammenhang von Wahrnehmung und Meinung der RezipientInnen von politischen Medieninhalten sondern sie bilden auch die Wirkungsbasis des second-level Agenda-Settings.

2.4.2 Die Kultivierung von Medieninhalten

Die Kultivierungshypothese wurde von George Gerbner und Larry Gross (1976), von der Annenberg-School of Communications in den USA, begründet. Damals wurde der Einfluss des Fernsehens auf die Realitätswahrnehmung, im Genaueren auf die Verbrechensurteile untersucht. Sie fanden heraus, dass Viel-SeherInnen eine Wahrnehmung der Realität aufweisen, die dem gezeigten Bild im Fernsehen sehr ähnlich war. Sie nahmen die Wirklichkeit sehr kriminell und gewaltsam wahr, während Wenig-SeherInnen eine wirklichkeitsnähere Realitätswahrnehmung aufwiesen (Rossmann, 2007).

Grundsätzlich lässt sich die Kultivierungsforschung in zwei Hauptrichtungen einteilen:

- 1. Den ursprünglichen Kultivierungsansatz und**
- 2. Die Kultivierungseffekte.**

Ersterer beschäftigt sich unter einem medienkritischen Gesichtspunkt, mit dem Einfluss von Fernsehinhalten auf die Realitätswahrnehmung von RezipientInnen. Es wird davon ausgegangen, dass die Menschen der modernen Gesellschaften des 20. und 21. Jahrhunderts sich ihre Realität, aus den in den Medien rezipierten Inhalten rekonstruieren. Der Kultivierungsansatz impliziert, dass durch Medien wie das Fernsehen, Normen und Werte einer Gesellschaft langfristig geformt werden können. Dieser Ansatz wurde von den Cultural Studies im Sinne einer Einflussmöglichkeit von Medien auf die soziale Umwelt weitergeführt (Weinmann, 2000; Rossmann, 2007).

Die Kultivierungseffekte hingegen befassen sich aus einer psychologischen Sicht mit dem Thema der gesellschaftlichen Wirkung von Medieninhalten. Hierzu veröffentlichten Hawkins und Pingree 1982 ein Modell:

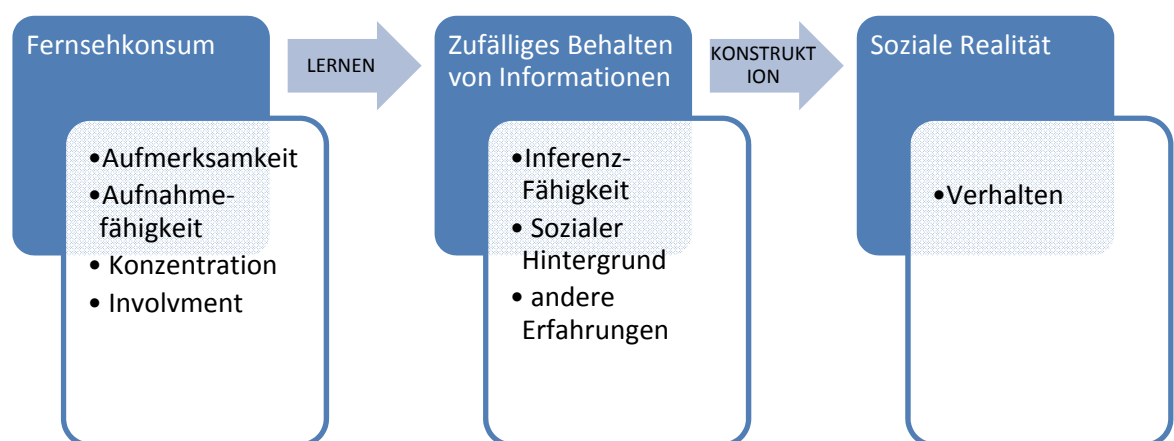


Abbildung 4: Prozessmodell und Bedingungen von Kultivierung (Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Hawkins und Pingree, 1982, S. 244)

Dieses Prozessmodell soll die Schritte der Kultivierung, die eine Verhaltensänderung zur Folge haben, verdeutlichen. Kritisch lässt sich hier allerdings anmerken, dass Hawkins und Pingree in ihrem Modell nicht näher auf den letzten Schritt der Änderung des menschlichen Verhaltens eingegangen sind. Dieses Problem, der soziologischen Herangehensweise an den Kultivierungsansatz, der nicht unweigerlich eine Verhaltensänderung erklärt, liegt vielen Studien, neben einer angreifbaren Methodik, zugrunde (Rossmann, 2007).

Hawkins und Pingree versuchten mit ihrem Modell dar zu stellen und zu erklären, dass das Auftreten von Kultivierungseffekten von fünf Faktoren abhängig ist:

1. Der Fähigkeit Informationen zu verarbeiten.
2. Einer kritischen Fernsehrezeption
3. Persönlichen Realitätsverarbeitungen
4. Sozialen Einflüssen und
5. Spezifischen Fernsehinhalten. (Rossmann, 2007)

Abgeleitet von diesen fünf Faktoren verstanden Hawkins und Pingree ihr Modell als einen zweistufigen Prozess: Die Kultivierung erster und zweiter Ordnung. Bei der Kultivierung erster Ordnung geht es um das Erinnern von Fernsehinhalten. Dies geschieht zwar zufällig, jedoch merkt sich die RezipientIn die Häufigkeit, mit der verschiedene Inhalte gezeigt werden. Im zweiten Schritt werden dann Einstellungen, anhand persönlicher Lernfähigkeit, Involvements, Lern- und Konzentrationsfähigkeit gebildet und die eigene Realität rekonstruiert. (Hawkins und Pingree 1982). James Potter versuchte in einer Studie 1991, in der er mit 308 Schülern und Schülerinnen eine schriftliche Befragung durchführte, den Zusammenhang zwischen der Kultivierung erster und zweiter Ordnung herzustellen. Er kam auf den Schluss, dass Kultivierungsurteile zweiter Ordnung aus den Eindrücken der ersten Ordnung resultieren. Das Prozessmodell von Hawkins und Pingree (1982) wurde somit bestätigt, allerdings lässt sich kritisch anmerken, dass eine Untersuchung, die den Einfluss einer persönlichen Betroffenheit durch ein Thema, das durch einen Medieninhalt vermittelt wird, in der Kultivierung zweiter Ordnung keine unterschiedliche Codierung erfahren hat (Rossmann, 2007).

Potter untersuchte das Modell der Kultivierung erster und zweiter Ordnung nach Hawkins und Pingree auch in vielen weiteren Studien. Er teilte es in ein dreistufiges Modell, in dem der Fernsehkonsum „als antezendierende Variable für alle beteiligten Subprozesse“ (Rossmann, 2007, S. 89) hinzu gezogen wurde.

Als die zwei wichtigsten Subprozesse des Modells, definierte er das Lernen und die Konstruktion von Einschätzungen und Einstellungen. Auch diese Untersuchung bestätigte das ursprüngliche Modell von Hawkins und Pingree (1982).

Jedoch konnte auch festgehalten werden, dass je höher der Fernsehkonsum ist, desto eher werden die Realitäten der Menschen aus den gezeigten Inhalten konstruiert und generalisiert (Rossmann, 2007)

Aus den diversen Studien von Potter (1991), Hawkins und Pingree (1982, 1987), Sparks und Olges (1990), Taschler-Pollacek und Lukesch (1990) leitet Rossmann 2007 ein vorläufiges Modell des Kultivierungsprozesses ab:

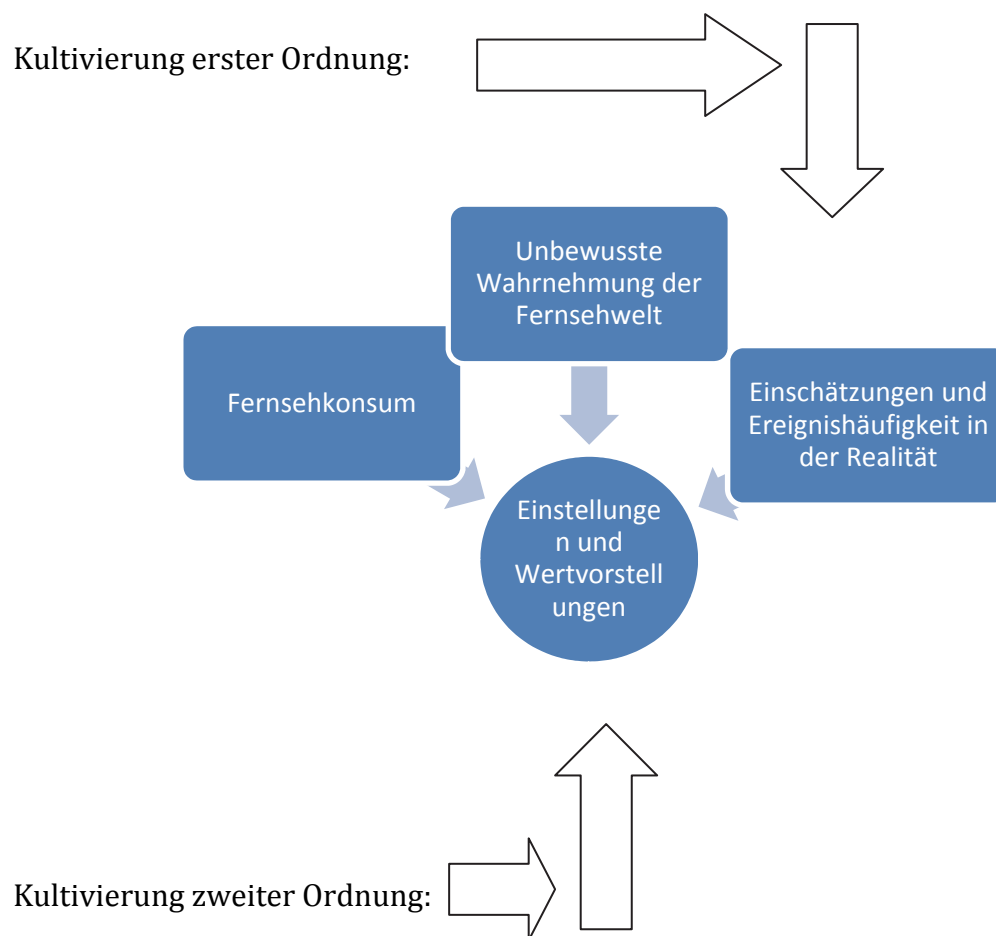


Abbildung 5: Modell des Kultivierungsprozesses (Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Rossmann, 2007, S. 97)

Sie beschrieb darin, dass die Einstellungen und Wertvorstellungen (die Kultivierung zweiter Ordnung) von den Einflüssen aus der Kultivierung der ersten Ordnung (Fernsehkonsum, unbewusste Einstellungen und die Einschätzung der Ereignishäufigkeit in der Realität) abhängen.

Anzumerken ist, dass die bisher aufgearbeitete Theorie von einer gewissen Kultivierungsmacht des Fernsehens ausgeht. In dieser Arbeit steht jedoch das Medium einer Tageszeitung im Blickwinkel der wissenschaftlichen Betrachtung. Das Thema der impliziten Kultivierung durch die Tageszeitung die Neue Krone, wurde bereits 2008 und 2009 von Dr. Florian Arendt vom publizistischen Institut der Universität Wien untersucht. In diesen Studien, die vor allem die Berichterstattung der Kronen Zeitung über den Kraftwerkbau in Hainburg, das Thema der Gentechnik und den Beitritt Österreichs zur EU, untersucht haben, konnte gezeigt werden, dass regelmäßige LeserInnen der Kronen Zeitung eine Kultivierung im Sinne der von der Zeitung dargestellten Sichtweise aufzeigten. Da Arendt (2009) zwischen „Viel-LeserInnen“, „ab und an-LeserInnen“, „Kaum-LeserInnen“ und „Gar-nicht-LeserInnen“ unterscheiden musste, konnte als Fazit gezogen werden, dass die Kronen Zeitung „zwar keine Allmacht, aber auch kein Ohnmacht besitzt.“ (Arendt, 2009, S. 217) Menschen zu beeinflussen.

2.4.3 Politischer Parallelismus und news bias

Anhand eingehender Beschäftigung mit der Wirkungsforschung der Massenmedien, im Speziellen des Agenda-Settings, des Framings, der Attribuierung von Medieninhalten und der Kultivierung ist ein Bewusstsein dafür geschaffen worden, dass Medien die Macht haben RezipientInnen in gewissem Maße zu beeinflussen.

In einem politischen Zusammenhang ist diese aktive Rolle umso bedeutender. So sind Massenmedien, wie zum Beispiel Tageszeitungen, nicht nur aktiv daran beteiligt welche politischen Konflikte thematisiert (Agenda-Setting Theorie) werden, sondern auch welche Rolle oder Haltung sie diesbezüglich einnehmen (Attribuierung). Da in dieser Arbeit die EU-Wahlen im Mittelpunkt stehen ist es wichtig die Theorie des „politischen Parallelismus“ von Barbara Berkel näher zu betrachten. Sie widmete sich in einer europaweiten und inhaltsanalytischen Studie über die „Haider-Debatte“ der Frage, inwieweit sich Printmedien in Großbritannien, Frankreich, Österreich und Deutschland sich als eigene Stimme positionieren. Ob es verschiedene Meinungspositionen in diesen Ländern gibt oder ob es zur Bildung eines politischen Parallelismus zwischen den politischen Akteuren und den Medien Forum kommt. Eine weitere höchst relevante Forschungsfrage in der Studie von

Berkel (2008) war, inwieweit Medien ein politisches neutrales Forum darstellen. Dies wurde durch die Gegenüberstellung von Kommentaren und Nachrichten inhaltsanalytisch ermittelt. Um die Rolle der Medien in politischen Diskursen näher betrachten zu können beruft sich Berkel (2008) auf verschiedene Theorien. Als Überbau nennt sie das Konzept der medieninduzierten Öffentlichkeit nach Neidhardt. Es gliedert sich in drei zentrale Akteure: den SprecherInnen, den Medien und den AkteurInnen (Neidhardt, 2004). Es erklärt, dass die SprecherIn oder die SprecherInnen nur durch die Medien die AkteurInnen erreichen können. Die Medien fungieren laut Berkel (2008) somit in einer Vermittlerrolle und als Sendungsüberträger. Sie können in diesen Debatten sowohl die Position des reinen Forums für Konflikte und Diskussionen bieten oder auch im Sinne des Kommentariats eine eigene Meinung vertreten und publizieren (Berkel, 2008).

Als unausweichliches Qualitätsmerkmal zähl in den Printmedien laut normativen Theorien im Gegensatz dazu, der eigenen Stimme ausschließlich im Kommentar Ausdruck zu verleihen und in der Funktion als Forum neutral zu selektieren, im Sinne der Funktion als Gatekeeper (McQuail, 1992). Die Erforschung der nicht klaren Abgrenzung von Nachricht und Kommentar in Printmedien hat sich in der Wissenschaft unter dem Begriff news bias etabliert. Jandura und Großmann (2003) haben drei Herangehensweisen begründet diese Verzerrung von Qualitätskriterien zu untersuchen.

1. Prüfen inwiefern die Kommentare einer Zeitung auch die der Berichterstattung färben.
2. Die Übereinstimmung von der Bevorzugung von Stimmen und Akteuren mit der redaktionellen Linie beurteilen. Der sogenannte „opportune Zeuge“ (Hagen, 1993).
3. Das gleichzeitige Auftreten der sogenannten Parallelisierung von Agenden in den Kommentaren und Nachrichten prüfen (Eilders, 1999).

All diese Punkte werden als Mittel zur politischen Einflussnahme seitens der MedieninhaberInnen und JournalistInnen gesehen. So erwähnt Berkel (2008) in Anlehnung an Blumler und Gurevitch (1975), dass historisch betrachtet die Printmedien politisch verflochten waren und sind, jedoch auch nach dem Ende der

Parteipresse die meisten Zeitungen Europas sich in eine Skala von politisch „links“, „Mitte links“ oder „rechts“ und „Mitte rechts“ orientiert einordnen lassen auch bekannt unter Seymour-Ures These (1974) als *party-press-prallelsim*. Im Hinblick auf die europäische Berichterstattung ist diese Einordnung allerdings nicht so einfach (Berkel, 2008). Unter dem Fachbegriff „cleavages“ (S. 77) der als Spannungsverhältnis in europapolitischen Positionierungsfragen bekannt ist beschreiben auch Mittag und Wessels 2003, dass sich eine derartige Unterteilung von „links“ oder „rechts“ europapolitisch orientierten Printmedien nicht vornehmen lässt.

Die von Barbara Berkel durchgeführte Studie in der europapolitischen Haider-Debatte bei der sie jeweils eine links und eine rechts politisch orientierten Tageszeitung in Frankreich, Großbritannien, Deutschland und Österreich inhaltsanalytisch untersuchte, bestätigt die These des „political parallelism“. Zeitungen neigen dazu Akteuren eine Stimme zu geben, die deren Blattlinie entspricht, den zuvor schon erwähnten „opportunen Zeugen.“ In ihrer Untersuchung der Tageszeitungen als neutrales Forum für politische Debatten stellte sie fest, dass auch dieses am ehesten in deutschen und österreichischen Zeitungen zur Verfügung gestellt wurde und weniger in der britischen und französischen Presse. Berkel (2008) räumt jedoch die Möglichkeit ein, dass journalistische Wertungen im Nachrichtenteil von einer verantwortlichen LeserIn als „Claims“ erkannt und eingeordnet werden können wodurch die Presse daher trotzdem ein gutes Forum für den politischen Diskurs darstellen kann. Kritischer betrachtet sie jedoch die eine einseitige Nachrichtenselektion im Sinne einer konformen redaktionellen Linie, da diese von der LeserIn nicht erkannt werden kann (Berkel, 2008).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Ergebnisse von Barbara Berkel (2008) eine Verletzung des Credo der Trennung von Nachricht und Kommentar auch in der europapolitischen Debatte der Tagespresse vermuten lässt. Die Selektion der Nachrichten und die dazu angeführten Stimmen sind eher kritisch zu betrachten, da diese blattlinienkonform gewählt werden. In Frankreich und in Großbritannien wird dies besonders deutlich

Die Ergebnisse von Berkel (2008) führen unweigerlich zu dem in der Fachliteratur oft zitiertem Begriff des news bias (Befangenheit von Zeitungen). Der Gegenbegriff ist news balance (Balance von Zeitungen). Darunter versteht Starkey (2007) die Objektivität in der Berichterstattung. Dinge wiederzugeben ohne persönliche Meinung, Note oder Blattlinie, als bloße tatsächliche Abbildung des Passierten. Dennoch ist es schwierig die Befangenheit von Zeitungen klar abzugrenzen. McQuail veröffentlichte 1992 dazu vier Formen von Bias:

1. Explizite Unterstützung für eine Sache/Person.
2. Implizite Unterstützung für eine Sache/Person.
3. Unabsichtliche Befangenheit (durch organisatorische und/oder zeitlich begrenzte Gegebenheiten).
4. Ideologische Befangenheiten (durch Ansichten, Einstellungen, Werte und Gefühle von Journalisten) (Starkey, 2007, S. xvi).

Trotz dieser Unterteilung ist der Begriff des news bias in der Praxis nicht klar abgrenzbar und daher auch schwierig messbar. Beispielsweise die Frage, wo hört Balance auf und wo beginnt Befangenheit, verdeutlicht die Komplexität. Kritische Stimmen verstehen laut Starkey (2007) unter Befangenheit schon, wenn eine Partei mit ihren Anschichten und Äußerungen im Schnitt öfters publiziert wird als eine andere. Im Gegensatz dazu kann dies auch als Pressefreiheit und das Recht auf freie Rede bezeichnet werden. Ebenso herausfordernd ist die Beurteilung der Befangenheit von Zeitung wenn es um das Versäumnis der Aufdeckung eines Skandalen geht. So wurde zur Zeit des einstigen französischen Präsidenten Mitterrand, erst eine Dekade nach dessen Tod einer der größten Korruptionsskandal der Nachkriegszeit entlarvt (S. 56).

Starkey (2007) betont allerdings auch, dass eine Pressefreiheit in ihrer reinen Form aufgrund der Verflechtung von Medien mit finanziellen und politischen MachthaberInnen eine Illusion sei. Vielmehr ginge es darum nach journalistischer Ausgeglichenheit zu streben, die Fehlbarkeit des Journalismus zu betonen und das Engagement des Publikums zu ermutigen stets kritisch den medial präsentierten Inhalt zu hinterfragen.

In Zusammenhang mit der hier untersuchten Bewertung beziehungsweise eventuellen Befangenheit der Kronen Zeitung gegenüber der EU, lässt sich das Problem der Messbarkeit des Bias dahingehend lösen, als dass die Attribuierung des Themas der EU mit Hilfe des Kategoriensystems und darin aufgelisteten Attributen im Sinne des second-level Agenda-Settings codiert wird (genauerer siehe dazu unter Punkt 3.5).

2.4.4 Das Kommentariat

Da neben Artikeln und Leserbriefen auch die Kommentare ein wichtiger Bestandteil der untersuchten Texte in der Neuen Kronen Zeitung sind, soll diese spezielle Form journalistischer Meinungsäußerung näher wissenschaftstheoretisch betrachtet werden.

Die Bedeutung des Kommentars liegt vor allem daran, dass Medien eine duale Rolle als Vermittler fremder Meinungen und als Sprecher selbst mittels Kommentaren zugesprochen wird. Sie schaffen durch diese Stellungnahme und Meinungsäußerung eine Europäisierung der Öffentlichkeit (Pfetsch, Eilders & Neidhart 2004, S. 60ff). So definieren Pfesch et al. (2004) Kommentare nicht nur als einen Hinweis der öffentlichen Meinung und Stimmung in der Bevölkerung sondern auch als ein journalistisches Privileg. Denn eine bestimmte Personengruppe hat die Macht nicht nur Meinungen und Themen zu produzieren sondern diese auch zu publizieren. (Pfesch et.al., 2004, S. 1) Der Kommentar versteht sich selbst als eine journalistische Form, die nicht wie eine Nachricht erklärend und informativ sein soll, sondern durch die Stimme der JournalistIn ein Sprach- und Meinungsrohr darstellt. So kann dieser kritisch, verärgert oder sogar zynisch sein.

In Qualitätszeitungen wird daher ein eher kritischer Kommentar als *Kritik* und eine sehr zynische Meinung meist unter der Gattung *Glosse* abgedruckt. Egal in welcher Form allerdings die JournalistIn ihre Meinung abbildet, soll diese den LeserInnenkreis zum Denken anregen und an die kritische Vernunft appellieren (Schalkowski, 2011).

Die Kronen Zeitung als Boulevardmedium (Brucker 1991) vollzieht diese Unterteilungen in Glosse und Kritik allerdings nicht. Dennoch finden sich in der Krone einige Kommentare wie zum Beispiel die Kolumne von *Janneé* oder *Ernst Trost*. Bruck (1991) geht in diesem Zusammenhang auf einen wesentlichen Unterschied der Kronen Zeitung zu anderen internationalen Boulevardmedien ein. So besticht diese mit ihrem besonderen „Spannungsverhältnis von Vielfalt und Einheitlichkeit in Berichterstattung und Kommentaren“ (Brucker, 1991, S. 20). Damit ist gemeint, dass die Neue Kronen Zeitung mittlerweile schon bekannt dafür ist Kommentare mit den unterschiedlichsten Schreibweisen abzudrucken. Von distanziert und nüchtern, bis hin zu spöttisch und polemisch finden sich Stimmen mit einer stets großen Bandbreite an Schreibweisen wieder.

Davon abzugrenzen ist ein weiteres typisches Merkmal der Zeitung, nämlich ihr kampagnenartigen Journalismus. Dieser stellt spezielle Themen über einen längeren Zeitraum hinweg konstant im Mittelpunkt der Berichterstattung. So waren es 1986 die Präsidentschaftswahlen (Bruck, 1991) und Anfang der Neunziger die Gentechnik und der Kraftwerksbau von Hainburg (Arendt, 2009) (Allgemeines über die Kronen Zeitung folgt in Kapitel 4.3.). Was die in der Kronen Zeitung vertretene Meinung anbelangt definiert sich das Blatt nach außen hin als „Summe der Meinungen ihres Herausgebers und der Redakteure“ (Bruck, 1991, S. 128). Diese Meinungen werden eben nicht nur in die dafür vorgesehene Form des Kommentars gegossen sondern führen, typisch für Boulevardprint, auch in anderen journalistischen Texten zu einer starken Positionierung von Themen. Bruck fügt hinzu, dass „die Berichterstattung und die Kommentare in der Neuen Kronen Zeitung insgesamt eine strukturelle Konsonanz der Argumentationsführung aufzeigen, die aus der Komplementarität der einzelnen inhaltlichen Argumente entsteht.“ (1991, S. 138).

Genau für diese Besetzung und Bewertung von Themen ist die Krone bekannt (Arendt, 2009). Bedenklich daran ist, dass damit eine kritische Auseinandersetzung von politisch und gesellschaftlich relevanten Themen in der Öffentlichkeit verhindert wird (Haas 2000).

Eine Studie von Sauerwein, Brantner und Dietrich (2006) die die EU-Berichterstattung im intermediären Vergleich als auch ihrer zeitliche Entwicklung von 1995-2004 untersuchte konnte zeigen, dass EU-Themen in der Kronen Zeitung mit einem vergleichsweise hohem Anteil in meinungsbetonten Genres (Kommentare und Leserbriefe) abgebildet werden.

Laut Sauerwein et al. (2006) geht aus der theoretischen Literatur hervor, dass Pressekommentare als „dichteste Form medialer Relevanzzuweisungen und Meinungsäußerungen...als wichtigster Faktor der Inter-Media Agenda-Settings mit Potentialen zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung und des politischen Entscheidungsprozesses gelten.“ (Pfetsch et al., 2004, S. 3) Schäfer (2011) kommt sogar zu der Annahme, dass durch den verstärkten Gebrauch der Stilgattung der Kommentare in Tageszeitungen „eine Verbindung zwischen nationalen und EU-Themen hergestellt werden soll, als Zeichen einer Europäisierung.“ (S. 98).

Durch diese Ergebnisse lä wird die Rolle des Kommentariats als machtvolleres journalistisches Stilinstrument deutlich. Es ist nicht nur ein sehr machtvolleres sondern auch im Zusammenhang mit der EU-Berichterstattung in der Neuen Kronen Zeitung, ein häufig angewandtes.

3 ÜBERBLICK ÜBER DEN FORSCHUNGSKONTEXT DER VORLIEGENDEN STUDIE

Um die zuvor unter Punkt 2 referierten Theoriemodelle, allen voran das Attribute Agenda-Setting nun auf die Ebene der Bewertung der EU in Printmedien überzuleiten, wird im folgenden Kapitel eine Zusammenfassung der EU-Berichterstattung generell und international, als auch auf Europaebene stattfinden. Auch das hier untersuchte Printmedium, die Neue Kronen Zeitung, wird kurz vorgestellt.

3.1 EU- Berichterstattung generell und international

Die Legitimation einer politischen Berichterstattung besteht maßgeblich in ihrer Funktion Themen des allgemeinen Interesses eine Plattform zu bieten. So ist ein politischer Journalismus der Raum für Diskussionen, Ansichten, Erklärungen und Auseinandersetzungen bietet nicht nur die Basis einer Demokratie sondern auch ein recht an sich. Das Recht der Meinungs- und Pressefreiheit.

In der Forschung ist man sich allerdings noch nicht einig welche Bedeutung und Funktion die Massenmedien im politischen Diskurs einnehmen und inwiefern sie am politischen Vermittlungsprozess beteiligt sind oder sein sollen. (Hahn et al. 2008)

Klar ist für Sircinelli (1998) allerdings, dass die Medien als Teil des intermediären Systems fungieren, dass soziale, politische und mediale Wirklichkeit verschmelzen lässt. Unter diesem Gesichtspunkt erfüllen Medien die Beobachtungsfunktion für die Gesellschaft in der Öffentlichkeit (Hahn et al., 2008)

„Sie spiegeln geäußerte Meinung wieder und bündeln diese.“ (Hahn et al., 2008, S. 87)

Umso wichtiger erscheint es, die Art der internationalen EU-Berichterstattung im Vergleich näher zu betrachten. Schäfer liefert dazu 2011 in Anlehnung an Ergebnisse des Forschungsprojektes AIMs¹ 2005 eine europaweite Zusammenfassung, in der

¹ Erich-Borst-Institut für Journalismus in Europa: AIM =Adequate Information Management in Europe. Dokumentation des Forschungsprojektes. Dortmund 2005.

zehn Länder untersucht wurden. Dabei hält er fest, dass nicht nur vorwiegend in überregionalen Zeitungen über die EU berichtet wird, sondern dass die Art der Berichterstattung je nach Land stark divergiert (Schäfer, 2001, S. 95ff).

So wird nach Schäfer in der italienischen Presse vorwiegend Wirtschaftsthemen im Zusammenhang mit der EU referieren, während in Deutschland, Estland, Litauen und Norwegen die EU-Außenpolitik eine tragende Rolle spielt. In Großbritannien ist es vor allem die Entwicklungspolitik, die von medialem Interesse ist. Die Außenpolitik hingegen nicht, ähnlich wie in Frankreich und Italien. Auch in der Quantität der EU-Berichte in den Zeitungen kam es laut Schäfer (2011) zu starken Schwankungen. So liegt Deutschland mit der dichtesten Berichterstattung auf Platz eins, gefolgt von Frankreich. Großbritannien und Litauen sind in dieser Auflistung die Schlusslichter. Das Fazit der AIM-Studie ist, dass die EU-Berichterstattung in den einzelnen europäischen Ländern nicht nur sehr unterschiedlich ist, sondern auch stark vom nationalen Gefüge abhängt indem der Journalismus des jeweiligen Landes tätig ist (Schäfer, 2011).

Auch Machill, Beiler, und Fischer kommen in ihrer Metaanalyse über die EU-Berichterstattung 2006 zu dem Ergebnis, dass die EU-Berichterstattung in den einzelnen Ländern (darunter Frankreich, Deutschland, Italien, Österreich, Großbritannien, Niederlande, Irland, Belgien, Spanien) nicht nur stark variieren, sondern auch andere Themenschwerpunkte setzen. So werden auch die einzelnen Länder in den jeweilig anderen Ländern unterschiedlich oft und intensiv erwähnt, wobei eine viel größere Präsenz von Ländern wie Deutschland mit einer starken Wirtschaft zu verzeichnen sind. Insgesamt hält Machill et al. (2006) fest, dass dadurch der unterschiedliche Europäisierungsgrad in Europa feststellbar ist. In Summe kritisiert er aber ein zu geringes Interesse an Europa. So sein nationale Themen, sowie die nationalen Vertreter der europäischen Regierung noch immer weitaus stärker vertreten als internationale.

Auch andere Studien (Bürgermann, 2004) halten fest, dass zwar eine Tendenz der Steigerung der EU-Berichterstattung europaweit zu verzeichnen ist, diese gemessen an anderen Parametern, wie der innenpolitischen Berichterstattung, aber immer noch erschreckend gering ist. Des Weiteren verzeichnet Schäfer dass „die

horizontale Europäisierung in den nationalen Zeitschriften weitaus fortgeschrittener sei als die vertikale.“ (Schäfer, 2006, S. 102), (genauer Erklärung zur vertikalen und horizontalen Europäisierung liefert Abschnitt 3.2. in Zusammenhang mit der österreichischen EU-Berichterstattung). Die einzige Ausnahme bieten Krisensituationen, in denen die Fähigkeit eine demokratische, journalistische Öffentlichkeit zu strukturieren, weiter ausgebildet sei (Schäfer, 2006).

Auch die Forschungsgruppe rund um de Vreese (2010) konnte einen nationalpolitischen Schwerpunkt in der EU-Berichterstattung nachweisen. So fanden sie heraus, dass die Intensität der medialen Berichterstattung über die EU-Wahl 2009 davon abhängig war, je nachdem welche Parteien, im jeweiligen Land, an der Wahl teilnahmen. So konnte allgemein festgestellt werden, dass die Berichterstattung über die EU-Wahl europaweit generell zunahm, aber nicht linear. Das heißt nur wenn der Wettbewerb der einzelnen Parteien sich verstärkte, stieg auch die Berichterstattung an (Schuck, Xezonakis, Elenbaas, Banducci, de Vreese, 2010).

Zusammenfassend ist die EU-Berichterstattung in den einzelnen europäischen Ländern noch sehr unterschiedliche ausgebildet. Sowohl was die Dichte der Berichterstattung angeht als auch die Themenkreise. Eine Tendenz der Steigerung der Berichterstattung ist gegeben. In Summe fehlt es den europäischen Medien jedoch noch an einer gemeinsamen journalistischen, länderübergreifenden, europapolitischen Öffentlichkeit.

Da die vorliegende Magisterarbeit eine Untersuchung der Bewertung der EU im Zusammenhang mit der EU-Wahl 2014 vorsieht, soll nun noch ein theoretischer Blick auf die EU-Berichterstattung im Zusammenhang mit europäischen Wahlen geworfen werden. Holtza-Bacha (2004, S. 5) definiert Europawahlen, in Anlehnung an Reif und Schmitt (1980) die den Begriff der *second-order elections* prägten, als sogenannte Nebenwahlen. Dies begründet sie nicht nur auf Fakten wie geringer Wahlbeteiligung, sondern auch aufgrund von unzureichender medialer Berichterstattung im Vergleich zu beispielsweise nationalen Wahlen. Auch der verhältnismäßig geringe Anteil an kommunikationswissenschaftlichen

Publikationen rund um Europawahlen (im Vergleich zu Nationalwahlen) ist ihrer Meinung nach ein weiteres Indiz am geringen Interesse des politischen Europas.

Dies schlägt sich auch in der medialen Berichterstattung zu Europawahlen nieder, wie Studienergebnisse belegen. So beschreibt Reiser (1994) die Berichterstattung zur Europawahl 1989 zwischen Fernsehen (ARD und ZDF) und fünf regionalen Tageszeitungen Deutschlands (*Süddeutsche Zeitung*, *TAZ*, *Die Welt*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Frankfurter Rundschau*) mit dem Ergebnis, dass Printmedien zwar eine intensiver Berichterstattung aufweisen, vor allem bei der Anzahl der Artikel in zeitlicher Nähe zur Wahl, als das Fernsehen. In Summe die Dichte an Beiträgen und Texten allerdings in keinem Verhältnis zu Bundestagswahlen stünden. In weiterer Folge konnte aber eine Studie von Kevin (2001) zeigen, dass von acht untersuchten europäischen Mitgliedsstaaten Deutschland, gefolgt von Frankreich bei den Europawahlen 1999 an der Spitze der Berichterstattung lag.

Auch die Langzeitstudie von Wilke und Reinemann (2005) in der eine Inhaltsanalyse der *Süddeutschen Zeitung*, der *Welt*, der *Frankfurter Rundschau* und der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* durch geführt wurde zeigte ähnliche Ergebnisse wie die von Reiser (1994). Bei Wilke und Reinemann wurde die Entwicklung der Berichterstattung über die Europawahlen von 1979 – 2004 untersucht und mit denen der Berichterstattung der Bundestagswahlen zwischen 1980 und 2004 verglichen (S. 170). Dabei zeigte sich nicht nur eine stärkere Gewichtung der Bundestagswahlen in den Medien, sondern auch eine geringere Personalisierung bei Europawahlen sowie eine geringere Berichterstattung der Europawahlen insgesamt. Eine Zunahme an Subjektivität der Berichterstattung war bei beiden Wahlen zu verzeichnen, sowie ein Trend der „Entauthentisierung“ der KandidatInnen (genauerer siehe dazu Wilke & Reinemann 2005). In Summe konnten auch diese Ergebnisse die Bezeichnung von Europawahlen als Nebenwahlen bestätigen.

Zusammenfassend kann aus den referierten Studien festgehalten werden, dass trotz steigender Bedeutung der Europäischen Union in der Welt, die Medien dieses Thema nicht als sonderlich bedeutsam erachten im Vergleich zu anderen politischen Ereignissen im Inn- und Ausland. Dies ist vor allem unter dem Gesichtspunkt, dass

Medien zu einer Plattform der Diskussion, über eine europäische Öffentlichkeit (Schäfer, 2011) geworden sind, bedenkenswert.

Da Medien dadurch als Faktor in der Entwicklung eines geeigneten Europas angesehen werden (Wilke & Reinemann, 2005 S. 156) müsste sie einer zureichenden Berichterstattung Folge leisten. Vermeintlich können sie dieser Rolle aber nicht gerecht werden.

3.2 EU-Berichterstattung in Österreich

Da in dieser Magisterarbeit die EU-Berichterstattung einer österreichischen Tageszeitung (der Kronen Zeitung) inhaltsanalytisch untersucht wird, soll in diesem Punkt der aktuelle Forschungsstand zur österreichischen EU-Berichterstattung aufgearbeitet werden.

Sauerwein, Brantner und Dietrich veröffentlichten dazu 2006 Ergebnisse einer Langzeitstudie, die die Entwicklung der EU-Berichterstattung in Österreich intermediär, im Zeitverlauf von 1995-2004 thematisierte.

Unterschieden wurde dabei zwischen einer vertikalen, horizontalen und politikfeldspezifischen Europäisierung in der medialen Berichterstattung im *ORF*, der Tageszeitung *Der Standard* (als Qualitätspresse) und der Kronen Zeitung (als Boulevardpresse). Als Europäisierung wird üblicherweise die Thematisierung von europäischen Sachfragen, von europäischen Akteuren, Institutionen sowie europabezogene Werte verstanden (Holtza-Bacha, 2004, S. 18).

Die vertikale Europäisierung gab dabei die „Entwicklung des Anteils der EU-Berichterstattung am Gesamtnachrichtenvolumen ... und der Medienpräsenz der zentralen EU-Akteure an.“ (Sauerwein et al., 2006, S. 74). Die horizontale Europäisierung stellte hingegen „die Entwicklung der medialen Aufmerksamkeit für europäische Länder dar“, während die politikfeldspezifische Europäisierung „den Umfang der EU-Referenzen in der Berichterstattung über die unterschiedlichen Politikbereiche“ (S. 74) untersuchte.

Sauerwein et al. (2006) konnte über die Zeit folgende Entwicklungen der EU-Berichterstattung in Österreich festhalten:

Im Sinne der vertikalen Europäisierung konnte ein Bedeutungszuwachs der EU und somit auch der Berichterstattung nachgewiesen werden. Vor allem im Jahr 2000 als gegen Österreich europapolitische Sanktionen verhängt wurde (im Zuge der Mitte-Rechts Koalition von ÖVP und FPÖ, siehe auch Berkel, 2008 Punkt 2.4.3) konnte sogar ein sogenannter „Europäisierungsschub“ verzeichnet werden. Insgesamt nahm die Medienpräsenz der als auch ihrer Akteure zu.

Ein Trend in der horizontalen Europäisierung konnte die Studie nicht nachweisen, im Feld der politikspezifischen Europäisierung kamen Sauerwein et al. (2006) zum Ergebnis, dass die Berichterstattung je nach Politikfeld unterschiedlich stark schwankt. So wurde in Themenbereichen mit nationaler Überschneidung, wie zum Beispiel der Landwirtschaft mehr Berichtet gemessen, als im Bereich Judenbildung. Das zeigt einen Unterschied im Europäisierungsgrad je nach realpolitischer Kompetenzverteilung.

Die Ergebnisse der EU-Berichterstattung im intermedialen Vergleich (von 2002-2004) ergaben, dass EU-Themen zwar sowohl in der Qualitäts- als auch in der Boulevardpresse vertreten sind, jedoch oft in Form von Nebenthemen. Des Weiteren wurde festgestellt, dass eine EU-Berichterstattung häufig als Folge von nationalen Ereignissen auftritt und in der Boulevardpresse (Kronen Zeitung) häufig auf meinungsbetonte Genres, wie Leserbriefe und Kommentare, im Zusammenhang mit der EU-Berichterstattung zurück gegriffen wird (Siehe auch Punkt 2.4.4). Prinzipiell konnte aber eine Relevanz der EU in der medialen Agenda der österreichischen Berichterstattung nachgewiesen werden.

Kritisch merken Sauerwein et al (2006) selbst an, dass die Ergebnisse kein gesamtes und exaktes Bild über die österreichische EU-Berichterstattung liefern können. Viel mehr bieten sie Hinweise auf Trendentwicklungen der Europäisierung in der österreichischen, medialen Öffentlichkeit.

3.3 EU-Einstellungen auf Europaebene

In Zusammenhang mit der näheren wissenschaftlichen Betrachtung der EU-Berichterstattung, ergibt sich auch eine Relevanz der Betrachtung der Einstellungen der Mitgliedsstaaten gegenüber der Europäischen Union.

2001 veranlasste die Europäischen Kommission im Rahmen einer qualitativen Gruppendiskussion in allen 24 europäischen Ländern (damals 15 Mitgliedstaaten und 9 Beitrittskandidaten) um die Einstellungen und Erwartungen der Bürger und Bürgerinnen, sowie ihre Wahrnehmung über die EU zu erfahren. Dieser Bericht ergab, dass die meisten Länder der EU und ihrem eigenen Land pessimistisch gegenüberstehen. Gründe dafür seien fehlender Zusammenhalt, zu geringes wirtschaftliches Wachstum und in den Augen der BürgerInnen eine steigende Kriminalität. Des Weiteren wird von den EuropäerInnen ein starkes Nord-Süd-Gefälle wahrgenommen, wobei sich die südlichen Länder den nördlichen nachgestellt und wirtschaftlich als auch politisch unterlegen fühlen. Dennoch bevorzugen südliche Länder, als auch Irland den Gedanken einer starken eng zusammenarbeitenden EU. Andere Länder sind diesbezüglich eher enttäuscht und beurteilen die EU, als verschmolzene Einheit, eher als Wunschvorstellung. Belgien und Luxemburg konnten als Länder mit starker EU Befürwortung erhoben werden. Österreich und Finnland sind auch im Großen und Ganzen pro EU eingestellt. In Deutschland und Frankreich sieht man das Konstrukt der EU kritischer, da der Anspruch an dieselbe von der Realität noch zu stark abweiche. Dänemark, Griechenland, Italien, Niederlande, Schweden, Spanien und Großbritannien stehen der EU hingegen äußerst kritisch gegenüber. Für diese Ländern zählen hauptsächlich nationale Bedürfnisse die durch die EU nicht, schlecht oder verhindernd erfüllt werden.

Eine weitere relevante Studie, durchgeführt von Boomgaarden, Schuck, Elenbaas und de Vreese (2011) ergab, dass der bis dahin weitverbreitete Euroskeptizismus (Krejci 2004, Lubbers and Scheepers, 2005) zumindest in den Niederlanden von einem Modell abgelöst wird, dass die Autoren die 5 Dimensionen von EU-Einstellungen nennen.

Unter diese 5 Einstellungs-Dimensionen fallen:

1. Emotionale Einstellungen, wie vor allem Angst vor und wegen der EU.
2. Eine europäische Identität, die die EU maßgeblich legitimiert.
3. Die Einstellung, dass die EU und ihre Institutionen eine finanzielle und demokratische Funktion besitzt.
4. Die Einstellung über generelle Unterstützung und Vorteile durch die EU.
5. Die Meinung, dass die EU zukünftig Unterstützung im Bereich politischen Transfer und Integration liefert und ausbaut (S. 258).

Das Resümee, dass Boomgaarden et al. (2011) dadurch ziehen konnten, war nicht nur einerseits eine größeres Einstellungsspektrum der Bevölkerung gegenüber der EU, sondern auch ein multidimensionales. So schließt die Bezugnahme auf eine Einstellungs-Dimension die andere nicht aus. Somit ergab sich in Summe ein positiveres Bild gegenüber der EU, aber auch ein weitaus komplexeres. Sowohl in der Nachvollziehbarkeit als auch in der wissenschaftlichen Überprüfbarkeit.

Eine weitere wichtige Erkenntnis lieferte die Studie von Desmet, van Spanje und de Vreese (2012). Sie untersuchten die Diskrepanz zwischen BürgerInnen die der EU ein Demokratiedefizit vorwerfen, gegenüber denen die zufrieden sind mit der EU Demokratie, anhand von Wahlumfragen in 21 EU-Mitgliedsstaaten. Das Ergebnis zeigte, dass die BürgerInnen der Mitgliedsstaaten mit einer hohen Qualität an national-politischen Institutionen, der EU-Demokratie kritischer gegenüber stehen, vor allem wenn sie national-politisch ein hohes Wissen und Interesse aufweisen.

Um die EU-Einstellungen im Sinne einer Kultivierung der von der Krone dargestellten Sichtweise zu überprüfen, wird im Anschluss an diese Arbeit von Dr. Arendt eine explizite Befragung der LeserInnen der Krone und einen impliziter Assoziationstests durchgeführt werden. Arendt konnte bereits 2008 nachweisen, dass Menschen die die Kronen Zeitung häufiger lesen auch eine negativere EU Einstellung aufweisen und somit eine Kultivierung der Krone Eu-Bewertung aufweisen.

3.4 Allgemeines zur Kronen Zeitung

Wie schon mehrmals erwähnt, ist der Gegenstand dieser inhaltsanalytischen Untersuchung die Neue Kronen Zeitung, auch kurz Krone oder Kronen Zeitung genannt.

Diese österreichische Tageszeitung wurde am 2. Jänner 1900 gegründet. Damals noch unter dem Namen Österreichische Kronen Zeitung bestach diese nicht nur wegen ihres kleinen praktischen Formates, sondern auch wegen ihrer Einfachheit in der Wortwahl beim Verfassen von Artikeln. So verzichtete man beispielsweise auf ein Feuilleton und konnte das Blatt schon um kostengünstige 4 Heller erwerben. Das entsprach damals dem Preis einer Semmel (Dichand, 1977).

Die Zeitung hielt sich, trotz einer Unterbrechung ihrer Erscheinung während des 2. Weltkrieges, in der österreichischen Medienlandschaft bis heute erfolgreich. Mit 36% LeserInnen pro Ausgabe in gesamt Österreich im Jahr 2013 (Mediaanalyse 2013), ist die Kronen Zeitung heute die auflagenstärkste Tageszeitung in Österreich. (weiter Fakten zur Neunen Kronen Zeitung befinden sich im Anhang unter Punkt 11.4)

Dies liegt nicht zuletzt an ihrer Verankerung im Boulevardjournalismus (Burck, 1991) und damit ihrer einfachen Verständlichkeit. Gekennzeichnet durch einfache Sprache, kurze Artikel und einem Unterhaltungs- statt Informationscharakter, der sich konstant durch alle Ressorts zieht, werden oft auch grundlegende Fakten außeracht gelassen (Bruck und Stocker, 1996).

Aus genau diesen Gründen steht die Kronen Zeitung auch regelmäßig unter harter Kritik. So erwähnt Arendt 2009, dass die Kronen Zeitung zu gesellschaftliche und politisch relevante Themen einseitige Stellungen bezieht. So würde sie Themen negativ behaften und damit zu einer kultivierenden Wirkung bei LeserInnen beitragen.

Im Bezug auf die kultivierende Wirkung der Kronen Zeitung wurde von Plasser und Ulram (1994) eine „leichter“ Zusammenhang zwischen der Nutzung verschiedener Printmedien (darunter auch die Neue Kronen Zeitung) und den Pro- und Contra-Stimmen für den Beitritt Österreichs zur EU nachgewiesen. Aufgrund fehlender

Drittvariablen und inhaltsanalytischer Daten dieser Untersuchung, kann man aber einen direkten Zusammenhang zwischen Stimmabsicht und den publizierten Inhalten der Printmedien nicht korrekt nachweisen.

Erst Arendt (2008) zeigte in einer Kultivierungsstudie über die Kronen Zeitung, dass ein positiver Zusammenhang zwischen der Berichterstattung der Krone und den Einstellungen ihrer LeserInnen besteht. So hält Arendt fest: „...dass die Krone zwar keine Allmacht, aber auch keine Ohnmacht besäße ihre LeserInnen zu beeinflussen.“ (Arendt, 2009, S. 217).

Auch Krejci (2004) zeige in seiner Untersuchung über die Grundlagen des Skeptizismus gegenüber der EU, dass sich in Österreich eine vorherrschende Abneigung gegenüber Brüssel und der EU entwickelt. Dies liegt seiner Meinung nach nicht zuletzt daran, dass Medien mit hohem LeserInnen-Anteil dazu neigen unsachlich gegen die EU zu argumentieren. In diesem Zusammenhang untersuchte auch er die Kronen Zeitung inhaltsanalytisch und kam zum Ergebnis, dass diese den EU Skeptizismus unterstützt. Vor allem im Zusammenhang mit Bürokratie, Arbeitsplatzgefährdung und genmanipulierten Lebensmitteln wird die EU in der Krone besonders negativ dargestellt.

4 FORSCHUNGSFRAGEN UND HYPOTHESEN

Im folgenden Kapitel sollen die aufgestellten Hypothesen und die entwickelte Forschungsfrage vorgestellt und ihre theoretische Basis begründet werden.

Hypothese 1: Je näher der Zeitpunkt zur Wahl, desto intensiver ist die EU Berichterstattung (z.B.: Anzahl der EU-Texte).

Diese ergibt sich aus der Theorie der Nachrichtenwertfaktoren (siehe Kapitel 2.4.1). Je näher die Wahl ist, desto höher ist die Aktualität des Themas. Der stärkere Nachrichtenwert wird somit als für die Presse interessanter angenommen. Daher kommt es hypothetisch zu einer intensiveren Berichterstattung.

Hypothese 2: Die Intensivphase der Berichterstattung setzt zwei Wochen vor der Wahl ein.

Aus der theoretischen Betrachtung von Publikationen ergibt sich die Hypothese 2, dass die Intensivphase der EU Berichterstattung erst relativ spät einsetzt (angenommen hier 2 Wochen vor der Wahl), da diese eine Wahl von geringerem Interesse und einem geringeren News Value (Nachrichtenfaktor –Zeit) ist, eine sogenannte „2nd order election“ wie dies von Reif und Schmitt (1980) betitelt wird, im Gegensatz zu beispielsweise Nationalratswahlen. (Siehe Punkt 3.1 und 2.4.1.)

Hypothese 3: In der EU Wahlberichterstattung der Kronen Zeitung wird die EU eher mit negativen Attributen belegt als mit positiven.

Hypothese 4: Die Gesamtbewertung des EU-Themas durch die Kronen Zeitung ist eher negativ als positiv.

Hypothese 3 und 4 wird aus den Ergebnissen von Arendt 2009 abgeleitet sowie der Theorie von McCombs 2004 (Kapitel 2.3), dass die EU eher negativ als positiv attribuiert wird.

Hypothese 5: Der Negativ-Bias nimmt in der Krone mit der Zeit (bis hin zur Wahl) zu.

Auch diese Annahme lässt sich aus den Theoriemodellen der news values, der

Attribuierung der EU nach McCombs 2004 und den Studienergebnissen von Arendt 2009 ableiten (Siehe Punkt 2.3).

Hypothese 6: Der stärkste EU-Bias findet sich in der Krone in den Leserbriefen im Vergleich zu Kommentaren und Berichten.

Durch die Theorie von Berkel 2008 (siehe Kapitel 2.4.3), dass Tageszeitungen dazu neigen Meinungen zu publizieren, die mit der eigenen Blattlinie übereinstimmen (die sogenannten „opportunen Zeugen“) und durch die letzten inhaltsanalytischen Studien von Arendt (2008, 2009) eine negativ Bewertung der Krone gegenüber der EU festgestellt wurde, wird nun davon ausgegangen dass auch die Leserbriefe einen hohen EU-Bias aufweisen.

Die **forschungsleitende Frage** die von weiterem Interesse ist, ist folgende:

Gibt es eine bevorzugte Partei die von der Kronen Zeitung favorisiert und positiver bewertet wird?

Diese Frage ergab sich aus der Recherche über die Neue Kronen Zeitung. So war diese ursprünglich stark sozialdemokratisch angehaucht, bis unter der Regierung von Jörg Haider, eine freiheitliche und nationalstaatliche Blattlinie spürbar war (Bruck, 1991). Offensichtlich wird hier, dass die Zeitung dazu neigt im Laufe der Geschichte immer wieder andere politische Meinungen zu postulieren. Die Frage in welche politische Richtung sich die Blattlinie nun neigt, ist daher betrachtungswürdig.

5 METHODIK

Als methodische Umsetzung dieser Magisterarbeit wurde die quantitative Inhaltsanalyse nach Werner Fröh (2007) gewählt.

Da es um die Analyse der Berichterstattung der Europawahlen 2014 geht, wurden keine künstlichen Wochen gezogen, sondern alle Texte (rund 650 Artikel) in einer Vollerhebung codiert. Aus diesem Grund werden auch keine Signifikanztestes bei der empirischen Umsetzung durchgeführt. Die Zeitspanne des Untersuchungszeitraumes wurde vom 15. März 2014 bis zum 2. Juni 2014 gewählt. Da am 25. Mai 2014 die Wahlen stattfanden.

Im Anschluss wurde eine zweiwellige Befragung von Dr. Florian Arendt durchgeführt, die die kultivierende Wirkung der Kronen Zeitung misst. Welle 1: 31. März -10. April, Welle 2: nach der EU-Wahl, beginnend mit 26. Mai. Der 15. März (Beginn des Untersuchungszeitraumes 1) ist zeitlich ein halbes Monat vor der ersten Welle, somit lässt sich eine stabile Baseline vor Welle 1 in der weiterführenden Forschung berechnen.

Die zu untersuchenden Texte umfassen alle Artikel, Leserbriefe, „Aufreißer“ (= Kurztext über einen Artikel im Inneren der Krone) und Kommentare der Neuen Kronen Zeitung, die das Thema der EU behandeln. Diese werden untersucht, codiert und einander gegenüber gestellt.

Als Codier-Einheit zählt ein Text inklusive Überschrift und Bild (falls vorhanden). Für jeden Text wird die EU-Bewertung allgemein als auch anhand zuvor ausgewählter Attribute codiert. Dieser Aufwand entspricht dadurch ca. 2 – 3 Wochen Laborarbeit

Wie bei der quantitativen Inhaltsanalyse üblich wird ein zuvor angefertigtes Kategoriensystem (siehe Anhang Punkt 9.1), basierend auf theoretischen Grundlagen erstellt und die Texte danach einzeln codiert. Das Kategoriensystem ist in Zusammenarbeit mit Dr. Florian Arendt entstanden und angepasst worden, um für die weiterführenden Untersuchungen alle relevanten Punkte abdecken zu können.

Hierbei wurde nicht nur auf die bereits erwähnt Gesamtbewertung (implizite und/oder explizite Bewertung) jedes EU-Textes geachtet, sondern auch im Sinne der Theorie des Attribute Agenda-Settings (McCombs 2004, siehe Kapitel 2), eine Überprüfung der Texte anhand aufgelisteter Attribute vorgenommen. Diese 24 Attribute gehen aus der Literatur (McCombs 2004) und zuvor durchgeführten Studien (Arendt 2008, 2009) hervor und lassen sich in drei Gruppen, bestimmt nach ihrer Valenz, einteilen:

Valenz	Attribut
Inhärent Positiv	Frieden Menschenrechte Reisefreiheit Umweltschutz Regionen Wirtschaft Konsumentenschutz Mobilität
Inhärent Negativ	Bevölkerung Korruption Kriminalität Zentralismus Bürokratie Demokratiedefizit Verordnungen Lobbyisten Verkehr Staaten Schwerverdiener Preise Zuwanderung Arbeitsmarkt
Inhärent Ambivalent	Softpower Nationalstaaten

Abbildung 6: Auflistung der Attribute des Kategoriensystems

Das Vorkommen dieser Attribute ist in den meisten Fällen entscheidend im Hinblick auf die Gesamtbewertung des Textes. Nur in wenigen Fällen (zum Beispiel bei Leserbriefen) kann eine Bewertung codiert werden ohne dass ein Attribut vorkommt.

In den relevanten Texten, sollen die vorkommenden Attribute identifiziert werden. Es soll in einem ersten Schritt nach Stichwörtern (im Kategoriensystem kursiv markiert) oder semantisch ähnlichen Begriffen gesucht werden. Kommt etwa das Stichwort „Bürokratie“ im Artikel vor, dann muss überprüft werden, ob die Aussage des Artikels mit der Aussage „EU hat zu viel *Bürokratie* oder Beamte“ vereinbar ist. Wird im Artikel genau dies kommuniziert, dann wird die Variable A_Bürokratie mit „Ja (kommt vor)“ (= 2) codiert. Sollte etwa „die EU hat zu wenig Bürokratie“ kommuniziert werden, wird A_Bürokratie nicht codiert (Vgl. Arendt 2008).

Ein Text kann mehrere Attribute beinhalten. Dies bedeutet auch, dass er sowohl inhärent positive, als auch inhärent negative Attribute enthalten kann. In solchen Fällen muss auf die Gesamtbewertung mit ambivalent/uneindeutig codiert werden (siehe auch Punkt 5.1, Variable: Bewertung). Generell genügt es, wenn ein Stichwort eines Attributs genannt wird. Das Attribut kann explizit, direkt oder indirekt über semantisch verbundene Begriffe erwähnt sein (zum Beispiel: „Die EU hat ein Demokratieproblem“) oder implizite genannt werden (zum Beispiel: „Die EU soll demokratischer werden“, präsupponiert ist: Die EU ist undemokratisch). Attribute werden nicht codiert, wenn das Attribut nur kurz erwähnt wird, um es anschließend zu entkräften. Z.B.: „X meinte die EU hat für eine gesunde Wirtschaft gesorgt. Das stimmt aber nicht. Vielmehr ...“. Zentral ist die Position, die im Gesamttext kommuniziert wird.

Ein Reliabilitätstest wurde im Juli 2014, mit 20 Texten der Krone aus dem relevanten Untersuchungszeitraum durchgeführt. In Kooperation mit Dr. Florian Arendt konnte das Kategoriensystem als reliabel getestet werden (Krippendorfs Alpha von 0,83).

Anschließend wurden die Ergebnisse in das Statistikprogramm *IBM SPSS Statistics 22* in eine zuvor angefertigte Datenmaske eingepflegt und ausgewertet.

5.1 Beschreibung und Bewertung der Texte der Inhaltsanalyse

Ein Fall ist ein EU-Text (innerhalb der Berichterstattung des Untersuchungszeitraumes); in dem das Wort „EU“ oder „Europäische Union“ (oder Wortkonstruktionen wie: EU-Wahl, EU-Parlament, EU-Abgeordneter) vorkommt. Das Wort „Europa“ alleine ist zu wenig.

Die Gattung des Textes kann eine Nachricht, ein Kommentar, oder ein Leserbrief sein (siehe Abbildung im Anhang in Kapitel 9.2) Es werden nur redaktionelle Inhalte, das heißt keine Werbung oder wöchentliche Beilagen wie das Fernsehprogramm, analysiert.

Im Kategoriensystem sind als die Variable *Gattung* vermerkt:

1. *Nachrichten* sind informationsbetonte Texte. Sie haben typischerweise eine Überschrift, häufig einen Lead (Vorspann) und den Fließtext. Die Länge variiert teils erheblich. Unter „Nachrichten“ werden sowohl längere Artikel als auch sehr kurze Meldungen (z.B. mit nur 2-3 Sätzen) codiert.
2. *Kommentare* sind meinungsbetonte Texte. In der Krone kommen diese typischerweise als Kolumnen vor (z.B. von Ernst Trost, Kurt Seinitz, Jeannee, Peter Gnam), haben häufig ein Bild des Journalisten und sind umrahmt. Typischerweise werden tagesaktuelle politische Ereignisse angesprochen oder aber auch gesellschaftspolitisch relevante Themen.
3. *Leserbriefe* sind kurze Texte von LeserInnen, die auf den Leserbriefseiten der Krone publiziert werden. Oft unter der Überschrift „Leserbriefe zum EU-Theater“. Leserbriefe werden weiter hinten in der Krone veröffentlicht.

Zu beachten ist, dass Journalisten wie Jeannee zwei Textformen publizieren. Seine Kolumne „Post von Jeannee“ und „Post an Jeannee“ die als Leserbriefe codiert werden. Jeder Leserbrief gilt auch hier als eigener Fall – sollte Jeannee diese Leserbriefe kommentieren, dann werden Jeannees Ausführungen als zusätzlicher Fall, wieder als Kommentar, codiert.

4. *Sonstiges* sind alle anderen Textarten, die nicht eindeutig in die Kategorien Nachrichten, Kommentare, oder Leserbriefe passen. In der Krone etwa „Lust & Liebe“ (Gerti Sänger), Kräuterpfarrer, Wetterbericht, usw. Auch die

Hinweise im Inhaltsverzeichnis der Krone auf Seite 2 (In der Spalte „Heute“ in der Krone, mit Verweisen auf das Blattinnere) werden in diese Kategorie codiert.

Die wohl wichtigste Variable des Kategoriensystems ist die der *Bewertung* der Texte. Das Hauptaugenmerk der Codierung lag dabei auf den in der Kronen Zeitung publizierten Texten und deren Bewertung der EU oder der EU-FunktionärInnen (da diese als RepräsentantInnen der EU fungieren). Es interessiert hierbei ausschließlich die „Bewertung“ der EU innerhalb des jeweiligen Artikels (vgl. Arendt, 2009, S. 221).

Dabei wurde zwischen 1. keine Bewertung, 2. positive Bewertung, 3. negative Bewertung, 4. uneindeutige/ambivalente Bewertung unterschieden. In der Analyse wurden unter der Variablen *Gesamtbewertung* explizite und implizite Bewertungsebenen zusammengefasst. Folglich war für die gesamte Bewertung entscheiden ob ein Text auf explizierter und/oder implizierter Ebene wertend war.

Beispiele für Bewertungen (vgl. Arendt, 2008, S. 220-222):

1. Eine direkte (explizite) Bewertung: (zum Beispiel: „Die EU ist schlecht“, „Die EU ist positiv“, andere Adjektive: zum Beispiel: förderlich, gut, negativ) „Die EU ist eine Wertegemeinschaft. Sie steht für soziale Gerechtigkeit“ = positive Bewertung (auf expliziter Ebene); Wertegemeinschaft ist so gemeint.
2. eine indirekte (explizite) Bewertung verwendet werden: Es werden Aussagen formuliert, die eindeutig im Erzählzusammenhang in eine Richtung weisen (z.B. „Die EU ist korrupt“, „Die EU sorgt für eine gute Wirtschaft“, „Für die EU arbeiten nur unfähige EU-Politiker“, „EU Politiker hören nicht auf Bürger“, „EU hat Regulierungswut“). Die Aussagen dieser indirekten Bewertung können etwa die oben beschriebenen Attribute beinhalten (vgl. Variable Attribute); aber auch andere. Wird ein Attribut verwendet, dass eindeutig im Erzählzusammenhang positiv (oder negativ) ist, wird dies als eine positive (negative) Bewertung codiert.
3. implizite Bewertung über Stilmittel erfolgen; wie etwa (vgl. Früh, 2007, S. 249-260): „Die sogenannte ‚Wertegemeinschaft‘ sorgt dafür, dass ...“ = negative Bewertung (auf impliziter Ebene); impliziert ist, dass der Autor die

EU nicht als Wertegemeinschaft sieht oder das zumindest hinterfragt. Inferenz (zum Beispiel: „Die EU soll zu einer echten Sozialunion werden“ – präsupponiert ist, dass die EU keine echte Sozialunion ist; auch: Es muss etwas getan werden, damit „ein soziales und demokratisches Europa kommt“).

4. Ironisierung (zum Beispiel: „Ja sie ist toll, die ‚Wertegemeinschaft‘ EU“). Zwar ist „Wertegemeinschaft“ an sich ein positiv besetzter Begriff, jedoch wird dieser im Erzählszusammenhang (z.B. durch Anführungszeichen) in seiner Bedeutung umgekehrt.
5. Ambivalente/uneindeutige Bewertung: Merkmalsausprägung „uneindeutig“ wird dann codiert, wenn Attribute mit *sowohl* positiver *als auch* negativer Valenz vorkommen. Auch wenn viele negative Attribute vorkommen und nur ein (unwidersprochenes) positives Attribut wird „uneindeutig/ambivalent“ codiert. Z.B. „In der EU herrscht Korruption. (...) Sie fördert aber die Menschenrechte“. In seltenen Fällen kann es vorkommen, dass der Artikel explizit positiv, aber implizit negativ bewertet wird. In diesem Fall ist „uneindeutig/ambivalent“ zu codieren.

Wird in einem Text ein Akteur (direkt oder indirekt) zitiert, der die EU negativ (positiv) bewertet und der Journalist (oder ein anderer zitierter Akteur) widerspricht dem ersten Akteur nicht, dann wird „negativ“ („positiv“) codiert. Bewertungen werden nicht codiert, wenn der bewertungsrelevante Inhalt nur kurz erwähnt wird, um ihn anschließend zu entkräften bzw. umzukehren. Zum Beispiel: „*Herr X meinte die EU hat für eine gesunde Wirtschaft gesorgt. Das stimmt aber nicht. Vielmehr ...*“. In diesen Fällen soll auf die Intention des Autors geachtet werden.

Die Attribute, die unter der Variable „Attribute“ genannt werden können als Orientierung dienen. Zum Beispiel: „Die EU ist korrupt“. Korruption steht in der Attribute-Liste bei der negativen Valenz, daher wird diese Aussage als negativ codiert. Auch wenn „die EU“ im Artikel nicht als „korrupt“ beschrieben wird, sondern die „EU-Beamten“ oder „EU-Institutionen“ (z.B. „EU-Parlament“), wird eine negative Bewertung codiert. In anderen Worten: Die „EU“ wird auch durch Ihre

„Beamten“ und „Institutionen“ vertreten. Wenn etwa „EU-Parlamentarier jeden Blödsinn beschließen“ ist das eine negative Bewertung.

Hat ein Artikel keine Bewertung, dann wird „keine Bewertung“ codiert. Hat ein Artikel nur positive Bewertungen, dann wird „positiv“ codiert. Hat ein Artikel nur negative Bewertungen, dann wird „negativ“ codiert. Hat ein Artikel sowohl positive als auch negative Bewertungen, dann wird „uneindeutig/ambivalent“ codiert.

5.2 Beschreibung des erhobenen Datensatzes

Durch die Erhebung der Daten mittels quantitativer Inhaltsanalyse wurde die Bewertung der EU in der Kronen Zeitung im Zeitraum des 15. März 2014 bis zum 2. Juni 2014 erfasst. Es wurden 652 Texte (Artikel, Leserbriefe und Kommentare) codiert. Von diesen wurden rund 47,1 % negativ und nur 3,1 % positiv bewertet. 47,4 % der Texte enthielten keine Bewertung. Ein geringer Anteil von 2,5 % wurde als uneindeutig/ambivalent codiert (Texte enthielten negative als auch positive Bewertungsattribute)

Dieses Ergebnis verdeutlicht, dass die EU im Printmedium der Neuen Kronen Zeitung sehr negativ dargestellt wird. Dies zeigten auch die Studien von Arendt (2009).

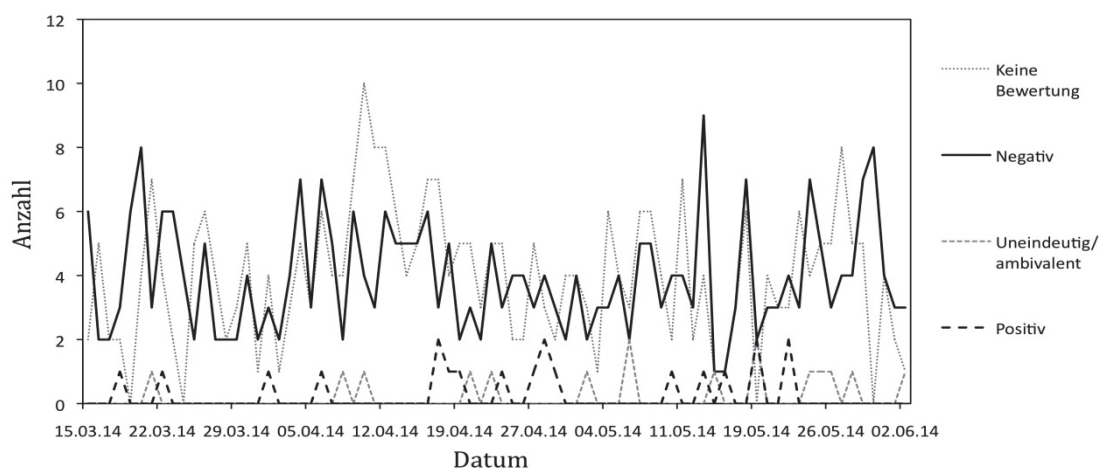


Abbildung 7: Anzahl der EU-Texte (Vollerhebung) in Abhängigkeit der Zeit und der Bewertung (n=652)

In Abbildung 7 zeigt die Anzahl aller EU-Texte erschienen in der Krone im relevanten Beobachtungszeitraum, in Abhängigkeit der Zeit und der Bewertung. Hierbei ist auffällig, dass die Menge der negativ bewerteten Texte relativ hoch ist (Schwankungen zwischen 2 und 10 pro Tag). Nur an wenigen Tagen erscheinen Texte mit positiver Bewertung oder ambivalenter, während es keinen Tag ohne negativ bewerteten Text gibt. Die Waage hält sich zwischen Fällen in denen keine Bewertung codiert werden konnte mit jenen in denen eine Negativbewertung stattfand.

Wie in den Studien von Arendt (2008, 2009) bereits mehrfach gezeigt, tritt die EU-Negativität in der Gattung der Leserbriefe am stärksten auf. Das trifft auch auf die hier erhobenen Daten zu. In 652 Texten finden sich 232 Leserbriefen mit eindeutig negativer Bewertung. Während die Summe aus negativ bewerteten Nachrichten, Kommentaren und sonstigen Texten nur 75 beträgt.

6 RESULTATE

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse aller EU-Texte von 15. März bis 2. Juni 2014 präsentiert. Die Hypothesen H1- H6 als auch die forschungsleitende Frage werden der Reihe nach aufgelistet und überprüft. Aufgrund der Vollerhebung aller Texte im untersuchungsrelevanten Zeitraum waren keine Signifikanztests notwendig. Lediglich für Hypothese 5 und 6 wurde zur Veranschaulichung der Abhängigkeit der Variablen Cramers V erhoben.

Hypothese 1: Je näher der Zeitpunkt zur Wahl, desto intensiver ist die EU Berichterstattung (z.B.: Anzahl der EU-Texte).

Zeitraum	Texte (Anzahl)	Ausgaben	Texte pro Ausgabe	Rang
15. März bis 31. März	122	17	7.18	6
1. April bis 14. April	139	14	9.93	1
15. April bis 30. April	129	15	8.60	4
1. Mai bis 14. Mai	105	14	7.50	5
15. Mai bis 25. Mai	88	10	8.80	2
26. Mai bis 2. Juni	69	8	8.63	3
Summe	652			

Abbildung 8: Tabelle zur Verteilung der veröffentlichten Texte über den Beobachtungszeitraum

Zur Beantwortung der Hypothese 1 wurde eine Häufigkeitstabelle (Abbildung 8) erstellt, in der die Anzahl der EU-Texte den einzelnen Zeiträumen (Zeitraum 1-6) gegenüber gestellt wurde. Die Verteilung ergab, dass die meisten EU-Texte (139) in der Kronen Zeitung im Zeitraum 2 veröffentlicht wurden (1. April - 14. April). Die gewählten Zeiträume sind den Kalendermonaten angepasst, sowie dem Stichtag der EU-Wahl am 25. Mai 2014. Daraus ergibt sich, dass die Zeiträume willkürlich eingeteilt wurden (Monatserster, Monatsmitte, Monatsletzter, Wahltag) und nicht gleich viele Kalendertage bzw. Zeitungsausgaben umfassen. Dies war in der weiteren

Interpretation der Daten zu berücksichtigen. Daher war ein Vergleich der absoluten Anzahl der Texte je Zeitraum nicht zulässig. Um ein vergleichbares Maß zu erhalten, wurde die durchschnittliche Anzahl der EU-Texte pro Zeitungsausgabe für alle Zeiträume rechnerisch ermittelt. Aufgrund dieses errechneten Vergleichswertes (Texte pro Krone-Ausgabe, siehe Abbildung 8) wurden die Zeiträume nach absteigender Anzahl gereiht (Rang 1 bis 6). Auch nach der rechnerischen Korrektur liegt Zeitraum 2 mit durchschnittlich 9,93 Texten pro Ausgabe an der Spitze. An zweiter und dritter Stelle liegen Zeitraum 5 (15. Mai – 25. Mai), die letzten 10 Tage vor der Wahl inklusive Wahltag, und Zeitraum 6 (26. Mai – 2. Juni), die Woche nach der EU-Wahl. Dies erklärt sich durch die intensive Berichterstattung in der Woche vor und nach der Wahl (Berichterstattung zu Wahlergebnissen, Analysen etc.).

Die Zeitspanne mit den wenigsten EU-Texten pro Ausgabe (7,18) war Zeitraum 1. Aufgrund dieser Ergebnisse wird die Hypothese H1 falsifiziert, weil zur EU-Wahl 2014 die meisten EU-Texte rund 6-8 Wochen vor der Wahl in der Kronen Zeitung erschienen sind. In weiterer Folge zeigte sich eine Abnahme der EU-Texte bis im Zeitraum 5 wieder ein Anstieg zu verzeichnen war. Dieser Verlauf wird in Abbildung 9 illustriert. Auffällig ist, dass genau in der Sonntagsausgabe der Kronen Zeitung am 18. Mai, eine Woche vor der EU-Wahl, ein Spitzenwert von 13 Texten zu verzeichnen war, wovon 7 Texte negativ bewertet wurden und 6 Texte keine Bewertung enthielten (siehe auch Abbildung 7). Betrachtet man die Anzahl der negativen bewerteten Texte rund um den Wahltag in Abbildung 9 etwas genauer, so fallen vier weitere Spitzenwerte auf: 9 negativ bewertete Texte am 13. Mai (Dienstag), 7 negativ bewertete Texte am 24. Mai (Tag vor der Wahl), 7 negativ bewertete Texte am 29. Mai (Feiertag: Christi Himmelfahrt), sowie 8 negativ bewertete Texte am 30. Mai („Fenstertag“).

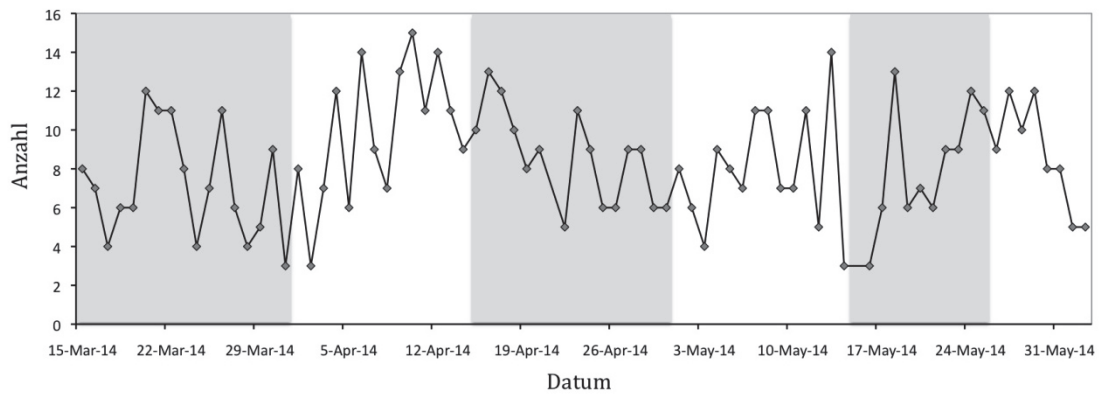


Abbildung 9: Anzahl der Texte pro Zeitraum

Hypothese 2: Die Intensivphase der Berichterstattung setzt zwei Wochen vor der Wahl ein.

Laut dieser Hypothese müsste die Spitze der Anzahl der EU-Texte in der Kronen Zeitung im Zeitraum 4 (1. Mai – 14. Mai) beziehungsweise 5 (15. Mai – 25. Mai, letzten 10 Tage vor der Wahl + Wahltag) angesiedelt sein. Wie man allerdings in der Abbildung 8 zu Hypothese 1 ablesen kann, befindet sich die Intensivphase der Berichterstattung mit einer Anzahl von 139 beziehungsweise 129 Texten im Zeitraum 2 (1. April – 14. April) und Zeitraum 5 (vor der Wahl: 15. Mai bis 25. Mai) gefolgt von Zeitraum 6 (nach der Wahl: 26. Mai bis 2. Juni) der Beobachtung. Damit wird auch die Hypothese 2 falsifiziert, da die Intensivphase der EU-Berichterstattung der Neuen Krone 6-8 Wochen vor der Wahl gezeigt wurde. Erwähnenswert ist aber, dass im Zeitraum von 10 Tagen vor der Wahl beziehungsweise 8 Tagen nach der Wahl die EU-Berichterstattung ebenfalls prominent vertreten ist.

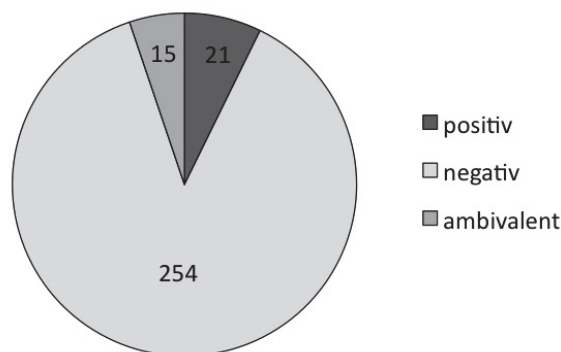


Abbildung 10: Vorkommen aller Attribute gruppiert nach ihrer Valenz

Hypothese 3: In der EU Wahlberichterstattung der Kronen Zeitung wird die EU eher mit negativen Attributen belegt als mit positiven.

Von den 652 EU-Texten in der Kronen Zeitung konnte in 290 Fällen eines der in Abbildung 10 aufgelisteten Attribute codiert werden. Diese werden in drei Kategorien unterteilt, wobei 14 Attribute eine inhärent negative Valenz, 8 Attribute eine inhärent positive und 2 eine inhärent ambivalente Valenz aufweisen (Genaueres im Kategoriensystem im Anhang unter Punkt 9.1).

Am Häufigsten werden folgende drei Attribute in den EU-Texten genannt: Schwerverdiener (n= 35), Arbeitsmarkt (n=33), Verordnungen (n=30). Diese Attribute sind alle als inhärent negativ kategorisiert. Wie in Abbildung 7 gezeigt, konnten in 254 Fällen negative, in 21 Fällen positive und in 15 Fällen ambivalente Attribute codiert werden. Trotz der unterschiedlichen Gewichtung der Attribute im Kategoriensystem (positive Attribute n= 8, negative n = 14, ambivalente n= 2), kann man prozentuell feststellen, dass im Durchschnitt pro Attribut die Verteilung bei den negativen deutlich höher ist. Im Schnitt wurde ein negatives Attribut 18,1 mal codiert, ein positives 2,6 mal und ein ambivalentes 7,5 mal.

Valenz	Attribut	Vorkommen (Anzahl)	Durchschnittl. Vorkommen
Inhärent Positiv	Frieden	7	2,6
	Menschenrechte	0	
	Reisefreiheit	1	
	Umweltschutz	3	
	Regionen	1	
	Wirtschaft	7	
	Konsumentenschutz	2	
	Mobilität	0	
Inhärent Negativ	Bevölkerung	13	18,1
	Korruption	14	
	Kriminalität	20	
	Zentralismus	20	
	Bürokratie	10	

Valenz	Attribut	Vorkommen (Anzahl)	Durchschnittl. Vorkommen
	Demokratiedefizit	28	
	Verordnungen	30	
	Lobbyisten	24	
	Verkehr	5	
	Staaten	1	
	Schwerverdiener	35	
	Preise	15	
	Zuwanderung	6	
	Arbeitsmarkt	33	
Inhärent	Softpower	0	7,5
Ambivalent	Nationalstaaten	15	

Abbildung 11: Verteilung der zu codierenden Attribute

Hypothese 4: Die Gesamtbewertung des EU-Themas durch die Kronen Zeitung ist eher negativ als positiv.

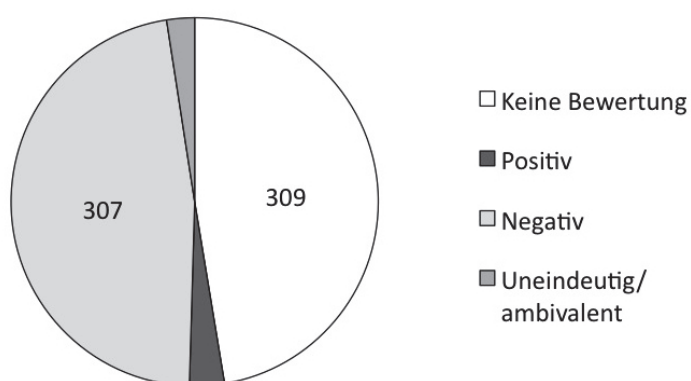


Abbildung 12: Gesamtbewertung aller EU-Texte (n=652)

Aus vorliegender Abbildung 12 ist klar zu erkennen, dass die Häufigkeiten der gesamten Bewertung der EU-Texte sich wie folgt aufteilt. In 309 Fällen findet keine

Bewertung der EU in den Texten statt und in fast gleich vielen Fällen (n=307) findet eine negative Bewertung der EU statt. Nur 20-mal konnte eine positive Bewertung der EU-Texte codiert werden und in 16 Fällen war eine eindeutige Bewertung nicht zuordenbar, daher wurde diese mit uneindeutig/ambivalent codiert. Die Hypothese 4 konnte verifiziert werden, wobei fast gleich viele negative wie nicht bewertete EU-Texte zu verzeichnen waren. Von den Texten, denen eine eindeutige Bewertung (positiv oder negativ) zuordenbar war (n=327) sind rund 93,88 % negativ bewertet. Während die positiven nur einen Anteil von rund 6,12 % aufweisen.

Hypothese 5: Der Negativ-Bias nimmt in der Krone mit der Zeit (bis hin zur Wahl) zu.

Von den 652 EU-Texten in der Kronen Zeitung konnten 327 mit einer eindeutigen Bewertung codiert werden (siehe Abbildung 12). Aufgrund der sehr geringen Anzahl an positiv bewerteten Texten (n=20) wird zunächst die Verteilung der negativen gesamt Bewertungen über den Auswertungszeitraum betrachtet.

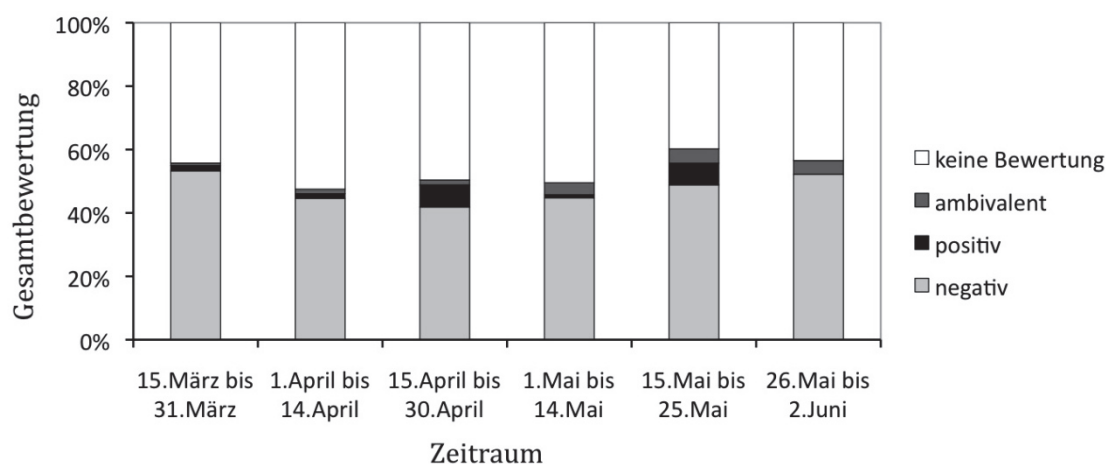


Abbildung 13: Gesamtbewertung der EU-Texte (n=652) über den Beobachtungszeitraum

Die kumulierte Häufigkeit der Kategorienzuordnung ist in Abbildung 13 gezeigt. Der prozentuelle Anteil der negativ bewerteten Texte liegt zwischen einem Maximalwert von 53,3 % (zu Beginn des Erhebungszeitraumes) und einem Minimalwert von 41,9 %. Über den Beobachtungszeitraum ist zunächst ein Abnahme der negativ bewerteten Texte zu beobachten (bis zum Zeitraum 3), danach (Zeitraum 4-6) wieder eine Zunahme. Der Wahltag ist der letzte Tag im Zeitraum 5 (25. Mai). Zu

beobachten ist, dass ab 6 Wochen vor der Wahl eine Zunahme der negativen Bewertungen sowie eine Abnahme der Texte ohne Bewertung stattfinden. Zu verzeichnen waren zwei prozentuale Spitzen beim Vorkommen von positiv bewerteten Texten, nämlich im Zeitraum 3 mit 7 % und im Zeitraum 5 mit 6,8 %. In den anderen Zeiträumen war der Wert kleiner als 2 %.

Wird die Verteilung der Attribute im Auswertungszeitraum betrachtet, zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei der zuvor erörterten Verteilung der Gesamtbewertung (siehe Abbildung 14). Die dargestellte kumulierte Häufigkeit der Attribute zeigt deren Verteilung auf drei Kategorien (negativ, positiv, ambivalent) im Jeweiligen Zeitraum.

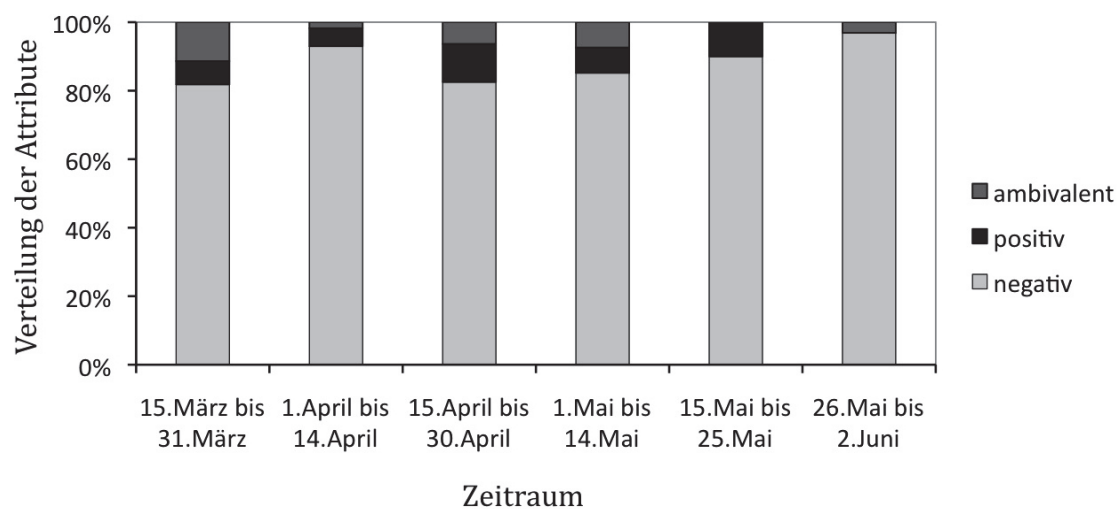


Abbildung 14: Kumulierte Häufigkeit der Attribute nach 3 Kategorien

Die Nennung negativer Attribute dominiert und es war ein Anstieg im Auftreten negativer Attribute von Zeitraum 3 (82,5 %) bis Zeitraum 6 (96,9 %) zu verzeichnen. Die Erhebung von Cramers V (0,117) ergab, dass ein schwacher aber statistisch vernachlässigbarer Zusammenhang besteht. Folglich liegt keine Veränderung des negativ Bias in der Berichterstattung der Neuen Kronen Zeitung vor, sondern diese kann als konstant negative Berichterstattung betrachtet werden. Dies geht auch aus den inhaltsanalytischen Studien zur EU-Berichterstattung in der Kronen Zeitung von Arendt (2008, 2009) hervor und bildet die Basis für die weiterführende Kultivierungsforschung.

Hypothese 6: Der stärkste EU-Bias findet sich in der Krone in den Leserbriefen im Vergleich zu Kommentaren und Berichten.

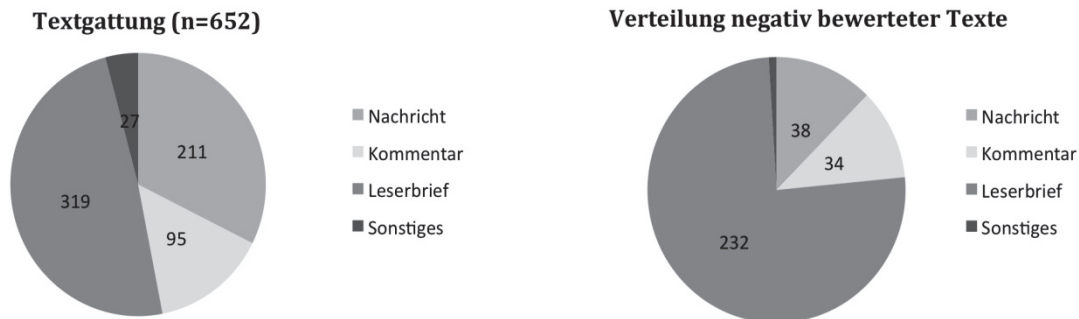


Abbildung 15: Verteilung der Textgattungen sowie der negativ bewerteten Texte in der Krone

Wie in Abbildung 15 ersichtlich, befinden sich die meisten negativ bewerteten Texte in der Gattung der Leserbriefe. Dies wurde auch schon in mehreren Studien von Arendt (2009) gezeigt. Somit kann die Hypothese 6 verifiziert werden. Das Cramers V (0,313) ergab einen statistisch signifikanten Zusammenhang der Variablen. Von den 652 codierten Texten, befanden sich 48,93 % in den Leserbriefen, daneben erschienen die meisten Texte 32,36 % in der Gattung der Nachricht, gefolgt von den Kommentaren und sonstigen Textgattungen.

Die **forschungsleitende Frage** die es zu beantworten gilt lautet: Gibt es eine bevorzugte Partei die von der Kronen Zeitung favorisiert und positiver bewertet wird?

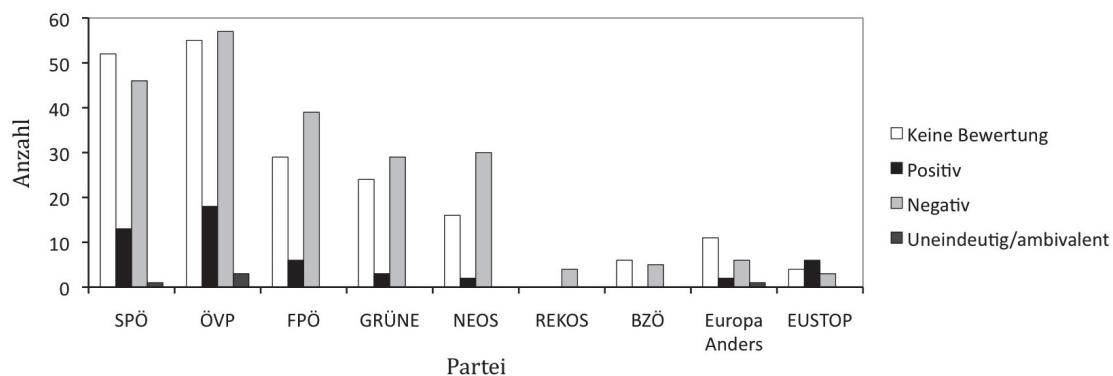


Abbildung 16: Nennung der Parteien in Abhängigkeit der Bewertung

Im Rahmen der quantitativen Inhaltsanalyse wurde das Vorkommen, der 9 wahlwerbenden Parteien zur Europawahl 2014 in Abhängigkeit der Bewertung codiert. Dabei wurde nach denselben Kriterien vorgegangen, die für die Gesamtbewertung des EU-Textes angewandt wurde. So wurden sowohl bei einer negativen als auch bei einer positiven Bewertung explizite und/oder implizite Kriterien zusammengefasst berücksichtigt. So wurden Texte in denen der ÖVP Landwirtschaftsminister Andrä Rupprechter positiv erwähnt wurde stellvertretend für die ÖVP positiv codiert. Wurde in Leserbriefen eine Partei ausdrücklich als negativ oder positiv, wählbar oder unwählbar genannt, wurde auch eine Codierung im Sinne der beschriebenen Vorgehensweise vorgenommen. Die erhobenen Daten wurden in einer deskriptiven Statistik dargestellt. Dabei zeigte sich, dass in 80% der erhobenen Texte keine Partei genannt wurde. In den übrigen 20 % waren eine oder mehrere Parteien namentlich oder durch einen Kandidaten für das EU-Parlament vertreten. Die Nennungen in Abhängigkeit der Bewertung ist in Abbildung 16 dargestellt. Generell am öftesten insgesamt genannt wurde die ÖVP (n=133) gefolgt von der SPÖ (n=112). Weiters folgen FPÖ, Grüne und NEOS. Die Nennung aller anderen Parteien erfolgte in weniger als 5 % aller Texte. Die meisten negativen Bewertungen in absoluten Zahlen, hatte die ÖVP, gefolgt von der SPÖ und der FPÖ. Die meisten positiven Nennungen hatten aber auch dieselben Parteien (ÖVP, SPÖ und FPÖ) in derselben Rangfolge. Vergleichend lässt sich aus Abbildung 16 ablesen, dass sowohl die neutralen als auch die negativen Bewertungen annähernd gleich oft vorkommen, während die ausdrückliche Nennung von positiven Partei- oder Kandidatenbewertungen auffallend selten auftauchen.

Anhand der erhobenen Daten kann festgestellt werden, dass zwei Parteien mit Abstand am häufigsten sowohl positiv als auch negativ genannt wurden, jedoch waren keine markanten Unterschiede in den Daten zu den beiden Großparteien SPÖ und ÖVP ersichtlich. Interessant in diesem Zusammenhang ist festzustellen, dass in der bestehenden Literatur die kultivierende Wirkung von negativ bewerteten Themen nachweislich höher eingeschätzt wird. In Summe werden von der Neuen Kronen Zeitung die momentanen Koalitionsparteien und die FPÖ in den Fokus der politischen Berichterstattung gestellt.

7 DISKUSSION

Die vorliegende Magisterarbeit beschäftigte sich mit der EU-Bewertung in der Berichterstattung der Neuen Kronen Zeitung zum Zeitpunkt der Europawahlen 2014. Anknüpfend an die bestehende Forschung wurde eine quantitative Inhaltsanalyse von allen Texten die das Thema der EU behandelten von 8 Wochen vor der Wahl (25. Mai 2014) bis eine Woche nach dieser analysiert.

Eingebettet in die kontinuierliche Forschungsarbeit von Dr. Florian Arendt, hatte die vorliegende Studie das Ziel den genannten Beobachtungszeitraum rund um die EU-Wahl inhaltsanalytisch zu erfassen. So kann in weiterer Folge die Bewertung des Themas EU in der Kronen Zeitung über die Zeit beobachtet werden, sowie deren mögliche Kultivierungseffekte.

Die erhobenen Daten zeigen eine konsistent negative Bewertung der EU, gleichzeitig ist eine kumulative Negativität gegeben. Wie es der Forschungsablauf von Kultivierungsstudien verlangt, beinhaltet die erste Phase die Aufarbeitung der inhaltlichen Strukturen des untersuchten Mediums, während der zweite Schritt eine Überprüfung der Kultivierungshypothese vorsieht, die aus den erhobenen inhaltsanalytischen Daten hervorgeht. Weil über einen Zeitraum von 8 Wochen vor der EU-Wahl die Gesamtbewertung der EU in den Krone-Texten erhoben worden ist, bietet der hier präsentierte Datensatz eine solide Grundlage für die anknüpfende Kultivierungsstudie von Dr. Arendt. Die wichtigsten Voraussetzungen der konsistenten und kumulativen Negativität der Berichterstattung für die Formulierung einer gerichteten Kultivierungshypothese sind damit gegeben. Entgegen der theoretischen Annahme der Nachrichtenwertfaktoren laut denen Themen mit zeitlicher Nähe besondere Aufmerksamkeit genießen, wurde festgestellt, dass die Berichterstattung der Krone bereits 6-8 Wochen vor der EU-Wahl ihren Höchstwert (gemessen an der Anzahl der Texte) erreicht hatte. Weiters war rund um den Wahltag (25. Mai) eine hohe Anzahl an publizierten EU-Texten zu verzeichnen. In Übereinstimmung mit den Studien von Arendt (2008, 2009) konnte die negative Gesamtbewertung des EU-Themas bestätigt werden.

Auch die Hypothese, dass die EU eher mit negativen Attributen belegt wird als mit positiven konnte bewiesen werden. Damit ist im Sinne von McCombs (2004) eine Stereotypisierung von politischen Medieninhalten gegeben. Die meist genannten Attribute waren dabei die inhärenten negativen: Schwerverdiener, Arbeitsmarkt und Verordnungen.

Der stärkste EU Bias aufgrund von negativer Berichterstattung findet sich in den Leserbriefen im Vergleich zu Kommentaren und Berichten, wie in der Hypothese formuliert. Dadurch ist die Theorie der „opportunen Zeugen“ von Berkel (2008), dass Zeitungen bevorzugt blattlinienkonforme Gaststimmen und Kommentare publizieren, auch für die Krone bestätigt. Im Zuge der untersuchten Forschungsfrage konnte festgestellt werden, dass die zwei aktuellen Koalitionspartner SPÖ und ÖVP am häufigsten genannt werden, sowohl in negativem Zusammenhang als auch wertungsfrei. Im Gegensatz zu früheren Beobachtungen, konnte damit keine Bevorzugung im Sinne der Parteiennennung gefunden werden. Kritisch kann eine detailliertere Erhebungsmethodik in den Raum gestellt werden, um die Aussage bezüglich der präferierten Partei zu präzisieren. Vor allem eine Kombination aus quantitativer und qualitativer Inhaltsanalyse würde die Signifikanz einer Aussage erhöhen. Des Weiteren wäre eine differenziertere Betrachtung bei der Erhebung der Parteienennungen in den Texten vorteilhaft. Dies begründet sich aus der Beobachtung, dass in einigen Texten mehr als 4 Parteien aufgezählt wurden. In der Auswertung könnte dies zu einem verzerrten Bild führen, da Texte die nur eine einzige Parteienennung beinhalten in der Auswertung anders gewichtet werden müssten.

Ergänzend zur inhaltsanalytischen Erhebungsmethodik wurde während der Codier-Arbeit das häufige Auftreten der Attribute: Griechenlandpolitik und Finanzpolitik sowie die Verhandlungen zum TTIP beobachtet. Für die weiterführende Forschung könnten diese Attribute die in einem Negativzusammenhang stehen in der Anfertigung eines Kategoriensystems interessant sein. Auch die Hinzufügung einer eigenen Kategorie, die eine nicht argumentierte negative Bewertung der EU beschreibt, wäre überlegenswert. Dies begründet sich aus der Beobachtung, dass in vielen Leserbriefen die EU argumentationslos verdammt wurde.

Die Erkenntnisse dieser Studie und der erhobene Datensatz sind Bestandteil einer übergeordneten Studie von Dr. Florian Arendt zur kultivierenden Wirkung der Kronen Zeitung. Als das meist gelesene Printmedium in Österreich (Quelle Mediaanalyse 2013) erscheint die Beobachtung der Kultivierung der Kronen Zeitung über die Zeit hinweg besonders relevant. Um gesicherte Aussagen tätigen zu können ist eine konstante Datenerhebung zur Wirkungsbeschreibung der Kronen Zeitung notwendig. Die Beobachtung der Kultivierungseffekte der Kronen Zeitung im Vergleich zu anderen österreichischen Printmedien oder im Vergleich ihrer Print- und Onlineausgabe könnte als Impuls für zukünftige Untersuchungen fungieren.

Ein Fazit kann im Sinne einer nachweisebaren wertenden EU-Berichterstattung der Neuen Kronen Zeitung gezogen werden, die durch die Verknüpfung des EU-Themas mit negativen Attributen, folgend der second-level Agenda-Setting Theorie von McCombs (2004) oder einer negativen impliziten und/oder expliziten Gesamtwertung (vgl. Arendt 2008, 2009), stattfindet.

8 LITERATURVERZEICHNIS

- Arendt F. (2008): Zur kultivierenden Wirkung der Kronen Zeitung. *Medien Journal*, 32(4) 3-21
- Arendt, F. (2009): Explizite und implizite kultivierende Wirkung der Kronen Zeitung. Eine Empirische Untersuchung von Kultivierungseffekten auf explizite und implizite politische Einstellung. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 57(2) 217-237
- Berkel, B. (2008): Politischer Parallelismus. In Pfetsch, B. & Adam, S. (Hrsg.), *Massenmedien als politische Akteure. Konzepte und Analysen*. Wiesbaden: GWV Fachverlag GmbH, 245
- Bonfadelli, H. (2002): *Medieninhaltsforschung*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Boomgaarden, H., Schuck A., Elenbaas, M., de Vreese, C. (2011). Mapping EU attitudes: Conceptual and empirical dimensions of Euroscepticism and EU support. *European Union Politics* 12(2) 241-266.
- Bowe, B. J., Fahmy, S. & Wanta, W. (2013): Missing religion: Second level agenda setting and Islam in American newspapers. *International Communication Gazette* 75(7), 636-652.
- Bruck, P. & Stocker G. (1996): Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens. *Zur Rezeption von Boulevardzeitungen*. Münster: LIT-Verlag
- Bruck, P. (1991): Das österreichische Format. *Kulturkritische Beiträge zur Analyse des Medienerfolges „neue Kronen Zeitung“*. Wien: Wiener Journal Zeitschriftenverlag.
- Dahinden, U. (2006): *Framing: Eine integrative Theorie der Massenkommunikation*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Desmet, P., Van Spanje, J., de Vreese, C. (2012): “Second-order” institutions: national institutional quality as a yardstick for EU evaluation. *Journal of European Public Policy* 19(7) 1071-1088.
- Dichand, H. (1977): *Kronen Zeitung. Die Geschichte eines Erfolges*. Wien: Verlag Orac.
- Eckes, T. (1997): *Geschlechterstereotype. Frau und Mann in sozialpsychologischer Sicht*. Frankfurt am Main: Centaurus-Verlagsgesellschaft Pfaffenweiler.

- Eilders, C. (1997): *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Informationen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Eilders, C. (1999): Synchronization of Issue Agendas in News and Editorials of the Prestige Press in Germany. *Communications* 24(3), 301-328.
- Erich-Borst-Institut für Journalismus in Europa (2005): AIM =Adequate Information Management in Europe. Dortmund: Dokumentation des Forschungsprojektes.
- Europäische Kommission, Generalsekretariat (2001): Öffentliche Diskussion über die Zukunft Europas. Wahrnehmung der Europäischen Union Einstellungen und Erwartungen. Abgerufen am 10.10.2014 unter: <http://www.europa.eu.int/futurum>
- Früh, W. (2007): *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. Konstanz: UVK.
- Gerbner, G. & Gross, L. (1976): Living With Television: The Violence Profile *Journal of Communication* 2(26), 173-199.
- Galtung, J. & Ruge, M. (1965): The structure of foreign news. The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Research* 2, 64-91.
- Haas, H. (2000): *Druckmedien und Kommunikationsordnung: Struktur – Organisation – Funktion*. Wien: WUV.
- Hagen, Lutz M. (1993): Opportune witnesses. An analysis of balance in the selection of sources und arguments in the leading German newspapers' coverage of the census issue. *European Journal of Communication*, 8, 317-343.
- Hahn, J., Haida, L., Kusuma S., Mok, K., Schmid, M., Schulz, K., Schwendenmann N. & Szep, M. (2008): *Europa als Gegenstand politischer Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme GmbH Verlag für wissenschaftliche Literatur.
- Hawkins, R. P. & Pingree, S. (1982): Television's influence on social reality. In D. Pearl, L. Bouthilet & J. B. Lazar (Hrsg.), *Television and behavior. Ten years of scientific progress and implications for the eighties*, Vol. 2, 224-247, Rockville, MD: National Institute of Mental Health.
- Hawkins, R. P., Pingree, S. & Adler, I. (1987): Searching for Cognitive Processes in the Cultivation Effect. *Human Communication Research*, 13(4), 553-577.

- Holtza-Bacha, C. (2005): *Europawahl 2004. Die Massenmedien im Europawahlkampf*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kevin, D. (2001): Coverage of the European Parliament elections of 1999: National public spheres and european debates. *Javnost – The Public*, 8, 21-38
- Krejci H. (2004): *Grundlagen des Skeptizismus gegenüber der Europäischen Union und dem Euro*. Wien.
- Machill, M., Beiler, M. & Fischer, C. (2006): Europa-Themen in den Medien – die Debatte um die europäische Öffentlichkeit. Eine Metaanalyse medieninhaltsanalytischer Studien. In: Langenbucher W. & Latzer, M. (Hrsg.): *Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive*. Wiesbaden: 132-155.
- Maletzke, G. (1972): *Einführung in die Massenkommunikationsforschung*. Berlin: Spiess.
- Matthes, J. (2007): *Framing-Effekte. Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellungen der Rezipienten*. München: Verlag Reinhard Fischer.
- McCombs, M. E., Lopez-Escobar, E. & Ray, F. (1997): Candidate images in Spanish elections: Second-level agenda-setting effects. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 74(4), 703-717
- McCombs, M. E., Lopez-Escobar, E. & Llamas, J. P. (2000): Setting the agenda of attributes in the 1996 Spanish general election. *Journal of Communication*, 50(2), 77-92
- McCombs, M. E. (2004): *Setting the agenda. The mass media and public opinion*. Cambridge: Polity Press.
- McQuail, D. (1992): *Media Performance. Mass Communication and the public interest*. London: Sage.
- Mediaanalyse (2013). Abgerufen am 14. 10. 2014 unter: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungTotal.do?year=2013&title=Tageszeitungen> & <http://derstandard.at/1376534417432/OeAK-Krone-bleibt-meistverkaufter-Titel>
- Mittag, J. & Wessels, W. (2003): The „One“ und the „Fifteen“? The Memberstates between procedural adaptation und structural revolution. In: Wessels, W., Maurer, A. & Mittag, J. (Hrsg.): *Fifteen into one? The European Union and its member states*. Manchester/New York: Manchester University Press, 413-457.

- Morgan, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G. W. & Barrett, K. C. (2004): *SPSS for Introductory Statistics. Use and Interpretation*. Second Edition. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Pfetsch, B., Eilders, C. & Neidhardt, F. (2004): *Das Kommentariat. Rolle und Status einer Öffentlichkeitselite*. WZB-Paper. Best.-Nr. SP IV 402.
- Plassere, F. & Peter, A. (1994): Meinungstrends, Mobilisierung und Motivlagen bei der Volksabstimmung über den EU-Beitritt. In: Pelinka, A. (Hrsg.): *EU-Referendum. Zur Praxis direkter Demokratie in Österreich*. Wien: Signum Verlag, 87-119
- Pürer, H. (2003) *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Reif, K. & Schmitt, H. (1980): Nine second-order national elections: A conceptual framework for the analysis of European election results. *European Journal of Political Research*, 8, 3-44.
- Reiser, S. (1994): *Parteienkampagne und Medienberichterstattung im Europa-Wahlkampf 1989. Eine Untersuchung zu Dependenz und Autonomieverlust im Verhältnis von Massenmedien und Politik*. Konstanz: UVK Medien/Ölschläger.
- Rossmann, C. (2008): *Fiktion Wirklichkeit. Ein Modell der Informationsverarbeitung im Kultivierungsprozess*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Rössler, P. (1997): *Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Sarcinelli, U. (1998): Mediatisierung In: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hrsg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil*. Wiesbaden: 678-679
- Sauerwein, F., Brantner C. & Dietrich, A. (2006): *Europäisierung der österreichischen Öffentlichkeit: Mediale Aufmerksamkeit für EU-Politik und der veröffentlichte Diskurs über die EU-Erweiterung*. Forschungsbericht. Wien: Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft.
- Schäfer, T. (2011): *Brüssel - vermeintlich fern. Zum europäischen Denken und Handeln deutscher Regionalzeitungen*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Schalkowski, E. (2011): *Kommentar, Glosse, Kritik. Praktischer Journalismus*. Band 85. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

- Schenk, M. (2007): *Medienwirkungsforschung*. (3. Auflage) Tübingen: Mohr Siebeck.
- Scheufele, B. (2003) *Frames - Framing - Framing-Effekte*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Schuck, A., Xezonakis, G., Elenbaas, M., Banducci, S., de Vreese, C. (2010): Party condensation and Europe on the news agenda: The 2009 European Parliamentary Elections. In: *Electoral Studies* 30, 41-52.
- Slothuus, R., de Vreese, C. (2010): Political Parties, Motivated Reasoning, and Issue Framing Effects. *The Journal of Politics*, 72(3), 630-645.
- Stark, B. (1998): *Streitpunkt Asyl im Spannungsfeld von Medien, Politik und öffentlicher Meinung*. Stuttgart: Fachverlag Döbler & Rössler GbR.
- Starkey, G. (2007): *Balance and Bias in Journalism*. USA: Palgrave Macmillan.
- Van Aelst, P. & Walgrave, S. (2011): Minimal or massive? The political agenda-setting power of the mass media according to different methods. *International Journal of Press/Politics* 16 (3), 295-313.
- Wilke, J & Reinemann, C. (2005): Auch in der Presse immer eine Nebenwahl? Die Berichterstattung über die Europawahlen 1979-2004 und die Bundestagswahlen 1980-2002 im Vergleich. In: Holtza-Bacha, C. (Hrsg.) *Europawahl 2004. Die Massenmedien im Europawahlkampf*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2005.
- Wanta, W. Zengjun, P. & Dharma, A. (2004): Issue and attribute agenda-setting: Complementary or conflicting concepts? *Conference Papers: International Communication Association*. Annual Meeting 2004, 1-26.
- Weinmann, G. (2000): *Communicating Unreality. Modern Media and the Reconstruction of Reality*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.

9 ANHANG

9.1 Das Kategoriensystem

<i>Merkmal</i>	<i>Ausprägung</i>	<i>Indikatoren</i>
Fall	kontinuierlich-quantitativ	Laufende Nummer (Zahl auch am Artikel notieren!)
Datum	tt.mm.JJ	Wann wurde der Artikel publiziert? Z.B. „25.04.14“
Zeitraum		In welchen Zeitraum fällt der Artikel?
	1	15. März bis 31. März
	2	1. April bis 14. April
	3	15. April bis 30. April
	4	1. Mai bis 14. Mai
	5	15. Mai bis 25. Mai (letzten 10 Tage vor der Wahl + Wahltag)
	6	26. Mai bis 2. Juni (nach der Wahl)
Titelseite	1	nicht auf der Titelseite
	2	sonstiger Beitrag auf Titelseite
	3	Hauptaufmacher auf Titelseite (Schlagzeile)
Seitenzahl	kontinuierlich-quantitativ	Seitenzahl notieren
Bild	1	Text ohne Bild
	2	Text mit Bild

Auch das Bild eines Journalisten (z.B. Jeanne) oder eine Karikatur wird als Bild codiert. Ein Logo (z.B. „Leserbriefe zum EU-Theater“) zählt nicht als Bild.

Gattung

- | | |
|---|-------------------------------------|
| 1 | Nachricht (informationsbetont) |
| 2 | Kommentar (meinungsbetont, typisch: |
| 3 | Kolumnen) |
| 4 | Leserbrief |
| | Sonstiges (z.B. Interview) |

Siehe Anhang für Beispiele

Ressort

- | | |
|---|--|
| 1 | Titelseite |
| 2 | Politik |
| 3 | Wirtschaft |
| 4 | Chronik (Österreich, Wien) |
| 5 | Leserbriefe |
| 6 | Sport |
| 7 | TV |
| 8 | Sonstiges (z.B. Gericht, Wetter, Horoskop) |

Die Ressort-Bezeichnung steht mittig in der Kopfzeile (fast) einer jeden Seite. Steht sie nicht notiert, dann einfach aus dem Umfeld schließen (z.B. Seite davor).

Bewertung

- | | |
|---|-----------------|
| 1 | Keine Bewertung |
| 2 | Positiv |
| 3 | Negativ |

Erläuterung zu Bewertung weiter unten.

Attribute Für jedes Attribut (= Aussagen) wird codiert, ob es vorkommt oder nicht

	1	Nein (kommt nicht vor)
Variablennamen:	2	Ja (kommt vor)

Inhärent positive Valenz

A_Frieden EU ist Garant für *Frieden* in Europa (bzw. kein Krieg), sorgt für *politische Stabilität*

A_Menschenrechte EU fördert *Menschenrechte* (bzw. senkt Rassismus oder Diskriminierung)

A_Reisefreiheit Offene Grenzen ermöglichen (erleichterte) *Reisefreiheit* für Bürger (Urlaub, kurze Dienstreisen)

A_Umweltschutz EU setzt sich für *Umweltschutz* ein

A_Regionen EU setzt sich für benachteiligte *Regionen* ein („Ziel-1-Regionen“)

A_Wirtschaft EU sorgt für eine *gesunde Wirtschaft*/ ist gut für die Wirtschaft/ sorgt für Wohlstand

A_Konsumentenschutz EU erhöht *Konsumentenschutz*, z.B. EU senkt *Roaming-Gebühren* (Handy-Telefonieren im Ausland wird billiger)

A_Mobilität EU bietet die Möglichkeit von besserer *Mobilität* (einfacheres länderübergreifendes *Studieren, Arbeiten, Leben*) – hier sind nicht die offenen Grenzen im Sinne der Reisefreiheit

gemeint.

Inhärent negative Valenz

A_Bevölkerung

Österreichische oder europäische *Bevölkerung* ist mehrheitlich gegen die EU oder EU-kritisch eingestellt oder hat wenig Vertrauen in die EU, deren Beamte oder deren Institutionen. (auch: „Die Europäer/Österreicher ärgern sich über die EU“ – hier wird generalisiert; auch: die Menschen werden immer EU-skeptischer – impliziert einen Wandel hin zum Negativen); ABER: „EU kritische Parteien sind im Aufwind“ wird nicht codiert (Bevölkerung muss angesprochen sein, nicht Parteien).

A_Korruption

In EU/Brüssel herrscht *Korruption* (von Politikern)

A_Kriminalität

EU erhöht oder sorgt für mehr *Kriminalität* (z.B. durch Öffnung der Ost-Grenzen)

A_Zentralismus

Zentralismus – Brüssel diktiert alles zentralistisch; zentralistische Bevormundung/*EU ist Diktatur*

A_Bürokratie

EU hat zu viel *Bürokratie* oder *Beamte*

A_Demokratiedefizit

EU hat *Demokratiedefizit*

A_Verordnungen

Überregulierung (z.B. Gurkenkrümmung) und *Verordnungen* (z.B. Karotten sind kein Gemüse)

A_Lobbyisten

Lobbyisten beeinflussen EU

A_Verkehr

Verkehr in Österreich ist durch EU angestiegen/explodiert (z.B. Brenner)

A_Staaten

Einige Mitgliedstaaten dominieren die EU und kleinere Länder wie etwa Österreich haben *nichts zu sagen/bestimmen*

A_Schwerverdiener

EU-Beamte und EU-Politiker verdienen zu viel

	<i>Gehalt</i> und haben horrende Bezüge (wichtig: EU-Politiker)
A_Preise	Steigerung der Preise seit der EU Gründung; die EU ist für <i>Preisanstieg</i> /Inflation verantwortlich
A_Zuwanderung	Zu viel <i>Zuwanderung</i> durch Grenzöffnungen (im Sinne von „zu viele Ausländer in Ö“ durch EU)
A_Arbeitsmarkt	Verschlechterung des Arbeitsmarkts; weniger <i>Jobs</i> (z.B. durch Abwanderung der Unternehmen nach Osteuropa)
	<i>Inhärent ambivalente Valenz</i>
A_softpower	EU ist „soft power“ (keine militärische Macht)
A_Nationalstaaten	EU führt zu einer Entmachtung der Nationalstaaten

Im Artikel sollen die vorkommenden Attribute identifiziert werden. Es soll in einem ersten Schritt nach Stichwörtern (sind hier kursiv markiert, z.B. Kriminalität) oder semantisch ähnlichen Begriffen (z.B. Kriminelle, Gauner) gesucht werden. Kommt etwa das Stichwort „Bürokratie“ im Artikel vor, dann muss überprüft werden, ob die Aussage des Artikels mit der Aussage „EU hat zu viel *Bürokratie* oder Beamte“ vereinbar ist. Wird im Artikel genau dies kommuniziert, dann wird die Variable A_Bürokratie mit „Ja (kommt vor)“ (=

2) codiert. Sollte etwa „die EU hat zu wenig Bürokratie“ kommuniziert werden, wird A_Bürokratie NICHT codiert.

Wenn Korruption von Politikern angesprochen wird, dann wird A_Korruption codiert (und nicht A_Kriminalität).

Ein Artikel kann mehrere Attribute beinhalten.

Es genügt, wenn ein Stichwort eines Attributs genannt wird: Wird etwa „Menschenrechte“ genannt, „Diskriminierung“ und „Rassismus“ nicht, dann wird trotzdem A-Menschenrechte mit „Ja (kommt vor)“ codiert.

Das Attribut kann explizit (direkt oder indirekt über semantisch verbundene Begriffe erwähnt sein; zum Beispiel: „Die EU hat ein Demokratieproblem“) oder implizite genannt werden (zum Beispiel: „Die EU soll demokratischer werden“, präsupponiert ist: Die EU ist undemokratisch).

A_Reisefreiheit betrifft nur die Auswirkung der offenen Grenzen für „normale“ EU-Bürger (z.B. Urlaub, kurze Dienstreisen). Die Auswirkung von offenen Grenzen auf Kriminalität wird bei A_Kriminalität codiert.

Attribute werden nicht codiert, wenn das Attribut nur kurz erwähnt wird, um es anschließend zu entkräften. Z.B.: „X meinte die EU hat für eine gesunde Wirtschaft gesorgt. Das stimmt aber nicht. Vielmehr ...“. Zentral ist die Position, die im Gesamttext kommuniziert wird.

Parteien

Für jede Partei wird codiert, ob sie vorkommt oder nicht; und, ob sie bewertet wird (wenn ja, wie).

- | | |
|---|--|
| 1 | Nein (kommt nicht vor) |
| 2 | Ja (kommt vor), wird nicht bewertet |
| 3 | Ja (kommt vor), wird positiv bewertet |
| 4 | Ja (kommt vor), wird negativ bewertet |
| 5 | Ja (kommt vor), wird uneindeutig/ambivalent bewertet |

Variablennamen:

P_SPÖ	SPÖ
P_ÖVP	ÖVP
P_FPÖ	FPÖ
P_GRÜNE	GRÜNE
P_NEOS	NEOS
P_REKOS	Liste Rekos
P_BZÖ	BZÖ
P_EUROPAANDERS	Europa anders (Martin Ehrenhauser, KPÖ + Piraten + Wandel)
P_EUSTOP	EU-Stop

Die Bewertung erfolgt hier nach dem oben diskutierten System (Variable Bewertung); auch Spitzenkandidaten oder Parteieliten repräsentieren die jeweilige Partei. Steht etwa nur der Name einer bekannten Person, dann wird diese als Stellvertreter gesehen und „Ja (kommt vor)“ codiert.

Die Bewertung kann durch die Journalisten erfolgen, oder es werden Drittstimmen (z.B. von anderen) Parteien zitiert, die die jeweilige Partei in einem schlechten Licht dastehen lassen.

Ukraine Krise

1

Behandelt der Text die Ukraine Krise?

Nein

2

Ja

Es wird auch „ja“ codiert, wenn nur der Staat Ukraine vorkommt – ohne Erwähnung von kriegerischen Auseinandersetzungen.

Eurovision Song

1

Behandelt der Text den ESC?

Nein

Contest

2

Ja

Wahl

Behandelt der Text die EU-Wahl 2014, d.h. wird die EU-Wahl (Wahl des Europa-Parlaments, oder auch Wahlwerbung und Kandidaten) explizit erwähnt?

1

Nein

2

Ja

9.2 Abbildungen zur Variablen - Gattung

Gattung = Nachricht, Kommentar oder Leserbrief



9.3 Beschreibung von Auffälligkeiten

Dokument zur Beschreibung von Auffälligkeiten beim Codieren des Datensatzes (n=652) von den EU-Texten der Kronen Zeitung im Zeitraum von 15.03.2014 bis 2.06.2014.

In Summe waren relative wenige Uneindeutigkeiten bei der Codierung erkennbar. Auffallend war lediglich, dass einige Leserbriefe mit 3 (= negative Bewertung) codiert werden mussten, in denen ich keine negative Valenz codiert werden konnte. Dies liegt vor allem daran, dass sich die LeserInnen über Griechenland oder die die Finanzpolitik beschwert haben oder bloß argumentationslos die EU verdammen. Griechenland als auch die Finanzpolitik oder die unter Verschluss gehaltenen Verhandlungen zum TTIP (Freihandelsabkommen) waren aber nicht Teil des Kategoriensystems und somit nicht als negative Attribute codierbar.

Am Tag der EU-Wahl, in der Ausgabe vom 25.05.2014, gab es in der Zeitung eine extra Rubrik mit dem Namen *EU-Wahl 2014*, diese wurde als Politik Rubrik codiert, da sie auch innerhalb des Politikteils der Krone erschien.

Mehrmals wurde vor allem in Leserbriefen das Schlagwort *Futtertröge* erwähnt (im Zusammenhang damit, dass Politiker nur ins EU-Parlament wollen um an ihre Futtertröge zu gelangen). Diese Aussagen konnten allerdings nicht codiert werden, da es dafür kein Attribut im Kategoriensystem gab, beziehungsweise das Attribut der *Schwerverdiener* zu unpassend erschien um ein Vorkommen codieren zu können.

Die reine Codier-Arbeit betrug schätzungsweise rund 125 Stunden und wurde im August 2014 durchgeführt.

9.4 Fakten zur Neuen Kronen Zeitung

Herausgeber: Dr. Christoph Dichand

Medieninhaber: KRONE – Verlag GmbH & Co KG

Chefredakteur: Dr. Christoph Dichand

Erscheinungstage: Montag bis Freitag, Sonntag (Sonntagsausgabe)

Preis: 1 €

Reichweite: 43,3 % im Jahr 2013 (Mediaanalyse 2013)

Verbreitete Auflage: 830.205 im Jahr 2013 (Mediaanalyse 2013)

Verkaufte Auflage: 805.320 im Jahr 2013 (Mediaanalyse 2013)

9.5 Lebenslauf

CHRISTINA MARIA FRONIUS

AUSBILDUNG

- Erasmussemester 2013: Masterstudium der Kommunikationswissenschaften, Schwerpunkt Marketing, an der La Sapienza Universität Rom
- Seit 2013: Masterstudium der Publizistik und Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien
- Seit 2007: Studium der Publizistik und Kommunikationswissenschaften (Universität Wien)
- 2005-2007: Studium der Humanmedizin (Universität Wien)
- 2005: Matura in Wien (mit gutem Erfolg) Gymnasium und Oberstufenrealgymnasium St. Ursula, 1230 Wien
- 2001-2005: Oberstufenrealgymnasium (St. Ursula)
- 1997-2001: Gymnasium (St. Ursula)
- 1993-1997: Volksschule (St. Ursula)

BERUFSERFAHRUNG

- Seit Juni 2014: Digital Marketing Consultant bei IdeeNovation Unternehmensberatung GmbH
- August 2012 – Dezember 2013: PR und Marketing Manager des mHealth Day bei Aeskulapp GmbH

PRAKTIKA

- Zwischen 2004 und 2014 diverse Praktika bei der Bank Austria Creditanstalt AG, dem ORF (Radio und TV) und PR-Agenturen.