



universität
wien

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Europäische Öffentlichkeit:
Welche Rolle können paneuropäische Medien bei der
europäischen Integration spielen?“

verfasst von / submitted by

Frederic Trommer BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2016 / Vienna 2016

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Magisterstudium
Publizistik-u. Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Prof. Dr. Christian Steininger

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ebenen der Öffentlichkeit	13
Abbildung 2: Normative Kriterien in der Demokratietheorie	20
Abbildung 3: Kommunikative Infrastruktur der Gesellschaft	36
Abbildung 4: 4 Muster von Europäisierung	64
Abbildung 5: Erhebungsdaten der Inhaltsanalyse	75
Abbildung 6: Ergebnisse der Berechnung des Krippendorffs Alphas für alle inhaltlichen Variablen	79
Abbildung 7: Verteilung der Printausgabe von Politico an Entscheidungsträger und Angestellte der Europäischen Union und nationaler Institutionen	81
Abbildung 8: Leserschaft nach Beschäftigung	83
Abbildung 9: EU Observer Umsatzaufschlüsselung für 2014	83
Abbildung 10: Eckdaten zu den untersuchten paneuropäischen Medien	86
Abbildung 11: Thematisierung in den untersuchten Medien	87
Abbildung 12: Thematisierung nach Medien	88
Abbildung 13: Referenzen auf Staaten und Staatenbündnissen	89
Abbildung 14: Länderreferenzen	89
Abbildung 15: Länderreferenzen nach Medien	90
Abbildung 16: Referenzen auf Institutionen und Akteuren	91
Abbildung 17: Referenzen auf Institutionen und Akteure im Überblick	92
Abbildung 18: Referenzen auf Institutionen und Akteure nach Medien	93
Abbildung 19: Häufigkeiten der Merkmale der Variable Thematisierung	94
Abbildung 20: Ergebnisse des eindimensionalen Chi ² -Tests	94
Abbildung 21: Korrelation der Variablen Referenzen auf die EU & Mitgliedstaaten mit Referenzen Nicht-EU-Staaten	95
Abbildung 22: Korrelation der Variablen der Referenzen auf Institutionen und Akteure	96
Abbildung 23: Korrelation zwischen Referenzen auf die EU & Mitgliedstaaten sowie deren Institutionen & Akteuren	97
Abbildung 24: Korrelation zwischen Referenzen auf Nicht-EU-Staaten und deren Institutionen und Akteuren	98
Abbildung 25: Diskursive Bezugnahmen	99
Abbildung 26: Diskursive Bezugnahmen	100
Abbildung 27: Diskursive Bezugnahmen nach Medien	101
Abbildung 28: Diskursive Referenzen in Bezug auf die Thematisierung	102
Abbildung 29: Korrelation diskursiver Bezugnahmen	103
Abbildung 30: Ergebnisse der Mann-Whitney-U-Test	104
Abbildung 31: Verwendete Identifikationen	105
Abbildung 32: Verwendete Identifikationen nach Medien	106
Abbildung 33: Perspektivität der Berichterstattung	107
Abbildung 34: Perspektivität der Berichterstattung nach Medien	108

Abbildung 35: Korrelation zwischen nationaler und europäischer Identifikation	108
Abbildung 36: Korrelation europäischer und außereuropäischer Identifikation.....	109
Abbildung 37: Häufigkeiten der Perspektivität der Berichterstattung	110
Abbildung 38: Ergebnisse des eindimensionalen Chi ² -Tests für die Perspektivität der Berichterstattung.....	110
Abbildung 39: Kreuztabelle der Variablen Thematisierung und Perspektivität	111
Abbildung 40: Chi ² -Test.....	112
Abbildung 41: Einstellung der AutorInnen zur europäischen Idee	113
Abbildung 42: Einstellung der AutorInnen zu den EU-Institutionen	113
Abbildung 43: Einstellung der AutorInnen zu den nationalen Regierungen der EU- Mitgliedstaaten.....	114
Abbildung 44: Häufigkeiten zur Variable Einstellung zur europäischen Idee.....	115
Abbildung 45: Eindimensionaler Chi ² -Test zur Variable Einstellung zur europäischen Idee	115
Abbildung 46: Häufigkeiten zu Einstellung zu EU-Institutionen	116
Abbildung 47: Häufigkeiten der Variable Einstellung zu nationalen Regierungen und Institutionen	116
Abbildung 48: Ergebnisse der eindimensionalen Chi ² -Tests zu Einstellung zu EU- Institutionen und Einstellung zu nationalen Regierungen und Institutionen	117

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	I
Inhaltsverzeichnis	III
1. Einleitung	1
2. Grundlegende Begrifflichkeit: Öffentlichkeit.....	4
2.1 Öffentlich als Gegensatz zu privat.....	4
2.2 Öffentlichkeit und die Entstehung öffentlicher Meinung	7
2.3 Öffentliche Meinung	9
2.4 Akteure und Rollen in der Öffentlichkeit.....	10
2.5 Ebenen von Öffentlichkeit	12
2.5.1 Encounter-Ebene	13
2.5.2 Themenöffentlichkeit	14
2.5.3 Medienöffentlichkeit.....	14
2.6 Rolle der Medien in der Öffentlichkeit	14
2.7 Merkmale und normative Ansprüche von Öffentlichkeit.....	16
3. Theoretischer Rahmen	19
3.1 Öffentlichkeitsmodelle: Ein Überblick.....	19
3.1.1 Repräsentativ-liberale Theorie	21
3.1.2 Partizipatorisch-liberale Theorie.....	21
3.1.3 Diskursive Theorie.....	22
3.1.4 Konstruktivistische Theorie	22
3.2 Diskursives bzw. deliberatives Öffentlichkeitsmodell.....	22
3.2.1 Habermas' Diskursbegriff und Diskurstheorie	23
3.2.2 Deliberatives Demokratiemodell	26
3.2.3 Diskursives bzw. deliberatives Öffentlichkeitsmodell	29
3.2.3.1 Beschaffenheit, Struktur und Akteure der Öffentlichkeit	33
3.2.3.2 Funktionen von Öffentlichkeit	38
4. Europäische Union.....	42
4.1 Geschichte und Entwicklung der Europäischen Union.....	42
4.2 Strukturen und Institutionen	44
4.3 Demokratische und strukturelle Probleme der Europäischen Union – europäische Öffentlichkeit als Lösung?	47
5. Transnationalisierung und Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten	53
5.1 Forschungsstand.....	53
5.2 Transnationale Medien als Treibkraft einer Europäisierung – Eine Systematisierung.....	61
5.3 Differenzierte Europäisierung: Muster der Europäisierung	63

6. Empirische Forschung	65
6.1 Untersuchungsgegenstand	66
6.1.1 Erkenntnisinteresse	67
6.1.2 Forschungsfragen und Hypothesen	68
6.2 Forschungsdesign	70
6.2.1 Inhaltsanalyse	71
6.2.2 Samplebildung	74
6.2.3 Operationalisierung und Untersuchungsdimensionen	75
6.2.4 Pretest und Überprüfung der Validität und Reliabilität	78
7. Die untersuchten Medien	79
7.1 Politico.....	80
7.2 EU Observer.....	82
7.3 EurActiv.....	83
7.4 Gegenüberstellung der Medien und Systematisierung.....	85
8. Ergebnisse und Auswertung	86
8.1 Dimension Thematisierung	86
8.1.1 Deskriptive Statistik.....	86
8.1.2 Hypothesentests	93
8.2 Dimension Diskursivität	98
8.2.1 Deskriptive Statistik.....	98
8.2.2 Hypothesentests	102
8.3 Dimension Identifikation.....	104
8.3.1 Deskriptive Statistik.....	104
8.3.2 Hypothesentests	108
8.4 Dimension Einstellung und Gesinnung	112
8.4.1 Deskriptive Statistik.....	112
8.4.2 Hypothesentests	115
8.5 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse	117
9. Fazit	120
Literatur- und Quellenverzeichnis	125
Anhang – Codebuch	V
Kurzzusammenfassung	VII
Abstract	IX

1. Einleitung

Die Zukunft Europas liegt im Ungewissen. Bereits die Finanz- und Bankenkrise, die 2007 durch das Platzen der Immobilienblase in den USA ausgebrochen war und sich für die europäischen Staaten zu einer Schulden- und Währungskrise entwickelte, erschütterte Europa. Die Bewältigung dieser Schulden- und Währungskrise wurde in Europa kontrovers diskutiert und die Meinungen über das beste Vorgehen sind bis heute gespalten. Der Ausstieg Griechenlands aus der Währungsunion, der sogenannte „Grexit“, konnte erst nach zähen Verhandlungen im letzten Moment verhindert werden. Das Ausscheiden eines Landes hätte eine Art Dominoeffekt auslösen können, wenn sich etwa weitere schuldengebeutelte Staaten dazu entschlossen hätten, sich ebenfalls den scharfen Auflagen der Geldgeber zu entziehen. Die Einigung der europäischen Geldgeber mit Griechenland zeigt aber auch, dass das Bestreben für ein geeintes Europa nach wie vor vorhanden ist, wenngleich die Zukunft Griechenlands weiter offen bleibt.

Obwohl sich Europa langsam von der Währungskrise zu erholen scheint, wurden spätestens mit der Flüchtlingskrise erneut Konflikte und auseinandergehende Vorstellungen von einem gemeinsamen und solidarischen Europa unter den Mitgliedstaaten greifbar. Europa sieht sich angesichts der immensen Flüchtlingsströme mit einer großen Herausforderung konfrontiert, die es nur gemeinsam bewältigen kann. Dennoch ist eine europäische Lösung nicht in Sicht. Immer mehr Mitgliedstaaten verfolgen eine Politik der Abschottung, errichten Grenzzäune und führen Kontrollen ein. Europa steht vor einer Zerreißprobe. Die Flüchtlingskrise hat gezeigt, dass nationalstaatliche Interessen nach wie vor häufig Vorrang vor einer gemeinsamen europäischen Politik genießen. Das Erstarken nationalistischer und populistischer Bewegungen und Parteien hat die Situation zusätzlich verschärft. In Ungarn, Polen und in Frankreich sind rechte Bewegungen im Aufwind. Zu stärkeren Eruptionen hat jüngst ein Ereignis geführt, in dem sich das Erstarken des Nationalismus manifestiert: Im Vereinigten Königreich stimmte eine knappe Mehrheit der Bevölkerung bei einem Referendum im Juni 2016 für den Austritt des Landes aus der Europäischen Union. Der drohende „Brexit“ könnte eine Signalwirkung haben und der von Kritikern prophezeite „Anfang vom Ende“ der EU sein. Der europäische

Integrationsprozess, der nach der EU-Osterweiterung im Jahr 2004 angestrebt wurde, muss angesichts der zurückhaltenden Kooperation und wenig solidari-schen Haltung in Bezug auf die Flüchtlingskrise – vor allem aus den „neuen“ Mitgliedstaaten im Osten – sowie dem anstehenden Austritt des Vereinigten Königreichs in Frage gestellt werden. Europa steht vor dem Scheideweg. Rükken die verbleibenden Staaten nun enger zusammen und treiben die europä-ische Integration weiter voran? Oder wird der Austritt eines Mitgliedstaates als ein Symbol für weniger Europa gedeutet? Man darf gespannt sein, wie sich der Austritt Großbritanniens auf die EU auswirken wird. Gegenwärtig ist ja so-gar noch ungewiss, wie die Austrittsverhandlungen der britischen Regierung mit der Europäischen Union aussehen werden, wann Großbritannien austritt und welche neuen Bindungen sich ergeben werden. Den Integrationsprozess in diesem Lichte als gänzlich gescheitert zu erklären, wäre übereilt, dennoch bleibt er hinter den Ansprüchen europäischer Politik zurück. Angesichts der Krisen, mit denen sich die EU seit Jahren konfrontiert sieht, scheint eine euro-päische Integration, die zu mehr Solidarität unter den Mitgliedstaaten führt und – auch wenn dies oft in der Literatur als ein unrealistisches Szenario abgetan wird – schließlich in eine Art kollektive Identität mündet, unverzichtbar.

Von großer Bedeutung für die Integration und für ein Zusammenwachsen in der EU ist transnationale Kommunikation. Kommunikation also, die die Gren-zen nationaler Kommunikationsarenen und Öffentlichkeiten überschreitet und unter optimalen Voraussetzungen zu einem paneuropäischen diskursiven Austausch führt. Gerade diese Form der Kommunikation scheint im Vorfeld des Brexit-Referendums nicht gelungen zu sein. Die fortschreitende wirtschaft-liche Verflechtung in Europa und die zunehmende Abgabe nationaler Kompe-tenzen an Institutionen und Einrichtungen der EU bestärkt das Verlangen nach einer kontrollierenden und informierenden europäischen Öffentlichkeit, einem Kommunikationsraum der die nationalen Öffentlichkeiten umschließt und ein Gegengewicht zu den oft undurchsichtigen Prozessen in Brüssel bildet. Philo-sophen und Politologinnen wie Jürgen Habermas, Ulrich K. Preuß und Ulrike Guérot haben dieses normative Anliegen immer wieder betont. Eine europäi-sche Öffentlichkeit könnte dazu beitragen, den oft attestierten Legitimations- und Demokratiedefiziten der EU beizukommen. Die Forschung lieferte aber

bezüglich einer europäischen Öffentlichkeit bislang vorwiegend pessimistische Ergebnisse. Eine fehlende gemeinsame Sprache, der Mangel an transnationalen Medien und das Nichtvorhandensein einer geteilten europäischen Identität werden häufig als Gründe angeführt, warum eine europäische Öffentlichkeit nicht möglich sei. Trotz allem sind in den letzten Jahren transnationale bzw. paneuropäische Medien wie beispielsweise Politico oder EurActiv aufgekomen, die ein europäisches Publikum als Zielgruppe haben. Inwiefern man dieses Phänomen als ein Anzeichen für die Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit deuten kann, lässt sich nicht mit Sicherheit sagen. Deshalb soll der Fokus dieser Arbeit auch nicht auf der Frage liegen, ob es eine europäische Öffentlichkeit gibt. Im Mittelpunkt sollen vielmehr paneuropäische Online-Medienangebot stehen, die explizit ein europäisches Publikum adressieren, und damit auch – zumindest theoretisch – eine europäische Öffentlichkeit fördern bzw. proklamieren. Zwar erreichen diese Medien oft nur eine kleine Zielgruppe, dennoch stehen sie für eine Entwicklung von Medien, die explizit ein europäisches Publikum erreichen wollen. Online-Medienangebot können in diesem Bereich eine Vorreiterrolle einnehmen, da die Kosten für die Bereitstellung von Online-Angeboten vergleichsweise gering ausfallen – auch über die Vertriebswege müssen sie sich im Unterschied zu Print-Zeitungen keine großen Gedanken machen. Sie können somit experimentierfreudige und zukunftsweisende Konzepte entwerfen, die bei klassischen Medienprodukten in Print und TV ein zu hohes finanzielles Risiko darstellen würden. Einige ausgewählte paneuropäische Online-Medienangebote bilden deswegen den Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Arbeit. Sie werden inhaltsanalytisch untersucht, um Rückschlüsse auf ihre potenzielle Rolle einer fortschreitenden europäischen Integration zu ziehen. Bei der Konzipierung der Untersuchungsdimensionen der durchgeführten Inhaltsanalyse wurde sich deshalb stark an den theoretischen Funktionen von Öffentlichkeit orientiert, um überprüfen zu können, ob paneuropäische Medien diesen Anforderungen gerecht werden können.

Zunächst wird auf den zentralen Begriff dieser Arbeit eingegangen: Öffentlichkeit. Darauf aufbauend wird sich mit dem theoretischen Rahmen auseinandergesetzt und das diskursive bzw. deliberative Öffentlichkeitsmodell vorgestellt. Europa bzw. die Europäische Union ist ein zentraler Gegenstand dieser Arbeit,

deswegen ist es unerlässlich, die Union, ihre Geschichte und die wichtigen Institutionen zu thematisieren. Im Anschluss daran werden die zentralen Ansätze und Forschungsergebnisse zur Transnationalisierung bzw. Europäisierung von Öffentlichkeit präsentiert. Im empirischen Teil wird zum einen auf das Forschungsdesign und die Methodologie dieser Untersuchung eingegangen und zum anderen werden die Ergebnisse der Forschung vorgestellt.

2. Grundlegende Begrifflichkeit: Öffentlichkeit

Eine Annäherung an den Begriff der Öffentlichkeit ist kein leichtes Unterfangen. Der Begriff ist diffus und wird von AutorInnen und WissenschaftlerInnen unterschiedlich interpretiert und ausgelegt. Öffentlichkeit und viele verwandte Begriffe wie öffentlich, öffentlicher Raum oder öffentliche Meinung spielen eine wichtige Rolle in modernen Gesellschaften und sind aus der Konzeption westlicher Ordnungssysteme nicht wegzudenken.¹ Eine allgemeingültige Definition gibt es dennoch nicht. In diesem Kapitel soll ein grundlegendes Verständnis von Öffentlichkeit geschaffen werden. Zunächst wird der Begriff durch die Gegenüberstellung von „öffentlich“ und „privat“ eingegrenzt und die griechische Herkunft geklärt. Darauffolgend wird Öffentlichkeit und seine heutige Bedeutung beleuchtet, um Zusammenhänge zu verwandten Begriffen wie beispielsweise „öffentliche Meinung“ zu klären.

2.1 Öffentlich als Gegensatz zu privat

Der Begriff Öffentlichkeit hat seine „prägenden Wurzeln in der Demokratietheorie“². Erst eine politische Öffentlichkeit ermöglicht Demokratie, denn sie stellt die Kontrolle der Regierenden durch die Regierten sicher. Es ist also nicht verwunderlich, dass sich der Begriff Öffentlichkeit im deutschen Sprachraum erst ab dem 18. Jahrhundert mit dem Aufkommen einer liberal-bürgerlichen Bewegung entwickelte und alles umfasste, was der Allgemeinheit zugänglich sein sollte ohne Geheimhaltung bzw. Eingriffe des Staats.³ Gemäß Habermas habe sich das Substantiv Öffentlichkeit – zumindest im deutschen Sprachraum

¹ Vgl. Peters (1994): S. 55.

² Franzius (2004): S. 6.

³ Vgl. Jarren; Donges (2011): S. 95.

– „aus dem älteren Adjektiv ‚öffentlich‘ erst während des 18. Jahrhunderts in Analogie zu publicitié und publicity gebildet“, Begriffe, die bereits im Französischen bzw. Englischen existierten.⁴ Ottfried Jarren und Patrick Donges merken diesbezüglich an, dass „Öffentlichkeit [...] eine zentrale Kategorie zum Verständnis von Gesellschaft“ und das „Produkt eines Prozesses gesellschaftlicher Differenzierung, der mit der Moderne beginnt“, sei.⁵ Die Begriffe Öffentlichkeit und bürgerliche Gesellschaft sind folglich eng miteinander verbunden und bedingen einander.

Wie bereits erwähnt, entstand der Begriff Öffentlichkeit aus dem viel älteren Adjektiv griechischen Ursprungs „öffentlich“ und seinem Gegenpart „privat“. In der Antike, im griechischen Stadtstaat bildet die Polis, als gemeinsame Sphäre der freien Bürger, das Gegenteil zum Oikos, dem Haushalt, einer Sphäre, die jedem eigen ist. Der Marktplatz ist der Mittelpunkt des öffentlichen Lebens. Öffentlichkeit ist aber bereits hier nicht ortsgebunden, sondern entsteht im Gespräch und Austausch der Bürger untereinander.⁶ „Im Gespräche der Bürger miteinander kommen die Dinge zur Sprache und gewinnen Gestalt; im Streit der Gleichen miteinander tun sich die Besten hervor und gewinnen ihr Wesen“.⁷ Private Autonomie und Wohlstand sind Voraussetzung für die Teilhabe am öffentlichen Leben bzw. die Zulassung als freier Bürger zur Polis. Somit ist die Polis der Ort für öffentliche Anerkennung. Nur wer sich durch tugendhaftes Verhalten in der Öffentlichkeit auszeichnet, erfährt Anerkennung. Bis heute ist dieses griechische Modell von Öffentlichkeit von Bedeutung, wenngleich weniger die dahinterliegende gesellschaftliche Ordnung, sondern vielmehr „das ideologische Muster“⁸ von Relevanz ist.⁹ Die Abgrenzung des Privaten von dem Öffentlichen hat bis heute Bestand. Sie bildet den Kerngedanken des politischen Liberalismus. Die Trennlinie zwischen diesen Bereichen wird von Verfassungen und Gesetzen gezogen, sie ist fester Bestandteil westlicher moderner Staaten.

⁴ Habermas (1990): S. 55 f.

⁵ Jarren; Donges (2011): S. 95.

⁶ Vgl. Habermas (1990): S. 56.

⁷ Habermas (1990): S. 57.

⁸ Habermas (1990): S. 57.

⁹ Vgl. Habermas (1990): S. 56 f.

Auch der Politikwissenschaftler Bernhard Peters (1994) setzt sich mit Begriffskonstellationen von öffentlich auseinander und macht dabei drei unterschiedliche Bedeutungen von öffentlich bzw. Öffentlichkeit aus:

1. Institutionalisierte Handlungssphäre

Auf der Unterscheidung zwischen privaten und öffentlichen Handlungs- und Verantwortungsbereichen basieren heutige moderne, rechtstaatliche, politische und liberale Ordnungen. „Privat' und ‚öffentlich' können sich hier sowohl auf Handlungen wie auf deren institutionelle Rahmenbedingungen (Rollen beziehungsweise Positionen, Kompetenzen) wie auch auf sachliche Handlungsbedingungen (Verfügung über Ressourcen) beziehen.“¹⁰ Dementsprechend gibt es beispielsweise öffentliche Ämter oder öffentliches Eigentum, was im Gegensatz zu privaten Rollen oder privatem Eigentum steht.¹¹

2. Kommunikation und Wissen

Eine weitere Grenzziehung lässt sich im Bereich Kommunikation und Wissen vollziehen. Auf der einen Seite gibt es öffentlich zugängliche Wissensbestände, Kommunikationen, Sachverhalte, Aktivitäten, etc. „Privat, vertraulich oder geheim sind entsprechend Sachverhalte oder Aktivitäten, die Abgeschirmt sind gegenüber Beobachtungen oder Kenntnis von Unbefugten; ebenso Wissensbestände oder Kommunikationen mit eingeschränkten Zugangsbedingungen.“¹² Privatheit, das heißt private, nichtstaatliche Aktivitäten, steht dem Geheimnis, vorwiegend auf staatliche Aktivitäten bezogen, gegenüber.¹³

3. Öffentlichkeit im emphatischen Sinn

Öffentlichkeit auf der dritten Bedeutungsstufe verbindet die beiden oben genannten Begriffskonstellationen und erweitert diese. Öffentlichkeit bezeichnet in dieser Bedeutung eine „Art Kollektiv, das auf einer bestimmten Kommunikationsstruktur beruht, oder eine Sphäre kommunikativen Handelns, in der

¹⁰ Peters (1994): S. 56.

¹¹ Vgl. Peters (1994): S. 56 f.

¹² Peters (1994): S. 57.

¹³ Vgl. Peters (1994): S. 57 f.

sich eine ‚öffentliche Meinung‘ mit bestimmten anspruchsvollen Merkmalen bilden kann.“¹⁴ Diese Sphäre bietet Raum für eine freie und ungezwungene Meinungs- und Willensbildung und trägt somit zur Aushandlung öffentlicher und wichtiger Angelegenheiten in demokratischen Systemen bei.¹⁵

Nachdem die Herkunft des Begriffs Öffentlichkeit geklärt ist und eine erste Eingrenzung des Begriffs durch die Gegenüberstellung mit den entsprechenden Antonymen vorgenommen wurde, soll im Folgenden Öffentlichkeit genauer definiert und der Zusammenhang mit öffentlicher Meinung geklärt werden.

2.2 Öffentlichkeit und die Entstehung öffentlicher Meinung

Für die vorliegende Arbeit ist vor allem die Bedeutung von Öffentlichkeit im empathischen Sinn relevant. Öffentlichkeit stellt also, wie bereits oben erwähnt, eine Art Kommunikationsraum oder -netzwerk dar, das durch verschiedene Merkmale geprägt ist. Nachfolgend soll Öffentlichkeit genauer definiert werden, um ein grundlegendes Verständnis des Begriffs für diese Arbeit zu schaffen.

Als Ausgangspunkt dient Habermas’ Definition von Öffentlichkeit:

„Die Öffentlichkeit lässt sich am ehesten als ein Netzwerk für die Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen, also von Meinungen beschreiben; dabei werden die Kommunikationsflüsse so gefiltert und synthetisiert, dass sie sich zu themenspezifisch gebündelten öffentlichen Meinungen verdichten.“¹⁶

Für Habermas ist Öffentlichkeit also ein Kommunikationsnetzwerk, in dem eine Vielzahl von Meinungen konkurrieren. Meinungen, die sich ähnlich sind oder thematisch überschneiden, werden gebündelt und als öffentliche Meinungen sichtbar. Als ein Kommunikationsraum, der öffentliche Meinungen produziert, ist Öffentlichkeit folglich Ort der Meinungs- und Willensbildung. Laut Habermas sei „Öffentlichkeit ein Warnsystem mit unspezialisierten, aber gesellschaftsweit empfindlichen Sensoren“.¹⁷ Auch hier wird wieder deutlich, dass Öffentlichkeit der Demokratietheorie entsprungen ist, denn als Warnsystem ist es

¹⁴ Peters (1994): S. 59.

¹⁵ Vgl. Peters (1994): S. 57 ff.

¹⁶ Habermas (1998): S. 436.

¹⁷ Habermas (1998): S. 435.

Pflicht der Öffentlichkeit als eine Art „Resonanzboden“ für das politische System zu fungieren.¹⁸ Öffentlichkeit habe deshalb die Aufgabe, Probleme und Meinungen zu identifizieren, thematisieren und für das politische System aufzuarbeiten. Das politische System müsse dann dem Problemdruck nachgeben und die in der Öffentlichkeit thematisierten Angelegenheiten bearbeiten.¹⁹

Einen ähnlichen Zugang zu Öffentlichkeit hat der Soziologe Jürgen Gerhards. Auch er versteht Öffentlichkeit als eine Art Kommunikationsraum, der für die Herausbildung von öffentlichen Meinungen verantwortlich ist. Gerhards betont jedoch den prinzipiell freien Zugang zur Öffentlichkeit.

„Öffentlichkeit besteht aus einer Vielzahl von Kommunikationsforen, deren Zugang prinzipiell offen und nicht an Mitgliedschaftsbedingungen gebunden ist und in den sich individuelle und kollektive Akteure vor einem breiten Publikum zu politischen Themen äußern. Das Produkt der Kommunikationen in der Öffentlichkeit bezeichnet man als öffentliche Meinung, die man von den aggregierten Individualmeinungen der Bürger unterscheiden kann.“²⁰

Öffentlichkeit ist hier ebenfalls als ein Netzwerk verschiedener Kommunikationsarenen zu verstehen, das durch einen prinzipiellen offenen Zugang für Privatpersonen, professionelle wie auch kollektive Akteure gekennzeichnet ist. Äußerungen und Meinungen der Akteure werden verdichtet und bilden öffentliche Meinungen.

Die zwei dargelegten Definitionen von Öffentlichkeit sollen als Grundverständnis dieser Arbeit dienen, die im Rahmen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft entsteht. Es bleibt also noch das Verhältnis des Faches zu Öffentlichkeit zu klären. Der Kommunikationswissenschaftler Christian Steininger attestiert, dass das „Wissen um das Phänomen Öffentlichkeit in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft eine lange Tradition“ hat.²¹ Dennoch habe sich das Fach nicht konkret mit der Thematik Öffentlichkeit auseinander gesetzt bzw. den „Öffentlichkeitsbegriff theoretisch zu fassen“ versucht.²² Eine

¹⁸ Habermas (1998): S. 435.

¹⁹ Vgl. Habermas (1998): S. 435.

²⁰ Gerhards (1998b): S. 694.

²¹ Steininger (2007): S. 23.

²² Steininger (2007): S. 23.

fachliche Nähe zwischen Öffentlichkeit und der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sei gegeben, dennoch wurde sich vorzugsweise Modellen und Theorien bedient, die anderen Wissenschaften entwachsen sind. Auf eine einheitliche Begriffsdefinition seitens des Faches kann also nicht zurückgegriffen werden, was sowohl auf die „uneinheitliche Begriffsbildungen“ wie auch die „uneinheitliche Theoriebildung“ zurückzuführen ist.²³

2.3 Öffentliche Meinung

Wie im vorangehenden Kapitel ersichtlich wird, wird öffentliche Meinung als ein Produkt oder das Ergebnis von Öffentlichkeit erachtet. Dennoch wäre diese Annahme zu einfach. Ganz allgemein beschreibt öffentliche Meinung „Phänomene und Prozesse kollektiver Meinungsbildung im öffentlichen Austausch über Themen von öffentlichem Interesse“.²⁴ Es gibt aber zahlreiche Ansätze, um öffentliche Meinung zu definieren, weshalb eine Kategorisierung diverser Definitionsversuche vorzufinden ist. Demnach können Deutungs- und Erklärungsversuche in vier Kategorien eingeteilt werden:

1. Aggregationsprinzip

Die Deutung anhand des Aggregationsprinzip beruht darauf, dass Individuen bzw. Akteure ihre Meinung in der Öffentlichkeit vertreten. Die öffentliche Meinung wird mittels Wahlen oder Umfragen ermittelt und ist die Summe der Meinungen, die von den Individuen vertreten werden.

2. Majoritätsprinzip

Gemäß dem Majoritätsprinzip richtet sich die öffentliche Meinung nach der Meinung, die von der Mehrheit geteilt wird.

3. Diskurs- und Konsensprinzip

Das Diskurs- und Konsensprinzip beruht darauf, dass öffentliche Meinung das „Ergebnis rationaler und kritischer Diskussionen in der Öffentlichkeit“ ist.²⁵ Diskurs führt zu Konsens. Jede Meinung hat das Potenzial, in der Öffentlichkeit aufgegriffen und diskutiert zu werden und kann somit „Resonanz und Anschlusskommunikation“ erzeugen.²⁶ Die Voraussetzung dafür ist ein prinzipiell offener Zugang zur Öffentlichkeit für jedes Individuum oder jeden Akteur.

²³ Steininger (2007): S. 27.

²⁴ Scherer (1998): S. 693.

²⁵ Jarren; Donges (2011): S. 102.

²⁶ Jarren; Donges (2011): S. 102 f.

4. Projektionsprinzip

Ausgangsthese des Projektionsprinzips ist es, dass es keine öffentliche Meinung im eigentlichen Sinne gibt. Sie ist vielmehr ein Konstrukt, auf das sich beispielsweise politische Akteure berufen, um Aktionen oder Handlungen zu rechtfertigen.²⁷

Diese vier Kategorien bündeln eine Vielzahl von Deutungs- und Erklärungsversuchen öffentlicher Meinung. Als theoretischer Rahmen dieser Arbeit soll, wie im weiteren Verlauf vorgestellt, ein diskursives bzw. deliberatives Modell von Öffentlichkeit zu tragen kommen, weshalb das Diskurs- und Konsensprinzip, das auf den Überlegungen von Jürgen Habermas basiert, in Bezug auf öffentliche Meinung als präferierte Deutung dieses Phänomens angenommen wird. Eine ausführliche Auseinandersetzung mit Diskurs und Öffentlichkeit wird in Kapitel 3 folgen.

2.4 Akteure und Rollen in der Öffentlichkeit

Nachdem der Öffentlichkeitsbegriff geklärt und der Zusammenhang mit öffentlicher Meinung erläutert wurde, wird nun auf die Akteure und deren Rollen in der Öffentlichkeit eingegangen.

Öffentlichkeit ist hauptsächlich durch drei Akteursgruppen geprägt: Sprecher, Vermittler (Journaliswn) und Publikum. Akteure, hierbei sind individuelle von kollektiven Akteuren (Organisationen) zu unterscheiden, haben eine große Bedeutung in der Öffentlichkeit, denn Sie können als Sprecher unterschiedliche Rollen einnehmen, zugleich Teil des Publikums sein und als Vermittler zwischen Sprechern und dem Publikum auftreten. Sie bewegen sich im Rahmen spezifischer Rollen und folgen gewissen Gesetzmäßigkeiten, „die z.B. aus der Laienorientierung des Öffentlichkeitssystems, aus der Unabgeschlossenheit seines Publikums und auch aus den Produktionsbedingungen der Massenkommunikation resultieren“.²⁸ Das Publikum hat die Möglichkeit des Rollenwechsels als unorganisiertes Kollektiv, das nicht „strategisch handlungsfähig ist“, nicht.²⁹ Dennoch ist das Publikum für die Öffentlichkeit fundamental, denn erst durch die Anwesenheit desselben konstituiert sich Öffentlichkeit.³⁰

²⁷ Vgl. Jarren; Donges (2011): S. 102 f.

²⁸ Gerhards; Neidhardt (1990): S. 26.

²⁹ Jarren; Donges (2011): S. 106.

³⁰ Vgl. Jarren; Donges (2011): S. 106 f.

Sprecher äußern sich themenspezifisch und sind Teil kollektiver Akteure. Sie können unterschiedliche Rollen wahrnehmen:

1. Als Repräsentanten vertreten sie gesellschaftliche Gruppen oder Organisationen.
2. Advokaten nehmen sich der Interessen von Gruppierungen an und treten als Fürsprecher ohne wirkliche Vertretungsmacht auf.
3. Experten zeichnen sich durch besondere Kompetenzen aus und werden zu spezifischen Themen befragt oder konsultiert.
4. Intellektuelle befassen sich mit „sozialmoralischen Sinnfragen“.³¹
5. Kommentatoren sind in der Regel Journalisten, die über einfache Berichterstattung hinaus kommentieren und ihre eigene Meinung kundtun.

Journalisten sind Vermittler. Als Vermittler beobachten sie „die soziale Entwicklung auf allen Öffentlichkeitsebenen“,³² vermitteln zwischen Sprechern und Publikum, greifen Themen auf, bearbeiten und kommentieren diese. Üblicherweise sind Sie Teil einer Organisation – Agenturen, Medienunternehmen oder Redaktionen – und folgen dementsprechend redaktionellen, journalistischen und publizistischen Richtlinien ihrer Organisation. Als Teil einer Organisation decken Vermittler im Rahmen des publizistischen Programms ihrer Organisation systematisch einen Großteil der gesellschaftlichen Bereiche ab. Sprecher und Vermittler adressieren das Publikum, möchten es mit ihren Themen, Meinungen, etc. erreichen und Zustimmung erhalten. Jedoch ist die Aufmerksamkeit des Publikums beschränkt. Die Kommunikation muss sich in den „Arenen des öffentlichen Aufmerksamkeitswettbewerbs“ bewähren.³³ Das Publikum ist keine homogene Masse. Die Beteiligung und Zusammensetzung des Publikums hängt von den jeweilig verhandelten Themen ab.

Nach Jarren und Donges (2011) lassen sich drei Merkmale des Publikums ausmachen:

1. hohe Zahl an Laien
2. soziale Heterogenität

³¹ Jarren; Donges (2011): S. 106.

³² Jarren; Donges (2011): S. 106.

³³ Imhof (2006): S. 3.

3. geringer Organisationsgrad

Wie bereits erwähnt, ist das Publikum aufgrund seiner Heterogenität und dem geringen Organisationsgrad nicht strategisch handlungsfähig. Diese Gründe stellen aber auch Vermittler und Sprecher vor eine Herausforderung, denn für sie ist das Publikum unbekannt und abstrakt.³⁴ Laut Gerhards müssen Sprecher und Akteure die kommunikativen Rahmenbedingungen der Öffentlichkeit berücksichtigen, um das Publikum zu erreichen. Dementsprechend gibt es zwei wichtige Bedingungen, die Akteure beachten müssen, wenn sie eine öffentliche Kommunikation anstreben: Zum einen müssen Akteure die Aufmerksamkeit des Publikums für die eigenen Themen gewinnen, um das Publikum dann – in einem zweiten Schritt – von ihrer Position zu überzeugen.³⁵

2.5 Ebenen von Öffentlichkeit

Öffentlichkeit spielt sich auf unterschiedlichen Ebenen ab, die sich durch ihre Strukturiertheit in der Kommunikation unterscheiden. Grundsätzlich lassen sich drei verschiedene Ebenen von Öffentlichkeit ausmachen. Öffentlichkeit besteht aus einer großen Menge von unterschiedlichen Kommunikationsforen oder -arenen, die – mehr oder weniger – miteinander vernetzt sind. Sie unterscheiden sich durch ihre Größe bzw. die Zahl der Mitglieder sowie durch ihre strukturelle Ausprägung. Getrennt sind die Ebenen durch Selektionsstufen. Von der Vielzahl an Themen, die auf der Encounter-Ebene, der niedrigsten Ebene, verhandelt werden, diffundiert nur ein Teil in die Themen- bzw. Versammlungsöffentlichkeit und von dort aus weiter in die Medienöffentlichkeit oder Massenmedienkommunikation.³⁶ Der Soziologe und Kommunikationswissenschaftler Kurt Imhof beschreibt diesen Prozess wie folgt: „Die Kommunikationsereignisse in den Netzwerken und Arenen konstituieren sich und finden Anschlußkommunikation auf den Ebenen der Interaktionskommunikation, der Versammlungskommunikation wie der massenmedialen Kommunikation.“³⁷ Gerade die dritte Ebene, also die Medienöffentlichkeit – die durch massenmediale öffentliche Kommunikation geprägt ist – ist für diese Arbeit von Interesse.

³⁴ Vgl. Vgl. Jarren; Donges (2011): S. 106 f.

³⁵ Vgl. Gerhards (1998a): S. 271.

³⁶ Vgl. Jarren; Donges (2011): S. 105 f.

³⁷ Imhof (2006): S. 4.

Im Folgenden sollen die drei Ebenen (Encounter-Ebene, Themenöffentlichkeit und Medienöffentlichkeit) kurz vorgestellt und beschrieben werden.

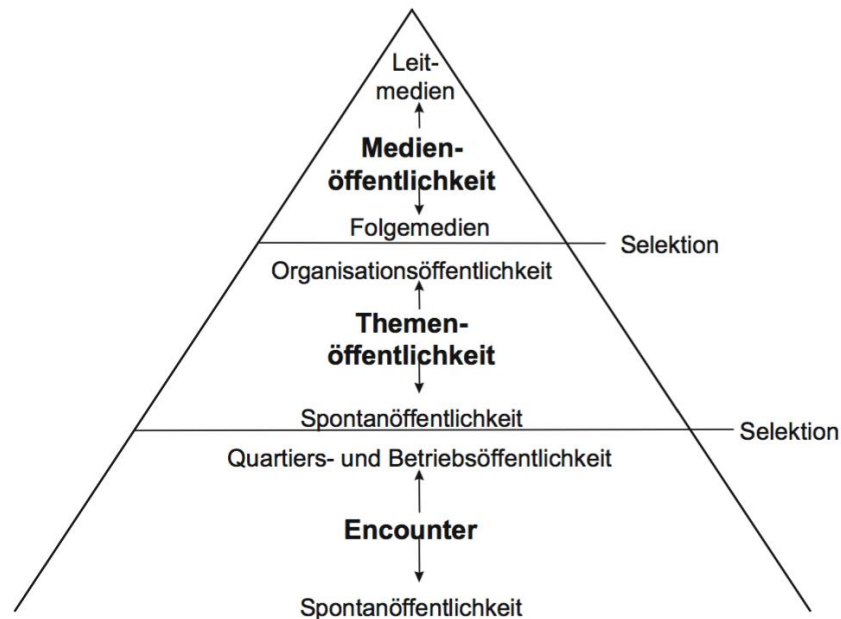


Abbildung 1: Ebenen der Öffentlichkeit³⁸

2.5.1 Encounter-Ebene

Die Encounter-Ebene bildet die niedrigste Stufe von Öffentlichkeit und beruht auf einfachen, spontanen Interaktionen im Alltag, auf der Straße oder beispielsweise am Arbeitsplatz. Diese Begegnungen und Gespräche bilden „die elementarsten Formen einer ‚kleinen‘ Öffentlichkeit.“³⁹ Auf dieser Ebene gibt es keine ausdifferenzierten Rollen. Jeder Teilnehmer kann sowohl die Rolle des Sprechers einnehmen als auch als Publikum oder Empfänger auftreten. Kennzeichnend für die Encounter-Ebene ist, dass sie „meist räumlich, zeitlich und sozial beschränkt“ ist.⁴⁰ Sie basiert auf wechselseitiger privater Kommunikation und hat einen fließenden Übergang zu öffentlicher Kommunikation mit einem prinzipiell unbegrenzten Publikum.⁴¹

³⁸ Jarren; Donges (2011): S. 105.

³⁹ Gerhards; Neidhardt (1990): S. 20.

⁴⁰ Jarren; Donges (2011): S. 104.

⁴¹ Vgl. Jarren; Donges (2011): S. 104.

2.5.2 Themenöffentlichkeit

Themenöffentlichkeiten, oft auch als Veranstaltungsöffentlichkeiten bezeichnet, sind „thematisch zentrierte Interaktionssysteme“.⁴² Veranstaltungen können zwar auch spontan zustande kommen, weisen aber im Normalfall einen hohen Organisationsgrad auf und sind in der Regel auf ein Thema spezialisiert. Es gibt einen Veranstalter, Referenten, Diskussionsleiter und ein Publikum.⁴³ Die Rollenverteilung ist ausdifferenzierter als auf der Encounter-Ebene. Teilnehmer, die beispielsweise als Publikum anwesend sind, können nicht ohne Hindernisse die Rolle des Sprechers übernehmen. Im Vergleich zur Encounter-Ebene zeichnen sich Themenöffentlichkeiten durch innere Stabilität und einen höheren Aufmerksamkeitsgrad aus.⁴⁴

2.5.3 Medienöffentlichkeit

Die dritte Ebene bildet die Medienöffentlichkeit: „Hier vollzieht sich öffentliche Kommunikation am folgenreichsten als Massenkommunikation.“⁴⁵ Voraussetzung dafür sind eine entsprechende technische Infrastruktur, spezialisierte Organisationen (Medien) und spezialisierte Personen bzw. Berufe (JournalistInnen). Generell kennzeichnet die Medienöffentlichkeit eine starke Ausdifferenzierung und Professionalisierung der Rollen. Die Rolle des Publikums ist eingeschränkt, wohingegen die Massenmedien die öffentliche Meinung kontinuierlich beeinflussen können. Zwar entsteht die öffentliche Meinung über alle drei Ebenen verteilt, ohne die Massenmedien ließe sich jedoch in modernen Gesellschaften keine Öffentlichkeit herstellen.⁴⁶

2.6 Rolle der Medien in der Öffentlichkeit

Wie bereits das Kapitel zu den Ebenen von Öffentlichkeit gezeigt hat, spielen Medien eine zentrale Rolle in der Öffentlichkeit. Heutige Öffentlichkeiten sind von Massenmedien geprägt, die eine geregelte und wechselseitige Kommuni-

⁴² Gerhards; Neidhardt (1990): S. 22.

⁴³ Vgl. Gerhards; Neidhardt (1990): S. 22.

⁴⁴ Vgl. Jarren; Donges (2011): S. 105.

⁴⁵ Gerhards; Neidhardt (1990): S. 24.

⁴⁶ Vgl. Gerhards; Neidhardt (1990): S. 23 f.

kation nicht zulassen. Laut Habermas sei dies auch nicht nötig, denn die politische Öffentlichkeit vermittle lediglich zwischen den Diskursen in staatlichen Organen und Einrichtungen und den alltäglichen Gesprächen der Bürgerinnen und Bürger. Sie stelle nur ein Verbindungsglied zwischen diesen separaten Kommunikationsräumen dar.⁴⁷ Der Bereich der politischen Öffentlichkeit ist maßgeblich durch die Massenmedien geprägt.⁴⁸

Jarren merkt an, dass man „Massenmedien als eine Strukturebene in der Öffentlichkeit moderner Gesellschaft begreifen“ kann.⁴⁹ Medien haben eine intermediäre Funktion und „eine[] Reihe von spezifischen Bereitstellungs- und Leistungsmerkmalen“ inne.⁵⁰ Zwar bilden sie nur eine Ebene von Öffentlichkeit, besitzen aber aufgrund der eben genannten Funktionen und Merkmale eine große Relevanz für die Gesellschaft. Massenmedien wählen Themen „potenziell gesellschaftsweiter Entscheidungsrelevanz durch spezifische Selektionsprogramme“ aus, tragen durch „spezifische Bereitstellungsqualität (Aktualität und Periodizität) zur gesellschaftlichen Synchronisation“ bei und erzeugen „als Intermediäre Erwartungssicherheit durch andauernde Leistungen“, die eine gesellschaftliche Orientierung erlauben.⁵¹ Um sich zu orientieren und einen Überblick über Themen gesamtgesellschaftlicher Relevanz zu verschaffen, nutzen die BürgerInnen in ihrer Rolle als RezipientInnen die Medien und beziehen sie in ihr persönliches Entscheidungsverhalten ein. Jarren beschreibt den Zusammenhang zwischen der Ausbildung individueller Entscheidungen und Meinungen und der öffentlichen Meinung wie folgt:

„Die Massenmedien repräsentieren somit den öffentlichen Entscheidungshaushalt, den die Einzelnen kennen müssen, um sich entscheiden zu können. Die Massenmedien ermöglichen dabei zugleich den Blick auf relevante bzw. als einflussreich geltende gesellschaftliche Akteure und deren Entscheidungsziele, sie dokumentieren Positionen wie Diskurse und reflektieren Entschei-

⁴⁷ Vgl. Habermas (2012): S.136 f.

⁴⁸ Vgl. Peters (1993): S. 43.

⁴⁹ Jarren (2008): S. 330.

⁵⁰ Jarren (2008): S. 331.

⁵¹ Jarren (2008): S. 331.

*dungen. Sie lassen damit individuelle Entscheidungsoptionen vor dem Hintergrund der Reflexion über den kollektiven Entscheidungshaushalt möglich werden.*⁵²

Die öffentliche Kommunikation der Massenmedien bildet die zentrale Orientierungsinstanz bei der Meinungsbildung der BürgerInnen. Sie zwingt das politische System, Entscheidungsprozesse transparent zu gestalten und sich ständig den Veränderungen der Gesellschaft anzupassen. „Ohne die Impulse einer meinungsbildenden Presse, die zuverlässig informiert und sorgfältig kommentiert, kann die Öffentlichkeit diese Energien nicht mehr spenden.“⁵³ Die Medien sind also von zentraler Bedeutung für die Öffentlichkeit.

2.7 Merkmale und normative Ansprüche von Öffentlichkeit

Zum Abschluss dieses Kapitels sollen die wichtigsten Merkmale von Öffentlichkeit genannt werden.

Öffentlichkeit ist ein „spezifisches Kommunikationssystem“⁵⁴, dessen Merkmal die „Strukturierung als Netzwerk offener Kommunikationsforen“⁵⁵ ist. Wie bereits dargelegt, stellt Öffentlichkeit ein Netzwerk von Kommunikationsarenen dar, die miteinander verbunden sind und in denen Informationen, Meinungen und Stellungnahmen ausgetauscht und verhandelt werden. Öffentlichkeit kann als ein Gebilde aus „vielfältig funktional differenzierte[n], segmentierte[n] und fragmentierte[n] Kommunikationsräume[n]“ verstanden werden.⁵⁶ Diese Kommunikationsräume können sich beispielsweise themen- oder mitglieder-spezifisch bilden. Aus den einzelnen Kommunikationsarenen können Themen in andere vernetzte Kommunikationsräume vordringen und sich zu öffentlichen Meinungen verdichten.

Ein weiteres wesentliches Merkmal von Öffentlichkeit ist der prinzipiell offene Zugang und die Unabgeschlossenheit des Publikums. Jede Person, die daran Interesse hat an der öffentlichen Kommunikation teilzunehmen, hat auch prinzipiell die Möglichkeit dazu. Bernhard Peters betont hierbei die „Reziprozität

⁵² Jarren (2008): S. 332.

⁵³ Habermas (2012): S.136.

⁵⁴ Gerhards; Neidhardt (1990): S. 15.

⁵⁵ Brüggemann (2008): S. 43.

⁵⁶ Brüggemann (2008): S. 43.

von Hörer- und Sprecherrollen“.⁵⁷ Demnach hat jedes Individuum die Möglichkeit sowohl in die Hörer- als auch in die Sprecherrolle zu schlüpfen. Damit geht einher, dass die „Art der Teilnahme weder an Stand und Status noch an spezielle Expertenrollen gebunden ist“.⁵⁸ Das Idealbild von Öffentlichkeit sieht also keine Vorrechte oder Sonderrollen aufgrund des sozioökonomischen Status oder anderen Eigenschaften für einzelne Personen oder Akteure vor, wenngleich der Grad der Reziprozität von Rollen auf den unterschiedlichen Ebenen von Öffentlichkeit verschieden stark ausgeprägt ist.

Neben dem offenen und unbeschränkten Zugang zu Öffentlichkeit ist auch die Offenheit der Öffentlichkeit für jegliche Beiträge und Themen eine Grundvoraussetzung. Laut Bernhards müssten Themen von allgemeinem Interesse sein, dürften jedoch nicht von vornherein ausgeschlossen sein. Über die Relevanz der Themen würde in der öffentlichen Debatte entschieden. Neben der thematischen Offenheit ist auch eine sachliche und kompetente Behandlung von Themen von Bedeutung.⁵⁹ Dies setzt eine „adäquate Kompetenz und Verarbeitungskapazität der öffentlichen Sphäre“ voraus.⁶⁰ Das Kollektiv muss also im Stande sein, Themen in entsprechenden Maße zu bearbeiten.

Ein signifikantes Merkmal von Öffentlichkeit bzw. ihrer Struktur ist Diskursivität. Im Prinzip wird davon ausgegangen, dass die öffentliche Meinung das Resultat eines Diskurses in der Öffentlichkeit ist. Die öffentliche Kommunikation zwischen Akteuren beruht dabei auf Argumenten, auf die eingegangen wird, die reflektiert und durch Gegenargumente erweitert werden, um Lösungsvorschläge, Meinungen oder ähnliches auszuhandeln.⁶¹ Einwände, Kritik und Ergänzungen sind dabei von jeder Partei, von jedem Teilnehmer möglich. Eine grundlegende Voraussetzung ist der gegenseitige Respekt aller beteiligter Kommunikationspartner. Die Gleichstellung der Kommunikationsteilnehmer wird zur Bedingung: „Kritik an Beiträgen eines Teilnehmers wird nicht verbunden mit Achtungsentzug oder anderen Formen der Sanktionierung; die Teilnehmer respektieren wechselseitig ihre persönliche Integrität.“⁶² Nur auf diese

⁵⁷ Peters (1994): S. 61.

⁵⁸ Gerhards; Neidhardt (1990): S. 16 f.

⁵⁹ Vgl. Peters (1994): S. 61 f.

⁶⁰ Peters (1994): S. 62.

⁶¹ Vgl. Gerhards (1998a): S. 272.

⁶² Peters (1994): S. 62.

Weise kann ein diskursiver Austausch, der auf Argumentation beruht, zu Stande kommen. Auf einer diskursiven Struktur beruht auch das Öffentlichkeitsmodell Habermas, wenngleich er kritisiert, dass Öffentlichkeit vermachtet sei. Kommunikationsteilnehmer verfügten nicht über gleiche Chancen und Möglichkeiten im öffentlichen Diskurs.⁶³ Laut Habermas spielt also Herrschaft immer eine Rolle in Diskursen. In seiner „Theorie des kommunikativen Handelns“ entwickelt er deshalb das Ideal eines herrschaftsfreien Diskurses, dem vier Geltungsansprüche zugrunde liegen. Optimaler und herrschaftsfreier Diskurs manifestiert sich in der idealen Sprechsituation.⁶⁴

Das letzte relevante Merkmal – im Zusammenhang dieser Arbeit – ist die Vermittlung bzw. Verbreitung von Öffentlichkeit über die Massenmedien. Massenmedien sind aus modernen Massen- und Informationsgesellschaften nicht mehr wegzudenken. Sie sind ein integraler Bestandteil der öffentlichen Kommunikation. Steininger (2008) stellt diesbezüglich fest: „Öffentlichkeit ist nicht ohne Medien zu denken.“⁶⁵ Geht man bei Öffentlichkeit von einem Kommunikationsnetzwerk aus, das sich aus unterschiedlichen Kommunikationsforen und -arenen zusammensetzt, so bilden Massenmedien die Knotenpunkte in diesem System. Aufgrund ihrer hohen Reichweite haben sie eine integrierende Wirkung auf die vielfältige und vielschichtige öffentliche Kommunikation. Öffentlichkeit erstreckt sich, wie bereits beschrieben, über verschiedene Ebenen, die sich aufgrund ihrer Struktur unterscheiden: „Während im Gespräch auf der Straße der stetige Wechsel von Sprechen und Zuhören möglich ist, so gibt es auf Ebene der Medien ausdifferenzierte und relativ festgefügte Rollen.“⁶⁶ Ein Rollentausch ist im Bereich der massemедial vermittelten öffentlichen Kommunikation so gut wie ausgeschlossen. Ein freier Zugang bzw. die Teilnahme an der öffentlichen Kommunikation ist auf dieser Ebene beschränkt. Die Medien, in Person vertreten durch JournalistInnen, gründen ihre Themenauswahl auf bestimmten Selektionsprinzipien und Nachrichtenwerten.⁶⁷ JournalistInnen kommt somit eine sogenannte Gatekeeper-Rolle zu.

⁶³ Vgl. Habermas (1990).

⁶⁴ Vgl. Habermas (1982).

⁶⁵ Steininger (2007): S. 25.

⁶⁶ Brüggemann (2008): S. 44.

⁶⁷ Vgl. Brüggemann (2008): S. 44 f.

3. Theoretischer Rahmen

Wie bereits deutlich wurde, ist Öffentlichkeit für die vorliegende Arbeit von großer Bedeutung. Im letzten Kapitel wurde sich intensiv mit dem Begriff Öffentlichkeit auseinandergesetzt, auf Akteure und Rollen eingegangen, ihre Beschaffenheit geklärt und einige Merkmale von Öffentlichkeit behandelt. Dieses Kapitel wird sich mit dem theoretischen Rahmen dieser Arbeit beschäftigen. Hierfür ist die Auswahl eines umfassenden Öffentlichkeitsmodells wichtig. In diesem Sinne wird es unvermeidbar sein, im Rahmen dieses Kapitels auch einen demokratietheoretischen Bezug herzustellen. Zunächst wird ein kurzer Überblick über Öffentlichkeitsmodelle verschafft, bevor näher auf das diskursive bzw. deliberative Öffentlichkeitsmodell eingegangen wird, das maßgeblich von Jürgen Habermas geprägt wurde und als theoretischer Rahmen dieser Arbeit dienen soll.

3.1 Öffentlichkeitsmodelle: Ein Überblick

Ziel dieses Kapitels ist es zunächst, einen kurzen Überblick über Öffentlichkeitsmodelle zu geben. Wie bereits angedeutet, sind viele Vorstellungen von Öffentlichkeit der Demokratietheorie entsprungen, weshalb es eine enge Verbindung von normativen Öffentlichkeitsmodellen und Demokratietheorie gibt. Ferree et al. (2002) beschreiben den Zusammenhang von Demokratietheorie und Öffentlichkeitstheorie bzw. -modellen wie folgt: „Democratic theory focuses on accountability and responsiveness in the decision-making process; theories of the public sphere focus on the role of public communication in facilitating or hindering this process.“⁶⁸ Der Unterschied liegt hauptsächlich in den Schwerpunkten, die die Theoriegebäude setzen. Während die Demokratietheorie ihren Fokus auf den Entscheidungsprozess in demokratischen Systemen legt, befasst sich die Öffentlichkeitstheorie mit öffentlicher Kommunikation und ihren Einfluss auf den politischen Entscheidungsprozess. Dies unterstreicht nochmals die enge Verbundenheit von Demokratietheorie und Öffentlichkeitsmodellen, wenngleich Aspekte aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet werden.

⁶⁸ Ferree et al. (2002): S. 289.

Ferree et al. differenzieren insgesamt vier Traditionen demokratischer Theorien: repräsentativ-liberale, partizipatorisch-liberale, diskursive und konstruktivistische Theorie. Wenngleich diese Kategorisierung in Teilen fragwürdig ist, beispielsweise die Unterteilung in repräsentativ- und partizipatorisch-liberal, so gibt sie dennoch einen guten Überblick über die verschiedenen Ansätze und Strömungen in der Demokratietheorie. Abbildung 2 zeigt die oben genannten Traditionen und stellt die Unterschiede der Traditionen im Hinblick auf öffentliche Diskurse anhand von vier Punkten heraus. Dabei wird danach gefragt, wer an öffentlichen Diskursen teilnehmen kann, welchen Prozessen der öffentliche Diskurs folgt, wie Ideen aufgenommen werden und der Anspruch der Ergebnisse der öffentlichen Diskurse in den unterschiedlichen Traditionen. Im Folgenden werden die Traditionen kurz vorgestellt, um eine Abgrenzung der unterschiedlichen Modelle zu vollziehen.

Theory types	Criteria for a good democratic public discourse			
	<i>Who participates</i>	<i>In what sort of process</i>	<i>How ideas should be presented</i>	<i>Outcome of relation between discourse and decision-making</i>
Representative liberal	<i>Elite dominance Expertise Proportionality</i>	Free market-place of ideas Transparency	Detachment Civility	Closure
Participatory liberal	Popular inclusion	<i>Empowerment</i>	Range of styles	Avoidance of imposed closure
Discursive	Popular inclusion	Deliberative	<i>Dialogue Mutual respect Civility</i>	Avoidance of premature, non-consensus-based closure
Constructionist	Popular inclusion	Empowerment Recognition	Narrative creativity	<i>Avoidance of exclusionary closure Expansion of the political community</i>

Abbildung 2: Normative Kriterien in der Demokratietheorie⁶⁹

⁶⁹ Ferree et al. (2002): S. 316.

3.1.1 Repräsentativ-liberale Theorie

Das Repräsentativ-liberale Modell beruht darauf, dass in periodischen Abständen die StaatsbürgerInnen RepräsentantInnen wählen, die in ihrem Namen rational begründete Entscheidungen treffen. Die Kopplung an den Willen des Volks erfolgt also durch die Wahl bzw. Nicht-Wahl von RepräsentantInnen. Die Aufgabe der politischen Öffentlichkeit ist die Informationsvermittlung, Meinungs- und Willensbildung und die Beobachtung und Kontrolle der Gewählten. Öffentlichkeit ist in der repräsentativ-liberalen Theorie also ein Beobachtungssystem oder Spiegel zur Herstellung von Transparenz. Die gewählten RepräsentantInnen orientieren sich an der öffentlichen Meinung. Auf diese Weise können sie versuchen eine Wiederwahl durch die StaatsbürgerInnen zu begünstigen.⁷⁰ Die Partizipationsmöglichkeiten der BürgerInnen sind beschränkt. Ihnen steht hauptsächlich die Beeinflussung des politischen Systems durch Wahlen zur Verfügung.

3.1.2 Partizipatorisch-liberale Theorie

Die partizipatorisch-liberale Theorie geht von der These aus, dass politische Partizipation Individuen in politisch engagierte BürgerInnen transformiert. Die aktive Einbeziehung der BürgerInnen in den politischen Prozess zum Beispiel in Form von Bürgerinitiativen steht im Vordergrund. Die Wurzeln dieser Theorie liegen in direktdemokratischen Vorstellung von Jean-Jacques Rousseau. Aufgabe der Öffentlichkeit und der Medien ist es, eine Vielzahl an Informationen, Interessen und Meinungen zu thematisieren und zu präsentieren, um Vielfältigkeit und eine aktive Bürgerschaft zu fördern. Politische Interessen sind demnach nicht von vornherein gegeben, sondern entstehen durch den politischen Prozess und damit verbundene öffentliche Deliberation. Medieninhalte sollen in erster Linie die Ermächtigung von BürgerInnen begünstigen. Mediale Diskurse müssten demzufolge Hindernisse politischen Engagements adressieren.⁷¹

⁷⁰ Gerhards (2002): S. 2 f.

⁷¹ Ferree et al. (2002): S. 295 ff.

3.1.3 Diskursive Theorie

Wie Ferree et al. anmerken, ist es nicht leicht die partizipatorisch-liberale Theorie von einem diskursiven Ansatz zu unterscheiden: „The line between participatory liberal and discursive theories is not easy to draw, especially regarding who should be included in the public sphere.“⁷² Beide Traditionen betonen die Einbeziehung der Allgemeinheit oder genauer aller gleichgestellten und gleichberechtigten BürgerInnen. Das kennzeichnende Prinzip des diskursiven Ansatzes ist die öffentliche Deliberation, die für jedes Individuum ohne Beschränkung frei zugänglich sein sollte. Das trifft vor allem auf Angelegenheiten gesamtgesellschaftlichen Interesses zu – eben keine Routineentscheidungen – die eine öffentliche Diskussion bzw. Diskurs benötigen und nicht allein vom politischen Zentrum zu entscheiden sind. Die Aufgabe einer funktionierenden Öffentlichkeit sei diesbezüglich die Miteinbeziehung der Peripherie in den Aushandlungsprozess.⁷³ Jürgen Habermas gilt als einer der wichtigsten Vertreter dieser Tradition. Mit seinem Werk „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ legte er den Grundstein für seine später entwickelte Diskurstheorie.

3.1.4 Konstruktivistische Theorie

Öffentlichkeitsmodelle in der Tradition konstruktivistischer Ansätze identifizieren, in Anlehnung an Michel Foucault, „discourse as the practices of power diffused outside formal political institutions, making use of seemingly neutral categories of knowledge and expertise to control others as well as to construct the self as a political actor“.⁷⁴ Ansätze der konstruktivistischen Tradition betonen die Machtverhältnisse bei Diskursen, die sich beispielsweise in Akteurskonstellationen oder in der Verfügung über Information und Wissen ausdrücken. Sie kritisieren die Untrennbarkeit von bestehenden Machtverhältnissen und ihren Einfluss auf Diskurse in der Gesellschaft.⁷⁵

3.2 Diskursives bzw. deliberatives Öffentlichkeitsmodell

Nachdem demokratietheoretische Traditionen im Vorfeld ausgeführt worden sind, soll sich in diesem Kapitel einem Öffentlichkeitsmodell genähert werden,

⁷² Ferree et al. (2002): S. 300.

⁷³ Vgl. Ferree et al. (2002): S. 300 ff.

⁷⁴ Ferree et al. (2002): S. 307.

⁷⁵ Vgl. Ferree et al. (2002): S. 306 ff.

das den theoretischen Rahmen dieser Arbeit bilden soll. Zunächst wird Habermas' Diskursbegriff bzw. Diskurstheorie aufgegriffen, um dann auf das von ihm entwickelte deliberative Demokratiemodell einzugehen. Darauf aufbauend wird in Anlehnung an Kurt Imhof ein diskursives Öffentlichkeitsmodell entwickelt und normative Ansprüche an eine so konstituierte Öffentlichkeit formuliert.

3.2.1 *Habermas' Diskursbegriff und Diskurstheorie*

Als Ausgangspunkt für die folgende Ausführung soll Habermas' Diskursbegriff dienen. Im allgemeinen Sprachgebrauch bezeichnet Diskurs eine rational begründete, argumentative Auseinandersetzung, die schlussendlich zu einem Ergebnis, einem Konsens führt. Der Diskursbegriff nach Habermas geht aber über diese Bedeutung hinaus und „trägt stark normative, verfahrensregelnde Züge und soll als Instrument dienen, Aussagen auf ihre Richtigkeit hin zu überprüfen“.⁷⁶ Traditionelle Legitimationsinstanzen werden von Habermas durch den „herrschaftsfreien Diskurs als formale Prozedur“ ersetzt.⁷⁷ Habermas, dessen akademischer Werdegang im Dunstkreis der Frankfurter Schule beginnt, steht in der Tradition der dort begründeten Kritischen Theorie. Die Untersuchung der bürgerlichen Gesellschaft, Aufdeckung von Machtverhältnissen, die Emanzipation der beherrschten Subjekte und das Streben nach einer mündigen und vernünftigen Gesellschaft sind ganz im Sinne der Kritischen Theorie.⁷⁸ Dies spiegelt sich auch in Habermas' Schriften wider. Die Grundannahme von Habermas lautet:

„[I]n dem Maße, in dem mündige Bürger unter Bedingungen einer politisch fungierenden Öffentlichkeit, durch einsichtige Delegation ihres Willens und durch wirksame Kontrolle seiner Ausführung, die Einrichtung ihres gesellschaftlichen Lebens selbst in die Hand nehmen, wird personale Autorität in rationale überführbar.“⁷⁹

Im Kern geht es Habermas um die Verschiebung von Herrschaftsverhältnissen: Die Ermächtigung mündiger und gleichgestellter BürgerInnen und ihre

⁷⁶ Bevc (2012): S. 296.

⁷⁷ Bevc (2012): S. 296.

⁷⁸ Vgl. Bevc (2012): S. 295 ff.

⁷⁹ Habermas (1973): S. 12.

Einflussnahme auf die Herrschaftsverhältnisse und die Bestimmung ihres gesellschaftlichen Lebens mittels einer funktionierenden und diskursiven Öffentlichkeit erzeuge Legitimität.

Gemäß Habermas unterliegen Diskurse jedoch bestimmten Zwängen, wie zum Beispiel Natur, Gott oder Traditionen, die die DiskursteilnehmerInnen einschränken und von den herrschenden Schichten konstruiert sind, um die Machtverhältnisse zu bewahren. In der Diskurstheorie werden diese Zwänge aber durch einen herrschaftsfreien Diskurs ersetzt. Entscheidungen und Einigungen werden durch Diskurse erlangt, an dem sich alle vernünftigen und gleichberechtigten Individuen beteiligen können. Die Sprache spielt eine übergeordnete Rolle. Sie ist das Medium des Diskurses. Der strategische Sprachgebrauch ist jedoch für Diskurse kontraproduktiv: durch ihn werden die Regeln des Diskurses außer Kraft gesetzt. Der Ausgang des Diskurses ist in diesem Falle weder ergebnisoffen noch wahrhaftig, sondern strategisch geplant. Deshalb betont Habermas die Wichtigkeit des kommunikativen Sprachgebrauches, der zu rational begründeten, wahrhaftigen Ergebnissen führt und vom Gegenspieler akzeptiert wird und somit ein Mindestmaß an gemeinsamer Überzeugung beinhaltet.⁸⁰

Neben der Wahrhaftigkeit von Diskursen ist auch die unparteiliche Urteilsbildung von großer Bedeutung. Dieses Verfahren nennt Habermas praktischen Diskurs. Er unterscheidet in diesem Zusammenhang theoretische und praktische Diskurse. Bei praktischen Diskursen geht es um die Geltung handlungsrelevanter Normen, die von allen Betroffenen Zustimmung erfahren, während theoretische Diskurse die Form der Argumentation sei, „in der kontroverse Wahrheitsansprüche zum Thema gemacht“ würden.⁸¹ Die Diskurse sind jedoch an eine Art Regelwerk gebunden, das Habermas als ideale Sprechsituation bezeichnet. Die ideale Sprechsituation soll die Chancengleichheit der Beteiligten garantieren und diskursexterne Phänomene von Machtausübung ausschließen:

⁸⁰ Vgl. Habermas (1982): S. 387.

⁸¹ Bevc (2012): S. 300.

„Die ideale Sprechsituation schließt systematische Verzerrung der Kommunikation aus. Nur dann herrscht ausschließlich der eigentümlich zwanglose Zwang des besseren Argumentes, der die methodische Überprüfung von Behauptungen sachverständig zum Zug kommen lässt und die Entscheidung praktischer Fragen rational motivieren kann.“⁸²

Dementsprechend trägt die ideale Sprechsituation dazu bei, dass das bessere Argument sich durchsetzt und Kommunikation nicht durch externe Faktoren verzerrt wird.

Erfolgreiche Kommunikation hängt nach Habermas aber auch von einer geteilten gemeinsamen Lebenswelt ab. Kommunikation ist demnach erfolgreicher unter Teilnehmern, die sich innerhalb einer gemeinsamen Lebenswelt bewegen. Lebenswelt bezeichnet dabei einen gemeinsamen Pool aus Erwartungen, Erfahrungen und Überzeugungen. Die Kommunikation unter Individuen, die einer gleichen Lebenswelt entspringen, ist deshalb ein leichteres Unterfangen und trennt somit auch Fremde von der eigenen Lebenswelt ab.⁸³ Die Grundbedingung für kommunikatives Handeln, also das Vollziehen von Sprechakten und Grundstein eines jeden Diskurses, liegt in der Rationalität. Habermas schreibt in Bezug auf Rationalität: „Rationalität hat weniger mit dem Haben von Erkenntnis als damit zu tun, wie sprach- und handlungsfähige Subjekte Wissen erwerben und verwenden.“⁸⁴ Wissen und Rationalität stehen in einer engen Beziehung. Die Rationalität einer Aussage bemisst sich an der „Zuverlässigkeit des in ihr verkörperten Wissens“.⁸⁵ Somit sind Kritisierbarkeit und Begründungsfähigkeit Anzeichen für die Rationalität einer Aussage. Voraussetzung ist jedoch eine objektive Beurteilung: „Objektiv kann eine Beurteilung nur dann sein, wenn sie anhand eines transsubjektiven Geltungsanspruchs vorgenommen wird, der für beliebige Beobachter und Adressaten dieselbe Bedeutung hat wie für das jeweils handelnde Subjekt selbst.“⁸⁶ Ernsthaftige Kommunikation setzt demzufolge Geltungsansprüche voraus, die transsubjektiv nachvollziehbar sind. Diese grundlegenden Ansprüche bilden sozusagen ein Fundament, auf das jeder ernsthafte Kommunikationsakt aufbaut.

⁸² Habermas (1971): S. 137.

⁸³ Vgl. Bevc (2012): S. 297 ff.

⁸⁴ Habermas (1982): S. 25.

⁸⁵ Habermas (1982): S. 25 f.

⁸⁶ Habermas (1982): S. 27.

Aussagen müssen gemäß Habermas vier Geltungsansprüchen genüge tragen:

1. Die Aussage ist wahr
2. Verständlichkeit der Aussage
3. Wahrhaftigkeit der Aussage
4. Richtigkeit der Aussage⁸⁷

Nur wenn diese Geltungsansprüche erfüllt würden, seien Aussagen auch objektiv von unterschiedlichen Teilnehmern, Beobachtern oder Adressaten prüfbar und transportieren somit eine gleiche Bedeutung für alle.

Herzstück von Habermas' Diskursethik ist die Idee der Öffentlichkeit und des herrschaftsfreien Diskurses, der frei von Zwängen ist und für jedes Individuum zugänglich ist. Der Sprache kommt dabei eine große Bedeutung zu. Kommunikativer Sprachgebrauch ist die Voraussetzung für einen ergebnisoffenen und wahrhaftigen Diskurs. Nach Habermas gibt es jedoch noch weitere Bedingungen und Umstände, die erfolgreiche Kommunikation und Diskurs ermöglichen oder begünstigen. In diesem Zusammenhang kann man auf Habermas' ideale Sprechsituation, die diskursexterne Machtbeziehungen ausblenden soll, oder das Konzept der Lebenswelten verweisen. Aber auch Rationalität ist von großer Bedeutung in Bezug auf kommunikatives Handeln sowie eine objektive Beurteilung von Äußerungen und Aussagen, die diesbezüglich einer Reihe von allgemeinen Geltungsansprüchen Rechnung tragen müssen.

3.2.2 *Deliberatives Demokratiemodell*

Habermas' Diskursbegriff und einige Eckpunkte seiner Diskursethik wurden im letzten Kapitel beleuchtet. Im Folgenden soll es um Habermas' Verknüpfung von Diskurs und Demokratietheorie gehen. In seinem Werk „Faktizität und Geltung“, was als eine rechtstheoretische Ergänzung zu „Theorie des kommunikativen Handelns“ gilt, beschreibt Habermas „Deliberative Politik“ als ein „Verfahrensbegriff der Demokratie“.⁸⁸ Habermas zeichnet in diesem Zusammenhang ein Demokratiemodell, das auf Deliberation beruht, und stellt es dem re-

⁸⁷ Vgl. Bevc (2012): S. 301 ff.

⁸⁸ Habermas (1998): S. 349.

publikanischen und liberalen Modell gegenüber. Er betont dabei die „Prozeduralisierung der Volkssouveränität“ und die Kopplung des politischen Systems an die Öffentlichkeit.⁸⁹

Von zentraler Bedeutung für das deliberative Demokratiemodell ist der Meinungs- und Willensbildungsprozess. Die Aufgabe des Rechtsstaates ist es dabei, den rechtlichen wie auch institutionellen Rahmen für die Meinungs- und Willensbildung zu schaffen. Habermas zufolge sei das Funktionieren einer deliberativen Demokratie nicht in erster Linie abhängig von einer kollektiv funktionierenden und handlungsfähigen Bürgerschaft, sondern vielmehr von der Schaffung entsprechender kommunikativer und institutioneller Strukturen. Großer Bedeutung würde dabei dem „Zusammenspiel der institutionalisierten Beratungen mit informell gebildeten öffentlichen Meinungen“ zukommen.⁹⁰ Wie bereits oben erwähnt ist die Prozeduralisierung der Volkssouveränität ein maßgebendes Anliegen Habermas', was so viel bedeutet wie die Rückkopplung der Selbstbestimmung der BürgerInnen mit dem politischen System bzw. dem politischen Entscheidungsprozess. Ein Demokratiemodell nach Habermas' Vorstellungen verabschiedet sich von einem Bild der Bürgerschaft als kollektiver Akteur oder eines Ganzen. Die „Selbstbestimmungspraxis der Bürger“ sei nicht mehr einem „gesamtgesellschaftlichen Subjekt zuzuschreiben“.⁹¹

Das deliberative Modell beruht auf intersubjektiver Kommunikation auf einem hohen Niveau, die sich durch den gesamten Querschnitt der Gesellschaft, Verfahren und Prozessen sowie durch die politische Öffentlichkeit zieht. Die subjektlosen Kommunikationen, wie Habermas sie nennt, konstituieren Arenen, in denen der Meinungs- und Willensbildungsprozess stattfindet. Diese rationalen Prozesse finden dementsprechend nicht nur im politischen System statt und befassen sich mit der Aushandlung von Themen und Angelegenheiten gesamtgesellschaftlicher Relevanz.⁹² Habermas betont in diesem Kontext die herausragende Rolle von Kommunikationsflüssen, die letztendlich dafür verantwortlich sind, dass kommunikativ erzeugte Macht in administrativ ausführbare Macht umgewandelt werden kann:

⁸⁹ Habermas (1998): S. 362.

⁹⁰ Habermas (1998): S. 362.

⁹¹ Habermas (1998): S. 362.

⁹² Vgl. Habermas (1998): S. 360 ff.

„Der Kommunikationsfluß zwischen öffentlicher Meinungsbildung, institutionalisierten Wahlentscheidungen und legislativen Beschlüssen soll gewährleisten, daß der publizistisch erzeugte Einfluß und die kommunikativ erzeugte Macht über die Gesetzgebung in administrativ verwendbare Macht umgeformt werden.“⁹³

Medien sind in diesem Prozess ebenfalls involviert, können Kommunikationsflüsse erst möglich machen oder verstärken. Durch ihre Reichweite und Veröffentlichungen – unter anderen von Kommentaren, die Meinungen transportieren – erlangen sie Einfluss sowohl auf Akteure innerhalb wie außerhalb des parlamentarischen Komplexes und erzeugen somit Druck bzw. Einfluss, der sich als kommunikativ erzeugte Macht äußert.

Wie bereits angeführt, ist das zentrale Element der deliberativen Demokratie die demokratische Meinungs- und Willensbildung. Voraussetzung ist jedoch die Rückkopplung mit dem politischen System. Auf diese Weise programmiert die Meinungs- und Willensbildung auf der einen Seite das politische System und auf der anderen Seite kann sie den Output, also die ausgeübte politische Macht, messen, kontrollieren und überwachen. Das tatsächliche Handeln geht aber von dem politischen System aus. Die durch Diskurs und nach demokratischen Prinzipien geformte öffentliche Meinung – sie äußert sich in Form kommunikativer Macht – kann nicht „regieren“, sondern lediglich das politische System, das die administrative Macht umsetzt, steuern.⁹⁴ Habermas beschreibt die Rolle des politischen Systems wie folgt:

„Es [das politische System] ist ein auf kollektiv bindende Entscheidungen spezialisiertes Teilsystem, während die Kommunikationsstrukturen der Öffentlichkeit ein weitgespanntes Netz von Sensoren bildet, die auf den Druck gesamtgesellschaftlicher Problemlagen reagieren und einflußreiche Meinungen stimulieren.“⁹⁵

Der Öffentlichkeit kommt also eine entscheidende Rolle zu. Sie spürt Probleme gesamtgesellschaftlicher Relevanz auf, bündelt und amplifiziert Ansich-

⁹³ Habermas (1998): S. 362 f.

⁹⁴ Vgl. Habermas (1998): S. 363 f.

⁹⁵ Habermas (1998): S. 364.

ten und Stellungnahmen zu dominierenden Meinungen, auf die dann das politische System entsprechend reagiert und daraus kollektiv bindende Entscheidungen, also in Form administrativ verwendbarer Macht, trifft.

Habermas versucht anhand des deliberativen Demokratiemodells einen Zusammenhang zwischen Demokratie und Rechtsstaat herzustellen. Zentrales Element ist der öffentliche Diskurs, der eine rationale Meinungs- und Willensbildung ermöglichen soll. Der Meinungs- und Willensbildungsprozess nach demokratischen Prinzipien bedarf einer Institutionalisierung. Damit verschiebt sich die Legitimation des Rechtsstaats auf die demokratischen Verfahren. Das wird ermöglicht durch Öffentlichkeit, die das politische Zentrum umgibt, entscheidende Impulse setzt und die ausgeübte Macht kontrolliert. Um diesen Anforderungen für die gesamte Bürgerschaft gerecht zu werden, darf die Öffentlichkeit keinerlei Zwängen oder Restriktionen unterliegen und muss für jedes Individuum gleichermaßen zugänglich sein. Durch die Diskursivität der Öffentlichkeit und durch den demokratischen Prinzipien folgenden Meinungs- und Willensbildung wird die Durchsetzung von Einzelinteressen unmöglich, denn diese müssten sich in der öffentlichen Diskussion und im Diskurs bewähren, um überhaupt zu kommunikativ erzeugter Macht verarbeitet zu werden und damit erst die Voraussetzung für eine Bearbeitung durch das politische System erfüllen.⁹⁶

3.2.3 *Diskursives bzw. deliberatives Öffentlichkeitsmodell*

Über Habermas' Diskursbegriff und einigen Eckpunkten seiner Diskurstheorie wurde sich an ein Modell deliberativer Demokratie genähert. Im Anschluss wird nun eine Theorie der Öffentlichkeit in Anlehnung an Kurt Imhof gezeichnet, die sich stark an den Überlegungen Habermas' zu einem deliberativen Modell der Politik orientiert.⁹⁷ Dabei werden auch Funktionen von Öffentlich-

⁹⁶ Vgl. Bevc (2012): S. 303 ff.

⁹⁷ An dieser Stelle sei auf die Unterscheidung von Diskurs und Deliberation hingewiesen. Während Diskurs allgemein den Gebrauch von Sprache zur Erörterung eines Themas oder einer Angelegenheit bezeichnet, geht die Bedeutung von Deliberation darüber hinaus, denn nicht jeder Diskurs ist auch Deliberation. Deliberation liegt dann vor, wenn jegliche Aushandlung, in welcher Form auch immer (beispielsweise als Aussage, Beschreibung oder Vorschlag), „durch eine Form der Rechtfertigung, durch Argumente oder die Präsentation von Belegen gestützt werden“ (Peters 1997: S. 119).

keit und normative Ansprüche beleuchtet, die als Grundlage für die Untersuchungsdimensionen der in dieser Arbeit durchgeführten Inhaltsanalyse dienen sollen.

Das deliberative Modell stellt den Meinungs-, Willens- und Entscheidungsprozess sowie den daraus errungenen Konsens, der für alle Beteiligten intersubjektiv nachvollziehbar ist, in den Mittelpunkt. Der erzeugte Konsens wird, wie Habermas es bezeichnet, zu kommunikativer Macht und ist für die Beteiligten bindend. Kurt Imhof beschreibt die Voraussetzungen für einen solchen Konsens wie folgt:

„Für die Erzeugung eines solchen Konsenses müssen sich die Beteiligten in ihren Argumentationen so verhalten, als ob sie ihre kognitiven und normativen Geltungsansprüche prinzipiell gegenüber einer ‚unbegrenzten Kommunikationsgemeinschaft‘ einlösen könnten und alle verfügbaren Argumente und wesentlichen Interessen berücksichtigen.“⁹⁸

Die Grundidee liegt also in einer rationalen, universalistischen und wahrhaftigen Argumentation, die gewissen Kommunikationsauflagen und -bedingungen⁹⁹ unterliegt. Die Meinungsbildung wird durch den „eigentümlich zwanglosen Zwang des besseren Arguments“ bestimmt.¹⁰⁰ Imhof merkt diesbezüglich an, dass der Anspruch auf Rationalität, trotz vielleicht nur annäherungsweiser Erfüllung der idealen Sprechsituation, durch die Bewährung von Argumenten im Diskurs gerechtfertigt sei.¹⁰¹

Habermas' Begriff der deliberativen Demokratie umfasst unter anderen drei Dimensionen, die Imhof als Grundprinzipien einer Theorie der Öffentlichkeit und einer Theorie der Moderne einführt. Diese drei Dimensionen sind Deliberation bzw. politische Öffentlichkeit, ein politisch-rechtlicher Geltungsbereich sowie ein Gemeinsamkeitsglauben bzw. eine sozialintegrative Dimension. Sowohl eine demokratische Selbstbestimmung moderner Gesellschaften, die

Voraussetzung ist, dass diese Art der Rechtfertigung oder Argumentation eine prinzipielle Offenheit für eventuelle Fragen, Kritik oder Einwände aufweist (vgl. Peters 1997: S. 118 f.).

⁹⁸ Imhof (2011): S. 80 f.

⁹⁹ Gemeint sind hier u.a. die von Habermas eingeführte „ideale Sprechsituation“ oder die Geltungsansprüche. Siehe dazu Kapitel 3.2.1.

¹⁰⁰ Habermas (1971): S. 131.

¹⁰¹ Vgl. Imhof (2011): S. 80 ff.

aus dem Öffentlichkeitsverständnis der Aufklärung rekurriert, wie auch ein territorialer und rechtlicher Geltungsanspruch mitsamt eines „legitime[n] und rechtstaatlich domestiziert[en] Handlungssystem Politik, das in der Lage sein muss, über allgemein verbindliche Entscheidungen Ordnungsprobleme zu bearbeiten“, setzen Öffentlichkeit voraus.¹⁰² Demokratische Selbstbestimmung legt in diesem Bezug nahe, dass das politische System nicht nur auf den parlamentarischen Komplex beschränkt bleibt, sondern über diese Grenzen hinweg wächst und in Beziehung mit gesellschaftlicher und öffentlicher Deliberation tritt. BürgerInnen könnten sich somit als MitverfasserInnen von Gesetzen und Institutionen sehen, die sie anerkennen und sich ihnen untergeben. Diese Rückkopplung und Selbstbestimmung der BürgerInnen bedingt aber wiederum öffentliche Deliberation bzw. Öffentlichkeit. Die demokratische Selbstbestimmung der BürgerInnen führt in Kombination mit einem territorialen Geltungsbereich, der auf einer einheitlichen Rechtsordnung basiert, zu einem identitätsstiftenden Gemeinschaftsgefühl. Die dargestellten Dimensionen rekurrieren gemäß Imhof aus Normen und Werten der Aufklärung und sind bis heute sowohl für den Rechtsstaat als auch für die Menschen- und Bürgerrechte von prägender Natur. Sie sind miteinander verknüpft und manifestieren sich im demokratischen und modernen Nationalstaat.¹⁰³

Den Einfluss und die Relevanz der deliberativen, politisch-rechtlichen und sozialintegrativen Dimensionen kann anhand des Policy-Cycle-Modells veranschaulicht werden. Das vereinfachte Policy-Cycle-Modell unterstellt dem politischen Prozess eine recht starre Funktionsweise. Dabei stehen die Akteure des politischen Systems und dessen Institutionen im Mittelpunkt der Betrachtung. In der Gesellschaft werden mittels der seismographischen Eigenschaft von Öffentlichkeit Probleme identifiziert, die als Input für den Prozess dienen. Das politische System bearbeitet diese Problemstellung (Throughput) und trifft aufgrund dessen Entscheidungen z.B. in Form von Gesetzen (Output).¹⁰⁴

Auf der Inputebene ist die Partizipationsoffenheit der Öffentlichkeit von größter Bedeutung. Öffentlichkeit sei eben nur dann Öffentlichkeit, wenn sie über einen allgemeinen und freien Zugang verfüge.¹⁰⁵ Die Möglichkeit zur Teilnahme

¹⁰² Imhof (2008): S. 65.

¹⁰³ Imhof (2008): S. 65 f.

¹⁰⁴ Vgl. Puppis (2007): S.45.

¹⁰⁵ Vgl. Habermas (1990): S. 156.

am öffentlichen Diskurs gilt somit als Grundrecht. Damit geht einher, dass die Chancengleichheit beim Diskurs durch eine Grundversorgung sowohl im sozialen und kulturellen wie auch ökonomischen Sinne sichergestellt ist.

Gegenseitige Abhängigkeiten und Kommunikationsflüsse zwischen der Zivilgesellschaft, den Medien sowie dem politischen System und seinen Akteuren sind Gegenstand der Throughputebene. Kommunikationsflüsse aus der Zivilgesellschaft versorgen durch öffentliche und medienvermittelte Kommunikation das politische System, das daraus mittels Gesetzgebung administrative Macht erzeugt.

Im letzten Schritt, dem Output, werden die Ergebnisse und Problemlösungen des politischen Systems einer Kontrolle unterzogen. Die Problemlösungen werden den Ergebnissen der Deliberationsprozesse der Öffentlichkeit und des parlamentarischen Komplexes gegenübergestellt und verglichen. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass die Problemlösungen, die am Ende des politischen Entscheidungsprozesses stehen, eng mit der öffentlichen Meinung, dem Produkt der öffentlichen Deliberation, verbunden sind.

Imhof unterscheidet in Anlehnung an Habermas zwei Formen von Öffentlichkeit: Öffentlichkeit im Ruhezustand und Öffentlichkeit in Krisenphasen. Öffentlichkeit im Ruhezustand zeichnet sich dadurch aus, dass das politische Zentrum Routineangelegenheiten im verfassungsrechtlichen Rahmen bearbeitet und, gemäß des „Öffentlichkeitsprinzip[s] des demokratischen Rechtsstaats“, „routinisierte öffentliche Resonanz“ ausgesetzt ist.¹⁰⁶ Dieser Vorgang ist durch Wahlen und gegebenenfalls durch direktdemokratische Verfahren legitimiert. Öffentlichkeit in der Krise hingegen ist eine aktivierte Öffentlichkeit, die die routinierten Verfahren und Entscheidungsfindungsprozesse des politischen Systems außer Kraft setzt und eine Verdichtung der Kommunikation in der Öffentlichkeit aufweist. Die Verdichtung der öffentlichen Kommunikation erzeugt Druck auf das politische System und löst „unter intensiver öffentlicher Aufmerksamkeit stehende Problemlösungsprozesse“ aus.¹⁰⁷ Damit erhält Öffentlichkeit auch eine weitere Dimension: Die Abwechslung stabiler und routinierter Phasen mit Krisenphasen, die als eine Art gesellschaftlicher Lernpro-

¹⁰⁶ Imhof (2008): S. 67.

¹⁰⁷ Imhof (2008): S. 67.

zess interpretiert werden können, unterstellt der Öffentlichkeit einen Prozesscharakter.¹⁰⁸ Öffentlichkeit kann demzufolge eben nicht nur als eine Art Kollektiv oder Netzwerk von Kommunikationsflüssen verstanden werden, sondern auch als Prozess.

Imhof bezeichnet Öffentlichkeit als eine „aufmerksamkeitsoffene ‚soziale Einrichtung‘; ihre Inhalte beziehen sich auf Sachverhalte der objektiven Welt, Normen und Werte der sozialen Welt und Überzeugungen und Identitäten aus der subjektiven Welt“.¹⁰⁹ In die Öffentlichkeit treten durchgehend neue Themen ein, die um Resonanz konkurrieren. Die Themen in der Öffentlichkeit werden anhand von Selektions- und Interpretationslogiken bewertet, die ihrerseits permanenter Veränderungen und Transformationen unterliegen, und generieren daraus entsprechende Aufmerksamkeitswerte. Mithilfe dieser dynamischer Prozesse der Erzeugung und Auflösung von Aufmerksamkeitswerten „produziert der Seismograph Öffentlichkeit laufend neue Kommunikationsereignis-Topographien, die die einzige Möglichkeit darstellen, um dem Abstraktum Gesellschaft täglich Konkretheit zu verleihen, Gesellschaft also wahrnehmen und wechselseitig Fremde in eine politische und kulturelle Beziehung zu setzen“.¹¹⁰ Öffentlichkeit bietet also den Individuen eine Orientierungshilfe, um die Gesellschaft zu konkretisieren, Personen und Sachverhalte in Beziehung setzen zu können und zu verstehen. Sie bildet die Gesellschaft ab und sei, laut Imhof, eine totale soziale Einrichtung. Alles, was in der Öffentlichkeit geschieht, was sie hervorbringt und abbildet, kann demzufolge durch kein anderes soziales oder gesellschaftliches System beobachtet werden, sondern nur durch die Öffentlichkeit selbst.

3.2.3.1 *Beschaffenheit, Struktur und Akteure der Öffentlichkeit*

Die Grundzüge einer Theorie der Öffentlichkeit nach Imhof wurden oben beschrieben. Darauf aufbauend soll sich im Rahmen dieser Theorie der Öffentlichkeit und ihrer Beschaffenheit, den Strukturen, Kommunikationsflüssen und Akteuren genähert werden.

¹⁰⁸ Vgl. Imhof (2008): S.67 f.

¹⁰⁹ Imhof (2011): S. 86.

¹¹⁰ Imhof (2011): S. 86.

Wie schon im Vorfeld deutlich wurde, versteht auch Imhof Öffentlichkeit als ein Netzwerk von Kommunikationsräumen bzw. -arenen, die durch Kommunikationsflüsse miteinander verbunden sind. Innerhalb dieser Arenen, die durch öffentliche Kommunikationen geprägt sind, bewegen sich individuelle wie auch kollektive Akteure, also Organisationen. Die Kommunikationsarenen stecken den Möglichkeitsspielraum der Akteure ab. Die Öffentlichkeit mitsamt ihren Kommunikationsflüssen und Arenen wird maßgeblich durch Organisationen und Institutionen der „zentralen Handlungssysteme Politik, Ökonomie und Medien“ sowie „thematisch fokussierter nicht-etablierter ‚zivilgesellschaftlicher‘ Akteure“ begründet.¹¹¹ Die „semiautonomen Sphären [der] ‚Wissenschaft‘, ‚Religion‘ und ‚Kunst‘“ vervollständigen zusammen mit den eben genannten Organisationen und Institutionen die Infrastruktur der Öffentlichkeit.¹¹² Das wichtigste Element der Öffentlichkeit, dem sich die Akteure und Organisationen allesamt bedienen, ist die öffentliche Kommunikation.¹¹³ Sie ist frei zugängliche Kommunikation, die keine Teilnahmebedingungen erfordert und keinen Restriktionen unterliegt.¹¹⁴

Imhof beschreibt den Fluss öffentlicher Kommunikation wie folgt: „Die öffentliche Kommunikation fließt in Gestalt von nicht abreißenden Wellen von Kommunikationsereignissen in den Arenen des öffentlichen Aufmerksamkeitswettbewerbs.“¹¹⁵ Der wachsende Aufmerksamkeitswettbewerb hat eine Priorisierung von Themen notwendig gemacht, die sich in Form des Agendasettings äußert und sowohl gesellschaftsweit wie auch in den Teilsystem der Öffentlichkeit, die aus der Stratifikation und Segmentierung der Öffentlichkeit resultieren, stattfindet. Diese Vorgänge stehen unter ständiger Beobachtung durch die Akteure in den Arenen, die sowohl ihre private als auch öffentliche Anschlusskommunikation daran, entsprechend ihrer Interpretationen und Interessen, orientieren. Die öffentliche Anschlusskommunikation steht wiederum unter Beobachtung. Dessen sind sich die Akteure bewusst, dementsprechend wählen sie ihre Äußerungen, um ebenfalls Resonanz zu erzeugen. Die öffentliche Kommunikation ist in eine Vielzahl unterschiedlicher Arenen gegliedert,

¹¹¹ Imhof (2011): S. 153.

¹¹² Imhof (2011): S. 153.

¹¹³ Vgl. Imhof (2008) S. 73 und vgl. Imhof (2011): S. 90 f.

¹¹⁴ Vgl. Peters (1997): S. 116.

¹¹⁵ Imhof (2008): S. 73.

die sich aus der stratifikatorischen, segmentären und funktionalen Differenzierung der Gesellschaft ergeben. Öffentliche Kommunikation geht jedoch nicht gänzlich in mediale Kommunikation über. Vielmehr finden Kommunikationsergebnisse in dem weiten Netzwerk von Kommunikationsforen und -arenen Anschlusskommunikation, die durch die drei Ebenen (Encounter- bzw. Interaktionsebene, Themen- bzw. Versammlungsöffentlichkeit und Medienöffentlichkeit) der Öffentlichkeit diffundieren.¹¹⁶ Dabei durchdringen nicht alle Kommunikationen und Themen alle drei Ebenen der Öffentlichkeit. Medien bzw. Medienorganisationen, die sich auf der dritten Ebene der Öffentlichkeit befinden, versteht Imhof dabei nur als „spezialisierte Organisationen eines eigenlogischen Teilsystems“.¹¹⁷ Medien machen aber öffentliche Kommunikation auf Dauer und gesellschaftsweit verfügbar und können deshalb auch gesellschaftsweite Resonanz erzeugen. Die Leitmedien aus Print, TV und Internet, die eine entscheidende Rolle beim Agendasetting einnehmen, beobachten die Arenen und Kommunikationsflüsse, filtern Themen heraus und können diese gesellschaftsweit verbreiten und thematisieren. Imhof beschreibt die Beschaffenheit medienvermittelter öffentlicher Kommunikation wie folgt:

„Die medienvermittelte öffentliche Kommunikation ist dadurch gekennzeichnet, dass sie ausgesprochen selbstreferentiell und redundant ist, das heißt sie bezieht sich selbst auf öffentliche Kommunikation und zwar unter Berücksichtigung von Betroffenheiten, definitionsmächtigen Akteuren, politischen Relevanzen und weiteren Nachrichtenwerten.“¹¹⁸

Die Bezugnahme in der medienvermittelten öffentlichen Kommunikation auf öffentliche Kommunikation selbst bestätigt dementsprechend aber auch den diskursiven Charakter der Öffentlichkeit, denn eine gegenseitige Bezugnahme und Kommentierung trägt diesem Umstand Rechnung.

Leitmedien unterscheiden sich gemäß ihrer regionalen, nationalen oder transnationalen Ausrichtung. Im Zuge der fortschreitenden Transnationalisierung

¹¹⁶ Siehe dazu Kapitel 2.5

¹¹⁷ Imhof (2008): S. 74.

¹¹⁸ Imhof (2008): S. 74.

von Öffentlichkeiten, so Imhof, komme es zur Entstehung neuer relevanter nationaler und transnational ausgerichteter Leitmedien, die sich einer gegenseitigen Beobachtung unterziehen.¹¹⁹ Diese Erkenntnis ist auch im Lichte der vorliegenden Arbeit von Interesse, denn es lässt darauf schließen, dass nationale Medien durch transnational ausgerichtete Medienorganisationen ergänzt werden. Dies unterstreicht auch das hier formulierte Forschungsanliegen, sich eben genau diesen transnationalen, in diesem Falle paneuropäischen, Medien anzunehmen.

Anhand Imhofs Ausführungen lässt sich eine „kommunikative Infrastruktur der modernen Gesellschaft“ zeichnen.¹²⁰ Die politisch-kulturelle Öffentlichkeit wird aufgespannt durch die Organisationen und Institutionen der zentralen Handlungssysteme Medien, Wirtschaft und Politik sowie den semiautonomen Sphären der Religion, Kunst und Wissenschaft. Autonome Öffentlichkeiten umgeben die politisch-kulturelle Öffentlichkeit. Sie beherbergen Weltanschauungen, die den Leitbildern der vorherrschenden Gesellschaftsmodelle nicht entsprechen und deshalb nur geringe oder keine Chancen auf positive Resonanz in der politisch-kulturellen Öffentlichkeit haben. In Krisenphasen können sie aber erstarken und durch alternative Interpretations- und Lösungsvorschläge in die politisch-kulturelle Öffentlichkeit vordringen.

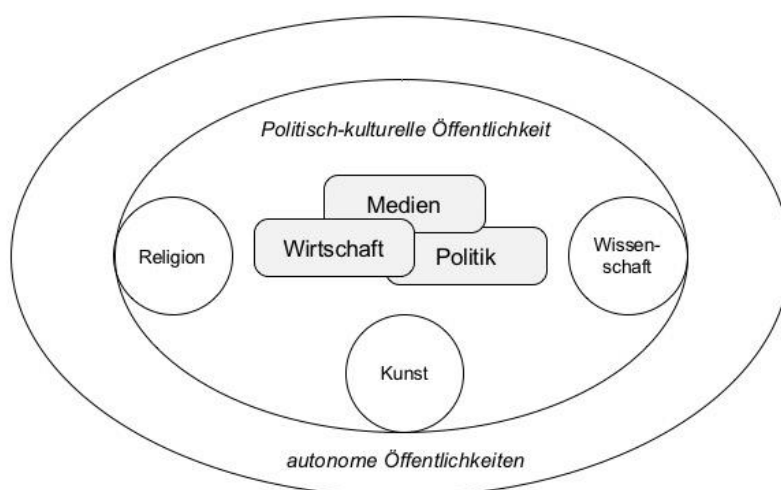


Abbildung 3: Kommunikative Infrastruktur der Gesellschaft¹²¹

¹¹⁹ Vgl. Imhof (2008): S. 73 f.

¹²⁰ Imhof (2011): S. 98.

¹²¹ Eigene Darstellung nach Imhof (2011): S. 98.

Das politische System setzt sich maßgeblich aus Institutionen und Organisationen wie zum Beispiel Parteien, Verbänden oder Regierungen zusammen. Die StaatsbürgerInnen bilden für die Organisationen des politischen Systems das relevante Publikum. Zudem weisen diese Institutionen und Organisationen durch Verbände und Parteien sowie die medienvermittelte Öffentlichkeit eine prinzipielle Offenheit gegenüber der Zivilgesellschaft auf. Die Arenen des Mediensystems und das politische System stehen in einer wechselseitigen Beziehung zueinander. Während die Arenen der Leitmedien von den Deliberationsvorgängen des parlamentarischen Komplexes profitieren, wird das politische System mit Input in Form von Themen hoher Resonanz der Medienarenen versorgt.

Unternehmen und Wirtschaftsverbände dominieren das Wirtschaftssystem. Auch Unternehmen können nicht mehr auf öffentliche Kommunikation verzichten und treten deshalb in den Aufmerksamkeitswettbewerb mit ein. Neben den Stakeholdern wird auch das Publikum in seiner Konsumentenrolle adressiert. Zur Pflege des Images, der Reputation und des Sozialprestiges sprechen Unternehmen sowohl das Publikum als auch zentrale Akteure der politischen Arenen an, wobei üblicherweise die Leistungen professioneller Kommunikatoren in Anspruch genommen werden.

Dem ausdifferenzierten Mediensystem kommt die Aufgabe zu, die Gesellschaft beobachtbar zu machen. Eine Besonderheit kommt dem Zusammenspiel öffentlich-rechtlicher und privater Organisationen zu. Die Rolle des Publikums, vor allem in Hinblick auf privatwirtschaftlich organisierte Medienunternehmen, hat sich einem Wandel von Staatsbürger zu Konsument unterzogen. Medien sind auf öffentliche Kommunikation spezialisiert und decken dabei alle Teilsysteme der Gesellschaft ab.¹²²

Wie bereits erwähnt, komplettieren die semiautonomen Sphären zusammen mit den zentralen Handlungssystemen die politische-kulturelle Öffentlichkeit. Die semiautonomen Sphären können wie folgt beschrieben werden:

„Die Expertenkulturen der Wissenschaft konzentrieren sich auf den kognitiven Bezug zu einer Welt realer Sachverhalte. Die Expertenkulturen der religiösen

¹²² Vgl. Imhof (2011): S. 90 ff.

*Sphäre beschränken sich auf Bezugnahmen zur sozialen Welt legitimer Normen und Werte und die Expertenkulturen der Kunst sind auf die Auseinandersetzung über die Authentizität, Originalität und Schönheit von Expressionen subjektiver Innerlichkeit fokussiert.*¹²³

VertreterInnen und ExpertInnen der semiautonomen Sphären deuten, interpretieren und erklären Sachverhalte und Phänomene stets aus einer ihrer Sphäre bzw. Disziplin entsprechenden Sichtweise, Gedankengebäude bzw. Weltanschauung. Innerhalb ihrer Sphären etablieren sich ExpertInnen und andere Akteure und bilden ihre Reputation aus, was sie wiederum für Beratungen und Kommentierung in der politisch-kulturellen Öffentlichkeit qualifiziert bzw. hervorhebt.

3.2.3.2 Funktionen von Öffentlichkeit

Nachdem die kommunikative Struktur der modernen Gesellschaft gezeichnet wurde und die Strukturen und Kommunikationsflüsse der Öffentlichkeit beleuchtet wurden, werden im Folgenden die Funktionen sowie die normativen Ansprüche an eine, wie beschrieben, konstituierte Öffentlichkeit benannt.

Imhof nennt drei Voraussetzungen, die es für eine moderne und demokratisch selbstbestimmte Gesellschaft bedarf: Ein „Subjekt der demokratischen Selbstbestimmung“ – das Volk,¹²⁴ einen Rechtsstaat sowie eine Öffentlichkeit.

Das Volk wird durch die wahlberechtigten BürgerInnen verkörpert. Der Rechtsstaat muss über einen territorialen Geltungsbereich verfügen und ist durch eine „Verfassung, Gewaltenteilung und Öffentlichkeitsprinzip“ domestiziert.¹²⁵

Er hat das Gewaltmonopol inne. Die Öffentlichkeit nimmt in diesem Zusammenhang eine zentrale Rolle ein. Sie ist Mittel der BürgerInnen zur Beobachtung und Wahrnehmung der Gesellschaft sowie der Legitimierung der Entscheidungsprozesse des Rechtsstaats. Sie ist das Instrument zum Aufspüren von demokratisch zu lösenden Problemstellung und sie hat eine integrative Funktion, denn nur durch sie finden sich die BürgerInnen zur Gesellschaft zusammen.

¹²³ Imhof (2011): S. 96.

¹²⁴ Imhof (2011): S. 99.

¹²⁵ Imhof (2011): S. 99.

Imhof attestiert der demokratischen Selbstbestimmung ein dreifaches Wahrnehmungsproblem, dem nur eine politische-kulturelle Öffentlichkeit beikommen kann. Die Erkennung und Wahrnehmung von Problemen, die eine allgemeinverbindliche Bearbeitung bedürfen, kann nur durch die seismographische Funktion der Öffentlichkeit bewerkstelligt werden. Sie spürt diese Probleme und Themen auf und trägt sie an das politische Zentrum heran. Auch die Kontrolle und Legitimation des Rechtsstaats, seiner Institutionen und Verfahren sowie die Entscheidungen des politischen Systems – allesamt Element der demokratischen Selbstregulation – kann lediglich durch Öffentlichkeit beigegeben werden. Zuallerletzt bleibt noch die Selbstwahrnehmung des Souveräns zu klären. Die Öffentlichkeit bietet dem Volk, also den BürgerInnen, die einzige Möglichkeit sich selbst als Gesellschaft wahrzunehmen und zu beobachten. Die Bedeutung von Öffentlichkeit für eine demokratische Selbstbestimmung und somit für das Funktionieren von Demokratie ist überwältigend.¹²⁶

Schließlich soll sich den drei zentralen Funktionen von Öffentlichkeit nach Imhof gewidmet werden: der Deliberationsfunktion, der Legitimationsfunktion und der Integrationsfunktion.

Die deliberative Funktion von Öffentlichkeit beruht darauf, dass Öffentlichkeit Probleme gesellschaftsweit registriert und sie dem politischen System in Form von Input zur Bearbeitung aufgeben kann. Gleichzeitig ist sie außerdem in der Lage den Output des politischen Systems zu kontrollieren und einem erneuten öffentlichen Diskurs zu unterziehen. Diese zwei Wirkweisen der deliberativen Funktion von Öffentlichkeit sind jedoch nur in vollem Maße funktionsfähig, wenn die Kriterien der Partizipationsoffenheit und der thematischen Offenheit erfüllt sind. Problemstellungen und Themen, die durch öffentliche Kommunikation ein hohes Maß an Aufmerksamkeit und Resonanz generieren, sodass die Inputschwellen des politischen Systems überschritten werden, gelangen in den parlamentarischen Komplex und werden dort entsprechend des Prinzips der Deliberation und unter Auflage von Verfahrensregeln bearbeitet. Dieser Prozess ist gekennzeichnet durch eine enge wechselseitige Beziehung zwi-

¹²⁶ Vgl. Imhof (2011): S. 99 ff.

schen den medialen und parlamentarischen Arenen. Die generierte Aufmerksamkeit – sie ist Definitionsmacht – unterliegt entlang dieses Prozesses einer Transformation zu politischer Macht. Der Output, also die „allgemeinverbindlichen Problemlösungen in der Sprache des Rechts“, stellt eine erneute Transformation dar: aus politischer Macht wird administrative.¹²⁷ Gesetze und Beschlüsse – sie sind unter anderen Output des politischen Handlungssystems – müssen sich wie bereits beschrieben einer Kontrolle bzw. Validierung durch die Öffentlichkeit unterziehen. Gegebenenfalls kann bei Nichtentsprechung mit der öffentlichen Meinung ein Aufmerksamkeitsgrad in der Öffentlichkeit erreicht werden, der zu einer erneuten Bearbeitung im politischen System führt.¹²⁸

Die Legitimationsfunktion von Öffentlichkeit geht der Frage nach: „Wie funktioniert [...] das Kontroll- und Legitimationsverfahren der modernen Gesellschaft?“¹²⁹ Die Art und Weise wie das Kontroll- und Legitimationsverfahren zu tragen kommt, hängt davon ab, ob sich die Öffentlichkeit in aktiviertem oder ritualisiertem Zustand befindet. Bei beiden Zuständen der Öffentlichkeit wird die demokratische Selbstbestimmung aber dadurch umgesetzt, dass Definitionsmacht – also akkumulierte Aufmerksamkeit – durch das politische System zunächst in politische Macht und schließlich durch beispielsweise die Gesetzgebung, den Output, in administrative Macht umgewandelt wird. Imhof beschreibt die Legitimation im Modus ritualisierter Öffentlichkeit wie folgt:

„Im Rahmen der Verfahren im Modus ritualisierter politischer Öffentlichkeit genügt es, dass das politische System über Parteien und Verbände, zivilgesellschaftliche Akteure, über Wahlen und Abstimmungen und über die leitmediale Arena mit den vielfältigen Arenen funktional, stratifikatorisch und segmentär gegliederter Gesellschaften rückgekoppelt und rechtsstaatlich verankert ist.“¹³⁰

Verfahren, Entscheidungen und Problemlösungen sind dementsprechend durch rechtsstaatliche Strukturen, demokratische Verfahren und eine prinzipielle Offenheit für die Zivilgesellschaft legitimiert. Befindet sich die Öffentlichkeit

¹²⁷ Imhof (2011): S. 104.

¹²⁸ Vgl. Imhof (2011): S. 103 f.

¹²⁹ Imhof (2011): S. 105.

¹³⁰ Imhof (2011): S. 106.

in einem aktivierten Zustand, kommt es zu einer Verdichtung der öffentlichen Kommunikation. Das politische System ist dann Ziel intensiver öffentlicher Aufmerksamkeit. Durch den öffentlichen Druck werden die Problemlösungen an die öffentliche Meinung gebunden, denn sowohl die Deliberation im parlamentarischen Komplex als auch die Berichterstattung rekurren in diesem Stadium verstärkt auf die Meinungslandschaft, die durch die Öffentlichkeit im aktivierten Zustand generiert wurde.¹³¹

Die dritte Funktion von Öffentlichkeit, die Imhof beschreibt, ist die Integrationsfunktion. Die Grundannahme lautet, dass Gesellschaft eben nur über die politisch-kulturelle Öffentlichkeit wahrnehmbar und schließlich auch gestalt- bzw. veränderbar ist. Einen ausschlaggebenden Effekt auf die Identitätsbildung haben dabei die gefilterten Kommunikationsflüsse zwischen föderalen, nationalen und transnationalen Öffentlichkeiten. Sie ermöglichen es erst den BürgerInnen, unter anderen durch Wahrnehmung des „Anderen“, eine kollektive Identität bzw. einen Gemeinsamkeitsglauben zu konstituieren. „Dieser mehrstufige Gemeinsamkeitsglaube ist zwingend für Partizipations- und Loyalitätsdispositionen, die gegenüber den Zumutungen von Mehrheits- /Minderheitsentscheiden sowie Umverteilungen die demokratienotwendige Akzeptanzbereitschaft verschaffen.“¹³² Die Öffentlichkeit erfüllt also in diesem Sinne eine elementare Funktion für demokratische und soziale Staaten.¹³³ Ohne Partizipations- und Loyalitätsdispositionen, die durch die integrative Qualität der Öffentlichkeit hervorgerufen werden, sind moderne Gesellschaften und der moderne demokratische Rechtsstaat mit einem entsprechenden Sozialsystem, das auf der Solidarität der Gesellschaft beruht, nicht denkbar. Daraus lässt sich schließen, dass ein supranationaler Herrschaftsverbund wie die EU, wenn er über keine entsprechende Öffentlichkeit verfügt, mit einem Partizipations- und Loyalitätsdefizit zu kämpfen hat.

Im Vorgriff auf die Untersuchungsdimensionen der Inhaltsanalyse, die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführt wird, erweist sich die Operationalisierung der Funktionen von Öffentlichkeit als sinnvoll. Ob paneuropäische Medien eine

¹³¹ Vgl. Imhof (2011): S. 105 f.

¹³² Imhof (2008): S. 72.

¹³³ Vgl. Imhof (2008): S. 72.

deliberative Funktion erfüllen, kann beispielsweise durch die Messung der Diskursivität und transnationale Bezugnahmen von Beiträgen gemessen werden, die Integrationsfunktion durch die Verwendung kollektiver Identitätsbezüge („Wir EuropäerInnen“). Die Thematisierung europäischer Angelegenheiten sowie die Nennung entsprechender politischer Institutionen könnten als Indikatoren für die Legitimationsfunktion herangezogen werden.

4. Europäische Union

Der Begriff Öffentlichkeit sowie nahestehende Ausdrücke wurden nun thematisiert. Anschließend wurde aufbauend auf Habermas' Diskursethik und einem Modell deliberativer Politik ein Öffentlichkeitsmodell nach Imhof rekonstruiert, das den theoretischen Rahmen der vorliegenden Arbeit darstellt. Der Forschungsgegenstand dieser Untersuchung sind paneuropäische Medien und eine europäische Öffentlichkeit, weshalb es unverzichtbar ist Europa und die Europäische Union zu beleuchten und ihre Grundzüge, ihre Geschichte, Strukturen und Institutionen zu erläutern, um auf die Probleme des supranationalen Staatenbundes zu verweisen. Diese Probleme haben immer wieder die Diskussion über eine europäische Öffentlichkeit entfacht, denn nur so könnten demokratischen und strukturellen Defiziten des Herrschaftsverbundes beigegeben werden, wenngleich die Entstehung und Existenz einer europäischen Öffentlichkeit in der Forschung kritisch betrachtet wird.

4.1 Geschichte und Entwicklung der Europäischen Union

Die Geschichte der Europäischen Union beginnt nach dem Zweiten Weltkrieg mit der Europäischen Gemeinschaft für Kohle und Stahl (EGKS) bzw. der Montanunion, die 1951 gegründet wurde, um durch wirtschaftliche Verflechtung und Annäherung einen dauerhaften Frieden in Europa zu gewährleisten. Die Montanunion war vorerst nur eine Wirtschaftsgemeinschaft, die allen Mitgliedstaaten – neben den Beneluxstaaten zählten Deutschland, Frankreich und Italien zu den Gründungsstaaten – den zollfreien Zugang zu Kohle und Stahl gewährleisten sollte, und entwickelte sich erst im Laufe der Jahre auch immer mehr zu einem politischen Bündnis. 1957 wurde mit dem Vertrag von

Rom die Europäische Wirtschaftsgemeinschaft (EWG) gegründet.¹³⁴ Die damit beschlossene Zollunion schaffte die Grundlage für einen gemeinsamen Markt in Europa. Nur zehn Jahre später, 1967, fusionierten die drei Europäischen Gemeinschaften EGKS, EWG und die Europäische Atomgemeinschaft (EURATOM)¹³⁵ zur Europäischen Gemeinschaft (EG). Die EG ist der direkte Vorgänger der heutigen Europäischen Union (EU). Einen Meilenstein stellt die Erweiterung der EG 1973 dar, in deren Zuge sich Dänemark, Großbritannien und Irland dem Verbund anschlossen.¹³⁶ Im Laufe der Jahre wurden die Kompetenzen des Europäischen Parlaments ausgebaut und sein Einfluss auf europäische Angelegenheiten stieg. 1979 können die BürgerInnen zum ersten Mal die Abgeordneten des Europäischen Parlaments direkt wählen. In dem Zeitraum zwischen 1981 und 1986 traten Griechenland, Portugal und Spanien der Gemeinschaft bei.¹³⁷ Einen neuen Integrationsschub lieferte die Unterzeichnung der Einheitlichen Europäischen Akten (EEA) 1986. Sie gelten als zentrale Grundlage für den Vertrag von Maastricht, der 1992 unterzeichnet wurde, aber aufgrund problematischer Ratifizierungen in einigen Mitgliedsländern erst 1993 mit Revisionen in Kraft trat. Mit dem Vertrag von Maastricht wurde die Europäische Union (EU) begründet.¹³⁸ 1995 wird die EU um Finnland, Österreich und Schweden erweitert. Die Regierungs- und Gipfeltreffen in Amsterdam (1997) und Nizza (2001) stellten zwar keine großen Reformen hinsichtlich Fragen der Legitimation und Handlungsfähigkeit des Verbundes dar, sorgten jedoch für eine formale Grundlage zur Erweiterung der Union.¹³⁹ Im Jahr 2002 wurde der Euro, die gemeinsame Währung der Eurozone, eingeführt. In den darauffolgenden Jahren (2004 und 2007) fand die EU-Osterweiterung statt, in deren Rahmen insgesamt 12 Länder beitreten. Einen weiteren Meilenstein der europäischen Einigung und Integration stellt der Vertrag von Lissabon dar, der den EU- und EG-Vertrag weiter ergänzt. In ihm wurde die Modernisierung der Einrichtungen und Organe der EU festgelegt. Heute um-

¹³⁴ Vgl. Europäische Union (2016).

¹³⁵ EURATOM war ein Zusammenschluss, der sich hauptsächlich mit der Regelung der friedlichen Nutzung von Kernenergie befasste.

¹³⁶ Vgl. Pfetsch (2005): S. 38 ff.

¹³⁷ Vgl. Europäische Union (2016).

¹³⁸ Vgl. Pfetsch (2005): S. 55 ff.

¹³⁹ Vgl. Pfetsch (2005): S. 68.

fasst die EU 28 Mitgliedstaaten, Großbritannien hat jedoch seinen Austritt angekündigt, und ist längst nicht mehr nur eine Wirtschaftsgemeinschaft. Nationale Regierungen haben weitere Kompetenzen an die Institutionen der EU abgegeben und müssen EU-Recht, -Vorgaben und -Richtlinien in nationales Recht umsetzen.

4.2 Strukturen und Institutionen

Im Folgenden werden die wichtigsten Institutionen der EU und ihre Aufgaben vorgestellt. An Beschlüssen und Entscheidungen auf der Ebene der EU sind maßgeblich vier Institutionen beteiligt: das Europäische Parlament, der Europäische Rat, der Rat der Europäischen Union und die Europäische Kommission. Neben diesen Einrichtungen und Vertretungen gibt es noch weitere Institutionen wie beispielsweise den Europäischen Gerichtshof (EuGH) oder die Europäische Zentralbank (EZB).

Das Europäische Parlament mit Sitz in Straßburg ist das einzig direkt gewählte Organ der Europäischen Union. Die Mitglieder des Parlaments sind die direkten Repräsentanten der BürgerInnen der EU. Die Besetzung des Parlaments richtet sich nach der Bevölkerungszahl der Mitgliedstaaten. Das Europäische Parlament hat drei zentrale Aufgaben: die Gesetzgebungs-, die Aufsichts- und die Haushaltsbefugnis. Zusammen mit dem Rat der EU ist das Parlament für die Gesetzgebung zuständig. Aufgrund der Beteiligung des Parlaments an der Gesetzgebung, soll den Rechtsbeschlüssen demokratische Legitimation zu Teil werden. Im Rahmen seiner Aufsichtsbefugnis übt das Parlament „eine demokratische Kontrolle über alle Organe der EU und insbesondere über die Kommission aus“.¹⁴⁰ Der Kommissionspräsident muss durch das Parlament bestätigt werden und das Parlament kann einen Misstrauensantrag gegen die Kommission stellen. Außerdem hat das Europäische Parlament das Haushaltsrecht. Damit kann das Parlament direkten Einfluss auf die Ausgaben und Investitionen der EU nehmen.¹⁴¹

¹⁴⁰ Europäische Kommission (2014): S. 10.

¹⁴¹ Vgl. Europäische Kommission (2014): S. 9 ff.

Der Europäische Rat setzt sich hauptsächlich aus den Staats- und Regierungschefs der Mitgliedstaaten zusammen und ist für die strategische Ausrichtung des supranationalen Herrschaftsverbunds verantwortlich. Er stellt die „höchste Ebene der politischen Zusammenarbeit der Mitgliedstaaten“ dar und gibt die Richtung der gemeinsamen Politik der Union vor.¹⁴² Der Europäische Rat beschließt keine Rechtsvorschriften oder ähnliches, sondern verfasst im Anschluss an seine Tagungen Schlussfolgerungen an denen sich die restlichen Institutionen orientieren. Als eine der wichtigsten Institutionen, die die strategischen Vorhaben formuliert, weist sie nur einen geringen Grad an Legitimation auf, denn die Vertreter sind nicht direkt für dieses Amt gewählt, sondern rechtfertigen ihre Position und Stellung lediglich durch die nationalen Wahlen.¹⁴³

Nicht damit zu verwechseln ist der Rat der EU. Er setzt sich aus je einem Vertreter (mitunter auch Fachministern) pro Mitgliedstaat zusammen und ist neben dem Europäischen Parlament zentrales Beschlussorgan der EU. Der Rat geht fünf maßgeblichen Aufgaben nach: Verabschiedung von EU-Rechtsvorschriften in Abstimmung mit dem Europäischen Parlament, Koordinierung der Politik der Mitgliedstaaten, Entwicklung einer Gemeinsamen Außen- und Sicherheitspolitik (GASP), Beschließung internationaler Übereinkünfte mit anderen Staaten und Organisationen sowie die Verabschiedung des Haushalts, ebenfalls in Abstimmung mit dem Europäischen Parlament. Der Vorsitz des Rats der EU wechselt halbjährig zwischen den Mitgliedstaaten. Alle Angelegenheiten im Rat, die mit entweder der Beratung oder Beschließung von Rechtsakten zu tun haben, sind öffentlich. Wie auch der Europäische Rat ist der Rat nicht direkt durch ein demokratisches Verfahren legitimiert. Dieser Umstand unterstreicht ein Demokratie- und Legitimationsdefizit der Union, gerade auch weil diese Institution eine wichtige Rolle im Rahmen der Gesetzgebung spielt.¹⁴⁴

Als letzte bedeutende Institution ist die Europäische Kommission zu nennen. Sie ist das unabhängige Exekutivorgan und die „treibende Kraft im institutionellen Gefüge der EU“.¹⁴⁵ Die Kommission setzt sich aus je einem Kommissar

¹⁴² Europäische Kommission (2014): S. 12.

¹⁴³ Vgl. Europäische Kommission: S. 12 f.

¹⁴⁴ Vgl. Europäische Kommission: S. 14 ff.

¹⁴⁵ Europäische Kommission (2014): S. 19.

pro Mitgliedstaat zusammen. Sie sind nicht dazu befugt im Sinne nationaler Regierungen zu handeln, sondern haben sich verpflichtet das Interesse der gesamten EU zu vertreten. Der oder die KommissionspräsidentIn sowie das Kollegium werden von den Mitgliedstaaten vorgeschlagen und müssen vom Parlament bestätigt werden. Wie auch beim Europäischen Rat und dem Rat der EU ist die Ernennung der Vertreter nicht ganz im Sinne demokratischer Prinzipien. Die Kommission verfolgt eine Vielzahl von Aufgaben: Sie hat das Initiativrecht, das bedeutet, sie ist verantwortlich für Vorschläge für neue Rechtsvorschriften. „Als Exekutivorgan der EU ist die Kommission für die Verwaltung und Ausführung des EU-Haushalts und für die Durchführung der Strategien und Programme zuständig, die vom Parlament und vom Rat beschlossen werden.“¹⁴⁶ Zudem ist sie – als „Hüterin des Gesetzes“ – damit beauftragt die Durchsetzung europäischen Rechts auf nationaler Ebene zu überwachen. Die Vertretung der EU nach außen zählt ebenfalls zu den Aufgaben der Institution.¹⁴⁷

Wie die kurze Vorstellung der wichtigsten Institutionen und Organe gezeigt hat, sind nur die Abgeordneten des Europäischen Parlaments durch demokratische Wahlentscheidungen seitens der EU-BürgerInnen bestätigt. Der Europäische Rat, der Rat der EU sowie die Europäische Kommission sind nicht direkt durch demokratische Wahlen legitimiert, sondern die Mitglieder und Vertreter dieser Institutionen qualifizieren sich entweder durch das Amt, das sie auf nationaler Ebene innehaben (beispielsweise Regierungs- bzw. Staatschef oder Ministerposten), oder werden von nationalen Regierungen ernannt. Wenngleich durch die strukturelle Verflechtung der Institutionen und Organe mit dem Europäischen Parlament – beispielsweise bei der Gesetzgebung oder etwa der Rechenschaftspflicht der Kommission vor dem Parlament – werden diese Prozesse oder Organe, wenn auch nur in geringem Maße, legitimiert. Schlussendlich muss man der EU ein strukturelles Demokratie- und Legitimationsdefizit attestieren. Zum einen sind wichtige Kompetenzen nach wie vor auf unterschiedlich Organe verteilt, die nicht direkt durch demokratische Entscheidung legitimiert sind – die Stellung des Europäischen Parlaments im Institutionengefüge der EU ist dafür, dass es das einzig gewählte Organ ist, zu

¹⁴⁶ Europäische Kommission (2014): S. 21.

¹⁴⁷ Vgl. Europäische Kommission (2014): S. 19 ff.

schwach. Zum anderen fehlt dem politischen System der EU eine ähnlich stark ausgeprägte politische Öffentlichkeit wie auf der Ebene der Nationalstaaten um eine Legitimation durch die EU-BürgerInnen zu gewährleisten. Wie bereits im Kapitel zum Öffentlichkeitsmodell dieser Arbeit dargestellt, ist Öffentlichkeit ein zentrales Bindeglied zur Rückkopplung und Legitimation des politischen Systems mit den BürgerInnen. Der Frage, ob es überhaupt eine europäische Öffentlichkeit bzw. einen transnationalen Kommunikationsraum im Sinne einer politischen Öffentlichkeit geben kann, kann an dieser Stelle noch nicht beantwortet werden. Dennoch sei darauf hingewiesen, und dieser Punkt soll im folgenden Kapitel weiter ausgeführt werden, dass die EU als supranationaler Herrschaftsverbund demokratische und strukturelle Probleme aufweist, gerade wenn man die Union und ihre Beschaffenheit anhand der demokratischen Nationalstaaten in Europa als Maßstab bewertet. Abschließend lässt sich sagen, dass sich die Entscheidungsarenen der EU zwischen Supranationalismus (Europäisches Parlament) und Intergouvernementalismus (Europäischer Rat) bewegen. Wird ein supranationales Staatesgebilde im Sinne der „Vereinigten Staaten von Europa“ oder aber nur eine zwischenstaatliche Kooperation, die sich vor allem auf wirtschaftliche Zusammenarbeit konzentriert, angestrebt? Es gibt also keinen klaren Kurs den die EU einschlägt und somit kann auch keine beständige und stringente Entwicklung des Projekts EU erwartet werden.

4.3 Demokratische und strukturelle Probleme der Europäischen Union – europäische Öffentlichkeit als Lösung?

Nicht umsonst wird dem europäischen Verbund oftmals vorgeworfen ein „Eliteteilprojekt“ zu sein, das über die Köpfe der BürgerInnen hinweg regiere. Die letzte Reform der Institutionen der EU, nach der gescheiterten Ratifizierung des Verfassungsentwurfs für Europa, stellt der Vertrag von Lissabon dar, der die Handlungsfähigkeit und Effizienz der Union sicherstellen soll. Dennoch, so Habermas, würde der Reformvertrag sich zwei zentralen Themen nicht annehmen: nämlich der „Mentalität und Beteiligung der Bevölkerung“.¹⁴⁸ Habermas kritisiert die Aussetzung des Vertrags über eine Verfassung für Europa und

¹⁴⁸ Habermas (2012): S. 98.

das dafür in Kraft getretene abgeschwächte Reformpaket als eine Bestärkung des elitären Charakters der europäischen Einigung:

„Der Modus der Aushandlung, der Verzicht auf Referenden selbst da, wo sie eigentlich geboten sind, der groteske Verzicht auf bereits akzeptierte Gemeinschaftssymbole (wie Fahne und Hymne), schließlich die nationalen Ausnahmeregelungen und die deflationierenden Werbestrategien, mit denen einige Regierungen das Ergebnis von Lissabon zu Hause verkaufen – das alles bekräftigt den bisherigen Politikmodus und macht die ängstliche Abkopplung des europäischen Projekts von der Meinungs- und Willensbildung der Bürger definitiv.“

Habermas prangert in diesem Zusammenhang also die Entkopplung der Meinungs- und Willensbildung der BürgerInnen von dem politischen Projekt Europa an. Diese Kritik wird in zwei Punkten besonders deutlich. Zum einen werden die strategischen Vorgaben zur weiteren Entwicklung der EU durch den Europäischen Rat verabschiedet, der von den Staats- und Regierungschefs besetzt ist. Sie sind in dieser Funktion durch kein konkretes Verfahren dazu verpflichtet Rechenschaft gegenüber den BürgerInnen abzulegen. Zum anderen ist die Kopplung des politischen Systems an die Meinungs- und Willensbildung der BürgerInnen ein zentrales Element der Legitimationsfunktion von Öffentlichkeit, wenngleich diese theoretischen und normativen Anliegen auf einem Modell von Öffentlichkeit im Zusammenspiel mit einem Nationalstaat basieren.¹⁴⁹ Dies unterstreicht das normative Anliegen, das unter anderen Habermas formuliert hat, und eine politische Öffentlichkeit auf der Ebene der EU verlangt. Nur eine politische Öffentlichkeit kann die komplexen Anforderungen einer Rückkopplung an die Meinungs- und Willensbildung erfüllen. Habermas fordert deshalb eine Erweiterung der nationalen Öffentlichkeiten um eine entsprechende europapolitische Thematisierung sowie die Öffnung der nationalen Öffentlichkeiten füreinander, denn nur so könnten auch die BürgerInnen beispielsweise von der gestärkten Position des Europäischen Parlaments profitieren. Habermas schlägt damit den Weg einer Transnationalisierung von nationalen Öffentlichkeiten vor.¹⁵⁰

¹⁴⁹ Siehe hierzu Kapitel 3.2.3.2

¹⁵⁰ Vgl. Habermas (2012): S. 99 f.

Ein weiteres Problem stellt die Erweiterung und Vertiefung der EU dar. Der Erweiterungsprozess wurde bis jetzt immer durch ein beidseitiges Interesse bestärkt: Die Kernstaaten hatten Aussicht auf neue Absatzmärkte, während die neuen Mitgliedsstaaten durch Vorteile wie Prosperität, Freiheit und Stabilität zu einem Beitritt motiviert wurden. Mit einer fortschreitenden Erweiterung der EU, der Zunahme von konkurrierenden Interessen, Sprachenvielfalt und kultureller Hintergründe, kommt einer Vertiefung, also einer Integration, der Staatengemeinschaft eine immer größere Bedeutung zu um einem zunehmenden Konfliktpotenzial entgegenzuwirken. Die Kosten, die für den Integrationsprozess aufgewendet werden müssen, wachsen jedoch überproportional zur Erweiterung und stellt die EU vor die Wahl diesen Umstand durch mehr Umverteilung Herr zu werden, lediglich einen geringen Integrationsgrad anzustreben oder aber den Anspruch einer ganzheitlichen Integration durch eine Idee der abgestuften Integration zu ersetzen.¹⁵¹ Eine so tiefgreifende und wegweisende Entscheidung kann wiederum nicht allein durch politische Eliten entschieden werden. Ein öffentlicher Diskurs und demokratische Rückkopplung – sei es durch Referenden oder eine stärkere Verzahnung der politischen Macht- und Entscheidungszentren mit der Meinungs- und Willensbildung der BürgerInnen – ist eine Notwendigkeit, um einerseits nicht das Image eines Elitprojekts zu verstärken, andererseits die notwendige Bereitschaft in der Bürgerschaft für eventuelle einschneidende Maßnahmen zu schaffen. Auch hier spielt sich wieder die Bedeutung eines transnationalen Kommunikationszusammenhangs in den Vordergrund, denn wie im Rahmen der Integrationsfunktion von Öffentlichkeit beschrieben, ist Öffentlichkeit ein zentrales Mittel der Integration.¹⁵² Durch Öffentlichkeit wird die Gesellschaft oder in diesem Falle besser gesagt die Gemeinschaft und das, was sie verbindet, wahrnehmbar. Auf diese Weise wird die Konstitution einer kollektiven europäischen Identität oder eines Gemeinsamkeitsglaubens erst ermöglicht. Dieser Gemeinsamkeitsglauben ist die Voraussetzung für die Ausbildung von Partizipations- und Loyalitätsdispositionen. Sie bilden die Grundlage für demokratienotwendige Akzeptanzbereitschaft um beispielsweise Umverteilungen zu rechtfertigen. Die Ausbildung einer – wie auch immer konstituierten – europäischen Identität,

¹⁵¹ Vgl. Habermas (2012): S. 104 f.

¹⁵² Siehe hierzu Kapitel 2.3.3.2

die selbstverständlich zunächst eine geringere Ausprägung als nationale Identitäten aufweist, ist somit ein essenzieller Baustein für eine Vertiefung der politischen Union und setzt die Ausbildung eines grenzüberschreitenden Kommunikationszusammenhangs in Europa voraus.

Einwände, dass sich eine eigene europäische Identität nicht ausbilden könne aufgrund der „Vielfalt historisch gewachsener Nationen“¹⁵³ sucht Habermas durch einen Vergleich mit der Entstehung und Entwicklung kollektiver Identitäten im Zuge der Gründung von Nationalstaaten zu entkräften:

„Die damals neue kollektive Identität hat tatsächlich den rechtlich-abstrakten Begriff der staatsbürgerlichen Solidarität erst mit Anschauung, Emotion und Gesinnung erfüllt. Deshalb gibt es keinen Grund zu der Annahme, dass die Bildung eines politischen Zusammengehörigkeitsgefühls an den Grenzen des Nationalstaates Halt machen muss. Warum sollte sich die Hülse der längst eingeführten europäischen Staatsbürgerschaft nicht auf ähnliche Weise mit dem Bewusstsein füllen, dass alle europäischen Bürger inzwischen dasselbe politische Schicksal teilen?“¹⁵⁴

Wenngleich Habermas' Ansichten zu diesem Punkt idealisierend sind, so ist das von ihm gezeichnete Szenario, also die Entwicklung einer europäischen Identität nach dem Vorbild der Entstehung nationaler Identitäten, durchaus denkbar. Im Zuge dessen muss aber auch angemerkt werden, dass dies ein langwieriger und nicht geradliniger Prozess ist, dessen Resultat völlig offen und unabsehbar ist. Das Schicksal eines einheitlichen und supranationalen Europas ist aber im Wesentlichen davon abhängig.

Auch Peters merkt in Bezug auf die EU an, dass die „Entwicklung von transnationalen politischen Regelungen und Institutionen“ einer Legitimation bedürfen, die in „transnationale[n] Formen öffentlicher Meinungs- und Willensbildung“ zu finden sei.¹⁵⁵ Er verweist – wie auch Habermas – auf ein Demokratie- und Legitimationsdefizit der EU. Die Unterentwicklung bzw. die mangelhafte Ausprägung einer europäischen Öffentlichkeit würde die „Demokratisierung

¹⁵³ Habermas (2012): S. 106.

¹⁵⁴ Habermas (2012): S. 106.

¹⁵⁵ Peters (1999): S. 288.

von EU-Politiken“ verhindern.¹⁵⁶ Mit diesem Befund stimmt auch Imhof überein. Er schreibt diesbezüglich: „Solange neue politische Machtzentren mitsamt ihren Geltungsbereichen einer entsprechenden politischen Öffentlichkeit entbehren, besteht ein Demokratie- und ein Legitimitätsdefizit. Die Debatten um die europäische Öffentlichkeit verweisen darauf.“¹⁵⁷ Ein strukturelles Problem der EU ist demzufolge die Unterentwicklung einer transnationalen bzw. europäischen Öffentlichkeit. Sie ist das zentrale Bindeglied zwischen politischen Zentrum und den Meinungs- und Willensbildungsprozessen der BürgerInnen. Dem Befund, dass die EU an einem demokratischen Defizit leidet, das mitunter durch eine unterentwickelte politische Öffentlichkeit verursacht wird, könnte dadurch entkräftet werden, dass ein supranationaler Herrschaftsverband wie die EU nicht den gleichen normativen Maßstäben wie demokratische Nationalstaaten genügen müsste. Dieser Einwand beruht aber, gemäß Habermas, auf einer Unterscheidung zwischen technischen Fragen, die die BürgerInnen in ihrem alltäglichen Leben kaum tangieren, und den tatsächlichen politischen Fragen, die aufgrund ihrer unmittelbaren Auswirkung auf die Leben der BürgerInnen einer demokratischen Legitimation bedürfen. Da ein Großteil der Institutionen der EU, so die These, sich „in erster Linie mit technischen Fragen [...] befasst [...], könne man diese Arbeit getrost Experten überlassen“.¹⁵⁸ Politikfelder, die von großem Interesse für die BürgerInnen sind, würden ohnehin vorwiegend unter die Kompetenz der Mitgliedstaaten fallen, die über eine entsprechende politische Öffentlichkeit für eine angemessene input-Legitimation sorgen können. Auf der europäischen Ebene sei die Legitimation der Gesetzgebung zum einen durch die indirekte Legitimation der Mitglieder des Rates der EU sowie die Beteiligung des Europäischen Parlaments an diesem Prozess als ein durch demokratische Wahlen legitimiertes Organ gegeben. Habermas kritisiert bei dieser Auslegung, dass die „Kompetenzverteilung zwischen europäischer und nationaler Ebene selber eine durch und durch politische Entscheidung zum Ausdruck“ bringe.¹⁵⁹ Die Kompetenzverteilung, sprich die Abgabe von Kompetenz an europäische Einrichtungen und Institutionen, selbst stellt einen so tiefgreifenden Einschnitt in die Souveränität der Staaten

¹⁵⁶ Peters (1999): S. 288.

¹⁵⁷ Imhof (2008): S. 72.

¹⁵⁸ Habermas (2012): S. 102 f.

¹⁵⁹ Habermas (2012): S. 103.

dar und habe deshalb einen großen Legitimationsbedarf. Da diese Entscheidung aber gänzlich der Disposition der europäischen BürgerInnen entzogen ist, würde der Eindruck entstehen, dass es sich bei diesen Kompetenzen und Themen um Fragen technischer Natur handele. Dem ist aber nicht so, denn die Abgabe von Kompetenzen „beschränken den gestaltenden Zugriff der Nationalstaaten und ihrer Bürger“.¹⁶⁰ Auch hier scheint der einzige Weg diesen Defiziten und Problemen beizukommen, eine Vertiefung und Integration der Union sowie eine Angleichung und Harmonisierung der Politiken. Folgt man den oben aufgeführten Ausführungen zur Integrations- und Legitimationsproblematik, so wird auch an diesem Punkt deutlich, dass die EU, um diesen Problemen Herr zu werden, eine politische und transnationale Öffentlichkeit nicht entbehren kann.

Dementsprechend ist es auch nicht verwunderlich, dass Gerhards der EU neben einem Demokratiedefizit auch ein Öffentlichkeitsdefizit attestiert. Das Demokratiedefizit beruht laut Gerhards auf der nur teilweisen Übereinstimmung von „Adressat[en] von Herrschaftsbeschlüssen der EU“ – sprich den europäischen BürgerInnen – und „dem ‚demos‘, der die Herrschaftspositionen ausgewählt hat“.¹⁶¹ Ein Öffentlichkeitsdefizit müsse aber deutlich von einem Demokratiedefizit unterschieden werden. Gerhards beschreibt das Phänomen eines Öffentlichkeitsdefizits auf europäischer Ebene wie folgt:

„Ein vom Demokratiedefizit zu unterscheidendes Öffentlichkeitsdefizit der EU bestünde dann, wenn politische Entscheidungen immer häufiger nicht von den Nationalstaaten, sondern von den Institutionen der EU gefällt würden, die Berichterstattung der Öffentlichkeit aber nationalstaatlich verhaftet bliebe und nur im geringen Maße von den europäischen Entscheidungen und Diskussionen der dortigen Entscheidungsträger berichtete; die Folge wäre, dass die Bürger nicht ausreichend von den Entscheidungen und Diskussionen informiert würden, die sie aber unmittelbar betreffen.“¹⁶²

¹⁶⁰ Habermas (2012): S. 103.

¹⁶¹ Gerhards (2002): S. 5.

¹⁶² Gerhards (2002): S. 5.

Gerhards kommt nach Sichtung einschlägiger Forschungsergebnisse und einer Bewertung dieser Ergebnisse anhand normativer Öffentlichkeitsvorstellungen zu dem Schluss, dass die EU ein Öffentlichkeitsdefizit aufweist, wenngleich diese Schlussfolgerung unter Vorbehalt zu genießen ist.¹⁶³ Letztlich kann man aber anhand der Ausführungen Gerhards feststellen, dass es eine Inkongruenz zwischen der Verlagerung von Kompetenzen von nationaler auf europäische Ebene und einer entsprechenden Verschiebung des Fokus der nationalen Berichterstattung gab. Die Transnationalisierung von Öffentlichkeit hinkt also der Europäisierung von Politik hinterher.¹⁶⁴

Wie in diesem Kapitel festgestellt wurde, leidet die EU an einem Demokratie- und Legitimationsdefizit, das unter anderem aus einer Unterentwicklung eines transnationalen Kommunikationszusammenhangs bzw. einer europäischen Öffentlichkeit resultiert.

5. Transnationalisierung und Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten

In diesem Kapitel soll sich näher mit Transnationalisierung bzw. Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten auseinandergesetzt werden. Zunächst wird der relevante Forschungsstand zur Thematik präsentiert, bevor genauer auf für diese Arbeit nützliche Modelle und Systematisierungen eingegangen wird.

5.1 Forschungsstand

Eine europäische Öffentlichkeit und die Transnationalisierung von nationalen Öffentlichkeiten war in den letzten Jahren immer wieder Gegenstand von Forschungsanliegen und -bemühungen. Im Folgenden sollen die wichtigsten Ergebnisse und Erkenntnisse der Forschung in diesem Bereich aufgeführt und gegenübergestellt werden.

¹⁶³ Die Daten auf die sich Gerhards bezieht, erfassen zum einen nur Deutschland und zum anderen sind die Ergebnisse längst nicht mehr aktuell. Auch Gerhards verweist hier auf den Mangel ländervergleichender Zeitreihenanalysen, die eine genauere Bestimmung des Defizits zulassen würden, sowie auf Forschungsergebnisse, die einen gegensätzlichen Trend, also die Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten in den 90er Jahren, belegen sollen.

¹⁶⁴ Vgl. Gerhards (2002): S. 8 f.

Grundsätzlich lässt sich darüber diskutieren, wie sich eine europäische Öffentlichkeit überhaupt formieren kann und welche Form sie annimmt. Jürgen Gerhards macht diesbezüglich zwei unterschiedliche Modelle bzw. Vorstellungen aus, nach denen sich eine europäische Öffentlichkeit entwickeln kann:

1. Eine „länderübergreifende[] europäische[] Öffentlichkeit“¹⁶⁵ im Sinne eines einheitlichen europäischen Mediensystems, das die Mitgliedstaaten nach dem Vorbild nationaler Mediensysteme integriert, oder aber
2. eine Europäisierung bzw. Transnationalisierung nationaler Öffentlichkeiten.¹⁶⁶

Das zweite Modell gilt zumindest aus einer empirischen Perspektive als wahrscheinlicher, denn durch die steigende Präsenz und Priorisierung europäischer Themen in nationaler Berichterstattung kann eine solche Europäisierung bzw. Transnationalisierung der nationalen Öffentlichkeiten nachgewiesen werden.¹⁶⁷ Die Öffnung der nationalen Öffentlichkeiten füreinander ist, allein schon wegen der Sprachenvielfalt in Europa, als ein realistischeres Szenario zu bewerten als die Etablierung einer die nationalen Öffentlichkeiten hierarchisch überlagernden europäischen Öffentlichkeit, die durch ein einheitliches Mediensystem geprägt ist.

Dennoch sind die Befunde der Forschung zum Thema europäische Öffentlichkeit eher pessimistisch. Bernhard Peters et al. stellen nach Sichtung der einschlägigen Literatur „die Unterentwicklung einer europäischen Öffentlichkeit“ fest und weisen auf „das Fehlen einer europäischen Identität und europaweiter intermediärer Institutionen“ hin.¹⁶⁸ Zu diesem Ergebnis kommen auch die Rechtswissenschaftler Ingolf Pernice und Lars Otto: „Eine Europäische Öffentlichkeit existiere bestenfalls rudimentär und marginal.“¹⁶⁹ Sie beklagen den Mangel europäischer Medien und europäischer Parteien.¹⁷⁰ Gerhards bestätigt diese Befunde empirisch mit der Gegenüberstellung von Transnationalisierung von politischen Entscheidungen in Europa und der Erfassung des Aufmerksamkeitsfokus der Medien. Er kommt zu der Schlussfolgerung, dass sich

¹⁶⁵ Gerhards (2002): S. 6.

¹⁶⁶ Vgl. Gerhards (2002): S. 6.

¹⁶⁷ Vgl. Thomass (2004): S. 58 und vgl. Gerhards (2002): S. 6.

¹⁶⁸ Peters et al. (2006): S. 232.

¹⁶⁹ Pernice; Otto (2011): S. 8.

¹⁷⁰ Vgl. Pernice; Otto (2011): S. 8.

die Politik zwar europäisiert habe, die Öffentlichkeit dieser Transnationalisierung aber hinter linke, denn es sei keine entsprechende Veränderung des Aufmerksamkeitsfokus der Medien festzustellen.¹⁷¹ Im Einklang mit dieser Erkenntnis stehen auch die Forschungsergebnisse einer Studie aus dem Jahr 2006 von Marcel Machill, Markus Beiler und Corinna Fischer. Mittels einer Metaanalyse, die die Daten von insgesamt 17 Medianinhaltsanalysen zusammenfasst und als „first step towards a systematization of the existing research“ gesehen werden kann, wurde gezeigt, dass sich nur ein geringer Teil der nationalen Berichterstattung mit europäischen Themen befasst und dass europäische Akteure nur eine untergeordnete Rolle in den Medien spielen.¹⁷² Die AutorInnen kommen zum Resümee, dass die nationalen Öffentlichkeiten der untersuchten EU-Mitgliedstaaten nach wie vor eine starke nationale Orientierung aufweisen, wenngleich die Entwicklungstendenzen einer Europäisierung zwischen den Mitgliedstaaten stark variiert.¹⁷³

Peters weist darauf hin, dass es auf der Ebene der EU keine transnationale Öffentlichkeiten gibt, „die im Hinblick auf eine gemeinsame Agenda, geteilte Relevanzstrukturen, übereinstimmende Deutungsmuster, geteiltes kulturelles Hintergrundwissen, kollektive Identität [...], vergleichbar wären mit nationalen Öffentlichkeiten“.¹⁷⁴ Die Gründe dafür sieht Peters zum einen in der Sprachenvielfalt bzw. Sprachbarriere und zum anderen in kulturellen Differenzen. Peters beschreibt die Alleinstellungsmerkmale und die Einzigartigkeit nationaler Öffentlichkeiten wie folgt:

„Öffentlichkeiten haben einen sozialen und kulturellen Unterbau, der nicht allein aus Medienmärkten und Medienorganisationen besteht. Von Bedeutung sind viele andere Strukturen, die auf intellektuelle Produktion und Rezeption, auf kollektive Interessen- und Problemdefinitionen einwirken – von Bildungs- und Forschungseinrichtungen über journalistische und andere Professionen zu Netzwerken (und Cliques) von kulturellen oder intellektuellen Produzenten und schließlich zu Strukturen der Interessenartikulation und -aggregation wie

¹⁷¹ Vgl. Gerhards (2000): S. 299.

¹⁷² Machill; Beiler; Fischer (2006): S. 58.

¹⁷³ Vgl. Machill; Beiler; Fischer (2006): S. 57 f.

¹⁷⁴ Peters (1999): S. 294.

*Parteien, Interessenverbänden oder sozialen Bewegungsorganisationen und -milieus.*¹⁷⁵

Diese Vielzahl an Faktoren bedürften einer Analyse um die Gründe für das Beharrungsvermögen nationaler Öffentlichkeiten – gerade im Rahmen der EU, einen Raum der kulturelle Nähe und Integrationsansätze vereint – aufzudecken.¹⁷⁶

Das Fehlen einer gemeinsamen europäischen Identität, die Sprachbarriere und der Mangel an europäischen Medien werden in der Forschung als maßgebliche Hindernisse für die Formierung einer europäischen Öffentlichkeit gesehen. Dennoch gibt es auch Stimmen, die diese Hindernisse zu entkräften suchen. Cathleen Kantner, Professorin für europäische Integration, vertritt beispielsweise die Meinung, dass die Sprachbarriere kein zwingendes Hindernis für transnationale Kommunikation und eine europäische Öffentlichkeit sei, denn diesem Problem könnten nationale Medien durch gegenseitige Rezeption und Übersetzungsleistung beikommen.¹⁷⁷ In Anlehnung an Habermas versteht Kantner unter europäischer Öffentlichkeit das synchrone Berichterstaten und Diskutieren von Themen in nationalen Medien. Auf dieser Annahme basieren auch die Ausführungen des Soziologen Klaus Eder in Zusammenarbeit mit Cathleen Kantner. Das Öffentlichkeitsdefizit der EU liegt ihnen zufolge nicht auf der „Ebene der politischen Kommunikation, sondern auf der Ebene der Anbindung öffentlicher Kommunikation an die institutionellen Entscheidungsprozesse der Europäischen Union“.¹⁷⁸

Der Soziologe und Europawissenschaftler Hans-Jörg Trenz hat sich aufgrund des Defizits einer massenmedialen Öffentlichkeit im europäischen Raum mit dem Problem der Politikvermittlung in der EU auseinandergesetzt. Anhand einer Fallstudie zum Korruptionsskandal der Europäischen Kommission im Jahre 1999 kommt er zu dem Schluss, „dass an die Stelle der massenmedialen europäischen Gesamtöffentlichkeit andere Mechanismen der generalisierten (in diesem Sinne symbolischen) Politikvermittlung treten werden, die sich

¹⁷⁵ Peters (1999): S. 295.

¹⁷⁶ Vgl. Peters (1999): S. 294 f.

¹⁷⁷ Vgl. Kantner (2003): S. 225.

¹⁷⁸ Eder; Kantner (2000): S. 306.

nationaler massenmedialer Öffentlichkeiten als Übersetzungsmechanismus bedienen, um den Anschluss von sektoralen Fachöffentlichkeiten an die Allgemeinheit an spezifischen kritischen Schnittpunkten des politischen Prozesses herstellen zu können“.¹⁷⁹ Trenz geht dabei von einem Netzwerk von „Issue- oder politikfeldspezifische[n] Teilöffentlichkeiten“ aus.¹⁸⁰ Diese Teilöffentlichkeiten seien der Ort um themenspezifisch eine gesellschaftliche Teilhabe und Mitbestimmung am politischen Prozess der EU zu erwirken.¹⁸¹

Brüggemann et al. beschäftigen sich in einem Aufsatz mit dem Forschungsstand und den Perspektiven einer transnationalen Öffentlichkeit in Europa. Sie begreifen transnationale Öffentlichkeit „als Räume der Verdichtung von Prozessen öffentlicher, medial vermittelter politischer Kommunikation [...], die den nationalen Bezugsraum übersteigen“.¹⁸² Nationale und transnationale Öffentlichkeit können ihnen zufolge gleichzeitig bestehen, wenngleich eine nationale Öffentlichkeit immer als vorrangig erscheint, aufgrund ihrer höheren kommunikativen Verdichtung.¹⁸³ Brüggemann et al. kritisieren die bisherige dominierende Diskussion, ob es eine europäische Öffentlichkeit und ein Kommunikationsdefizit auf der Ebene der EU gebe. Das Vorgehen Konzepte und Modelle nationaler Öffentlichkeiten auf transnationale Ebene zu übertragen und daraus Kriterien für empirische Messungen abzuleiten habe sich nicht bewährt. Ultimativ stellt sich bei diesem Vorgehen die Frage, wann eine europäische Öffentlichkeit in einem hinreichenden Maße ausgeprägt sei.¹⁸⁴

Der deutsche Soziologe Friedhelm Neidhardt setzt sich ebenfalls mit dieser Problematik auseinander. Er attestiert der Forschung in diesem Bereich Messprobleme und spricht bei den Ergebnissen von „Artefakten der Forschungspraxis“.¹⁸⁵ Die Idealisierung von Öffentlichkeit habe zu falschen Maßstäben

¹⁷⁹ Trenz (2000): S. 336.

¹⁸⁰ Trenz (2000): S. 334.

¹⁸¹ Vgl. Trenz (2000): S. 334.

¹⁸² Brüggemann et al. (2009): S. 395.

¹⁸³ Vgl. Brüggemann et al. (2009): S. 395.

¹⁸⁴ Vgl. Brüggemann et al. (2009): S. 393.

¹⁸⁵ Neidhardt (2006): S. 47.

geführt, so Neidhardt.¹⁸⁶ Er formuliert deshalb die Notwendigkeit von Prozessmodellen, „in denen die entscheidenden Varianzen auf mehreren Ebenen wahrgenommen und beschrieben werden können“.¹⁸⁷

Die oben bereits erwähnten Brüggemann et al. haben, aufgrund der methodischen und theoretischen Schwierigkeiten in diesem Forschungsfeld, versucht durch eine Zusammenführung unterschiedlicher Aspekte transnationaler Kommunikation neue Perspektiven und Sichtweisen der Forschung im Bereich transnationaler Öffentlichkeit im europäischen Raum zu eröffnen.¹⁸⁸ Sie haben fünf maßgebliche Faktoren grenzüberschreitender Kommunikation identifiziert: „Europamedien, Europasprecher, europäisierte nationale Medien, europäische Medienevents und ein europäisches Publikum“.¹⁸⁹ Die Wissenschaftler rund um Michael Brüggemann schlagen deshalb vier Perspektiven vor, die von zukünftigen Forschungsunterfangen beachtet und in die Konzipierung aufgenommen werden sollten: Multidimensionalität (europäische Öffentlichkeit ist ein multidimensionales Phänomen), langfristiger Wandel und strukturelle Auswirkungen, Segmentierung europäischer Öffentlichkeit und Beachtung kulturtheoretischer Erklärungsansätze.¹⁹⁰

Dieser Ansatz wurde von Studien und Forschungsunterfangen aufgenommen, die im Rahmen des Sonderforschungsbereichs „Staatlichkeit im Wandel“ entstanden, einer transdisziplinären Forschungskooperation der Universität Bremen, der Jacobs Universität Bremen sowie der Universität Oldenburg, die sich mit dem Wandel klassischer Nationalstaaten im Zuge von Globalisierung und Liberalisierung auseinandersetzt.¹⁹¹ Brüggemann et al. präsentieren in einem Beitrag von 2006 Ergebnisse des Forschungsprojekts „Die Transnationalisierung von Öffentlichkeit am Beispiel der EU“, das dieser Kooperation entspringt. Sie betonen dabei, dass Transnationalisierung respektive Europäisierung „multidimensionale und graduelle Prozesse, die die Grenzen nationaler Räume überschreiten“, seien.¹⁹² Anhand von vier Untersuchungsdimensionen

¹⁸⁶ Vgl. Neidhardt (2006): S. 49 ff.

¹⁸⁷ Neidhardt (2006): S. 53.

¹⁸⁸ Vgl. Brüggemann et al. (2009): S. 393.

¹⁸⁹ Brüggemann et al. (2009): S. 396.

¹⁹⁰ Vgl. Brüggemann et al. (2009): S. 407 f.

¹⁹¹ Vgl. Staatlichkeit im Wandel (2015).

¹⁹² Brüggemann et al. (2006): S. 299.

fürten sie eine quantitative Inhaltsanalyse nationaler Medien in fünf Mitgliedstaaten der EU für den Zeitraum von 1982 bis 2003 durch und kommen zu dem Ergebnis, dass es einen „stabilen Europäisierungstrend“ gebe und diagnostizieren eine „Segmentierte Europäisierung“.¹⁹³

Eine Untersuchung von Wessler et al. greift ebenfalls auf die Daten dieser Erhebung zurück und ergänzt sie durch zwei themenbezogene qualitative und quantitative Fallstudien. Auch hier stellen die Verfasser „a clear Europeanization trend in monitoring governance“ sowie „a nascent trend towards more identification with Europa in public debate“ fest.¹⁹⁴ Diese Trends würden die steigende Intensität einer europäischen Integration belegen. Medien hätten – als Antwort auf eine europäische Integration – durch eine entsprechende Anpassung ihrer redaktionellen Richtlinien sowie als Vermittler von europabezogenen Nachrichten und Debatten die Möglichkeit eine vertikale Europäisierung öffentlicher Diskurse voranzutreiben. Die europäische Integration hätte aber nur bedingt Auswirkungen auf eine horizontale Europäisierung, denn es konnte kein signifikanter Anstieg der diskursiven Integration zwischen den nationalen Öffentlichkeiten nachgewiesen werden. So kommen auch Wessler et al. zu dem Befund einer segmentierten Europäisierung.¹⁹⁵

Tobler hat sich in seiner Untersuchung zu Transnationalisierung nationaler Öffentlichkeiten stark an den Untersuchungsdimensionen des oben genannten Forschungsprojekts orientiert und eine themenspezifische Inhaltsanalyse durchgeführt. Seine Befunde weisen auf eine massenmedial vermittelte „transnationale Interdiskursivität“, eine „zeitgleiche Thematisierung [...] in verschiedenen nationalen Medienarenen“ sowie „lebhaft kommunikative Austauschprozesse“ zwischen nationalen Kommunikationsarenen und den Arenen der EU hin.¹⁹⁶ Auf der einen Seite würden die Ergebnisse der Untersuchung die Integrationshypothese bestätigen, also der positive Einfluss der europäischen Integration auf die Europäisierung öffentlicher Kommunikation. Auf der ande-

¹⁹³ Brüggemann et al. (2006): S. 319.

¹⁹⁴ Wessler et al. (2008): S. 179.

¹⁹⁵ Vgl. Wessler et al. (2008): S. 179 f.

¹⁹⁶ Tobler (2010): S. 270.

ren Seite würde die Konflikthypothese – Öffentlichkeit wird durch Konflikte stimuliert – die festgestellten Varianzen entlang des Untersuchungszeitraumes von 1945 bis 2006 erklären.¹⁹⁷

Der Abschlussbericht des Forschungsprojekts „Die Transnationalisierung von Öffentlichkeit am Beispiel der EU“ bestätigt nochmals die bereits angeführten Befunde einer „Transnationalisierung von Öffentlichkeit, die jedoch national und nach Zeitungstypen segmentiert bleibt“.¹⁹⁸ Hepp führt außerdem an, dass in einem zweiten Schritt die bereits angeführte Inhaltsanalyse des Projekts weiter vertieft und erweitert wurde um die „verschiedenen (nationalen) politischen Diskurskulturen als ‚Unterbau‘“ zu untersuchen und resümiert, „dass in allen Ländern journalistische Praktiken der Nationalisierung von EU- und Auslandsnachrichten“ anzutreffen seien, die jeweils länderspezifischen Prägungen unterliegen würden.¹⁹⁹ In einem dritten Schritt wurden die Reaktionen der BürgerInnen und deren Anbindung an eine europäische Öffentlichkeit anhand von Nutzungs- und Aneignungsstudien, einer Analyse von Online-Interaktionen sowie der Fortführung der oben genannten Inhaltsanalyse bis 2013 untersucht. Die Daten der Inhaltsanalyse bis 2013 bestätigen ein stabiles und konstantes vertikales Europäisierungsniveau, also die Thematisierung und Berichterstattung über Institutionen und Politiken der EU in nationalen Medien.²⁰⁰ Hepp zeigt, in Berufung auf die Ergebnisse der Studie, auf, dass sich „Prozesse einer geteilten kommunikativen Konstruktion von Europa bzw. hierauf aufbauend der EU ausmachen“ ließen, für die Krisen wie beispielsweise die Wirtschafts- und Finanzkrise im Jahre 2008 Herausforderungen darstellen würden.²⁰¹ Krisen würden für die Menschen aber auch einen Anlass darstellen sich mit Europa und der EU auseinander zu setzen. In diesem Zusammenhang formuliert Hepp: „Die Bürger reagieren auf die Krise, indem sie kommunikativ verstärkt agieren. In diesem Sinne sind sie beteiligt am Prozess der kommunikativen Konstruktion Europas und der europäischen Öffentlichkeit.“²⁰²

Michael Brüggemann und Hagen Schulz-Forberg kritisieren, dass sich die Forschung zu europäischer Öffentlichkeit hauptsächlich auf die Europäisierung

¹⁹⁷ Vgl. Tobler (2010): S. 271.

¹⁹⁸ Hepp (2015): S. 71.

¹⁹⁹ Hepp (2015): S. 71.

²⁰⁰ Vgl. Hepp (2015): S. 73.

²⁰¹ Hepp (2015): S. 75.

²⁰² Hepp (2015): S. 75.

nationaler Öffentlichkeiten fokussiert und transnationalen Kommunikationsräumen in dieser Hinsicht so gut wie keine Beachtung geschenkt wird. Das wird zumeist damit begründet, dass es wenige transnationale bzw. paneuropäische Medien gibt und diese, im Vergleich zu nationalen Medien, nur eine kleine Zielgruppe erreichen. Außerdem hätten transnationale Medien nur „minimal political impact and critical weight in the European space of communication“.²⁰³ Brüggemann und Schulz-Forberg stellen den in dieser Forschungstradition entstandenen, nationengebundenen Ansatz – also die Europäisierung des Nationalen – in Frage. Durch technische Entwicklungen wie das Internet und aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung dürften solche Medien nicht außer Acht gelassen werden, gerade im Hinblick auf ihre Auswirkung, die sie in Zukunft auf eine transnationale Öffentlichkeit haben könnten. Vielmehr könne die Analyse transnationaler Medien als Maßstab für die Qualitäten und Potenziale einer europäischen Öffentlichkeit dienen.²⁰⁴ Brüggemann und Schulz-Forberg resümieren, dass die Forschung im Bereich transnationale Medien unterentwickelt sei.²⁰⁵ Diese Forderung bestätigt auch das Anliegen dieser Arbeit: die Untersuchung transnationaler bzw. paneuropäischer Medien und deren Rolle im Rahmen der europäischen Integration.

5.2 Transnationale Medien als Treibkraft einer Europäisierung – Eine Systematisierung

Zentraler Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit sind transnationale bzw. paneuropäische Medien. Als Grundlage soll nun zum einen definiert werden, was unter paneuropäischen Medien zu verstehen ist, zum anderen eine Systematisierung von transnationalen Medien nach Brüggemann und Schulz-Forberg eingeführt werden.

Brüggemann und Schulz-Forberg verstehen transnationale Medien als „media that address audiences beyond and across national borders“.²⁰⁶ Dieses Verständnis von transnationalen Medien, die eben nicht nur ein nationales Publikum adressieren, sondern mit ihren Inhalten RezipientInnen über nationale

²⁰³ Brüggemann; Schulz-Forberg (2009): S. 693.

²⁰⁴ Vgl. Brüggemann; Schulz-Forberg (2009): S. 693 f.

²⁰⁵ Vgl. Brüggemann; Schulz-Forberg (2009): S. 695.

²⁰⁶ Brüggemann; Schulz-Forberg (2008): S. 696.

Grenzen hinweg erreichen möchten, soll auch für diese Arbeit gelten. Die Autoren unterscheiden vier Typen transnationaler Medien: „(1) national media with a transnational mission, (2) inter-national media, (3) pan-regional media and (4) global media“.²⁰⁷ Als grundlegendes Merkmal für die Unterscheidung der Medien gilt das Publikum, das von den entsprechenden Medien adressiert wird. Wenngleich nationale Medien ebenfalls eine internationale bzw. transnationale Reichweite aufweisen können und das Medienprodukt beispielsweise auch in anderen Ländern als dem Herkunftsland erworben werden kann, so ist ihr primäres Publikum dennoch national verankert, was sie von transnationalen Medien unterscheidet.²⁰⁸ Die vier Typen transnationaler Medien sollen im Folgenden kurz vorgestellt werden.

1. Nationale Medien mit einer transnationalen Mission

Die erste Kategorie transnationaler Medien versucht RezipientInnen über nationale Grenzen hinweg zu erreichen und verfolgt dabei eine politische Mission, die von nationalen Regierungen formuliert wird. Nationale Regierungen finanzieren aus unterschiedlichen Gründen öffentlichen Rundfunk. Beispielsweise wollen sie Auswanderer erreichen oder aber das Land und seine Werte einem ausländischen Publikum präsentieren. Das charakterisierende Kriterium dieser Art von Medien ist also eine politisch definierte Mission.²⁰⁹

2. Inter-nationale Medien

Internationale Medien sind geprägt durch die Kooperation von Medienunternehmen oder -organisationen aus zwei oder mehr Ländern. Diese Fusionen oder Kooperationen beruhen oftmals darauf, dass Gemeinsamkeiten zwischen den betroffenen Ländern artikuliert und verbreitet werden sollen.²¹⁰ Der Begriff inter-national wurde von Brüggemann und Schluz-Forberg absichtlich mit einem Bindestrich getrennt, um die Beteiligung von Organisationen aus zwei oder mehr Ländern zu betonen: „inter-national media are designed for and produced by media organizations in two or more nations working together. Inter-national media formats are deliberately designed for two (or more) national audiences.“²¹¹

²⁰⁷ Brüggemann; Schluz-Forberg (2008): S. 696.

²⁰⁸ Vgl. Brüggemann; Schluz-Forberg (2008): S. 698 f.

²⁰⁹ Vgl. Brüggemann; Schluz-Forberg (2008): S. 699.

²¹⁰ Vgl. Brüggemann; Schluz-Forberg (2008): S. 699.

²¹¹ Brüggemann; Schluz-Forberg (2008): S. 699.

3. Panregionale Medien

Unter dieser Kategorie sind Medien zusammengefasst, die ein Publikum in einer spezifischen Weltregion adressieren und entsprechende Medieninhalte produzieren wie beispielsweise der TV-Sender Telesur für Südamerika oder aber Al Jazeera für den arabischen Raum. Im Rahmen dieser Arbeit werden paneuropäischen Medien untersucht. Sie adressieren ein europäisches Publikum. Dabei stimmt ihre Reichweite nicht zwangsläufig mit den Grenzen Europas oder der EU überein, sondern mit der Definition von Europa, die das Medium festgelegt hat. Kennzeichen paneuropäischer Medien ist eine europäische Perspektive und ein europäisches Publikum.²¹²

4. Globale Medien

Einige Medien beschränken sich nicht auf eine bestimmte Region, sondern adressieren bewusst ein breites transnationales Publikum. Wenngleich eine Großzahl ihrer RezipientInnen vorwiegend in bestimmten Weltregionen verortet sind, ist ihre Ausrichtung vorwiegend global. Dies impliziert jedoch nicht, dass das Publikum tatsächlich global ist, denn in bestimmten Ländern der Welt kann der Zugang zu diesen Medien durchaus eingeschränkt sein beispielsweise aufgrund von fehlender Elektrizität oder eingeschränktem Internetzugang. Gründe dafür können auch Analphabetismus oder ein Digital Gap in Bezug auf elektronische Medien sein. Das zentrale Merkmal globaler Medien ist ein Publikum, dass nicht territorial verankert ist, sondern sich meist durch bestimmte Interessen auszeichnet wie zum Beispiel Wirtschaft, Popmusik oder aber internationale Nachrichten. Überwiegend sind diese Medien auf Englisch verfasst, wenngleich es auch multilinguale Formate gibt.²¹³

5.3 Differenzierte Europäisierung: Muster der Europäisierung

Im Folgenden wird ein theoretisches Modell nach Wessler et al. vorgestellt, das einen differenzierten Überblick über die verschiedenen Muster von Europäisierung verschafft. Wessler et al. haben dieses Modell anhand der Ergebnisse einer quantitativen Langzeit- und Querschnitts-Inhaltsanalyse von Qualitätszeitungen in Europa entwickelt, die im Rahmen des Forschungsprojekts

²¹² Vgl. Brüggemann; Schluz-Forberg (2008): S. 699 f.

²¹³ Vgl. Brüggemann; Schluz-Forberg (2008): S. 700.

„Die Transnationalisierung von Öffentlichkeit am Beispiel der EU“ durchgeführt wurde und bereits im Kapitel zum Forschungsstand einer europäischen Öffentlichkeit beschrieben wurde.²¹⁴ Ausgangspunkt für die Entwicklung dieses Modells ist der Befund, dass es noch keine wirklich integrierte europäische Öffentlichkeit gibt, die grenzüberschreitende öffentliche Diskurse zulässt, dennoch konnten verschiedene Muster einer Europäisierung festgestellt werden. Als Grundlage für dieses theoretische Modell der Europäisierung wurden zwei Untersuchungsdimensionen der Inhaltsanalyse herangezogen, die umfassende Daten geliefert haben: zum einen „monitoring governance“, die vertikale Dimension, die Aufschluss darüber liefert, inwiefern nationale Medien ihre Berichterstattung auf die Ebene der EU verlagern, und zum anderen „discursive integration“, die horizontale Dimension, die sich mit der gegenseitigen Beobachtung und Öffnung der nationalen Öffentlichkeiten der Mitgliedstaaten für einander befasst.²¹⁵ Anhand dieser Dimensionen lässt sich eine Matrix aufspannen, die eine Unterscheidung von vier Mustern der Europäisierung zulässt und in Abbildung 4 dargestellt ist.

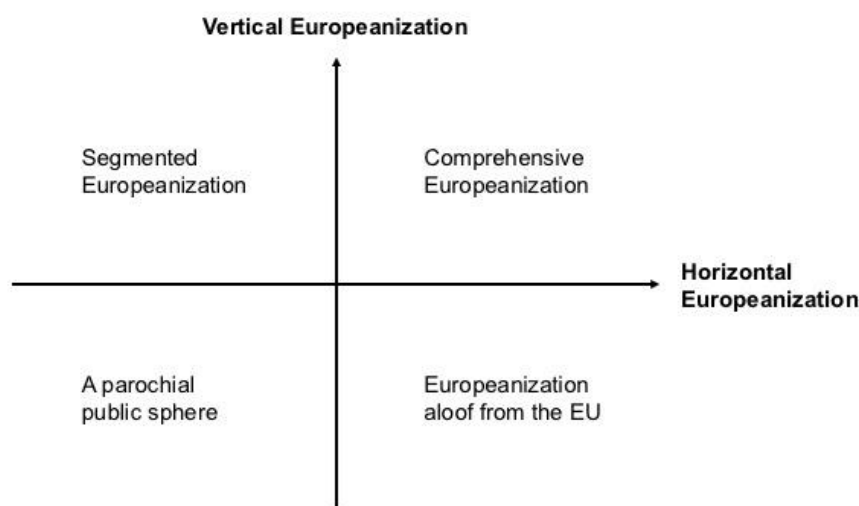


Abbildung 4: 4 Muster von Europäisierung²¹⁶

²¹⁴ Vgl. Wessler et al. (2008): S. 55.

²¹⁵ Vgl. Wessler et al. (2008): S. 55 f.

²¹⁶ Eigene Darstellung nach Wessler et al. (2008): S. 56.

1. Comprehensive Europeanization:

Dieses Muster von Europäisierung zeichnet sich durch ein hohes Level vertikaler als auch horizontaler Europäisierung aus. Eine genaue Beobachtung des europäischen Regierens und eine intensive diskursive Integration zwischen den EU-Mitgliedstaaten sind kennzeichnend.

2. Segmented Europeanization

Die segmentierte Europäisierung wird bestimmt durch eine vertikale aber nur beschränkt horizontale Europäisierung. Nationale Öffentlichkeiten schenken zwar den Machtzentren in Brüssel mehr Aufmerksamkeit, aber nicht den anderen EU-Mitgliedstaaten.

3. Europeanization aloof from the EU:

Diese Art der Europäisierung weist eine starke Ausprägung der horizontalen Dimension auf, das heißt, es gibt einen erhöhten kommunikativen Austausch zwischen den europäischen Mitgliedsländern. Der EU als solche wird jedoch nur eingeschränkt Beachtung geschenkt.

4. A parochial public sphere:

Wenn weder die horizontale noch die vertikale Dimension eine Ausprägung aufzeigt, kann man von einer beschränkten Öffentlichkeit sprechen. In diesem Fall zeigen die nationalen Medien keinerlei Anpassung an die veränderten Verhältnisse, also die Verschiebung nationaler Kompetenzen auf eine supranationale Ebene.²¹⁷

Angewandt auf die vorliegende Arbeit und den Untersuchungsgegenstand paneuropäische Medien liegt es nahe, von einer „Comprehensive Europeanization“, also einer umfassenden Europäisierung, in den untersuchten Medien auszugehen.

6. Empirische Forschung

Dieses Kapitel befasst sich mit der im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten empirischen Erhebung. Zunächst wird der Untersuchungsgegenstand sowie das Erkenntnisinteresse vorgestellt. Im Anschluss daran wird das Forschungsdesign erläutert und auf die Durchführung der empirischen Forschung eingegangen.

²¹⁷ Vgl. Wessler et al. (2008): S. 56 f.

6.1 Untersuchungsgegenstand

Der zentrale Untersuchungsgegenstand sind paneuropäische Medien. Medien also, die bewusst ein europäisches Publikum ansprechen wollen und den Anspruch erheben „europäisch“ zu sein. Im Bereich der paneuropäischen Medien ist auffällig, dass sich die Veröffentlichungen auf das Internet konzentrieren. Es gibt keine europäische Tageszeitung. Aus diesem Grund werden Online-Angebote untersucht.

Das finanzielle Risiko bei der Bereitstellung und Verbreitung von Inhalten durch das Internet ist deutlich geringer als bei klassischen Formaten in den Bereichen Print, Radio und TV. Deshalb sind Online-Medien prädestiniert für innovative und fortschrittliche Projekte, für die womöglich noch keine bzw. nur begrenzte Nachfrage besteht. Klar ist, dass die Digitalisierung und das Internet neue Möglichkeiten eröffnet haben. Brüggemann und Schulz-Forberg merken diesbezüglich an: „Thanks to web publishing and digital broadcasting facilities, the costs of creating media products for a global audience have dropped dramatically.“²¹⁸ Die Kosten sind also deutlich gesunken, um Inhalte einem globalen oder aber transnationalen Publikum zugänglich zu machen. Das belegt auch die Gründung einer Vielzahl von transnationalen Fernsehsendern wie beispielsweise BBC World, CNBC Europe, Euronews, Deutsche Welle TV etc. ab den 1990er Jahren, die durch die Digitalisierung der Übertragungstechniken begünstigt wurden. Dennoch erreichen transnationale Medien nach wie vor eher nur ein kleines Publikum.²¹⁹ Aber gerade der Online-Bereich scheint in Verbindung mit transnationalen Formaten sehr interessant zu sein. Die Kosten sind deutlich geringer als bei klassischen Formaten und auch die auf diesem Wege erreichte Zielgruppe ist jünger als es die Leserinnen und Leser von Printmedien sind, und damit Europa-affiner, so zumindest die Vermutung. Im Online-Bereich hat sich in den letzten Jahren ein vielfältiges Angebot von paneuropäischen Medien entwickelt, wenngleich hier der Verdacht besteht, dass sie sich nur schwer selbst finanzieren können bzw. ertragsreiche Erlösmodelle implementiert haben. Wie die Analyse dieser Medien zeigen wird, sind zwei der insgesamt drei untersuchten Medien auf externe finanzielle Zuschüsse,

²¹⁸ Brüggemann; Schulz-Forberg (2009): S. 697.

²¹⁹ Vgl. Brüggemann; Schulz-Forberg (2009): S. 697 f.

Kooperationen und Unterstützung angewiesen. Die Einstellung des Eutopia Magazines vor einigen Monaten, einem Online-Magazin für Europa, nachdem das Sponsoring durch Telecom Italia gekürzt wurde, zeigt auf, dass die Finanzierung dieser Medien nach wie vor problematisch ist und sie oft als Prestige-Projekte unterhalten werden.²²⁰

6.1.1 Erkenntnisinteresse

Das Erkenntnisinteresse der Untersuchung konzentriert sich auf die Rolle von europäischen Medien bei einer weiteren Europäisierung und der europäischen Integration. In diesem Zusammenhang ist von Interesse, welchen Europäisierungsgrad paneuropäische Medien aufweisen, welche Themen sie behandeln, ob sie transnationale Diskurse vorantreiben, welche Identitäten vorwiegend adressiert werden – werden nationale oder gar kollektive europäische Identifizierungen vorgenommen – sowie die geäußerte Einstellung gegenüber dem Konzept oder der Idee „Europa“ und zu den EU-Institutionen. Erfüllen europäische Medien die Ansprüche und Funktionen von Öffentlichkeit, so ist dies zumindest ein Hinweis darauf, dass eine Transnationalisierung bzw. Etablierung einer europäischen Öffentlichkeit möglich ist. Können also transnationale Medien als eine Art Verstärker einer Transnationalisierung bzw. einer Europäisierung von Öffentlichkeit fungieren? Peters weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass transnationale Medien „eine wichtige Infrastruktur für transnationale Öffentlichkeiten“ seien.²²¹ Wenngleich dabei entscheidend sei, dass sich „Massenmedien mit genuin transnationaler Produktionsstruktur (transnational rekrutierten Journalisten und sonstigen Beitragslieferanten) und transnationaler Verbreitung“ entwickeln müssten.²²² Die hier untersuchten paneuropäischen Medien weisen sowohl transnationale Produktionsstrukturen auf als

²²⁰ Eutopia Magazine (<http://www.eutopiamagazine.eu>) wurde 2014 durch einen Zusammenschluss von vier Verlagshäusern aus Italien, Deutschland, Frankreich und Spanien gegründet und bildete eine Plattform für den Austausch von Ideen für und über Europa. Zahlreiche WissenschaftlerInnen, JournalistInnen und AutorInnen kamen dort zu Wort. Die Hauptsprache war Englisch, meist waren die Texte auch noch in einer weiteren Sprache verfügbar. Dabei konzentrierte sich das Magazin auf eine europäische Bürgerschaft und pflegte akademische Partnerschaften mit Instituten aus Deutschland, England und Frankreich. Im Februar 2016 wurde das Projekt – zumindest vorübergehend – aus finanziellen Gründen eingestellt.

²²¹ Peters (2002): S. 458.

²²² Peters (2002): S. 458.

auch eine transnationale Verbreitung durch das Internet, von Massenmedien mit vergleichbaren Reichweiten großer nationaler Qualitätsmedien kann bisher aber nicht die Rede sein. Dennoch kann die Untersuchung transnationaler bzw. paneuropäischer Medien wichtige Aufschlüsse und einen entscheidenden Beitrag zur Forschung und Debatte über eine europäische Öffentlichkeit liefern „by making [...] [transnational media] the central object of study, [...] and by reflecting on their role as an amplifier in a European public sphere“, merken Brüggemann und Schulz-Forberg an.²²³ Somit stellt sich schlussendlich die Frage, ob paneuropäische Online-Medien das Potenzial haben, die Konstituierung einer europäischen (Teil-)Öffentlichkeit anzustoßen bzw. zu verstärken.

6.1.2 *Forschungsfragen und Hypothesen*

Die folgenden Forschungsfragen ergeben sich aus der theoretischen Herleitung und dem Erkenntnisinteresse dieser Untersuchung und sollen mithilfe der empirischen Forschung beantwortet werden.

Forschungsleitende Frage: Genügen paneuropäische Medien den normativen Ansprüchen und Funktionen von Öffentlichkeit und können sie als Verstärker einer europäischen Öffentlichkeit dienen?

Forschungsfrage 1: Themen welcher Relevanz werden in paneuropäischen Medien vorwiegend behandelt und zu welchen Ländern, Akteuren und Institutionen wird Bezug genommen?

Hypothese 1: In paneuropäischen Medien werden Themen europäischer Relevanz häufiger thematisiert als andere.

Hypothese 2: Wenn in paneuropäischen Medien Referenzen auf die EU und die Mitgliedstaaten gemacht werden, dann werden tendenziell weniger Referenzen auf Nicht-EU-Staaten gemacht.

Hypothese 3: Wenn in paneuropäischen Medien Referenzen auf Institutionen und Akteure der EU und der EU-Mitgliedstaaten gemacht werden, dann werden tendenziell weniger Referenzen auf nichteuropäischen Institutionen und Akteuren gemacht.

²²³ Brüggemann; Schulz-Forberg (2009): S. 695.

Hypothese 4: Wenn in Meinungsartikeln Referenzen auf die EU und ihre Mitgliedstaaten gemacht werden, dann werden auch Referenzen auf die entsprechenden Institutionen und Akteure gemacht.

Hypothese 5: Wenn in Meinungsartikeln Referenzen auf Nicht-EU-Staaten gemacht werden, dann werden auch Referenzen auf die entsprechenden Institutionen und Akteure gemacht.

Forschungsfrage 2: Zu welchen Akteuren werden überwiegend diskursive Bezugnahmen in paneuropäischen Medien gemacht?

Hypothese 6: Wenn bei Diskursen in paneuropäischen Medien diskursive Bezugnahmen zu Akteuren aus der EU und den EU-Mitgliedstaaten gemacht werden, dann werden tendenziell weniger diskursiven Bezugnahmen zu nicht-europäischen Akteuren gemacht.

Hypothese 7: Wenn in paneuropäischen Medien Themen mit europäischer Relevanz behandelt werden, dann fokussieren sich die diskursiven Bezugnahmen auf Akteure aus Europa.

Forschungsfrage 3: Welche Identifikationen werden adressiert und welche Perspektiven werden vorrangig in paneuropäischen Medien verwendet?

Hypothese 8: Wenn paneuropäische Medien europäische kollektive Identitäten adressieren, dann werden tendenziell weniger nationale Identifikationen vorgenommen.

Hypothese 9: Wenn paneuropäische Medien europäische kollektive Identitäten adressieren, dann werden tendenziell weniger außereuropäische Identifikationen vorgenommen.

Hypothese 10: Meinungsartikel in paneuropäischen Medien berichten am häufigsten aus einer europäischen Perspektive.

Hypothese 11: Wenn Artikel die EU thematisieren, dann wird vorzugsweise aus einer europäischen Perspektive berichtet.

Hypothese 12: Wenn Artikel die EU-Mitgliedstaaten thematisieren, dann wird vorzugsweise aus einer nationalstaatlichen Perspektive von EU-Mitgliedstaaten berichtet.

Forschungsfrage 4: Welche Einstellung haben die AutorInnen der untersuchten Medien zu Europa?

Hypothese 13: Die AutorInnen sind überwiegend positiv gegenüber der europäischen Idee eingestellt.

Hypothese 14: Die AutorInnen sind überwiegend negativ gegenüber den EU-Institutionen eingestellt.

Hypothese 15: Die AutorInnen sind überwiegend negativ gegenüber den nationalen Regierungen der EU-Mitgliedstaaten eingestellt.

6.2 Forschungsdesign

Die Kommunikationswissenschaft ist eine empirische Wissenschaft. Wie Hans-Bernd Brosius, Alexander Haas und Friederike Koschel feststellen, greift ein Großteil der kommunikationswissenschaftlichen Untersuchungen heutzutage auf empirische Methoden zurück.²²⁴ Das legt die Verwendung einer empirischen Methode, in diesem Fall der Methode der Inhaltsanalyse, für das vorliegende Forschungsvorhaben nahe. Früh beschreibt die Inhaltsanalyse als „Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen“.²²⁵ Die Methode der Inhaltsanalyse bietet sich zur Untersuchung von paneuropäischen Medien an, denn sie ist gerade für die Untersuchung von Medien als Standardverfahren anerkannt.²²⁶ Es gibt bereits eine Vielzahl von Studien, die die Transnationalisierung bzw. Europäisierung nationaler Zeitungen und Berichterstattung inhaltsanalytisch untersucht haben. Studien bzw. inhaltsanalytische Untersuchungen paneuropäischer Medien konnten im Rahmen der Recherche dieser Arbeit nicht ausfindig gemacht werden.

Drei Online-Formate wurden ausgewählt, die einen europäischen Anspruch verfolgen – also explizit ein europäisches Publikum adressieren und über transnationale Produktionsstrukturen verfügen – im Einzelnen aber unterschiedlich vorgehen. Untersucht wurden nur Meinungsartikel. Somit kann die Meinung und Haltung der AutorInnen zu Europa, der EU und den Institutionen besser festgestellt werden und Rückschlüsse können auf die vorrangig vertre-

²²⁴ Vgl. Brosius; Haas; Koschel (2012): S. 2.

²²⁵ Früh (2011): S. 27.

²²⁶ Vgl. Merten (1995): S. 146 f.

tene und verbreitete Meinung in den untersuchten Medien zu diesen entscheidenden Fragen gezogen werden. Zum anderen sind Meinungsartikel, im Gegensatz zu reiner Berichterstattung, auch ein Mittel, um LeserInnen bzw. RezipientInnen zu beeinflussen oder etwa von der eigenen Meinung zu überzeugen. Generell werden aus der Beschränkung der Untersuchung auf Meinungsartikel deutlichere Ergebnisse erwartet. Ein zentrales Auswahlkriterium war deshalb das Vorhandensein einer explizit ausgewiesenen Rubrik mit Meinungsartikeln bzw. ein „Opinion“-Teil. Die unten aufgelisteten Medien wurden untersucht:

1. *Politico* – <http://www.politico.eu/>
2. *EU Observer* – <https://euobserver.com/>
3. *EurActiv* – <http://www.euractiv.com/>

In einem ersten Schritt wurden zentrale Daten über die oben aufgeführten Medien erhoben wie beispielsweise die Erscheinungssprachen, das Spektrum des Angebots, die Finanzierung sowie die Zugriffszahlen der Online-Angebote, um einen Überblick über die untersuchten Medien zu schaffen. In einem weiteren Schritt wurden die Medien inhaltsanalytisch untersucht und die Ergebnisse statistisch ausgewertet.

6.2.1 *Inhaltsanalyse*

Die Inhaltsanalyse oder „content analysis“ geht auf Harold D. Lasswell zurück und war zunächst „eine Technik zur Beschreibung von Kommunikationsinhalten“. ²²⁷ Erst später wird für die Inhaltsanalyse der Begriff Methode eingeführt und „parallel dazu [...] die Möglichkeit der Inferenz von Inhalten auf Aspekte sozialer Wirklichkeit betont“. ²²⁸ Damit wurde die Inhaltsanalyse zu einem Verfahren, einer Forschungstechnik, oder aber auch Instrument „sozialwissenschaftlicher Datenerhebung“. ²²⁹

Es gibt eine Vielzahl von Definitionen von Inhaltsanalyse. Viele Lehrbücher berufen sich auf die Definition von Bernard Berelson und Paul Felix Lazarsfeld: „Content analysis is a research technique for the objective, systematic, and

²²⁷ Merten (1995): S. 48.

²²⁸ Merten (1995): S. 48.

²²⁹ Merten (1995): S. 48.

quantitative description of the manifest content of communication.“²³⁰ Die Inhaltsanalyse erlaubt dementsprechend eine objektive, systematische und quantitative Beschreibung manifester Inhalte von Kommunikation. Petes Atteslander beschreibt die Inhaltsanalyse wie folgt:

*„Inhaltsanalyse ist eine Methode der Datenerhebung zur Aufdeckung sozialer Sachverhalte, bei der durch die Analyse eines vorgegebenen Inhalts (z.B. Text, Bild, Film) Aussagen über den Zusammenhang seiner Entstehung, über die Absicht seines Senders, über die Wirkung auf den Empfänger und/ oder auf die soziale Situation gemacht werden.“*²³¹

Atteslanders Verständnis von Inhaltsanalyse ist breiter gefasst und beschränkt sich nicht nur auf eine quantitative Beschreibung. Pragmatisch und auf die Forschungspraxis bezogen formuliert Atteslander weiter: „Aus technischer Sicht ist die Inhaltsanalyse ein Verfahren, mit dem Kommunikationsinhalte in numerische Informationen überführt werden, wobei die Kategorien die Transformationsregeln darstellen.“²³² Damit wird eine statistische Auswertung der Daten möglich. Da im Rahmen dieser Arbeit ein inhaltsanalytischer Ansatz nach Klaus Merten gewählt wurde, soll auch sein Verständnis von Inhaltsanalyse vorgestellt werden: „Inhaltsanalyse ist eine Methode zur Erhebung sozialer Wirklichkeit, bei der von Merkmalen eines manifesten Textes auf Merkmale eines nichtmanifesten Kontextes geschlossen wird.“²³³ Diese Definition soll als Grundlage für die hier durchgeführte Inhaltsanalyse gelten.

Gegenstand der Inhaltsanalyse sind demzufolge Merkmale eines manifesten Textes, in diesem Fall die Meinungsartikel der untersuchten paneuropäischen Online-Medien. Merten betont in Bezug auf Allen H. Barton und Paul Felix Lazarsfeld die „Komplementarität qualitativer und quantitativer Vorgehensweise[n]“.²³⁴ Durch die Kombination beider Herangehensweisen könne ein

²³⁰ Berelson; Lazarsfeld (1948): S. 5 f.

²³¹ Atteslander (2010): S. 203.

²³² Atteslander (2010): S. 204.

²³³ Merten (1995): S. 59.

²³⁴ Merten (1995): S. 98.

„fruchtbares Wechselspiel zwischen quantitativer und qualitativer Vorgehensweise[n]“ erzielt werden.²³⁵ Für die vorliegende Inhaltsanalyse wurden Elemente einer Themenanalyse bzw. Themenfrequenzanalyse und einer Bewertungsanalyse kombiniert.

Die Themenanalyse ist, laut Merten, eines der ältesten und am häufigsten angewandten inhaltsanalytischen Verfahren. Es spricht dem Repräsentationsmodell stillschweigend Gültigkeit zu. Dabei wird davon ausgegangen, dass „das, was als Inhalt abgebildet wird, auch in der Wirklichkeit so ist bzw. vom Kommunikator und Rezipienten für wahr und richtig gehalten wird“. ²³⁶ Die Themenanalyse sei das „Standardverfahren für die Analyse von Massentexten – von Medien also“. ²³⁷ Eine entscheidende Leistung der Themenanalyse ist die „erhebliche Reduktion von Information“, was die Bewältigung großer Datenmengen unter ökonomischen Gesichtspunkten vereinfacht. ²³⁸ Themen bzw. Inhalte werden hierbei in eine überschaubare Menge von Kategorien eingeordnet bzw. im Fall der Themenfrequenzanalyse eine quantitative Auszählung von Häufigkeiten vorgenommen. ²³⁹

Die Bewertungsanalyse baut auf der Themenanalyse auf und fügt neben der Kategorisierung von Themen bzw. der Erfassung der Häufigkeit eine Bewertung einzelner Kategorien hinzu. Dabei wird erhoben, ob einzelne Kategorien eine positive, negative oder neutrale Ausprägung aufweisen. Den unterschiedlichen Ausprägungen werden ebenfalls numerische Werte zugewiesen. Auch die Bewertungsanalyse erklärt das Repräsentationsmodell als gültig. Laut Merten eignet sich dieses Verfahren zur Messung von Bewertungen u.a. von Personen, Einstellungen etc. in den Massenmedien. ²⁴⁰

Als Erhebungsinstrument dient das Kategorienschema bzw. Codebuch, das sich gemäß Brosius, Haas und Koschel durch Vollständigkeit und trennscharfe Kategorien auszeichnet. Mittels Codebuch und Codebogen, der dem Codierer für die Protokollierung der Ergebnisse der Messung dient, wird die Erhebung

²³⁵ Merten (1995): S. 53.

²³⁶ Merten (1995): S. 147.

²³⁷ Merten (1995): S. 147.

²³⁸ Merten (1995): S. 147.

²³⁹ Vgl. Merten (1995): S. 146 f.

²⁴⁰ Vgl. Merten (1995): S. 227 ff.

durchgeführt.²⁴¹ Merten schreibt zur Bedeutung des Codebuchs für die Inhaltsanalyse:

„Das Codierbuch bildet das operationalisierte inhaltsanalytische Verfahren ab. Es spezifiziert alle Erhebungsschritte, die zur Analyse der gewählten Untersuchungseinheit notwendig sind und enthält für jede zu codierende Variable vorgegebene Codes, nach denen verschlüsselt wird.“²⁴²

Dem Codebuch kommt also eine zentrale Rolle zu. Eine statistische Auswertung der erhobenen Daten soll mithilfe der Statistik- und Analyse-Software SPSS erfolgen.

6.2.2 Samplebildung

Wie Merten anmerkt, setzt die Definition des Samples die Definition entsprechender Einheiten voraus: Grundgesamtheit, Auswahlinheit und Analyseeinheit.²⁴³

Grundgesamtheit:

Die Grundgesamtheit der Untersuchung sind alle Meinungsartikel in den untersuchten Medien zwischen dem 1.1.2015 und dem 31.12.2015 und umfasst 1409 Artikel.

Auswahlinheit:

Als Auswahlinheit sind alle Meinungsartikel an jedem achten Tag beginnend mit dem 1.1.2015 im gegebenen Zeitraum definiert.

Analyseeinheit:

Analyseeinheit sind die einzelnen Meinungsartikel.

Stichprobe bzw. Sample:

Als Auswahlverfahren für die Stichprobe wurde die systematische (Zufalls-) Auswahl gewählt. Die systematische Auswahl eignet sich für Inhaltsanalysen. Merten beschreibt das Auswahlverfahren wie folgt:

„Die systematische Auswahl umgeht die Schwächen der uneingeschränkten Zufallsauswahl und hat sich gerade für die Inhaltsanalyse als ganz besonders

²⁴¹ Vgl. Brosius; Haas; Koschel (2012): S. 146 ff.

²⁴² Merten (1995): S. 319.

²⁴³ Merten (1995): S. 280 f.

fruchtbar gezeigt. Hier wird der Zufall „systematisch“ garantiert, indem aus der Grundgesamtheit von Umfang N jede n-te Auswahleinheit berücksichtigt wird bzw. ein Auswahlintervall (zeitlich), beginnend mit einem zufälligen Startpunkt, definiert wird.“²⁴⁴

Für die hier durchgeführte Forschung wurde ein Untersuchungszeitraum von 1.1.2015 bis 31.12.2015 festgelegt. Beginnend mit dem 1.1.2015 wurde an jedem achten Tag alle Meinungsartikel in den ausgewählten paneuropäischen Medien codiert. Die sich daraus ergebenden Erhebungsdaten sind in Abbildung 5 festgehalten. Die Grundgesamtheit N beträgt 1409, die Stichprobe 190. Damit beträgt die Stichprobe 13,48 Prozent der Grundgesamtheit.

	Wochentag	Datum		Wochentag	Datum
1	Donnerstag	01.01.15	24	Samstag	04.07.15
2	Freitag	09.01.15	25	Sonntag	12.07.15
3	Samstag	17.01.15	26	Montag	20.07.15
4	Sonntag	25.01.15	27	Dienstag	28.07.15
5	Montag	02.02.15	28	Mittwoch	05.08.15
6	Dienstag	10.02.15	29	Donnerstag	13.08.15
7	Mittwoch	18.02.15	30	Freitag	21.08.15
8	Donnerstag	26.02.15	31	Samstag	29.08.15
9	Freitag	06.03.15	32	Sonntag	06.09.15
10	Samstag	14.03.15	33	Montag	14.09.15
11	Sonntag	22.03.15	34	Dienstag	22.09.15
12	Montag	30.03.15	35	Mittwoch	30.09.15
13	Dienstag	07.04.15	36	Donnerstag	08.10.15
14	Mittwoch	15.04.15	37	Freitag	16.10.15
15	Donnerstag	23.04.15	38	Samstag	24.10.15
16	Freitag	01.05.15	39	Sonntag	01.11.15
17	Samstag	09.05.15	40	Montag	09.11.15
18	Sonntag	17.05.15	41	Dienstag	17.11.15
19	Montag	25.05.15	42	Mittwoch	25.11.15
20	Dienstag	02.06.15	43	Donnerstag	03.12.15
21	Mittwoch	10.06.15	44	Freitag	11.12.15
22	Donnerstag	18.06.15	45	Samstag	19.12.15
23	Freitag	26.06.15	46	Sonntag	27.12.15

Abbildung 5: Erhebungsdaten der Inhaltsanalyse

6.2.3 Operationalisierung und Untersuchungsdimensionen

Für die Entwicklung der Untersuchungsdimensionen, der Operationalisierung und die Erstellung des Kategorienschemas bzw. des Codebuchs wurde sich zum einen an der inhaltsanalytischen Untersuchung von Qualitätszeitungen in

²⁴⁴ Merten (1995): S. 288.

Europa von Wessler et al. sowie an den normativen Ansprüchen und Funktionen von Öffentlichkeit nach Imhof orientiert. Imhof führt drei zentrale Funktionen von Öffentlichkeit ein: Die deliberative Funktion, die Legitimations- und die Integrationsfunktion. Imhof bemerkt, gerade in Bezug auf die Legitimations- und Integrationsfunktion, kritisch an: „Solange neu geschaffene transnationale politische Machtzentren einer politischen Öffentlichkeit entbehren, besteht neben dem Demokratie- und Legitimitätsdefizit auch ein Loyalitäts- und Partizipationsdefizit.“²⁴⁵ Ein transnationales politisches Machtzentrum, wie es die EU unbestreitbar ist, bedarf Imhof zufolge einer politischen Öffentlichkeit, die die genannten Funktionen erfüllt. Die deliberative Funktion von Öffentlichkeit spürt Probleme gesellschaftsweit auf, präsentiert sie dem politischen System als Input und kontrolliert zugleich den Output. Durch die Legitimationsfunktion wird das politische System und seine Verfahren unter Beobachtung gestellt, Aufmerksamkeit generiert, was dazu führt, dass Definitionsmacht erzeugt wird, die die Problemlösungen des politischen Systems an die öffentliche Meinung bindet. Die Integrationsfunktion ist die Grundlage für die Selbstwahrnehmung der BürgerInnen als eine Gemeinschaft, die Identitätsbildung sowie die Ausbildung von Partizipations- und Loyalitätsdispositionen.²⁴⁶ Beachtet man „the role of transnational media [...] as an amplifier in a European public sphere“, so ist es durchaus sinnvoll diese Funktionen von Öffentlichkeit als Grundlage für die Untersuchungsdimensionen von paneuropäischen Medien zu verwenden.²⁴⁷

Für die Untersuchung wurden vier maßgebliche Untersuchungsdimensionen eingeführt: Thematisierung, Diskursivität, Identifikation sowie Gesinnung und Einstellung.

Anhand der Untersuchungsdimension Thematisierung soll der Legitimationsfunktion Rechnung getragen werden. Die These lautet, dass die Thematisierung der EU, seiner Institutionen, Akteure und Entscheidungen einer Beobachtung des politischen Systems gleichkommt und somit Aufmerksamkeit generiert wird, was zumindest für ein Mindestmaß an Legitimation sorgt. Deshalb wurde im Rahmen dieser Dimension die Thematisierung und die Referenzen

²⁴⁵ Imhof (2008): S. 72.

²⁴⁶ Vgl. Imhof (2011): S. 103 ff.

²⁴⁷ Brüggemann; Schulz-Forberg (2009): S. 695.

auf die EU-Mitgliedstaaten, die EU und ihre Institutionen sowie auf Nicht-EU-Länder und -Regionen erfasst. In Anlehnung an Wessler et al. wird somit zum einen die vertikale (Berichterstattung und Thematisierung der EU) und zum anderen die horizontale Europäisierung (Berichterstattung und Thematisierung der EU-Mitgliedstaaten) gemessen.²⁴⁸

Die zweite Untersuchungsdimension befasst sich mit Diskursivität. Sie stellt den Versuch dar, zumindest ansatzweise die Deliberationsfunktion in paneuropäischen Medien zu erfassen. Mit Hilfe der Messung von diskursiven Referenzen, also der Gegenüberstellung von diskursiven Referenzen auf nationale Akteure der EU-Mitgliedstaaten, auf EU-Akteure und auf Nicht-EU-Akteure wird versucht, europäische Diskurse und Deliberationsvorgänge zu messen. Dies ist zwar mittels der Auszählung von diskursiven Referenzen schwierig, was die Limitierungen der Inhaltsanalyse und die beschränkten Ressourcen aufweisen, dennoch kann dies als Indikator dienen. Wessler et al. nennen diese Dimension „discursive integration“.²⁴⁹

Identifikation als Untersuchungsdimension wurde eingeführt, um „Wir-Bezüge“ zu messen. Mittels dieser Dimension wird festgestellt, ob eine europäische Identität von paneuropäischen Medien vertreten wird. Sie lässt daher Rückschlüsse darüber zu, ob paneuropäische Medien einen Beitrag zur europäischen Integration leisten und eine kollektive europäische Identität fördern. Außerdem wurde die Perspektivität der Berichterstattung erfasst, denn auch sie lässt Rückschlüsse über die Identifikation zu. Auf diese Weise wird versucht, die Integrationsfunktion zu untersuchen. Auch hier wurde sich an der Erhebung von Wessler et al. orientiert, die „collective identification“ erfasst haben.²⁵⁰

Abschließend wurde die Dimension Einstellung und Gesinnung eingeführt, um die Meinung der AutorInnen zu Europa, den EU-Institutionen sowie den nationalen Regierungen zu erfassen, denn nur wenn vorwiegend positiv von der Idee „Europa“ gesprochen wird, so die Schlussfolgerung, können paneuropäischen Medien auch ihrer Rolle als Verstärker einer europäischen bzw. europäisierten Öffentlichkeit gerecht werden.

²⁴⁸ Wessler et al. (2008): S. 56.

²⁴⁹ Wessler et al. (2008): S. 30.

²⁵⁰ Wessler et al. (2008): S. 30.

Die Untersuchungsdimensionen und eine detaillierte Auflistung der Variablen und Codes sowie entsprechende Codieranweisungen, sind im Codebuch im Anhang zu finden.

6.2.4 *Pretest und Überprüfung der Validität und Reliabilität*

Die Validität der Erhebungsmethode wurde sichergestellt durch die theoretische Herleitung der Untersuchungsdimensionen. Die Konzeption des Codebuchs und die Operationalisierung orientieren sich stark an der inhaltsanalytischen Untersuchung von Wessler et al.²⁵¹ Das angesprochene Erhebungsinstrument wurde bereits auf seine Gültigkeit getestet und deshalb wird angenommen, dass auch das hier verwendete Codebuch als valide gelten kann, obwohl Anpassungen in Bezug auf den hier vorliegenden Untersuchungsgegenstand vorgenommen wurden.

In einem ersten Schritt sind Probecodierungen vorgenommen worden, um Probleme bei der Erhebung zu identifizieren und das Erhebungsinstrument entsprechend zu ändern. Zur Überprüfung der Reliabilität wurde ein Pretest zwei Wochen vor Beginn der Erhebungsphase gemacht. Die Codierung wurde nur vom Forscher selbst durchgeführt, deshalb wurden die Ergebnisse des Pretests mit den Ergebnissen der Erhebungsphase mittels Krippendorffs Alpha verglichen. Der Pretest umfasst 19 Meinungsartikel (zehn Prozent) der Stichprobe. Andrew F. Hayes und Klaus Krippendorff stellen fest, dass „Krippendorff's α should be the standard measure of reliability in content analysis“.²⁵² Zur Berechnung des Krippendorffs Alpha wurde das von den beiden Forschern entwickelte Macro für SPSS benutzt.²⁵³ Der Messwert wurde für alle inhaltlichen Variablen berechnet. Die Ergebnisse sind in Abbildung 6 dargestellt.

²⁵¹ Vgl. Wessler et al. (2008).

²⁵² Hayes; Krippendorff (2007): S. 88.

²⁵³ Um das Krippendorffs Alpha als Standard zu etablieren, stellen die Forscher kostenlos ein Marco zur Berechnung mit SPSS zur Verfügung. Das KALPHA Marco kann unter folgender URL abgerufen werden: <http://afhayes.com/spss-sas-and-mplus-macros-and-code.html>.

Variable	Krippendorffs Alpha
thema	0,9324
ref_EU_St	0,8766
ref_EU	0,8583
ref_nicht_EU	0,8426
ref_nat_Inst	0,8078
ref_EU_Inst	0,8307
ref_int_Inst	0,9816
ref_nichtEU_Inst	0,8984
disk_nat_Ak	0,7802
disk_EU_Ak	nicht möglich
disk_nicht_EU	0,5979
sonstige_disk	0,6349
id_nat	nicht möglich
id_EU	0,9938
id_west	0,7799
id_nonEU	0,7784
id_sonstige	0,9932
persp	0,8555
einst_EU_idee	0,8862
einst_EU_Inst	0,7921
einst_nat_Inst	0,8016
Durchschnitt	0,8380

Abbildung 6: Ergebnisse der Berechnung des Krippendorffs Alphas für alle inhaltlichen Variablen

Die Berechnung des Krippendorffs Alpha war bei zwei Variablen nicht möglich, da keine Werte für die betroffenen Variablen zu beiden Erhebungszeitpunkten codiert wurden. Die Ergebnisse sind weitgehend zufriedenstellend mit $\text{Alpha} > 0,8$. Die Ausreißer bei den Variablen zur Messung der diskursiven Bezugnahmen (Variablen, die „disk“ im Namen enthalten) sind auf Änderungen der Codierungsanweisungen nach dem Pretest zurückzuführen. Im Durchschnitt ergibt sich ein Wert von 0,8380. Die Reproduzierbarkeit der Ergebnisse ist damit bewiesen.

7. Die untersuchten Medien

Es liegt auf der Hand, dass sich die paneuropäischen Medien durch eine Fokussierung auf ein europäisches Publikum auszeichnen. Die drei ausgewählten paneuropäischen Online-Medien – Politico, EU Observer und EurActiv – werden im Folgenden näher beschrieben und analysiert. Jedes dieser Medien

verfügt über ein frei verfügbares Online-Angebot und weist ein unterschiedliches Konzept für die Erreichung eines europäischen Publikums auf.

7.1 Politico

Politico.eu ist ein Joint-Venture zwischen der amerikanischen Nachrichtenorganisation Politico und dem Axel Springer Verlag. Politico, mit Hauptsitz in Washington, D.C., bringt in den USA eine Zeitung mit einer Auflage von ca. 30.000 Exemplaren als auch ein Magazin heraus und betreibt eine Website mit durchschnittlich 12 Millionen Unique Visitors im Monat und fokussiert sich auf den Politikbetrieb in der US-amerikanischen Hauptstadt.²⁵⁴ Die europäische Ausgabe von Politico mit Sitz in Brüssel „covers the politics, policy and personalities of the European Union“.²⁵⁵ Die hauptsächliche Erscheinungssprache ist Englisch. Politico betreibt drei maßgebliche Kanäle mit denen die Nachrichtenorganisation die wichtigsten und einflussreichsten Personen in Europa erreichen will: Online, Print und Events. Politico hat sich damit stark auf eine europäische Elite spezialisiert. Die Online-Ausgabe erreichte im Dezember 2015 1,55 Millionen Unique Visitors und verzeichnete insgesamt 2,04 Millionen Page Impressions. Insgesamt 42 Prozent der Aufrufe der Internetseite stammen aus Brüssel und Europa.²⁵⁶ Zusätzlich werden Newsletter angeboten, die aktuelle Informationen und Berichterstattung zu verschiedenen Themenbereichen liefern. Die Printauflage beträgt ca. 29.000 Exemplare und wird hauptsächlich an Entscheidungsträger und Angestellte der EU sowie nationaler Institutionen in Europa ausgeliefert. Rund 50 Prozent der Auflage wird in Brüssel vertrieben, der Rest (in absteigender Reihenfolge) zum großen Teil in Deutschland, Vereinigtes Königreich, Frankreich, Luxemburg, den Niederlanden und Spanien.²⁵⁷ Zusätzlich kann die Ausgabe an ausgewählten Standorten in Berlin, Brüssel, Frankfurt, London und Paris erworben werden. Die Verteilung der Abonnements der Printausgabe ist in Abbildung 7 genauer dargestellt.

²⁵⁴ Vgl. Politico (2016b).

²⁵⁵ Politico (2016c): S. 2.

²⁵⁶ Politico (2016c): S. 5.

²⁵⁷ Politico (2016c): S. 3 f.

Politico erzielt Einnahmen durch Abonnements für die Printausgabe sowie für zusätzliche Online-Features wie beispielsweise Newsletter oder Zugang zu Politico Pro. Außerdem werden auf allen Plattformen der Nachrichtenorganisation Werbeplätze verkauft. Diese umfassen das Online-Angebot von Politico, die Printausgabe, die Newsletter, die Events sowie Special Reports, die zu gegebenen Anlässen publiziert werden.²⁵⁸

Die Nachrichtenorganisation hat sich deutlich als ein Medium für eine europäische Elite positioniert. Auf der Internetseite wird damit geworben das „#1 most-read media outlet by EU policy influencers“ zu sein.²⁵⁹ Außerdem wird die Kompetenz der Redaktion sowie „most in-depth coverage of European politics and policy“ betont.²⁶⁰

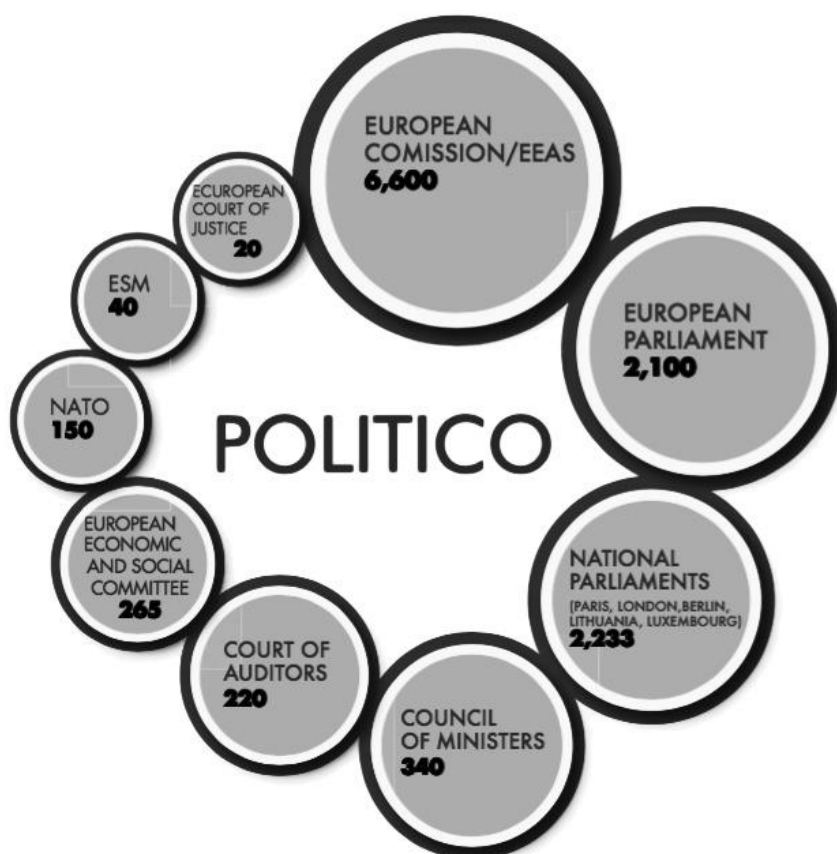


Abbildung 7: Verteilung der Printausgabe von Politico an Entscheidungsträger und Angestellte der Europäischen Union und nationaler Institutionen²⁶¹

²⁵⁸ Vgl. Politico (2016a).

²⁵⁹ Politico (2016a).

²⁶⁰ Politico (2016a).

²⁶¹ Politico (2016c): S. 4.

7.2 EU Observer

Der EU Observer ist laut eigenen Angaben eine „not-for-profit news organisation“, die sowohl finanziell als auch redaktionell unabhängig ist.²⁶² Die englischsprachige Online-Zeitung wurde im Jahr 2000 gegründet und ist als ASBL unter belgischem Recht organisiert.²⁶³ Das Medium wirbt mit einzigartigen Inhalten, investigativem und qualitativ hochwertigem cross-border Journalismus, einer umfangreichen Berichterstattung nicht nur über die Machtzentren der EU sondern auch über ihre Mitgliedstaaten sowie redaktioneller Unabhängigkeit.²⁶⁴

Mit 260.000 Unique Visitors und 656.000 Page Impressions im Monat erreicht der EU Observer ein deutlich kleineres Publikum als Politico.²⁶⁵ Die Nachrichtenorganisation versucht aber dem Image eines Elitenmediums entgegenzuwirken. Die Leserschaft setze sich nicht nur aus politischen Akteuren der EU zusammen, denn „over 60% of [...] readers are simply concerned citizens and civil society members“.²⁶⁶ Insgesamt stammen 68 Prozent der LeserInnen aus Europa, 14 Prozent aus den USA und 18 Prozent aus dem Rest der Welt. Abbildung 8 zeigt die Aufschlüsselung der Leserschaft nach Beschäftigung. Nur knapp 20 Prozent der LeserInnen sind bei Institutionen der EU oder anderer Länder beschäftigt. Der Rest der Leserschaft stammt aus anderen Bereichen und somit kann darauf geschlossen werden, dass sie sich nicht überwiegend aus beruflichen Gründen mit dem Medium auseinandersetzen.

²⁶² EU Observer (2016b): S. 3.

²⁶³ ASBL steht für „Association sans but lucratif“ und bedeutet auf deutsch „Vereinigung ohne Gewinnerzielungsabsicht“.

²⁶⁴ Vgl. EU Observer (2016b): S. 3.

²⁶⁵ Vgl. EU Observer (2016b): S. 4.

²⁶⁶ EU Observer (2016b): S. 3.

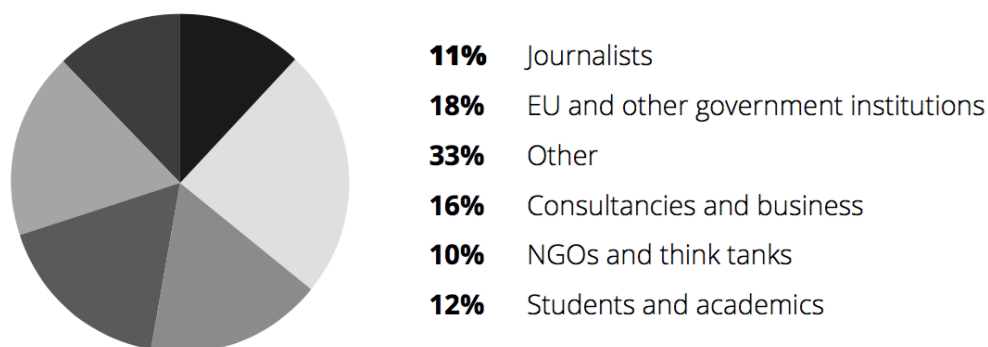


Abbildung 8: Leserschaft nach Beschäftigung²⁶⁷

Der EU Observer wird maßgeblich durch Stiftungsgelder finanziert. 64 Prozent des generierten Umsatzes stammt aus Stiftungen und nur 35 Prozent aus Werbeerlösen auf der Internetseite oder in Newslettern. Außerdem werden „Subscriptions“ angeboten, die den Zugang zu besonderen Inhalten und zum Archiv ermöglichen.

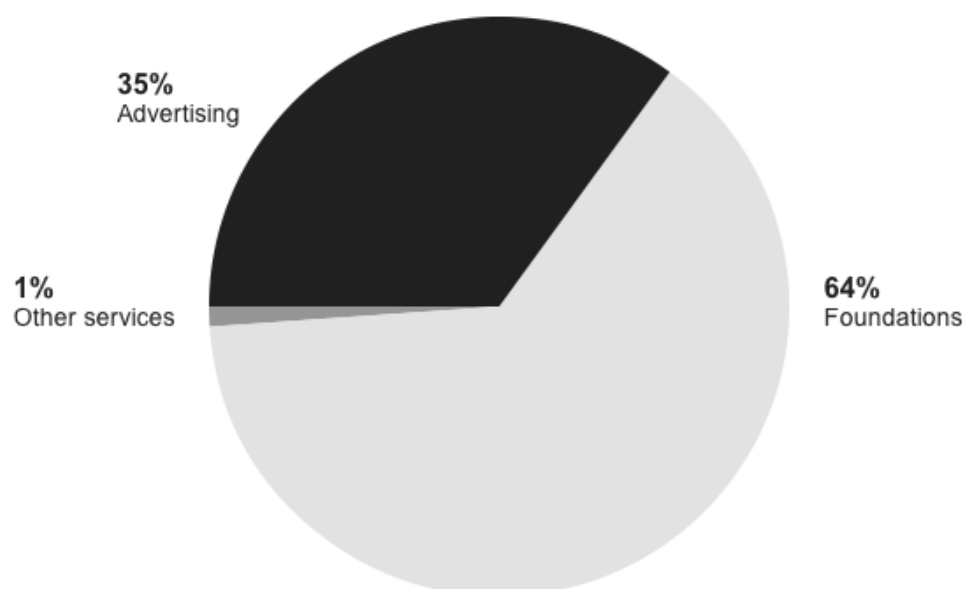


Abbildung 9: EU Observer Umsatzaufschlüsselung für 2014²⁶⁸

7.3 EurActiv

EurActiv ist ein paneuropäisches Mediennetzwerk und verfolgt ein anderes Konzept wie die bereits vorgestellten Medien. Die Redaktion des Netzwerks

²⁶⁷ EU Observer (2016b): S. 5.

²⁶⁸ EU Observer (2016a).

besteht aus einer Kombination von insgesamt zwölf unabhängigen sowie integrierten Niederlassungen, die alle in unterschiedlichen europäischen Hauptstädten ansässig sind. Außerdem werden viele enge Kooperationen für den Austausch von Inhalten unterhalten, dazu zählen beispielsweise Zeitungen und Medien wie The Guardian aus Großbritannien, Der Tagesspiegel aus Deutschland sowie El País aus Spanien. Das Nachrichtennetzwerk berichtet über die EU mit lokalem Bezug in zwölf unterschiedlichen Sprachen und kann somit – nach eigenen Angaben – mehr als 80 Prozent der BürgerInnen der EU in ihrer Muttersprache erreichen.²⁶⁹ Die Grundprinzipien der redaktionellen Richtlinie sind Effizienz, Transparenz und Ausgewogenheit. Außerdem positioniert sich EurActiv als klar europäisch und betont die Wichtigkeit der Mehrsprachigkeit.²⁷⁰

Durchschnittlich 794.992 Unique Visitors erreicht das Mediennetzwerk monatlich.²⁷¹ Die Leserschaft setzt sich wie folgt zusammen: 23 Prozent der LeserInnen kommt aus dem Bereich Politik, 21 Prozent aus der Wirtschaft, 39 Prozent werden als „Multiplier“ eingestuft – also Schaffende aus den Bereichen Medien, Bildung und Forschung sowie Angestellte von Nichtregierungsorganisationen.²⁷² Mit fast 800.000 Unique Visitors liegt EurActiv also zwischen den Leserzahlen von Politico und dem EU Observer.

Der Umsatz von EurActiv hat sich im Jahr 2015 auf fünf hauptsächliche Säulen verteilt: 46 Prozent des Umsatzes wurde durch Corporate Sponsoring generiert, 20 Prozent durch beratende Tätigkeiten und Dienstleistungen, 17% durch öffentlich Projekte und weitere zehn Prozent durch Events und Videos. Gerade einmal fünf Prozent des Umsatzes ist auf Werbung zurückzuführen.²⁷³ Der Anteil des Umsatzes, der durch Werbung erzielt wird, ist vermutlich bei EurActiv am geringsten (es konnten keine Daten diesbezüglich von Politico ermittelt werden).

²⁶⁹ Vgl. EurActiv (2016d).

²⁷⁰ Vgl. EurActiv (2016b).

²⁷¹ Vgl. EurActiv (2016d).

²⁷² Vgl. EurActiv (2016a): S. 2.

²⁷³ Vgl. EurActiv (2016c).

7.4 Gegenüberstellung der Medien und Systematisierung

Im Folgenden sollen die wichtigsten Eckpunkte und Erkenntnisse über die vorgestellten paneuropäischen Medien gegenübergestellt werden.

Alle drei Medien haben gemeinsam, dass ihr Online-Angebot weitgehend kostenlos ist und somit – zumindest theoretisch – für ein großes Publikum zugänglich ist. Politico und der EU Observer bieten darüber hinaus kostenpflichtige Zusatzleistungen an wie beispielsweise Zugang zu weiterer Berichterstattung, Newslettern oder Archiven. Die mit Abstand größte Reichweite hat Politico. Das ist in Hinblick auf die Besitzverhältnisse auch nicht verwunderlich. Als Joint-Venture einer US-amerikanischen Online-Plattform und eines der größten Medienhäuser Europas verfügt Politico über die entsprechenden Ressourcen. Sowohl der EU Observer als auch EurActiv sind neben selbst generierten Einnahmen stark von externer Unterstützung und Förderung abhängig. Der EU Observer generiert den größten Teil seines Umsatzes durch Zuschüssen von Stiftungen, EurActiv durch Sponsorings von Unternehmen und eben auch durch Gelder von Stiftungen.

Die vorgestellten paneuropäischen Medien werben allesamt mit Qualitätsjournalismus. Damit verdichtet sich der Verdacht, dass die paneuropäischen Medien vorzugsweise eine europäische Elite adressieren. Dieser Umstand wird auch dadurch verstärkt, dass die Printausgabe von Politico zu einem großen Teil an Angehörige europäischer oder nationaler Institutionen verteilt wird, die Leserschaft des EU Observers zu über 70 Prozent entweder direkt mit Politik zu tun hat oder aber in Bereichen beschäftigt ist, die auf ein gehobenes Bildungsniveau schließen lassen. Ähnlich stellt sich das Bild bei EurActiv dar.

Ein herausstechendes Konzept, im Vergleich zu Politico und dem EU Observer, verfolgt EurActiv. Das Mediennetzwerk setzt stark auf Kooperationen mit nationalen Mainstream-Medien und versucht außerdem durch Mehrsprachigkeit ein großes Publikum zu erreichen. Somit kann EurActiv, das aktiv versucht die Sprachbarriere gegenstandslos zu machen, noch am ehesten zugestanden werden, nicht nur als Medium einer europäischen Elite zu gelten.

Dennoch sollte die Wirkung und Funktion dieser Medien, wenngleich sie wohl hauptsächlich von einer europäischen Elite rezipiert werden, nicht unterschätzt werden. Zum einen sind die Inhalte im Internet weitgehend uneingeschränkt

für jede EU-Bürgerin und EU-Bürger zugänglich, was sich positiv in der Zukunft auswirken könnte. Zum anderen kann man Diffusionseffekte von der Elite in die Gesellschaft nicht ausschließen, die ebenfalls positive Entwicklungen anstoßen können. Nach wie vor sollten paneuropäische Medien als Vorreiter oder Pilotprojekte betrachtet werden, anhand derer man die Möglichkeiten und Beschränkungen einer sich in der Entwicklung befindenden europäischen Öffentlichkeit beobachten kann. In Abbildung 10 sind nochmals die wichtigsten Eckpunkte der vorgestellten Medien in einer Übersicht zusammengefasst.

	Politico	EU Observer	EurActiv
URL	www.politico.eu	www.euobserver.com	www.euractiv.com
Sprache	Englisch	Englisch	mehrsprachig
Unique Visitors (mtl.)	1.554.000	260.000	794.992
Page Impressions (mtl.)	2.037.000	650.000	k.A.
Newsletter	43.000	35.000	180.000+
Finanzierung	Verkauf Werbung Abonnements	Stiftungsgelder Werbung Abonnements	Sponsoring Dienstleistungen Events & Projekte Werbung

Abbildung 10: Eckdaten zu den untersuchten paneuropäischen Medien²⁷⁴

8. Ergebnisse und Auswertung

8.1 Dimension Thematisierung

8.1.1 Deskriptive Statistik

Thematisierung

Blickt man auf die Relevanz der Themen, wird deutlich, dass die meisten vorwiegend relevant für die EU sind. Mit 45,79 Prozent werden diese Themen am häufigsten behandelt, gefolgt von Thematisierungen von EU-Mitgliedstaaten, die 15,26 Prozent der Artikel ausmachen. 61,05 Prozent aller untersuchten

²⁷⁴ Für Politico wurden die Zugriffszahlen für Dezember 2015 verwendet. Die Statistiken für den EU Observer sind auf den 31.12.2015 datiert. Die Angabe der Unique Visitors für EurActiv.com ist der monatliche Durchschnitt, entsprechende Werte für die Page Impressions konnten nicht ausfindig gemacht werden.

Meinungsartikel thematisieren demzufolge also die EU selbst oder ihre Mitgliedstaaten. Weitere auffallende Themen sind Russland und Osteuropa mit 12,11 Prozent, der arabische Raum mit 7,89 Prozent sowie Themen globaler Relevanz mit ebenfalls 7,89 Prozent. Die Thematisierung dieser drei Felder lässt sich durch drei Krisen bzw. Ereignisse im Jahre 2015 erklären: die Annexion der Krim durch Russland und der Konflikt in der Ostukraine, das Aufkommen des sogenannten Islamischen Staates und der Klimagipfel in Paris als ein globales Anliegen.

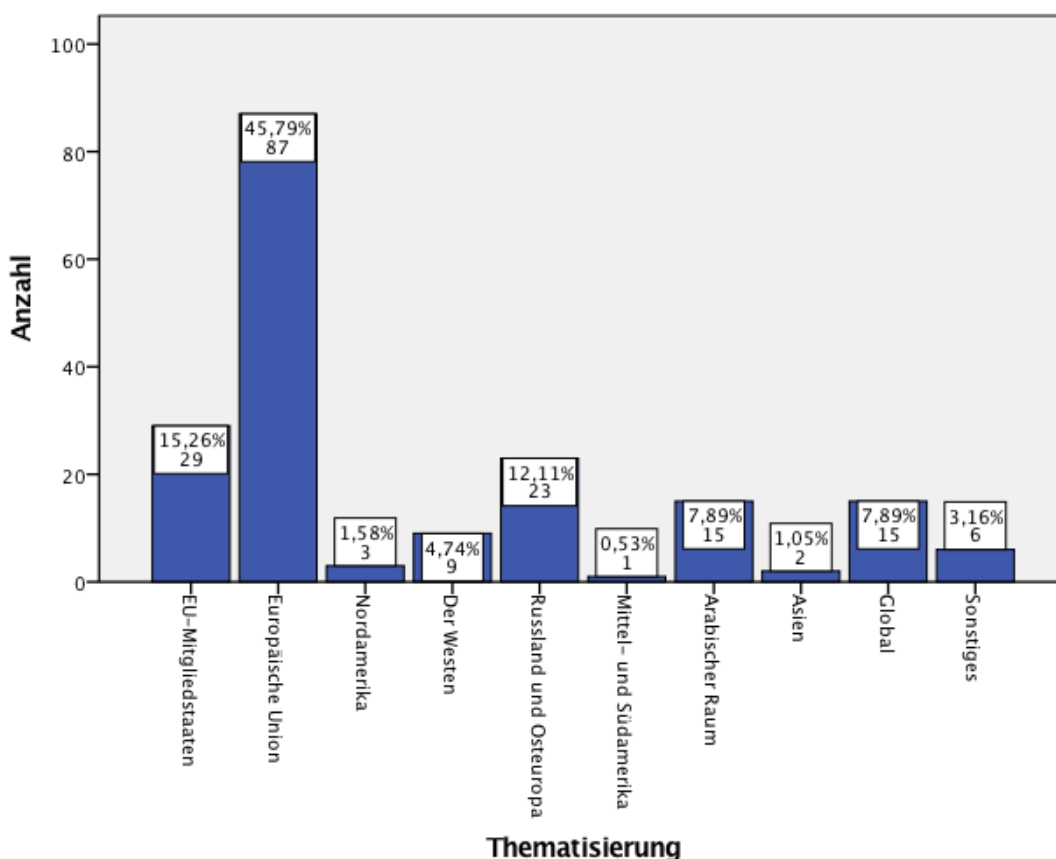


Abbildung 11: Thematisierung in den untersuchten Medien

Die Betrachtung der Thematisierung nach Medien in Abbildung 12 zeigt auf, dass Politico sich stark von den beiden anderen Medien unterscheidet. Während jeweils über 50 Prozent der untersuchten Artikel im EU Observer (67,74 Prozent) und EurActiv (56,38 Prozent) Themen mit Relevanz für die EU behandeln, liegt dieser Wert bei Politico bei nur 20 Prozent. Politico schenkt hingegen der Thematisierung von EU-Mitgliedstaaten mit 32,31 Prozent deutlich mehr Aufmerksamkeit als die beiden anderen Medien. Zudem konzentriert

sich die Thematisierung, neben den EU-Mitgliedstaaten und der EU, bei Politico stark auf den arabischen Raum mit 20 Prozent. Dieser Trend ist bei dem EU Observer und EurActiv nicht festzustellen. Eine ähnlich starke Konzentration ist jedoch bei dem EU Observer in Bezug auf Russland und Osteuropa (22,58 Prozent) vorzufinden.

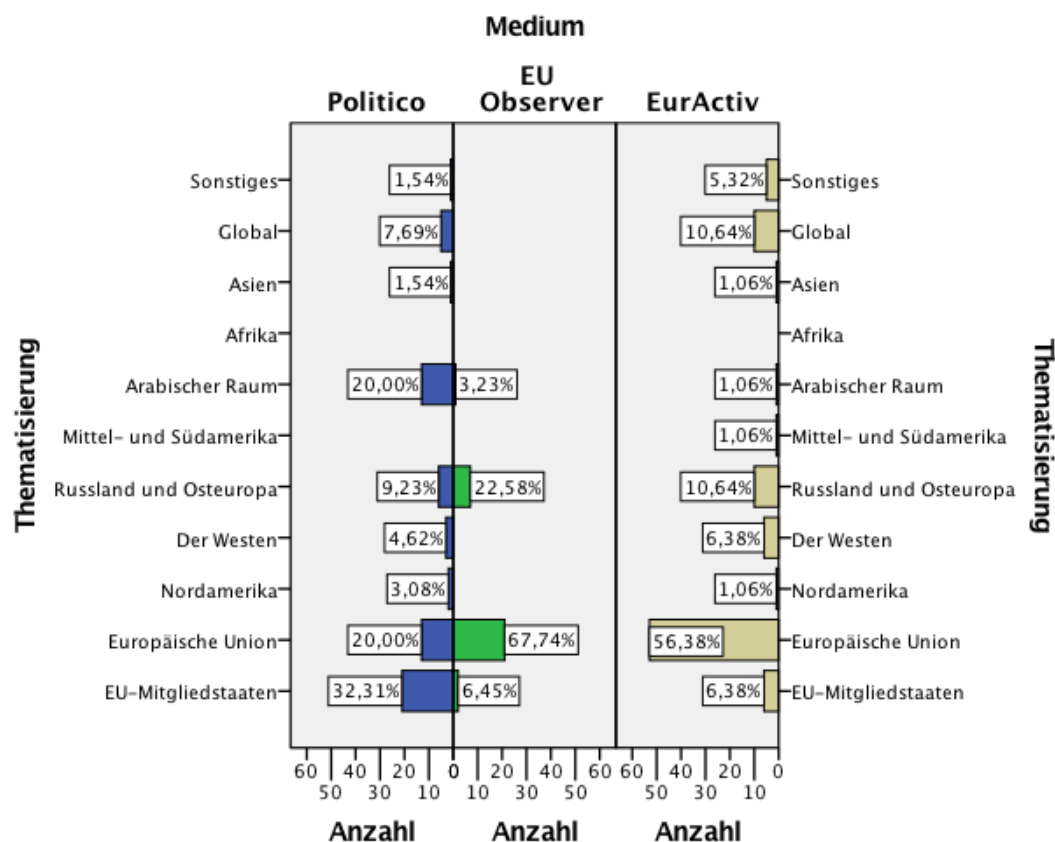


Abbildung 12: Thematisierung nach Medien

Abschließend lässt sich in Bezug auf die Thematisierung der untersuchten Meinungsartikel sagen, dass die EU und ihre Mitgliedstaaten in jedem Medium die wichtigste Rolle spielen. Jeweils über 50 Prozent der Meinungsartikel der Medien behandeln Themen mit Relevanz für die EU und ihre Mitgliedstaaten.

Länderreferenzen

Abbildung 13 bildet die Referenzen auf Staaten und Staatenbündnisse sowie deren BürgerInnen ab. Ein Artikel enthält durchschnittlich 7,58 Referenzen auf EU-Staaten, 12,23 Referenzen auf die EU und 12,58 Referenzen auf Nicht-EU-Staaten. Die deutlich höhere Standardabweichung bei Referenzen auf Nicht-EU-Staaten belegt, dass die Bezüge höher gestreut sind, wohingegen die Referenzen auf die EU und die Mitgliedstaaten näher am Mittelwert liegen.

		Referenzen EU-Staaten	Referenzen EU	Referenzen Nicht-EU-Staa- ten
N	Gültig	190	190	190
	Fehlend	0	0	0
Mittelwert		7,58	12,23	12,58
Median		3,00	10,50	3,00
Standardabweichung		11,284	10,854	18,916
Minimum		0	0	0
Maximum		95	52	100
Summe		1440	2324	2390

Abbildung 13: Referenzen auf Staaten und Staatenbündnissen

Wie aus Abbildung 14 ersichtlich wird, überwiegen dennoch die Referenzen auf die EU selbst in Kombination mit den Referenzen auf die EU-Mitgliedstaaten. Die EU und die Mitgliedstaaten sind also mit 61 Prozent der gesamten Länderreferenzen ein zentraler Gegenstand der Meinungsartikel der untersuchten Medien.

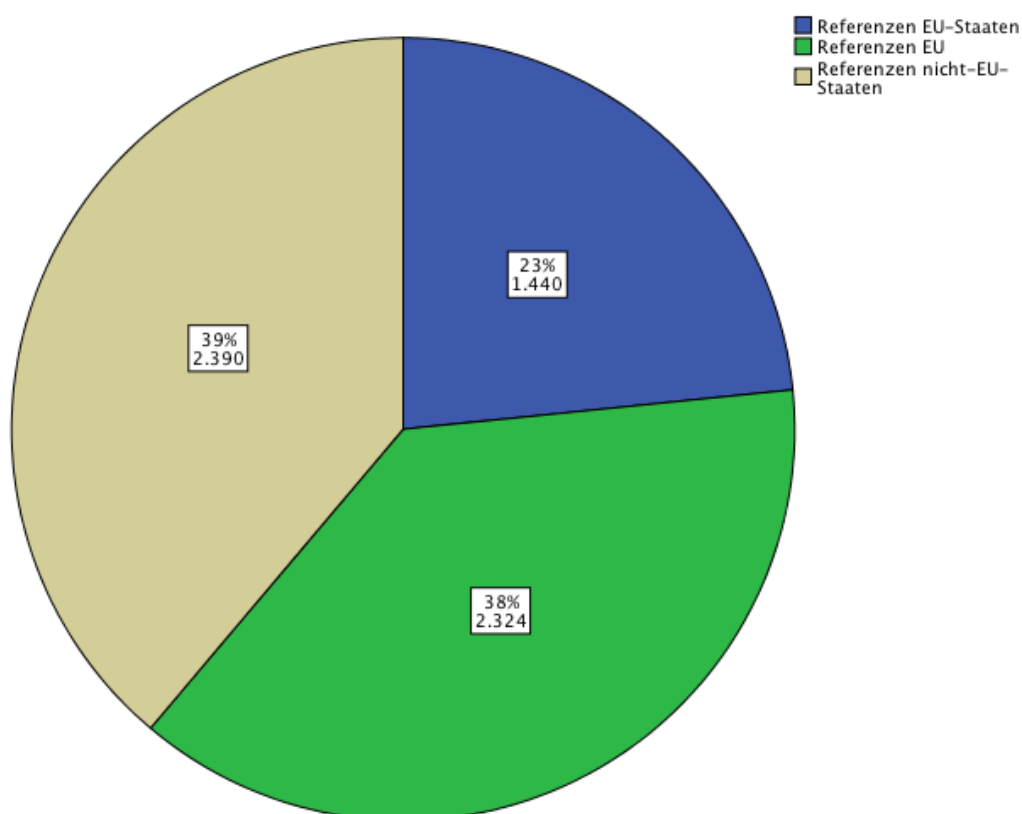


Abbildung 14: Länderreferenzen

In Abbildung 15 sind die Mittelwerte der Länderreferenzen nach Medien aufgeschlüsselt. Dazu wurden die Variablen Referenzen auf EU-Mitgliedstaaten und auf die EU zusammengefasst.

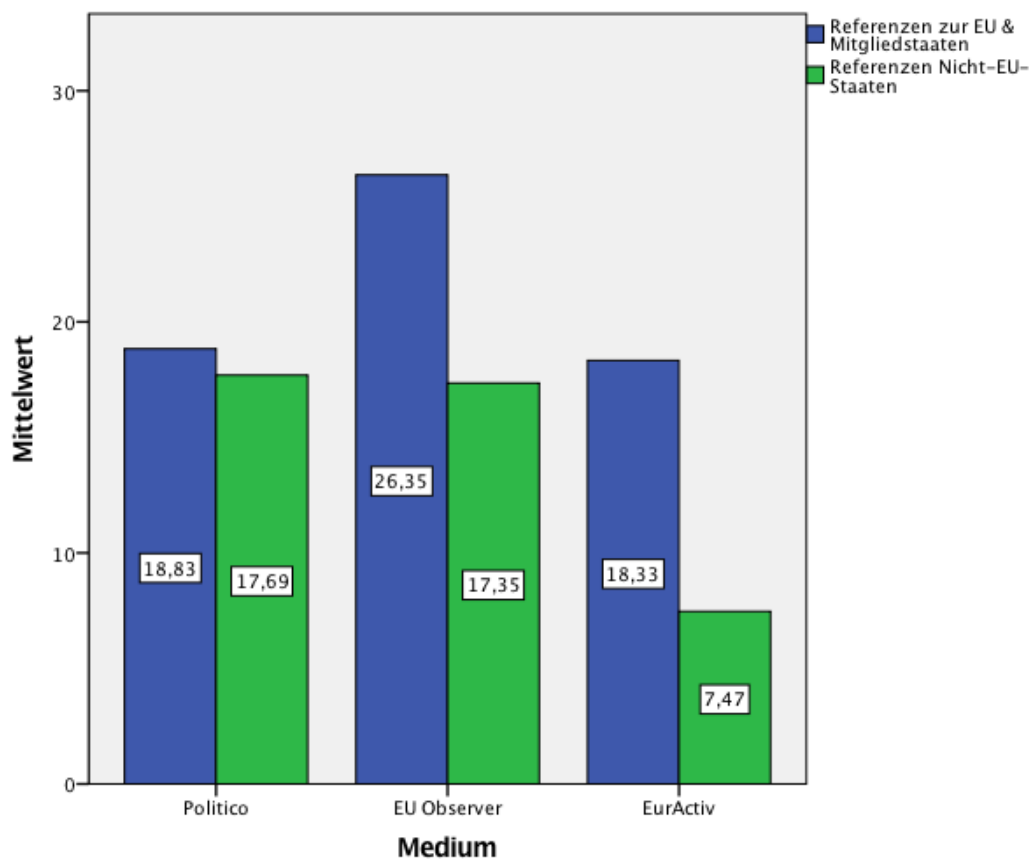


Abbildung 15: Länderreferenzen nach Medien

Die durchschnittlichen Länderreferenzen auf EU bzw. nicht-EU sind bei Politico relativ ausgeglichen mit 18,83 zu 17,69 Referenzen im Mittel. Bei den beiden anderen Medien zeigt sich ein deutlich anderes Bild. EurActiv macht beispielsweise mehr als doppelt so viele Referenzen auf die EU und die Mitgliedstaaten als auf Nicht-EU-Länder. Nicht-EU-Länder spielen also vor allem bei EurActiv eine untergeordnete Rolle.

Referenzen auf Institutionen und Akteuren

Neben den Referenzen auf Institutionen und Akteure der EU-Mitgliedstaaten, der EU und Nicht-EU-Staaten wurden auch die Referenzen auf internationale Institutionen und deren Akteure erfasst. Die meisten Referenzen auf Institutionen und Akteure sind auf die EU-Mitgliedstaaten zurückzuführen. Durchschnittlich 4,66 solcher Referenzen enthalten die untersuchten Artikel, gefolgt von 3,71 auf nicht-EU Institutionen und Akteure. Referenzen auf EU-Institutio-

nen und deren Akteure stehen nur an dritter Stelle. Es kann also darauf geschlossen werden, dass den Institutionen und Akteuren der Nationalstaaten, egal ob EU-Mitglied oder nicht, nach wie vor mehr Gewicht eingeräumt wird. Eine Betrachtung der Standardabweichung der Referenzen macht deutlich, dass sowohl die Referenzen auf Institutionen und Akteure der EU-Mitgliedstaaten wie auf Nicht-EU-Einrichtungen eine hohe Streuung aufweisen. Dies wird auch durch die Betrachtung der Minimal- und Maximalwerte deutlich.

		Referenzen nat. Inst. & Akteure	Referenzen EU Inst. & Akteure	Referenzen nicht-EU Inst. & Ak- teure	Referenzen int. Inst. & Akteure
N	Gültig	190	190	190	190
	Fehlend	0	0	0	0
	Mittelwert	4,66	3,09	3,71	1,38
	Median	,00	1,00	,00	,00
	Standardabwei- chung	12,966	5,352	8,218	4,521
	Minimum	0	0	0	0
	Maximum	118	36	49	36
	Summe	885	587	705	263

Abbildung 16: Referenzen auf Institutionen und Akteuren

Die Referenzen auf Institutionen und Akteure der EU und der EU-Mitgliedstaaten zusammengefasst überwiegen aber dennoch. Aus Abbildung 17 geht hervor, dass insgesamt 60 Prozent solcher Referenzen auf ebengenannte zurückgehen. Somit wird auch hier bestätigt, dass die Institutionen und Akteure der EU und ihrer Mitgliedstaaten einen wichtigen Bestandteil der Meinungsartikel darstellen.

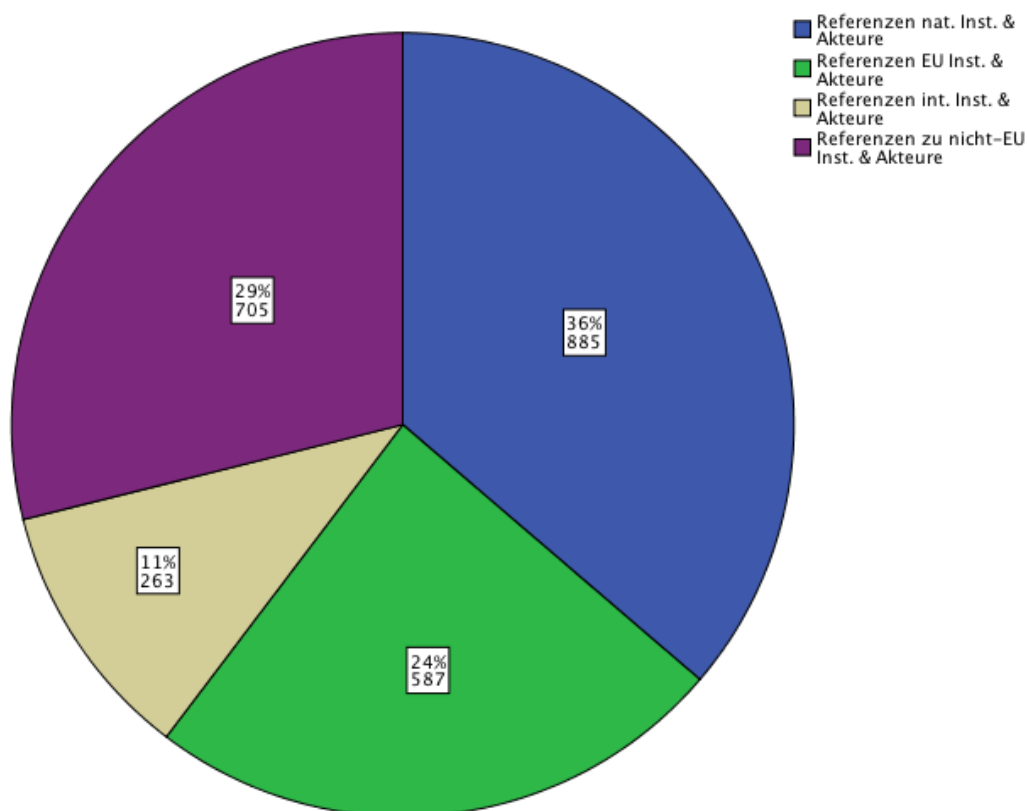


Abbildung 17: Referenzen auf Institutionen und Akteure im Überblick

Abbildung 18 bildet die durchschnittlichen Referenzen auf Institutionen und Akteure anhand der untersuchten Medien ab. Hierzu wurden die Variablen Referenzen auf Institutionen und Akteure der EU-Mitgliedstaaten und der EU zusammengefasst sowie die Referenzen auf internationale und nicht-EU Institutionen und Akteure. In allen Medien werden im Mittel die Institutionen und Akteure der EU und ihrer Mitgliedstaaten öfter genannt als entsprechende nicht-europäische Institutionen und Akteure. Auch hier ist der Unterschied bei EurActiv am deutlichsten. Mehr als doppelt so viele Referenzen werden auf die Institutionen und Akteure aus Europa gemacht als auf die nichteuropäischen, wenngleich in den Medien Politico und EU Observer im Allgemeinen durchschnittlich mehr Referenzen auf Institutionen und Akteure pro Artikel gemacht werden.

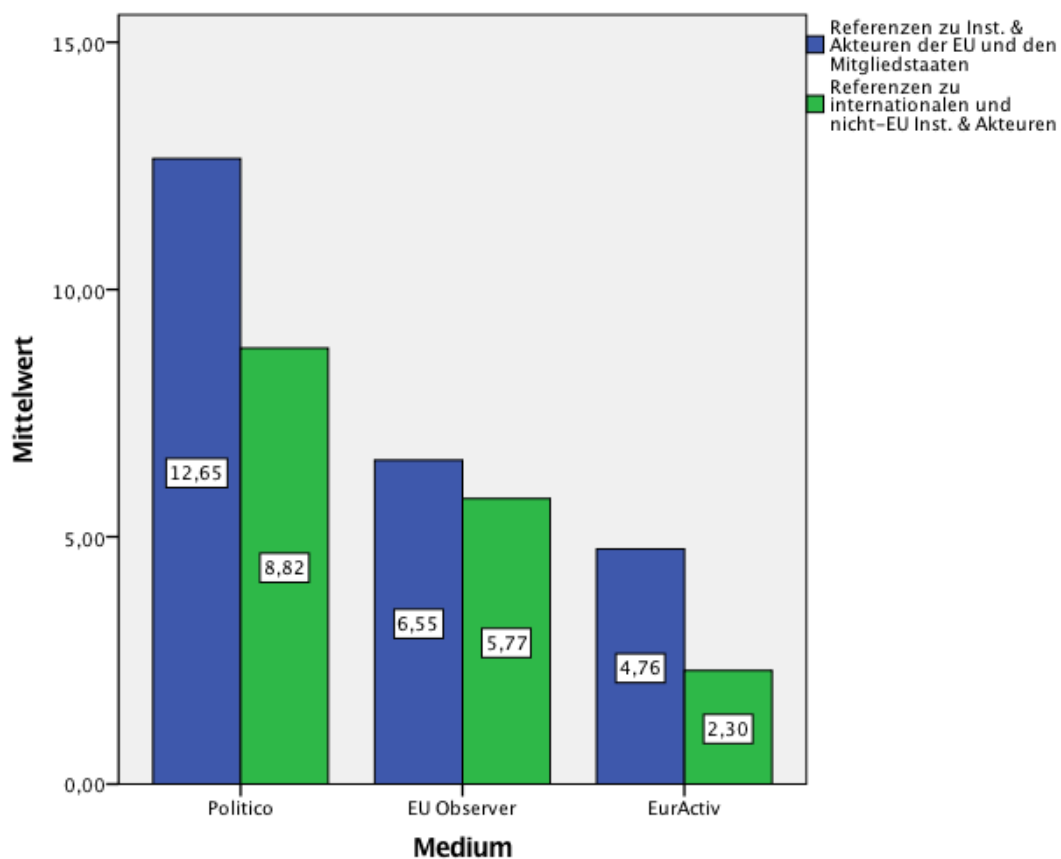


Abbildung 18: Referenzen auf Institutionen und Akteure nach Medien

8.1.2 Hypothesentests

Zur Überprüfung der ersten Hypothese wurde ein eindimensionaler Chi²-Test verwendet, denn die Variable Thematisierung ist nominalskaliert. Die Häufigkeiten der Merkmale sind in der folgenden Abbildung abzulesen.

	Beobachtetes N	Erwartete Anzahl	Residuum
EU-Mitgliedstaaten	29	19,0	10,0
Europäische Union	87	19,0	68,0
Nordamerika	3	19,0	-16,0
Der Westen	9	19,0	-10,0
Russland und Osteuropa	23	19,0	4,0
Mittel- und Südamerika	1	19,0	-18,0
Arabischer Raum	15	19,0	-4,0
Asien	2	19,0	-17,0
Global	15	19,0	-4,0
Sonstiges	6	19,0	-13,0
Gesamt	190		

Abbildung 19: Häufigkeiten der Merkmale der Variable Thematisierung

Die EU wird am häufigsten thematisiert, gefolgt von den EU-Mitgliedstaaten. Insgesamt 116 (61,1 Prozent) der 190 untersuchten Artikel befassen sich mit Themen, die eine Relevanz für die EU und die EU-Mitgliedstaaten haben.

	Thematisierung
Chi-Quadrat	311,053 ^a
df	9
Asymptotische Signifikanz	,000

a. Bei 0 Zellen (0,0 Prozent) werden weniger als 5 Häufigkeiten erwartet. Die kleinste erwartete Zellenhäufigkeit ist 19,0.

Abbildung 20: Ergebnisse des eindimensionalen Chi²-Tests

Die Ergebnisse des eindimensionalen Chi²-Tests sind in Abbildung 20 dargestellt. Die Ergebnisse sind auf dem Niveau $p < 0,001$ statistisch signifikant. Damit kann die Nullhypothese, die Gleichverteilung der untersuchten Fälle über

die Ausprägungen der Variable, verworfen werden und die Hypothese 1, dass Themen europäischer Relevanz am häufigsten in paneuropäischen Medien thematisiert werden, beibehalten werden.

Alle Variablen, die die Länderreferenzen bzw. die Referenzen auf Institutionen erfassen, sind metrisch skaliert und nicht normalverteilt. Die Variablen wurden mittels Kolmogorov-Smirnov-Test auf Normalverteilung getestet. Das Ergebnis war für alle betroffenen Variablen der Hypothesen 2 bis 5 negativ. Zur Messung des Zusammenhangs und zur Überprüfung der Hypothesen wurde der nichtparametrische Korrelationskoeffizient nach Spearman berechnet. Die Effektstärke wird nach Cohens Konventionen für die Interpretation von Effektgrößen interpretiert.²⁷⁵

Für Hypothese 2 wurden die Variablen Referenzen auf die EU und Referenzen auf EU-Mitgliedstaaten zusammengefasst und mit der Variable Referenzen Nicht-EU-Staaten korreliert, um einen Zusammenhang festzustellen.

			Referenzen auf die EU & Mitglied- staaten	Referenzen Nicht-EU- Staaten
Spearman- Rho	Referenzen auf die EU & Mit- gliedstaaten	Korrelationsko- effizient	1,000	-,157*
		Sig. (2-seitig)	.	,030
		N	190	190
	Referenzen Nicht-EU-Staa- ten	Korrelationsko- effizient	-,157*	1,000
		Sig. (2-seitig)	,030	.
		N	190	190

*. Die Korrelation ist auf dem 0,05 Niveau signifikant (zweiseitig).

Abbildung 21: *Korrelation der Variablen Referenzen auf die EU & Mitgliedstaaten mit Referenzen Nicht-EU-Staaten*

Gemäß der in Abbildung 21 dargestellten Ergebnisse besteht ein kleiner negativer Zusammenhang, der auf dem Niveau $p < 0,05$ statistisch signifikant ist. Die Nullhypothese kann verworfen werden und Hypothese 2 kann akzeptiert

²⁷⁵ Vgl. Schäfer (2011): S. 81 f.

werden, die besagt: wenn Referenzen auf die EU und die Mitgliedstaaten gemacht werden, dann werden tendenziell weniger Referenzen auf Nicht-EU-Staaten gemacht.

Die Überprüfung der dritten Hypothese folgt demselben Schema. Die Variablen Referenzen auf nationale Institutionen und Akteure der EU-Mitgliedstaaten und Referenzen auf Institutionen und Akteure der EU wurden zusammengefasst, genauso wie die Variablen Referenzen auf nicht-EU Institutionen und Akteure und Referenzen auf internationale Institutionen und Akteure. Mittels Spearman Rho wurde erneut die Korrelation berechnet. Die Ergebnisse zeigt Abbildung 22.

			Referenzen auf Inst. & Akteure der EU und der Mitgliedstaaten	Referenzen auf internationale und nicht-EU Inst. & Akteure
Spearman-Rho	Referenzen auf Inst. & Akteure der EU und den Mitgliedstaaten	Korrelationskoeffizient	1,000	-,276**
		Sig. (2-seitig)	.	,000
		N	190	190
	Referenzen auf internationale und nicht-EU Inst. & Akteure	Korrelationskoeffizient	-,276**	1,000
		Sig. (2-seitig)	,000	.
		N	190	190

** . Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig).

Abbildung 22: *Korrelation der Variablen der Referenzen auf Institutionen und Akteure*

Auch hier kann ein kleiner negativer Zusammenhang zwischen den untersuchten Variablen festgestellt werden, der auf dem Niveau $p < 0,001$ statistisch signifikant ist. Die Nullhypothese wird verworfen und Hypothese 3 angenommen. Wenn Referenzen auf Institutionen und Akteure der EU und der Mitgliedstaaten gemacht werden, dann gibt es weniger Referenzen auf internationale und nicht-EU Institutionen und Akteure.

Hypothese 4 wird durch die Korrelation der Variable Referenzen auf die EU und die Mitgliedstaaten mit der Variable Referenzen auf Institutionen und Akteure der EU und der Mitgliedstaaten getestet.

			Referenzen auf die EU & Mitgliedstaaten	Referenzen auf Inst. & Akteure der EU und den Mitgliedstaaten
Spearman-Rho	Referenzen auf die EU & Mitgliedstaaten	Korrelationskoeffizient	1,000	,477**
		Sig. (2-seitig)	.	,000
		N	190	190
	Referenzen auf Inst. & Akteure der EU und den Mitgliedstaaten	Korrelationskoeffizient	,477**	1,000
		Sig. (2-seitig)	,000	.
		N	190	190

** . Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig).

Abbildung 23: Korrelation zwischen Referenzen auf die EU & Mitgliedstaaten sowie deren Institutionen & Akteuren

Wie aus Abbildung 23 hervorgeht, besteht ein auf dem Niveau $p < 0,001$ statistisch signifikanter positiver Zusammenhang zwischen den Referenzen auf die EU und die Mitgliedstaaten auf der einen Seite und den Referenzen auf Institutionen und Akteure der EU und den Mitgliedstaaten auf der anderen Seite. Der Korrelationskoeffizient weist auf eine Korrelation mittleren Effekts hin.

			Referenzen Nicht-EU- Staaten	Referenzen auf interna- tionalen und nicht-EU Inst. & Ak- teure
Spearman- Rho	Referenzen Nicht-EU-Staa- ten	Korrelationsko- effizient	1,000	,628**
		Sig. (2-seitig)	.	,000
		N	190	190
	Referenzen auf internationale und nicht-EU Inst. & Akteure	Korrelationsko- effizient	,628**	1,000
		Sig. (2-seitig)	,000	.
		N	190	190

** . Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig).

Abbildung 24: *Korrelation zwischen Referenzen auf Nicht-EU-Staaten und deren Institutionen und Akteuren*

Abbildung 24 stellt die Ergebnisse der Korrelationsanalyse der Variablen Referenzen auf Nicht-EU-Staaten und Referenzen auf internationale und nicht-EU Institutionen und Akteure dar. Auch hier kann ein auf dem Niveau $p < 0,001$ statistisch signifikanter positiver Zusammenhang festgestellt werden. Anhand des Korrelationskoeffizienten kann von einem großen positiven Effekt ausgegangen werden.

Die Nullhypothesen zu Hypothese 4 und 5 können folglich verworfen werden. Damit werden beide Hypothesen angenommen. Das bedeutet im konkreten Fall, dass wenn Referenzen auf die EU und die Mitgliedstaaten gemacht werden, tendenziell auch Referenzen auf ihre Institutionen und Akteure gemacht werden. Dasselbe gilt für Referenzen auf Nicht-EU-Staaten.

8.2 Dimension Diskursivität

8.2.1 Deskriptive Statistik

Im Rahmen dieser Untersuchungsdimension werden Diskurse in den paneuropäischen Medien analysiert. Als diskursive Bezugnahmen werden entweder Zitate von Akteuren gewertet oder aber begründete Bezugnahmen zu Akteuren, die mindestens zwei Sätze umfassen. Anhand von vier Variablen wurden

die Bezugnahmen respektive Zitate von Akteuren der EU-Mitgliedstaaten, der EU, von nicht-EU Akteuren sowie sonstiger Akteure aus den Bereichen Kunst, Kultur, Wissenschaft, Religion etc. erfasst, die in ihrer Rolle nicht einer der anderen Variablen zugeordnet werden konnten.

		disk. Bezug- nahme od. Zitation nat. Akteure	disk. Bezug- nahme od. Zitation EU Akteure	disk. Bezug- nahme od. Zitation nicht-EU Akteure	sonstige disk. Bezug- nahme od. Zitation
N	Gültig	190	190	189	190
	Fehlend	0	0	1	0
	Mittelwert	,72	,18	,46	,26
	Median	,00	,00	,00	,00
	Standardabweichung	2,356	,514	1,764	1,000
	Minimum	0	0	0	0
	Maximum	16	3	17	9
	Summe	136	34	86	50

Abbildung 25: Diskursive Bezugnahmen

Insgesamt wurden 136 diskursive Bezugnahmen zu Akteuren der EU-Mitgliedstaaten, 86 zu nicht-EU Akteuren, 50 sonstige Bezugnahmen und nur 34 zu EU Akteuren codiert. Mit durchschnittlich 0,72 diskursiven Bezugnahmen pro Artikel werden Akteure aus den EU-Mitgliedstaaten am meisten referiert. Am wenigsten wird sich auf Akteure der EU bezogen, denn es gibt nur 0,18 solcher Bezugnahmen im Mittel. Wie bereits die Auswertung der ersten Untersuchungsdimension gezeigt hat, wird den nationalen Akteuren aus den EU-Mitgliedstaaten mehr Aufmerksamkeit geschenkt als den Akteuren der EU. Auf sie wird nicht nur häufiger verwiesen, sondern auch häufiger diskursiv Bezug genommen.

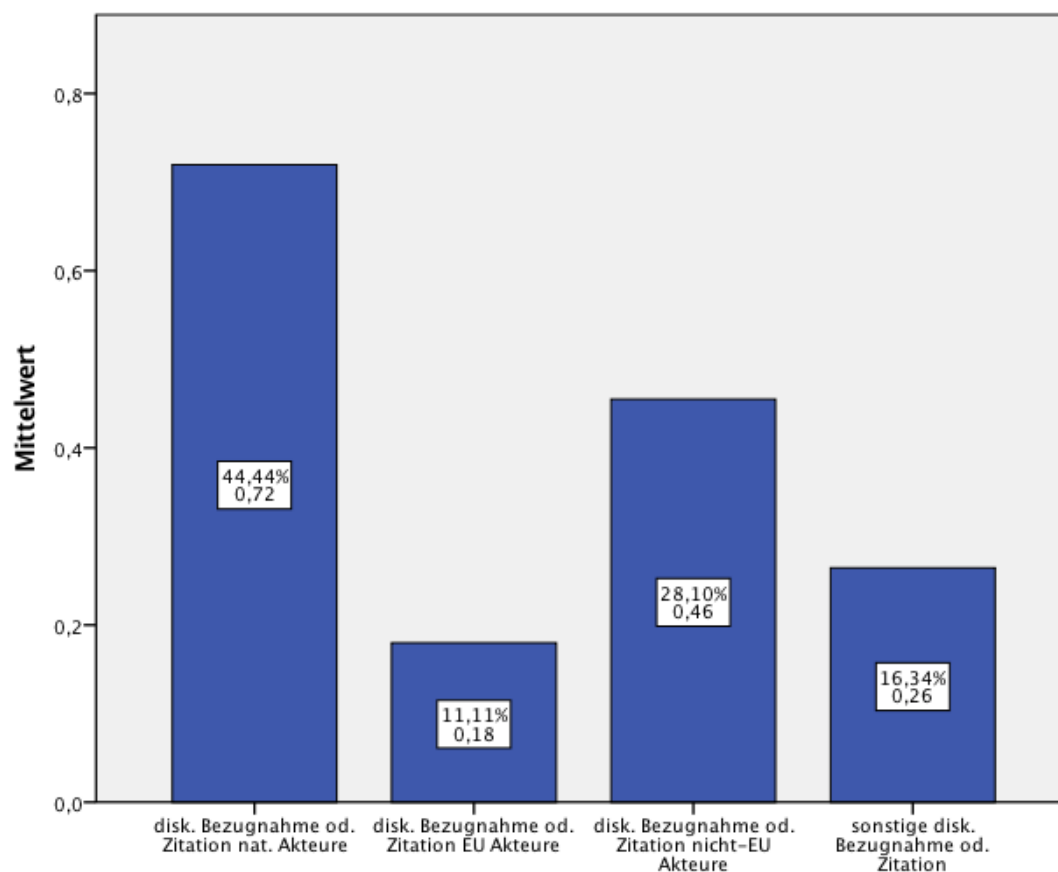


Abbildung 26: Diskursive Bezugnahmen

Wie Abbildung 26 verdeutlicht, gehen also 44,44 Prozent der diskursiven Bezugnahmen auf Akteure der EU-Mitgliedstaaten zurück. Auch hier bestätigt sich der Trend, dass Europa zentraler Gegenstand in den Medien ist. Die diskursiven Bezugnahmen auf Akteure aus der EU (also nationale und europäische Akteure zusammen) überwiegen. Sie machen 55,55 Prozent der diskursiven Referenzen aus.

Abbildung 27 zeigt die durchschnittlichen diskursiven Bezugnahmen in den untersuchten Medien. Die meisten diskursiven Bezugnahmen wurden bei Politico festgestellt und das trifft auf alle vier erhobenen Variablen zu. Den höchsten Mittelwert mit 1,5 weisen hierbei die diskursiven Bezugnahmen zu Akteuren der EU-Mitgliedstaaten auf. Dieses Ergebnis lässt sich damit erklären, dass Politico in 32,31 Prozent aller untersuchten Artikel die EU-Mitgliedstaaten thematisiert, was mit Abstand der höchste Wert im Vergleich zu den beiden anderen Medien ist. Die starke Fokussierung von Politico auf die europäischen Nationalstaaten in Bezug auf die Thematisierung, scheint sich auch auf die diskursiven Bezugnahmen niederzuschlagen.

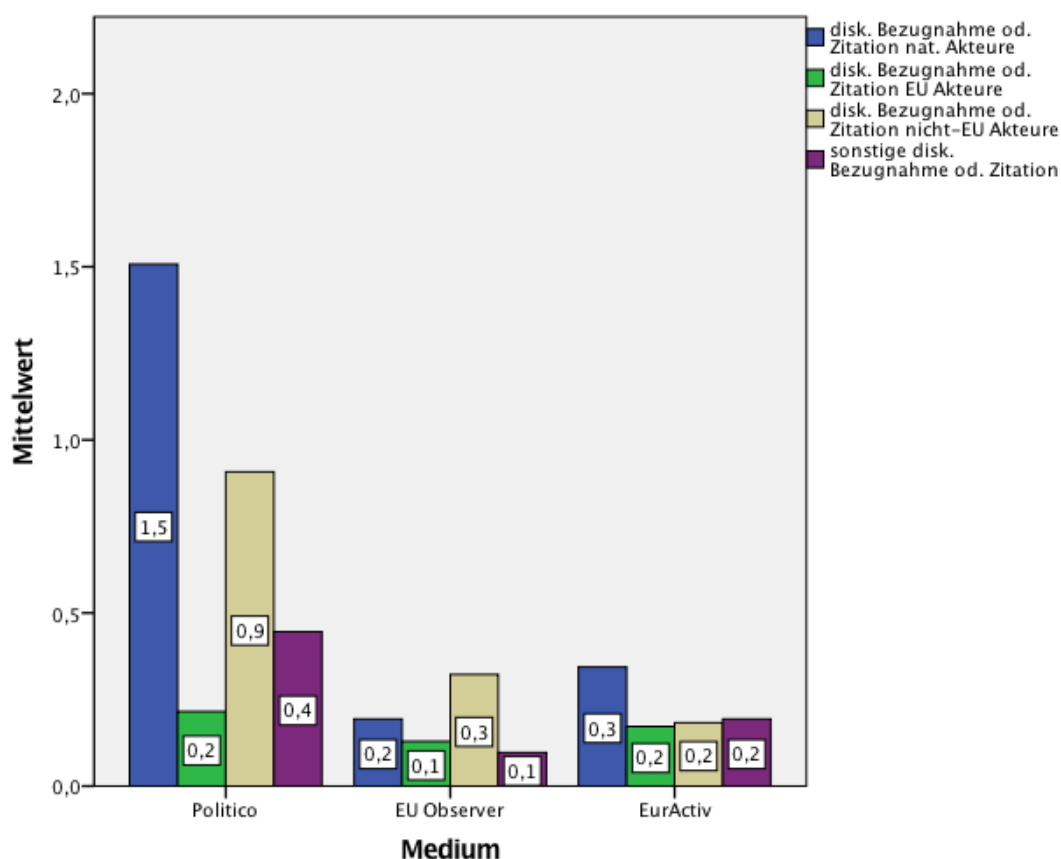


Abbildung 27: Diskursive Bezugnahmen nach Medien

Von großem Interesse für diese Untersuchung ist, auf welche Akteure sich Diskurse konzentrieren, wenn über Themen europäischer Relevanz berichtet wird. Hierzu wurde die Variable Thematisierung transformiert und die Merkmale auf zwei Ausprägungen reduziert: europäisch, also Thematisierung, die entweder die EU-Mitgliedstaaten betrifft oder die EU selbst, und nichteuropäisch, die die restlichen Ausprägungen der Variable zusammenfasst. Diskursive Bezugnahmen auf Akteure aus der EU umfassen sowohl die diskursiven Referenzen auf nationale Akteure der EU-Staaten wie auch Referenzen dieser Art auf Akteure der EU. Aus Abbildung 28 wird ersichtlich, dass sich bei der Thematisierung mit europäischer Relevanz die diskursiven Bezugnahmen auf Akteure aus der EU fokussieren. Das gleiche Bild zeigt sich auch umgekehrt. Werden Themen adressiert, die sich nicht mit der EU und den Mitgliedstaaten befassen, so wird überwiegend auf nichteuropäische Akteure Bezug genommen.

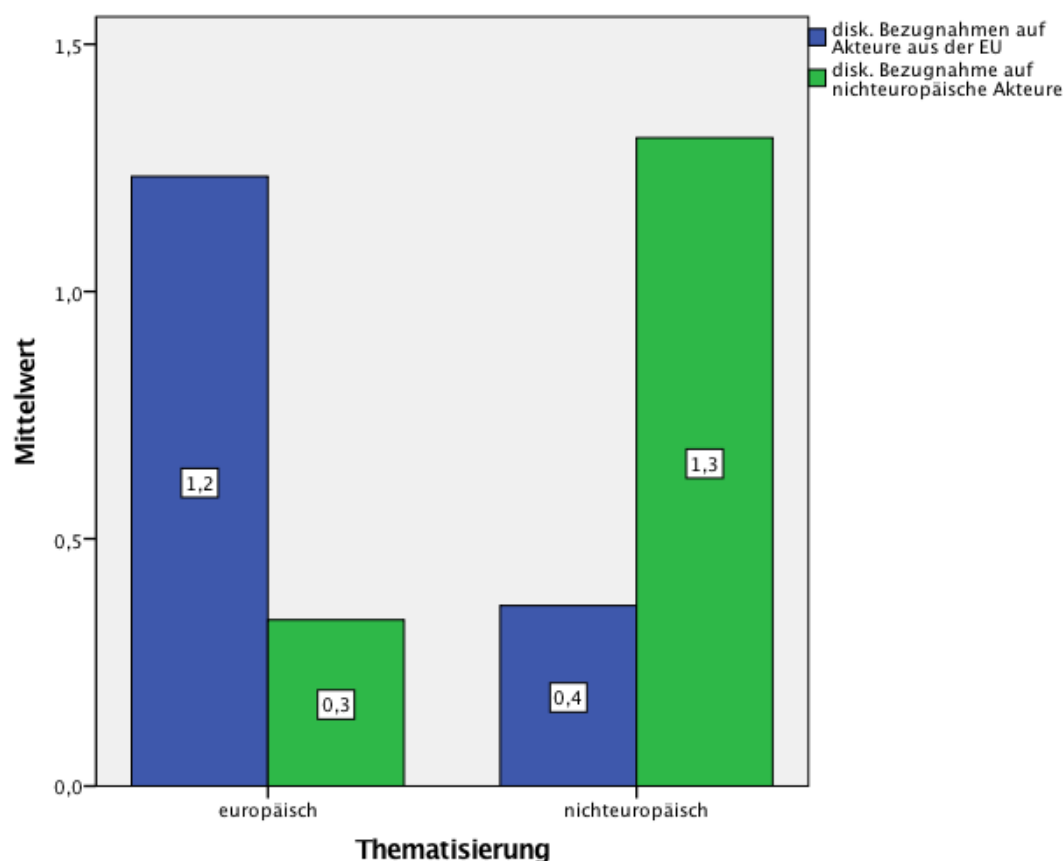


Abbildung 28: Diskursive Referenzen in Bezug auf die Thematisierung

8.2.2 Hypothesentests

Es wurden, wie bereits erwähnt, zwei neue Variablen erstellt, die zum einen die diskursiven Bezugnahmen auf Akteure aus der EU (nationale und europäische Akteure) und zum anderen die diskursiven Bezugnahmen auf nichteuropäische Akteure (nicht-EU Akteure und sonstige diskursive Bezugnahmen) zusammenfassen. Die Variablen wurden mittels Kolmogorov-Smirnov-Test überprüft und sind nicht normalverteilt. Hypothese 6 wird mittels Korrelationsanalyse getestet. Zur Beschreibung der Korrelation der Variablen wurde dementsprechend abermals auf Spearmans Rho zurückgegriffen. Es gelten die gleichen Annahmen für die Interpretation der Effektstärke wie für die Hypothesentests der Untersuchungsdimension Thematisierung.

			disk. Bezugnahmen auf Akteure aus der EU	disk. Bezugnahme auf nichteuropäische Akteure
Spearman-Rho	disk. Bezugnahmen auf Akteure aus der EU	Korrelationskoeffizient	1,000	,115
		Sig. (2-seitig)	.	,113
		N	190	190
	disk. Bezugnahme auf nichteuropäische Akteure	Korrelationskoeffizient	,115	1,000
		Sig. (2-seitig)	,113	.
		N	190	190

Abbildung 29: Korrelation diskursiver Bezugnahmen

Wie in Abbildung 29 abzulesen ist, konnte ein positiver Zusammenhang mit kleinem Effekt festgestellt werden, der jedoch mit $p > 0,05$ nicht statistisch signifikant ist. Die Nullhypothese kann somit nicht verworfen werden, es konnte also kein signifikanter Zusammenhang festgestellt werden. Demzufolge kann keine Fokussierung von Diskursen in paneuropäischen Medien auf überwiegend europäische Akteure angenommen werden. Hypothese 6 wird verworfen, diskursive Bezugnahmen auf Akteure aus Europa schließen, entsprechend den Ergebnissen der Korrelation, diskursive Bezugnahmen auf nichteuropäische Akteure nicht aus, sondern es besteht ein positiver, jedoch nicht signifikanter Zusammenhang.

Zur Überprüfung der siebten Hypothese wurde der Mann-Whitney-U-Test verwendet zur nichtparametrischen Bestimmung von Unterschieden zwischen zwei unabhängigen Variablen. Die Ergebnisse der deskriptiven statistischen Analyse, wie in Abbildung 28 zu sehen, haben gezeigt, dass die diskursiven Bezugnahmen sich bei Themen europäischer Relevanz auf Akteure aus Europa fokussieren. Diese Ergebnisse entsprechen Hypothese 7. Für den Mann-Whitney-U-Test wurde die transformierte Variable Thematisierung mit den Ausprägungen europäisch und nichteuropäisch als unabhängige Variable und die Variable diskursive Bezugnahmen auf Akteure aus der EU als abhängige Variable verwendet.

	Nullhypothese	Test	Sig.	Entscheidung
1	Die Verteilung von disk. Bezugnahmen auf Akteure aus der EU ist über die Kategorien von Thematisierung identisch.	Mann-Whitney-U-Test bei unabhängigen Stichproben	,025	Nullhypothese ablehnen

Asymptotische Signifikanz werden angezeigt. Das Signifikanzniveau ist ,05.

Abbildung 30: Ergebnisse der Mann-Whitney-U-Test

Das Ergebnis des Mann-Whitney-U-Test bestätigt, dass die Nullhypothese abzulehnen ist. Die Verteilung der diskursiven Bezugnahmen auf Akteure aus Europa sind über die Kategorien europäisch und nichteuropäisch der Variable Thematisierung nicht identisch. Das Ergebnis ist statistisch signifikant auf dem Niveau $p < 0,05$, folglich kann Hypothese 7 akzeptiert werden.

8.3 Dimension Identifikation

8.3.1 Deskriptive Statistik

Die Untersuchungsdimension Identifikation erfasst die verwendeten Identifikationen in den untersuchten paneuropäischen Medien. Hierzu dienen die Variablen nationale Identifikation, Identifikation Europa, Identifikation Westen, außereuropäische Identifikation und sonstige Identifikation (dazu zählen beispielsweise Identifikationen als „Wir“, die Gewerkschaft, oder „Wir“, die Welt, etc.). Die Ergebnisse der Häufigkeitsanalyse sind in Abbildung 31 dargestellt. Am häufigsten werden also Identifikationen als „Wir“ Europa bzw. EuropäerInnen vorgenommen. Der Mittelwert beträgt hierfür 1,58. Aus der Abbildung wird ersichtlich, dass Identifikationen als EuropäerInnen dreimal so hoch sind wie nationalstaatliche Identifikationen. Es wird also überwiegend eine europäische kollektive Identifikation vertreten. An zweiter Stelle stehen sonstige Identifikationen mit einem Mittelwert von 1,48. Die sonstigen Identifikationen müssen aber als ein Sonderfall in der Betrachtung behandelt werden. Denn eine Identifikation als beispielweise „Wir“, der Autor und die LeserInnen, schließt eine weitere Identifikation nicht aus. Überraschend sind jedoch die Ergebnisse der Variable außereuropäische Identifikation. Mit durchschnittlich 1,29 Identifikationen dieser Art pro Artikel ist das Niveau relativ hoch. Anhand der Standardab-

weichung lässt sich jedoch feststellen, dass die Streuung dieser Identifikationen am höchsten ist. Dieser Umstand wird besonders im Vergleich mit den Werten der Variable Identifikation Europa deutlich.

		nationale Identifikation	Identifikation Europa	Identifikation Westen	außereuro- päische Identifikation	sonstige Identifikation
N	Gültig	190	190	189	189	190
	Fehlend	0	0	1	1	0
Mittelwert		,53	1,5842	,25	1,29	1,48
Median		,00	,0000	,00	,00	,00
Standardabweichung		2,867	4,08258	1,749	6,305	3,569
Minimum		0	,00	0	0	0
Maximum		28	35,00	18	54	23
Summe		100	301,00	47	244	282

Abbildung 31: Verwendete Identifikationen

In Abbildung 32 wurden die vorgenommenen Identifikationen bzw. „Wir“-Bezüge nach Medien aufgeschlüsselt. Bei Politico bewegen sich die nationalen Identifikationen der EU-Mitgliedstaaten und die Identifikationen als EuropäerInnen auf einem ähnlich hohen Niveau. Der Unterschied diesbezüglich zu den beiden anderen Medien kann durchaus auch wieder auf die erhöhte Thematisierung von EU-Nationalstaaten in diesem Medium zurückgeführt werden. Der hohe Anteil außereuropäischer Identifikationen bei Politico steht im Zusammenhang damit, dass teilweise Meinungsartikel der Schwesterplattform aus den USA auch auf der europäischen Plattform von Politico zu finden sind. Der EU Observer nimmt überraschenderweise mehr außereuropäische Identifikationen vor als europäische. Für dieses Ergebnis kann zu diesem Zeitpunkt keine eindeutige Erklärung gefunden werden. Zu beachten ist jedoch, dass aufgrund des geringen Publikationsniveaus des EU Observers im Vergleich zu den beiden anderen untersuchten Medien auch die geringste Zahl von Artikeln codiert wurden. EurActiv verwendet am stärksten eine europäische Identifikation. Nur die sonstigen Identifikationen befinden sich auf einem ähnlich hohen Niveau, die aber, wie bereits erwähnt, als eine Art Sonderfall behandelt werden sollten. Aufgrund des hohen Niveaus europäischer Identifikationen bei EurActiv kann

darauf geschlossen werden, dass das Medium am stärksten die Bestrebung verfolgt, eine kollektive europäische Identität zu verbreiten und auf diese Weise versucht, eine europäische Integration voranzutreiben.

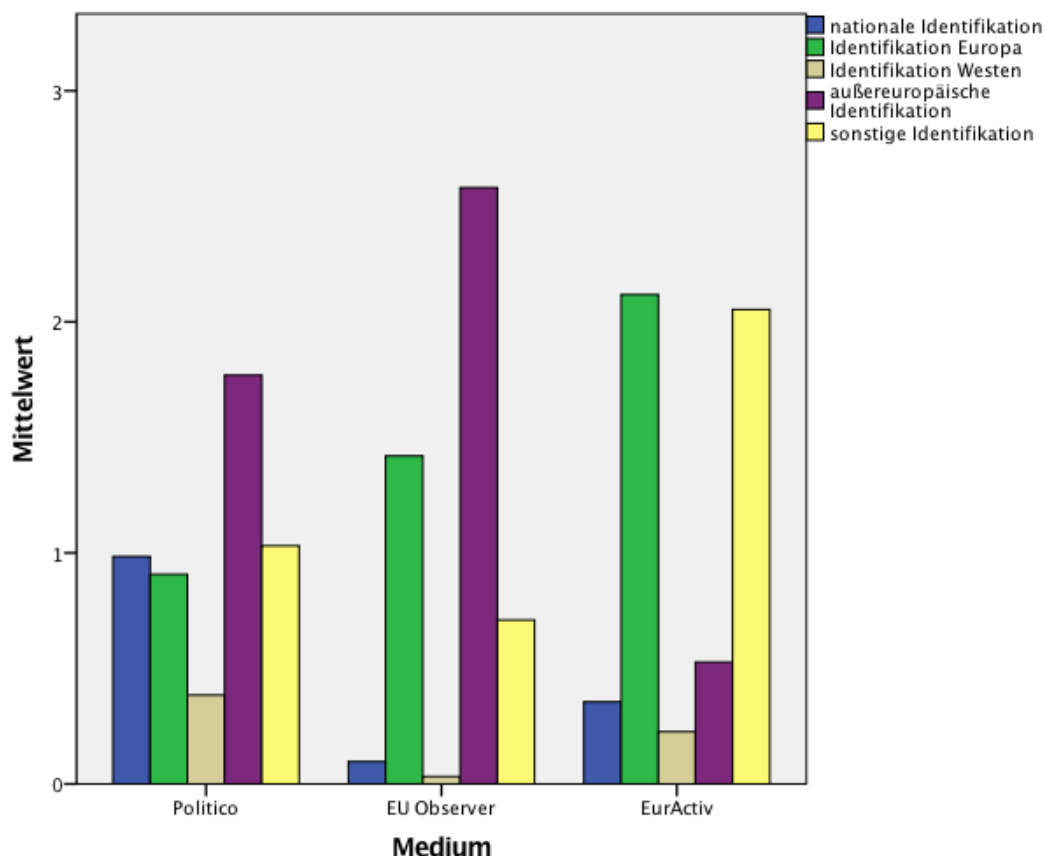


Abbildung 32: *Verwendete Identifikationen nach Medien*

In dieser Untersuchungsdimension wurde auch die Perspektivität der Berichterstattung erfasst. Abbildung 33 zeigt, dass 47,4 Prozent der untersuchten Artikel aus einer europäischen Perspektive verfasst sind. Sie ist also mit Abstand die häufigste Perspektive, die in Bezug auf Meinungsartikel eingenommen wird. Eine globale Perspektive wird bei 19,5 Prozent der Fälle verwendet, eine westliche bei 13,2 Prozent und lediglich 12,1 Prozent greifen auf eine nationalstaatliche Perspektive der EU-Mitgliedstaaten zurück. Die untersuchten paneuropäischen Medien berichten überwiegend aus einer europäischen Perspektive.

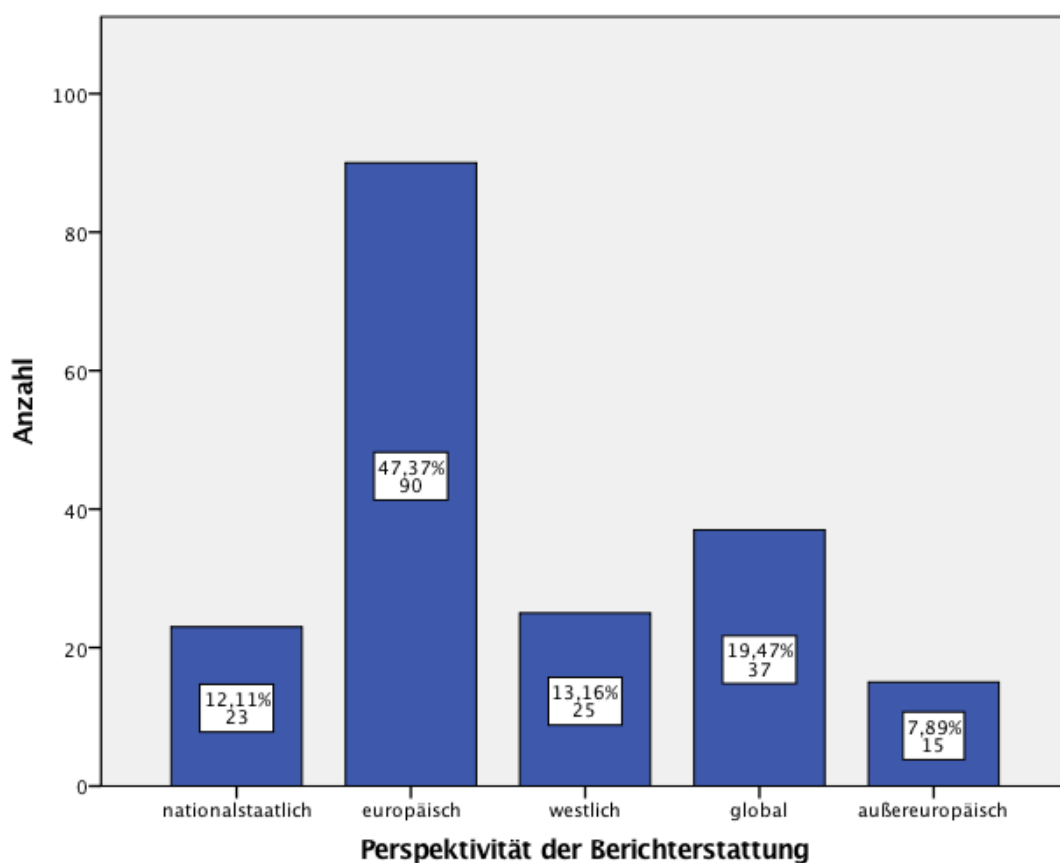


Abbildung 33: *Perspektivität der Berichterstattung*

In Abbildung 34 ist die Perspektivität der Berichterstattung nach Medien zu sehen. Bei Politico zeigt sich ein sehr ausgewogenes Bild. Die Werte aller Perspektiven liegen nah beieinander. Bei den beiden anderen Medien zeigt sich ein anderes Bild. Der EU Observer berichtet mit 70,97 Prozent hauptsächlich aus einer europäischen Perspektive. Dieser Trend ist ebenfalls, wenn auch abgeschwächt, bei EurActiv mit 55,32 Prozent zu verzeichnen. Es zeigt sich also, dass Politico seltener eine europäische Perspektive einnimmt als die beiden anderen untersuchten Medien, was unter anderem daran liegen kann, dass das Medium als Joint Venture eines US-amerikanischen und eines europäischen Unternehmens einem höheren Grad an Internationalisierung unterliegt.

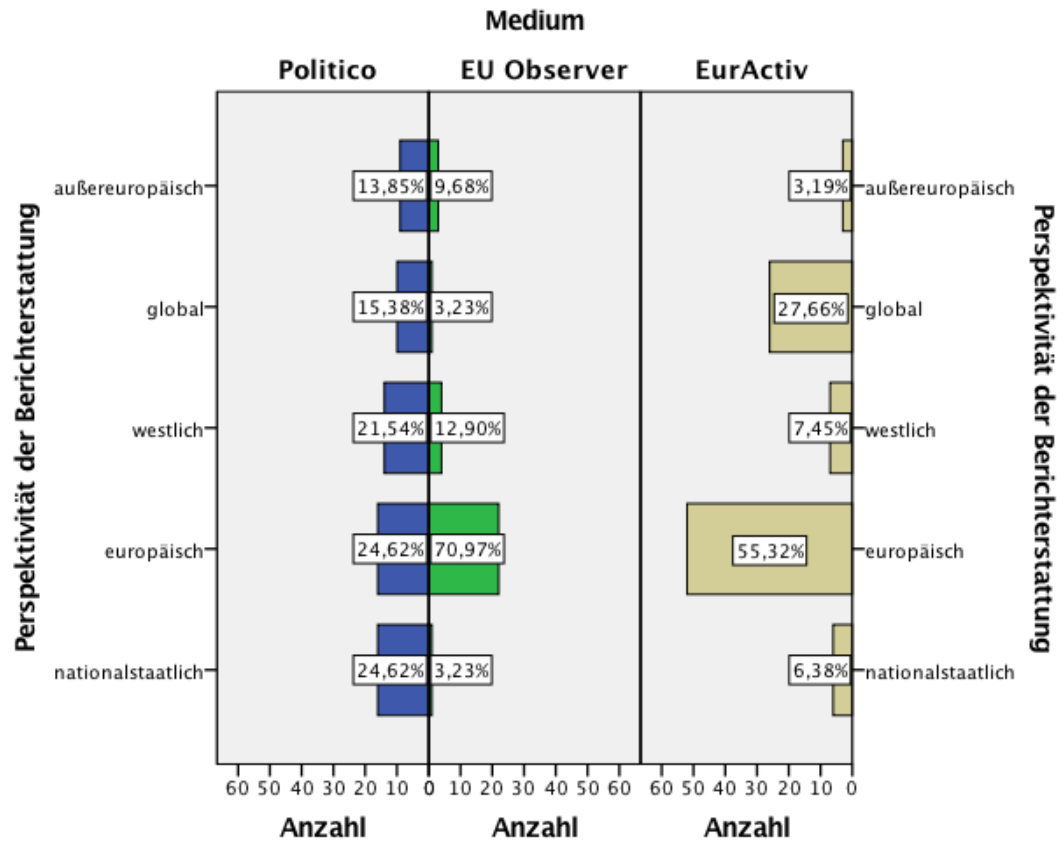


Abbildung 34: Perspektivität der Berichterstattung nach Medien

8.3.2 Hypothesentests

Um Hypothese 8 zu testen, wurde die Korrelation zwischen den Variablen Identifikation Europa und nationale Identifikation nach Spearman ermittelt.

			Identifikation Europa	nationale Identifikation
Spearman-Rho	Identifikation Europa	Korrelationskoeffizient	1,000	,031
		Sig. (2-seitig)	.	,668
		N	190	190
	nationale Identifikation	Korrelationskoeffizient	,031	1,000
		Sig. (2-seitig)	,668	.
		N	190	190

Abbildung 35: Korrelation zwischen nationaler und europäischer Identifikation

Abbildung 34 belegt, dass die sehr geringe positive Korrelation mit $p > 0,05$ nicht statistisch signifikant ist und deshalb die Nullhypothese nicht abgelehnt werden kann. Es besteht kein signifikanter Zusammenhang zwischen den beiden Variablen. Hypothese 8, die besagt, dass tendenziell weniger eine nationale Identifikation attribuiert wird, wenn paneuropäische Medien eine kollektive europäische Identität attribuieren, muss verworfen werden.

Ein statistisch signifikanter negativer Zusammenhang auf dem Niveau $p < 0,05$ konnte bei der Korrelation der Variablen Identifikation Europa und außereuropäische Identifikation festgestellt werden. Abbildung 36 zeigt die Ergebnisse der Korrelation nach Spearman.

			Identifikation Europa	außereuropäische Identifikation
Spearman-Rho	Identifikation Europa	Korrelationskoeffizient	1,000	-,156*
		Sig. (2-seitig)	.	,033
		N	190	189
	außereuropäische Identifikation	Korrelationskoeffizient	-,156*	1,000
		Sig. (2-seitig)	,033	.
		N	189	189

*. Die Korrelation ist auf dem 0,05 Niveau signifikant (zweiseitig).

Abbildung 36: Korrelation europäischer und außereuropäischer Identifikation

Hypothese 9 kann akzeptiert und die Nullhypothese verworfen werden. Werden europäische Identifikationen vorgenommen, dann werden tendenziell weniger außereuropäische Identifikationen vorgenommen.

Hypothese 10, dass paneuropäische Medien überwiegend aus einer europäischen Perspektive berichten, wurde mittels eindimensionalen Chi²-Test geprüft. Abbildung 37 zeigt die Häufigkeiten der Perspektivität der Berichterstattung.

	Beobachtetes N	Erwartete Anzahl	Residuum
nationalstaatlich	23	38,0	-15,0
europäisch	90	38,0	52,0
westlich	25	38,0	-13,0
global	37	38,0	-1,0
außereuropäisch	15	38,0	-23,0
Gesamt	190		

Abbildung 37: Häufigkeiten der Perspektivität der Berichterstattung

90 der 190 untersuchten Artikel berichten aus einer europäischen Perspektive, das sind 47,4 Prozent aller Fälle. Eine europäische Perspektive wird also am häufigsten verwendet.

	Perspektivität der Berichterstattung
Chi-Quadrat	95,474 ^a
df	4
Asymptotische Signifikanz	,000

a. Bei 0 Zellen (0,0 Prozent) werden weniger als fünf Häufigkeiten erwartet. Die kleinste erwartete Zellenhäufigkeit ist 38,0.

Abbildung 38: Ergebnisse des eindimensionalen Chi²-Tests für die Perspektivität der Berichterstattung.

Das Ergebnis des Chi²-Tests ist auf dem Niveau $p < 0,001$ statistisch signifikant und die Nullhypothese, dass alle Perspektiven gleich oft eingenommen werden, kann verworfen werden. Hypothese 10 kann beibehalten werden. Paneuropäische Medien verwenden am häufigsten eine europäische Perspektive bei Meinungsartikeln.

Für die Prüfung der Hypothesen 11 und 12 wurde eine Kreuztabelle erstellt, um den Zusammenhang von Thematisierung und Perspektivität zu veranschaulichen. Dazu wurde die Variable Thematisierung transformiert und die Ausprägungen zusammengefasst zu: EU-Nationalstaaten, Europäische Union und sonstige. Die zweite Variable Perspektivität wurde ebenfalls transformiert und auf drei Ausprägungen reduziert. Die zusammengefasste Variable Thematisierung definiert als unabhängige Variable die Spalten und die abhängige Variable Perspektivität die Zeilen.

			Thematisierung			Gesamt
			EU-Mitgliedstaaten	Europäische Union	Sonstige	
Perspektivität der Berichterstattung	nationalstaatlich	Anzahl % innerhalb von Thematisierung	19 65,5%	3 3,4%	1 1,4%	23 12,1%
	europäisch	Anzahl % innerhalb von Thematisierung	8 27,6%	69 79,3%	13 17,6%	90 47,4%
	sonstige	Anzahl % innerhalb von Thematisierung	2 6,9%	15 17,2%	60 81,1%	77 40,5%
Gesamt		Anzahl % innerhalb von Thematisierung	29 100,0%	87 100,0%	74 100%	190 100,0%

Abbildung 39: Kreuztabelle der Variablen Thematisierung und Perspektivität

Wie in Abbildung 39 abzulesen ist, verwenden in 79,3 Prozent der untersuchten Fälle die Medien eine europäische Perspektive, wenn die EU thematisiert wird. Werden die EU-Mitgliedstaaten thematisiert, so wird in 65,5 Prozent der Fälle aus einer nationalstaatlichen und in 27,6 Prozent der Fälle aus einer europäischen Perspektive berichtet. Es werden also häufiger die Nationalstaaten in der EU aus einer europäischen Perspektive betrachtet als umgekehrt, was als Hinweis auf die Bestrebung der untersuchten Medien gewertet werden kann, eine europäische Betrachtungsweise zu verbreiten und damit einen Beitrag zur Integration Europas zu leisten.

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	165,573 ^a	4	,000
Likelihood-Quotient	139,434	4	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	96,605	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle	190		

a. 1 Zellen (11,1Prozent) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 3,51.

Abbildung 40: Chi²-Test

Der Chi²-Test belegt, dass ein statistisch signifikanter Zusammenhang zwischen beiden Variablen auf dem Niveau $p < 0,001$ besteht. Somit lassen sich die Hypothesen 11 und 12 bestätigen. Wenn die EU thematisiert wird, wird überwiegend aus einer europäischen Perspektive berichtet. Wenn die Mitgliedstaaten der EU thematisiert werden, wird überwiegend aus einer nationalstaatlichen Perspektive berichtet, wenngleich bei knapp ein Drittel der Fälle eine europäische Perspektive verwendet wird.

8.4 Dimension Einstellung und Gesinnung

8.4.1 Deskriptive Statistik

Im Rahmen dieser Untersuchungsdimension wurde die Einstellung und Gesinnung der AutorInnen zur europäischen Idee, zu den EU-Institutionen und den nationalen Regierungen der EU-Mitgliedstaaten codiert.

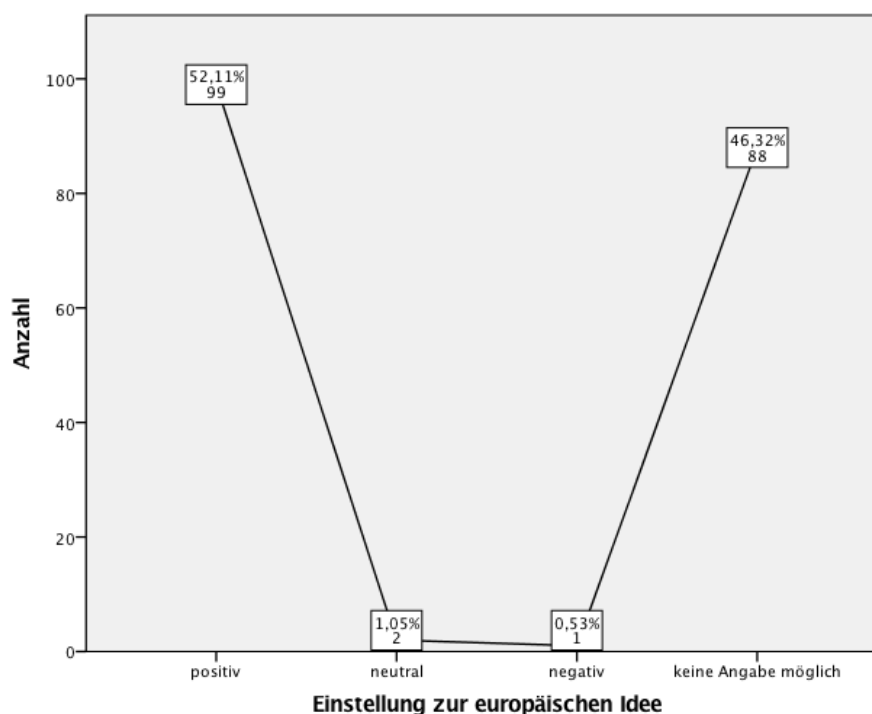


Abbildung 41: Einstellung der AutorInnen zur europäischen Idee

In Abbildung 41 sind die Einstellungen der AutorInnen gegenüber der europäischen Idee abgebildet. Mit 52,11 Prozent äußern sich die AutorInnen überwiegend positiv zur europäischen Idee. Bei 46,32 Prozent der Artikel konnte die Einstellung der AutorInnen nicht festgestellt werden. Lediglich in einem Artikel wurde sich negativ zur europäischen Idee geäußert.

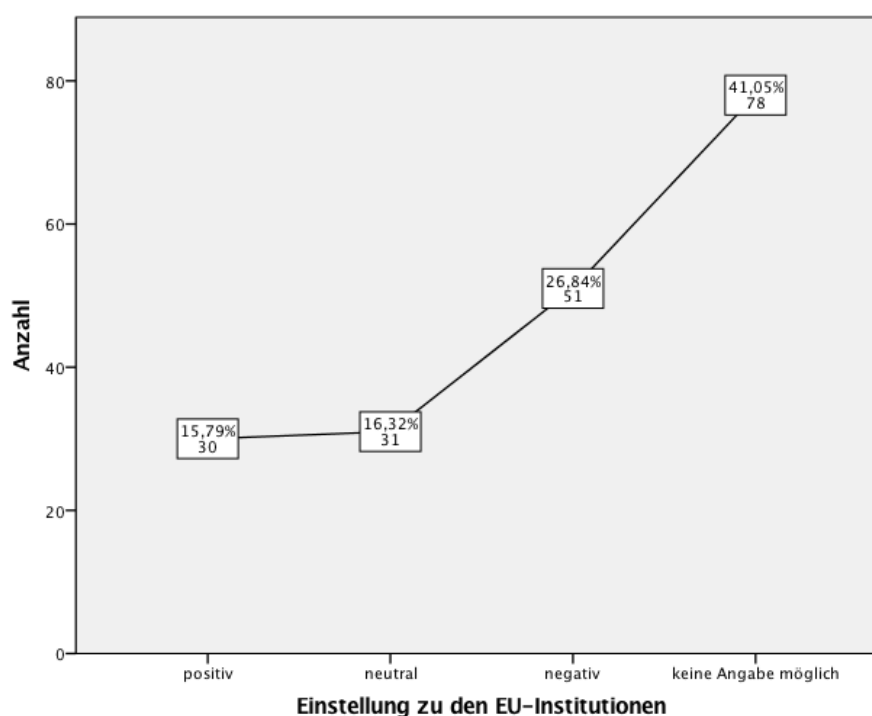


Abbildung 42: Einstellung der AutorInnen zu den EU-Institutionen

Ein anderes Bild zeigt sich bei den Einstellungen zu den EU-Institutionen in Abbildung 42. Zwar sind in 15,79 Prozent der Artikel positive Äußerungen zu den EU-Institutionen zu verzeichnen, jedoch überwiegt bei 26 Prozent der untersuchten Artikel eine kritische Haltung gegenüber den Institutionen der EU. Bei insgesamt 41,05 Prozent der Artikel konnte keine Angabe zu der Einstellung der AutorInnen gegenüber den Institutionen der Union eingetragen werden. 16,32 Prozent der AutorInnen nehmen eine neutrale oder ambivalente Einstellung zu den EU-Institutionen ein.

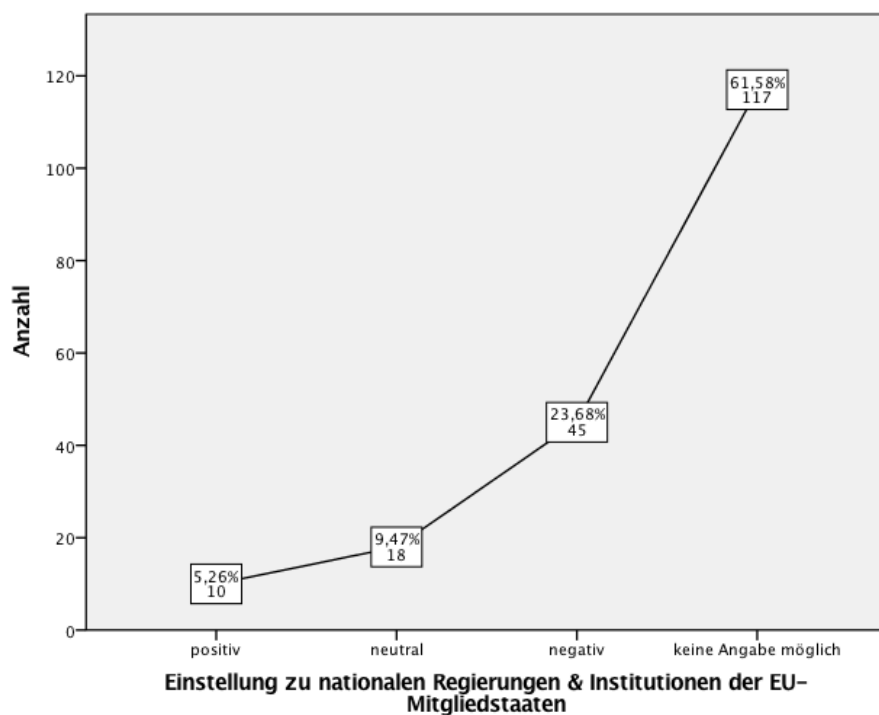


Abbildung 43: Einstellung der AutorInnen zu den nationalen Regierungen der EU-Mitgliedstaaten

Bei einem Großteil der Artikel (61,58 Prozent) konnte die Einstellung der AutorInnen zu den nationalen Regierungen der EU-Mitgliedstaaten nicht codiert werden. Abgesehen davon ist auffällig, dass die AutorInnen überwiegend negativ (23,68 Prozent) zu den nationalen Regierungen eingestellt sind und nur ein sehr kleiner Teil sich positiv über sie äußert (5,26 Prozent).

Vernachlässigt man die Artikel, bei denen keine Angabe zur Einstellung des Autors gemacht werden konnte, kann gesagt werden, dass die AutorInnen sich positiv zur europäischen Idee äußern, jedoch sowohl die EU-Institutionen als auch die nationalen Regierungen und Institutionen der EU-Mitgliedstaaten tendenziell kritisch bewerten.

8.4.2 Hypothesentests

Gemäß Hypothese 13 sind AutorInnen überwiegend positiv zur europäischen Idee eingestellt. Überprüft wird diese Hypothese, wie auch die Hypothesen 14 und 15, mit einem eindimensionalen Chi²-Test, da alle drei untersuchten Variablen ordinal skaliert sind. Die Häufigkeiten zu den Einstellungen der AutorInnen zur europäischen Idee sind nochmals in Abbildung 44 dargestellt.

	Beobachtetes N	Erwartete Anzahl	Residuum
positiv	99	47,5	51,5
neutral	2	47,5	-45,5
negativ	1	47,5	-46,5
keine Angabe möglich	88	47,5	40,5
Gesamt	190		

Abbildung 44: Häufigkeiten zur Variable Einstellung zur europäischen Idee

Die Ausprägung „keine Angabe“ ist zu vernachlässigen. Folgt man dieser Annahme, ergibt sich ein klareres Bild: Eine überwältigende Mehrheit der Artikel weisen eine positive Einstellung (99) zur europäischen Idee auf. Bei zwei Artikeln konnte eine neutrale und bei einem Artikel eine negative Haltung festgestellt werden.

	Einstellung zur europ. Idee
Chi-Quadrat	179,474 ^a
df	3
Asymptotische Signifikanz	,000

a. Bei 0 Zellen (0,0 Prozent) werden weniger als 5 Häufigkeiten erwartet. Die kleinste erwartete Zellenhäufigkeit ist 47,5.

Abbildung 45: Eindimensionaler Chi²-Test zur Variable Einstellung zur europäischen Idee

Der eindimensionalen Chi²-Test ergibt eine Signifikanz auf dem Niveau $p < 0,001$. Folglich kann die Nullhypothese, dass die Ausprägungen der Variable gleich verteilt sind, verworfen werden. Hypothese 13 wird akzeptiert. Die AutorInnen sind überwiegend positiv zur europäischen Idee eingestellt.

Hypothese 14 besagt, dass die AutorInnen überwiegend negativ bzw. kritisch zu den EU-Institutionen eingestellt sind. Die Häufigkeiten der Variable Einstellung zu den EU-Institutionen sind in nachstehender Abbildung zu sehen.

	Beobachtetes N	Erwartete Anzahl	Residuum
positiv	30	47,5	-17,5
neutral	31	47,5	-16,5
negativ	51	47,5	3,5
keine Angabe möglich	78	47,5	30,5
Gesamt	190		

Abbildung 46: Häufigkeiten zu Einstellung zu EU-Institutionen

Wird auch hier die Ausprägung „keine Angabe“ vernachlässigt, kann gefolgert werden, dass mit 51 Fällen die meisten Artikel sich negativ oder kritisch zu den EU-Institutionen beziehen. Nur 30 Artikel respektive 31 beziehen sich positiv bzw. neutral auf sie.

Auch in Bezug auf Hypothese 15, die davon ausgeht, dass sich Artikel negativ bzw. kritisch zu den nationalen Regierungen und Institutionen der EU-Mitgliedstaaten äußern, zeigt sich ein ähnliches Bild. Die Ergebnisse der Auswertung der Häufigkeiten sind in Abbildung 47 zu sehen.

	Beobachtetes N	Erwartete Anzahl	Residuum
positiv	10	47,5	-37,5
neutral	18	47,5	-29,5
negativ	45	47,5	-2,5
keine Angabe möglich	117	47,5	69,5
Gesamt	190		

Abbildung 47: Häufigkeiten der Variable Einstellung zu nationalen Regierungen und Institutionen

45 Artikel weisen eine negative, 18 eine neutrale und nur 10 eine positive Einstellung gegenüber den nationalen Regierungen und Institutionen der EU-Mitgliedstaaten auf. Auch hier zeigt sich eine Tendenz der AutorInnen, die nationalen Regierungen und Institutionen eher negativ zu beurteilen.

	Einstellung zu EU-Inst.	Einstellung zu nat. Rg. & Inst.
Chi-Quadrat	32,021 ^a	149,747 ^a
df	3	3
Asymptotische Signifikanz	,000	,000

a. Bei 0 Zellen (0,0 Prozent) werden weniger als 5 Häufigkeiten erwartet. Die kleinste erwartete Zellenhäufigkeit ist 47,5.

Abbildung 48: Ergebnisse der eindimensionalen χ^2 -Tests zu Einstellung zu EU-Institutionen und Einstellung zu nationalen Regierungen und Institutionen

Der eindimensionale χ^2 -Test für beide Variablen ist auf dem Niveau $p < 0,001$ statistisch signifikant. Somit können die Nullhypothesen, dass eine gleichmäßige Verteilung vorliegt, verworfen werden. Hypothesen 14 und 15 werden aufgrund der dargestellten Ergebnisse angenommen.

8.5 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Wie die Auswertung der erhobenen Daten gezeigt hat, ist die Berichterstattung in den Meinungsartikeln paneuropäischer Medien deutlich europäisiert. Diese Europäisierung zeigt sich sowohl bei der Thematisierung – 61,05 Prozent der Artikel befassen sich mit Themen relevant für die EU und ihre Mitgliedstaaten – als auch in den Länderreferenzen (insgesamt 61 Prozent der Referenzen richten sich auf die EU und die EU-Mitgliedstaaten) und im Hinblick auf Referenzen auf Institutionen und Akteure (60 Prozent dieser Referenzen verweisen auf die EU-Institutionen und die nationalen Institutionen der EU-Mitgliedstaaten). Die Beurteilung der Europäisierung der Berichterstattung anhand des Modells einer differenzierten Europäisierung nach Wessler et al. ergibt ein gemischtes Ergebnis. Im Hinblick auf die Thematisierung ist ein deutlicher Trend zu einer vertikalen Europäisierung zu erkennen, denn es werden deutlich mehr Themen mit Relevanz für die EU (45,79 Prozent) als für die EU-Mitgliedstaaten

(15,26 Prozent) zum Gegenstand der Berichterstattung. Dieser Trend bestätigt sich bei der Betrachtung der Länderreferenzen, wenn auch nicht so gravierend. Es werden mehr Referenzen auf die EU (38 Prozent) gemacht als auf die EU-Mitgliedstaaten (23 Prozent). Bei den Referenzen auf Institutionen und Akteure zeigt sich jedoch ein umgekehrtes Bild. Mit 36 Prozent werden die meisten Referenzen auf Institutionen und Akteure der EU-Mitgliedstaaten gemacht, wohingegen nur 24 Prozent der Referenzen den EU-Institutionen und ihren Akteuren gelten. Die Berichterstattung schenkt also in diesem Sinne der Beobachtung der nationalen Institutionen und Akteure mehr Aufmerksamkeit. Hier zeigt sich eine stärkere horizontale Europäisierung. Zusammenfassend kann in Bezug auf die erste Untersuchungsdimension von einer „Comprehensive Europeanization“ der Berichterstattung paneuropäischer Medien in Anlehnung an Wessler et al. ausgegangen werden.²⁷⁶ Die Ergebnisse einer Studie von Anke Offerhaus, Anne Mollen und Andreas Hepp, die im Rahmen des bereits angesprochenen Forschungsprojekts „Staatlichkeit im Wandel“ entstanden ist, weisen außerdem auf Unterschiede zwischen der Berichterstattung nationaler und paneuropäischer Medien hin. Die inhaltsanalytische Untersuchung von Regionalzeitungen in Europa hat ergeben, dass 19 Prozent der Referenzen auf politische Institutionen auf EU-Institutionen zurückgehen.²⁷⁷ Bei den hier untersuchten paneuropäischen Medien liegt dieser Wert bei 24 Prozent, was ein Hinweis darauf ist, dass über EU-Institutionen mehr berichtet wird als in Regionalzeitungen.

Die Untersuchung der Diskursivität hat ergeben, dass etwas mehr als die Hälfte der diskursiven Bezugnahmen in paneuropäischen Medien auf Akteure aus der EU (55 Prozent) zurückgehen. Jedoch liegen die diskursiven Bezugnahmen zu nationalen Akteuren der EU-Mitgliedstaaten viermal so hoch wie zu EU-Akteuren. Es zeigt sich, dass nationalen Akteuren nach wie vor mehr Aufmerksamkeit zugestanden wird als den EU-Akteuren. Offerhaus, Mollen und Hepp haben festgestellt, dass nur fünf Prozent der Bezugnahmen bei Regionalzeitungen auf EU-Sprecher zurück zu führen sind.²⁷⁸ Bei paneuropäischen Medien ist dieser Wert jedoch mit elf Prozent mehr als doppelt so hoch.

²⁷⁶ Vgl. Wessler et al. (2008): S. 56 f.

²⁷⁷ Vgl. Offerhaus; Mollen; Hepp (2014): S. 19.

²⁷⁸ Vgl. Offerhaus; Mollen; Hepp (2014): S. 25.

Den Äußerungen nationaler Akteure wird offenbar dennoch mehr Bedeutung eingeräumt. Dieser Umstand wird auch durch die bereits präsentierten Ergebnisse der Referenzen auf Institutionen und Akteure belegt. Nationale Institutionen und Akteure spielen eine wichtige Rolle im Gefüge der EU und das wirkt sich offensichtlich auch auf die Berichterstattung der untersuchten Medien aus. Es hat sich aber auch gezeigt, dass sich Diskurse in Artikeln, die Themen europäischer Relevanz behandeln, auf Akteure aus der EU (sowohl nationale als auch EU-Akteure) fokussieren.

Im Rahmen der dritten Untersuchungsdimension wurden die „Wir“-Bezüge in paneuropäischen Medien behandelt. Wie die Auswertung gezeigt hat, wurde am häufigsten eine kollektive europäische Identität verwendet. Europäische Identifikationen wurden gar dreimal so oft vorgenommen wie nationale. Identifikationen als EuropäerInnen liegen in Regionalzeitungen bei fünf Prozent der gesamten Referenzen auf kollektive Identitäten.²⁷⁹ In paneuropäischen Medien macht eine kollektive europäische Identifikation jedoch mit 31 Prozent einen deutlich größeren Teil der Identifikationen aus. Ein Publikum, dass sich selbst als Europäerinnen und Europäer versteht, liegt ganz im Interesse der untersuchten Medien. Eine kollektive Identifikation als EuropäerInnen macht es auch für die Medien leichter, das Publikum zu adressieren und befindet sich im Einklang mit der redaktionellen Ausrichtung. Im Zusammenhang damit steht die Perspektivität der Berichterstattung. 47,4 Prozent der untersuchten Artikel berichten aus einer europäischen Perspektive, sie ist damit die am häufigsten verwendete Perspektive der Untersuchung. Es hat sich außerdem gezeigt, dass mit großer Mehrheit eine europäische Perspektive eingenommen wird, wenn europäische Themen diskutiert werden (79,3 Prozent). Werden Themen mit Relevanz für die EU-Mitgliedstaaten thematisiert, wird immerhin noch in 27,6 Prozent der Fälle eine europäische Perspektive gewählt. Themen europäischer Relevanz werden also so gut wie gar nicht aus einer nationalstaatlichen Perspektive (3,4 Prozent) betrachtet, nationale Themen hingegen deutlich häufiger aus einer europäischen.

In Bezug auf die AutorInneneinstellung wurde festgestellt, dass sich großteils positiv zur europäischen Idee geäußert wird. Die nationalen Regierungen und

²⁷⁹ Offerhaus; Mollen; Hepp (2014): S. 27.

Institutionen sowie die EU-Institutionen werden jedoch eher kritisch betrachtet. Die AutorInnen scheinen also gegenüber der Idee eines vereinten Europas durchaus positiv gestimmt. Sie sind aber mit den aktuellen Umständen und der Art und Weise wie die Union geführt wird, wie die nationalen Regierungen Einfluss nehmen, unzufrieden.

Zwischen den untersuchten Medien konnten einige auffällige Unterschiede ausgemacht werden. Politico thematisiert am stärksten die EU-Mitgliedstaaten, wohingegen sich die beiden anderen Medien viel mehr mit Themen auseinandersetzen, die für die EU relevant sind. Dieser Umstand zeichnet sich auch bei den diskursiven Bezugnahmen ab: Politico macht mit Abstand am meisten diskursive Referenzen auf nationale Akteure der EU-Mitgliedstaaten im Vergleich zu EurActiv und dem EU Observer. Gleiches gilt bei den nationalen Identifikationen. Der EU Observer und vor allem EurActiv nehmen im Durchschnitt deutlich öfter als Politico, eine kollektive europäische Identifikation in Anspruch.

9. Fazit

Die Entwicklung einer transnationalen bzw. europäischen Öffentlichkeit ist von großer Bedeutung für die politische Integration der EU. Es ist deshalb kaum verwunderlich, dass es bereits viele Forschungsbemühungen in diesem Bereich gibt. Jedoch fokussieren sich die Forschungsansätze fast ausschließlich auf die Transnationalisierung nationaler Öffentlichkeiten; meist wurde die Europäisierung der Berichterstattung nationaler Medien untersucht. Die Beschränkung auf diesen Ansatz, wie im Kapitel zum Forschungsstand beschrieben, wird jedoch mittlerweile kritisiert, denn eine Antwort auf die Frage, wie eine europäische Öffentlichkeit beschaffen ist und welche Ausprägungen sie annehmen kann, gibt es nicht. Die Untersuchung paneuropäischer Medien ist dementsprechend ein logischer Schritt, denn sie können, wie Brüggemann und Schulz-Forberg es beschreiben, als „amplifier“, also als Verstärker bzw. als ein zentraler Pfeiler einer sich unter Umständen konstituierenden europäischen Öffentlichkeit verstanden werden.²⁸⁰ Damit ist natürlich nicht beantwortet, ob eine europäische Öffentlichkeit schon in Ansätzen besteht bzw. sich

²⁸⁰ Brüggemann; Schulz-Forberg (2009): S. 695.

herausbilden kann. Dennoch wurde sich versprochen, mit der Untersuchung dieses Typus von Medien Erkenntnisse zu erlangen, die Rückschlüsse auf eine europäische Öffentlichkeit zulassen. Die Grundannahme dieser Arbeit lautet dementsprechend: Wenn paneuropäische Medien die grundlegenden Funktionen von Öffentlichkeit in Bezug auf die EU erfüllen, dann kann zumindest davon ausgegangen werden, dass die Möglichkeit besteht, dass sich eine europäische Öffentlichkeit entwickeln kann. Dabei darf natürlich nicht der Fehler begangen werden, die theoretisch abgeleiteten Funktionen in vollem Maße auf einzelne Medien zu übertragen, denn Medien decken, wie dargestellt, nur eine Ebene von Öffentlichkeit ab, die Medienöffentlichkeit, wenngleich sie als Grundvoraussetzung zur Herstellung von Öffentlichkeit in modernen Gesellschaften gilt. Dennoch wurden die drei zentralen Funktionen von Öffentlichkeit – Deliberation, Legitimation und Integration – als Indikatoren für die Untersuchung herangezogen. Die vorliegende Arbeit ist der erste Versuch einer inhaltsanalytischen Untersuchung von paneuropäischen Medien, somit schließt sie eine Forschungslücke. Vergleichsdaten liegen folglich aber nicht vor.

Wie die Auswertung der erhobenen Daten gezeigt hat, ist Europa, wie zu erwarten war, ein wichtiges Thema in den paneuropäischen Medien. Die Mehrheit der Meinungsartikel setzen sich mit Themen auseinander, die für die EU und die Mitgliedstaaten relevant sind. Außerdem wurden mehr Referenzen auf die EU, die EU-Mitgliedstaaten und deren Akteure und Institutionen gemessen als auf nichteuropäische Länder, Institutionen und Akteure. Der EU als Ganzes wird mehr Aufmerksamkeit gewidmet als den Mitgliedstaaten, jedoch werden mehr Referenzen auf nationale Institutionen und Akteure gemacht als auf die europäischen. Es kann also davon ausgegangen werden, dass die überwiegende Behandlung europäischer Themen und die mehrheitlichen Referenzen auf Akteure und Institutionen aus der EU dazu beiträgt, die europäische Bürgerschaft über den politischen Prozess in Europa und den Mitgliedstaaten zu informieren und somit einen wichtigen Beitrag dazu leisten, politische Entscheidungen zu legitimieren. Dieser Punkt wird dadurch verstärkt, dass sich die AutorInnen auch kritisch mit den Institutionen der EU und der EU-Mitgliedstaaten auseinandersetzen. Es konnten mehr negative bzw. kritische Einstellungen gegenüber den Institutionen festgestellt werden als positive. Geht man

davon aus, dass AutorInnen Kritik üben, wenn sie negativ bzw. kritisch gegenüber Institutionen eingestellt sind, so kann dieser Umstand zu Empörung und Kritik unter den europäischen BürgerInnen führen und schlussendlich zu einer erhöhten Aufmerksamkeit für bestimmte Themen. Somit wäre es denkbar, dass sich der Aggregatzustand der Öffentlichkeit verändert: Durch akkumulierte Aufmerksamkeit in Krisensituationen gerät die Öffentlichkeit in den Ausnahmezustand. Das politische System unterliegt einer genaueren Beobachtung, was dazu führen kann, dass sich diesen Themen aufgrund des öffentlichen Drucks auch auf Ebene der EU angenommen wird. Diese Annahmen sind zwar vorwiegend theoretisch und müssen dementsprechend kritisch betrachtet werden, dennoch ist es ein durchaus realistisches Szenario. Zu beachten ist jedoch, dass, wie im Kapitel zu den untersuchten Medien dargestellt, die Medien nur über eine begrenzte Reichweite verfügen und sich ihre Leserschaft bis jetzt eher auf eine europäische Elite beschränkt. Voraussetzung für einen Bedeutungszuwachs paneuropäischer Medien und implizit auch für eine europäische Öffentlichkeit ist, dass diese transnational verankerten Kommunikationsräume einen Zugang zu einer breiteren Masse europäischer BürgerInnen findet. Das hängt aber eben auch von einer weiteren europäischen Integration und der Entstehung einer europäischen kollektiven Identität ab, denn nur so können die Vorzüge national ausgerichteter Medien überwunden werden und Anreize geschaffen werden, dass sich EU-BürgerInnen für paneuropäische Medien interessieren.

Die Meinungsartikel paneuropäischer Medien werden nicht nur von Journalisten der Redaktionen verfasst, sondern von einer Vielzahl unterschiedlicher europäischer und nichteuropäischer Akteure, was sich in einem diversen Ergebnis bei der Untersuchung der verwendeten „Wir“-Bezüge und Identifikationen zeigt. Dennoch konnte festgestellt werden, dass eine europäische Identifikation deutlich einer nationalstaatlichen Identifikation der EU-Mitgliedstaaten vorgezogen wird. Dieser Umstand ist als Hinweis darauf zu bewerten, dass die paneuropäischen Medien sehr wohl bestrebt sind zu einer europäischen Integration beizutragen und somit zur Entstehung einer kollektiven europäischen Identität. Das zeigt sich auch daran, dass viel häufiger eine europäische Perspektive gewählt wurde als etwa eine nationalstaatliche. Berichterstattung aus einer europäischen Perspektive bedeutet implizit auch, dass Gemeinsames

betont wird. Zur europäischen Idee wird mehrheitlich eine positive Haltung eingenommen. Damit ist verbunden, dass die AutorInnen ein geeintes Europa und die Werte, die innerhalb der Union vertreten werden, befürworten. Aus den Ergebnissen kann geschlossen werden, dass paneuropäische Medien einem europäischen Integrationsprozess gegenüber eher positiv gestimmt sind und versuchen, eine europäische Identität zu fördern. Da häufiger eine europäische kollektive Identifikation als eine nationale Identifikation in Anschlag gebracht wird, kann geschlussfolgert werden, dass die Medien durchaus eine Integrationsfunktion in Bezug auf die EU erfüllen.

Die Messung der Deliberationsfunktion bzw. von Diskursen in paneuropäischen Medien hat sich als am schwierigsten herausgestellt. Diskursive Bezugnahmen in paneuropäischen Medien werden als Hinweis auf Deliberationsprozesse gewertet. Insgesamt konnte festgestellt werden, dass die diskursiven Bezugnahmen mehrheitlich auf Akteure aus der EU konzentriert sind. Dennoch wurde auch deutlich, dass den nationalen Akteuren mehr Aufmerksamkeit geschenkt wird als etwa europäischen. Dieser Befund relativiert sich natürlich dadurch, dass es eine viel größere Zahl nationaler Akteure aus den EU-Mitgliedstaaten gibt. Dennoch, so belegen auch die Referenzen auf Institutionen und Akteure, haben nationale Akteure ein größeres Gewicht in den Meinungsartikeln als europäische Akteure. Das spiegelt die nach wie vor zentrale Bedeutung nationaler Akteure auch auf der europäischen Ebene wider. Die diskursiven Bezugnahmen auf mehr nationale als europäische Akteure ist aber im Hinblick auf Deliberation nicht als negativ zu werten, denn gerade der Diskurs zwischen nationalen Akteuren unterschiedlicher Mitgliedstaaten kann zu einem europäischen Konsens führen. Es konnte gezeigt werden, dass sich die diskursiven Bezugnahmen auf Akteure aus der EU konzentrieren, wenn Themen europäischer Relevanz behandelt werden. Grundsätzlich kann gesagt werden, dass paneuropäische Medien durchaus eine Plattform für Diskurse bieten und dass Bezugnahmen auf Akteure aus der EU vorgezogen werden, wenn Themen europäischer Relevanz diskutiert werden. Somit kann zumindest eingeschränkt bestätigt werden, dass paneuropäische Medien auch eine deliberative Funktion erfüllen.

Die Frage nach der Existenz einer europäischen Öffentlichkeit kann, wie erwartet, nicht endgültig beantwortet werden. Es kann aber zusammenfassend

gesagt werden, dass paneuropäischen Medien in Zukunft eine wichtige Rolle bei der Konstituierung einer transnationalen Öffentlichkeit in Europa und dem europäischen Integrationsprozess spielen können. Sie erfüllen zumindest ansatzweise die grundlegenden Funktionen von Öffentlichkeit. Durch die Thematisierung der EU und den Institutionen tragen sie zur Legitimation politischer Vorgänge und Entscheidungen gegenüber den BürgerInnen der EU bei. Außerdem berichten sie überwiegend aus einer europäischen Perspektive und nehmen häufiger eine kollektive europäische Identifikation vor als nationale. Sie leisten somit einen Beitrag zur Integration Europas. Zusätzlich stellen sie eine Plattform für Diskurse und Deliberationsvorgänge in der EU dar und schenken Akteuren der EU und nationalen Akteuren aus den EU-Mitgliedstaaten mehr Aufmerksamkeit bei Themen europäischer Relevanz als anderen. Die Möglichkeit, dass sich eine europäische Öffentlichkeit entwickeln kann, kann damit nicht widerlegt werden. Paneuropäische Medien spielen aber nach wie vor im Vergleich zu nationalen Medien nur eine untergeordnete Rolle. Nur wenn sie es schaffen, nicht mehr nur als Medien einer Elite zu gelten und das Publikum in der europäischen Bürgerschaft wächst, können sie auch tatsächlich ihrer Rolle als „amplifier“ einer europäischen Öffentlichkeit gerecht werden. In dieser Hinsicht kann die Krise der Europäischen Union zu einer Chance werden, denn seit der Finanzkrise hat sich die Berichterstattung über die EU ausgeweitet; und den BürgerInnen ist deutlich geworden, dass Europa sie alle angeht. Vielleicht liegt gerade darin der Anfang einer wirklichen transnationalen, europäischen Öffentlichkeit.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Atteslander, Peter (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung. 13. Aufl. Berlin: Erich Schmidt Verlag.

Berelson, Bernard; Lazarsfeld, Paul Felix (1948): The Analysis of Communication Content. Chicago: University of Chicago.

Bevc, Tobias (2012): Politische Theorie. 2. Aufl. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

Brosius, Hans-Bernd; Haas, Alexander; Koschel, Friederike (2012): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. 6. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Brüggemann, Michael (2006): Segmentierte Europäisierung. Trends und Muster der Transnationalisierung von Öffentlichkeiten in Europa. In: Peters, Bernhard (2007): Der Sinn von Öffentlichkeit. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 298-321.

Brüggemann, Michael (2008): Europäische Öffentlichkeit durch Öffentlichkeitsarbeit? Die Informationspolitik der Europäischen Kommission. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Brüggemann, Michael et al. (2009): Transnationale Öffentlichkeit in Europa: Forschungsstand und Perspektiven. In: Publizistik. 2009, Nr. 54, S. 391-414.

Brüggemann, Michael; Schulz-Forberg, Hagen (2009): Becoming Pan-European? Transnational Media and the European Public Sphere. In: The International Communication Gazette. 2009, Nr. 71 (8), S. 693-712.

Eder, Klaus; Kantner, Cathleen (2000): Transnationale Resonanzstrukturen in Europa. Eine Kritik der Rede vom Öffentlichkeitsdefizit. In: Bach, Maurizio (Hrsg.) (2000): Die Europäisierung nationaler Gesellschaften. Sonderheft 40 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 277-305.

EU Observer (2016a): About Us. Internet: <https://euobserver.com/static/about>, abgerufen am 16. Juni 2016.

EU Observer (2016b): euobserver. Making sense of the EU. Mediakit. Internet: <https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/euobs-media/assets/mediakit.pdf>, abgerufen am 16. Juni 2016.

EurActiv (2016a): Advertising. Internet: http://www.euractiv.com/wp-content/uploads/sites/2/2016/02/EA_ADVERTISING_10112015_WEB_FINAL.pdf, abgerufen am 16. Juni 2016.

EurActiv (2016b): Editorial Mission. Internet: <http://www.euractiv.com/about-euractiv/editorial-mission/http://www.euractiv.com/about-euractiv/euractiv-com-plc/>, abgerufen am 16. Juni 2016.

EurActiv (2016c): EurActiv.com plc. Internet: <http://www.euractiv.com/about-euractiv/euractiv-com-plc/>, abgerufen am 16. Juni 2016.

EurActiv (2016d): Media Partners & Network. Internet: <http://www.euractiv.com/about-euractiv/media-partners-network/>, abgerufen am 16. Juni 2016.

Europäische Kommission (2014): Die Europäische Union erklärt. So funktioniert die Europäische Union. Ihr Wegweiser zu den EU-Institutionen. Luxemburg: Amt für Veröffentlichungen der Europäischen Union.

Europäische Union (2016): Die Geschichte der Europäischen Union. Internet: http://europa.eu/about-eu/eu-history/index_de.htm, abgerufen am 16. Juni 2016.

Ferree, Myra Marx et al. (2002): Four models of the public sphere in modern democracies. In: *Theory & Society*. 2002, Nr. 31, S. 289-324.

Franzius, Claudio (2004): Europäische Öffentlichkeit als Gegenstand der Europawissenschaften. In: Franzius, Claudio; Preuß, Ulrich K. (Hrsg.): *Europäische Öffentlichkeit*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, S. 1-21.

Früh, Werner (2011): *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. Konstanz: UVK-Medien.

Gerhards, Jürgen (1998a): Öffentlichkeit. In: Jarren, Otfried; Sarcinelli, Ulrich; Saxer, Ulrich (Hrsg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil*. 1. Aufl. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 268-274.

Gerhards, Jürgen (1998b): Öffentlichkeit. In: Jarren, Otfried; Sarcinelli, Ulrich; Saxer, Ulrich (Hrsg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil*. 1. Aufl. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 694-695.

Gerhards, Jürgen (2000): Europäisierung von Ökonomie und Politik und die Trägheit der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. In: Bach, Maurizio (Hrsg.) (2000): *Die Europäisierung nationaler Gesellschaften. Sonderheft 40 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 277-305.

Gerhards, Jürgen (2002): Das Öffentlichkeitsdefizit der EU im Horizont normative Öffentlichkeitstheorien. In: Kaelble, Hartmut; Kirsch, Martin; Schmidt-Gernig, Alexander (Hrsg.) (2002): *Transnationale Öffentlichkeiten und Identitäten im 20. Jahrhundert*. Frankfurt: Campus. S. 135-158. Internet: http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/gerhards_eu.pdf, abgerufen am 16. Juni 2016.

Gerhards, Jürgen; Neidhardt, Friedhelm (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung. Internet: <http://www.polsoz.fu-berlin.de/soziologie/arbeitsbereiche/makrosoziologie/mitarbeiter/lehrstuhlinhaber/dateien/GerhardsNeidhardt-1990.pdf>, abgerufen am 16. Juni 2016.

Habermas, Jürgen (1971): Vorbereitende Bemerkungen zu einer Theorie der kommunikativen Kompetenz. In: Habermas, Jürgen; Luhmann, Niklas (1971): Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie: Was leistet die Systemforschung? 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 101-141.

Habermas, Jürgen (1973): Kultur und Kritik: verstreute Aufsätze. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Habermas, Jürgen (1982): Theorie des kommunikativen Handelns. Bd. 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. 2. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Habermas, Jürgen (1998): Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. 5. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Habermas, Jürgen (2012): Ach, Europa. 4. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Hayes, Andrew F.; Krippendorff, Klaus (2007): Answering the Call for a Standard Reliability Measure for Coding Data. In: Communication Methods and Measures. 2007, Nr. 1, S. 77-89.

Hepp, Andreas (2015): Transnationalisierung von Öffentlichkeit am Beispiel der EU: Reaktionen der Bürger. Abschlussbericht 2015. Internet: http://www.sfb597.uni-bremen.de/download/de/forschung/B3_2015_Sfb597_Abschlussbericht.pdf, abgerufen am 16. Juni 2016.

Imhof, Kurt (2006): Medien und Öffentlichkeit. fög discussion paper GL-2006-0008. Zürich: fög-Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft.

Imhof, Kurt (2008): Theorie der Öffentlichkeit als Theorie der Moderne. In: Winter, Carsten; Hepp, Andreas; Krotz, Friedrich (Hrsg.) (2008): Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 65-89.

Imhof, Kurt (2011): Die Krise der Öffentlichkeit. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels. Frankfurt/New York: Campus Verlag.

Jarren, Otfried (2008). Massenmedien als Intermediäre. Zur anhaltenden Relevanz der Massenmedien für die öffentliche Kommunikation. MK - Medien und Kommunikationswissenschaft. 2008, Nr. 56(3/4), S. 329-346.

Jarren, Otfried; Donges, Patrick (2011): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. 3. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kantner, Cathleen (2003): Öffentliche politische Kommunikation in der EU. Eine hermeneutisch-pragmatistische Perspektive. In: Klein, Ansgar; Koopmans, Ruud; Trenz, Hans-Jörg; Lahusen, Christian; Rucht, Dieter (Hrsg.): Bürgerschaft, Öffentlichkeit und Demokratie in Europa. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 215-230.

Marchill, Marcel; Beiler, Markus; Fischer, Corinna (2006): Europe-Topics in Europe's Media. The Debate about the European Public Sphere: A Meta-Analysis of Media Content Analyses. In: European Journal of Communication. 2006, Nr. 21 (1), S. 57-88.

Merten, Klaus (1995): Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis. 2. Aufl. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Neidhardt, Friedhelm (2006): Europäische Öffentlichkeit als Prozess. Anmerkungen zum Forschungsstand. In: Langenbucher, Wolfgang R.; Latzer, Michael (Hrsg.) (2006): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 46-61.

Offerhaus, Anke; Mollen, Anne; Hepp, Andreas (2014): Nationalizing Europa Regionally – The Europeanization of Public Spheres in Regional Newspaper Reporting and the „Crisis“ in Europe. In: Stepinska, Agnieszka (2014): Media and Communication in Europe. Berlin: Logos Verlag.

Pernice, Ingolf; Otto, Lars S. (2011): Einführung: Elemente einer europäischen Öffentlichkeit. In: Pernice, Ingolf; Otto, Lars S. (Hrsg.): Europa vermitteln im Diskurs. Entstehung einer Europäischen Öffentlichkeit. Forum Constitutionis Europae, Bd 11. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Peters, Bernhard (1993): Recht, Staat und politische Öffentlichkeit als Formen sozialer Selbstorganisation. In: Peters, Bernhard (2007): Der Sinn von Öffentlichkeit. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 283-297.

Peters, Bernhard (1994): Der Sinn von Öffentlichkeit. In: Peters, Bernhard (2007): Der Sinn von Öffentlichkeit. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 55-102.

Peters, Bernhard (1997): Über öffentliche Deliberation und öffentliche Kultur. In: Peters, Bernhard (2007): Der Sinn von Öffentlichkeit. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 103-183.

Peters, Bernhard (1999): Nationale und transnationale Öffentlichkeiten – eine Problemskizze. In: Peters, Bernhard (2007): Der Sinn von Öffentlichkeit. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 283-297.

Peters, Bernhard (2002): Projektantrag B3: Die Transnationalisierung von Öffentlichkeit und ihre Bedeutung für politische Ordnungen am Beispiel der EU. Internet: http://www.sfb597.uni-bremen.de/download/de/forschung/B3_2003_projektantrag.pdf, abgerufen am 16. Juni 2016.

Peters, Bernhard et al. (2006): Die Transnationalisierung von Öffentlichkeit am Beispiel der Europäischen Union. In: Leibfried, Stephan; Zürn, Michael (Hrsg.): Transformationen des Staates? Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 230-264.

Pfetsch, Frank R. (2005): Die Europäische Union. Geschichte, Institutionen, Prozesse. 3. Aufl. München: Wilhelm Fink Verlag.

Politico (2016a): Advertising. Internet: <http://www.politico.eu/advertising/>, abgerufen am 16. Juni 2016.

Politico (2016b): Facts. Internet: <http://www.politico.com/about/press/facts-and-logos>, abgerufen am 16. Juni 2016.

Politico (2016c): Mediakit. In Europe. For Europe. Internet: <http://g8fip1kplyr33r3krz5b97d1.wpengine.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2016/03/Media-kit-19Jan16v2.pdf>, abgerufen am 16. Juni 2016.

Puppis, Manuel (2007): Einführung in die Medienpolitik. Konstanz: UVK Verlag.

Schäfer, Thomas (2011): Statistik II. Inferenzstatistik. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Scherer, Helmut (1998): Öffentliche Meinung. In: Jarren, Otfried; Sarcinelli, Ulrich; Saxer, Ulrich (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. 1. Aufl. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 693-694.

Staatlichkeit im Wandel (2015): Der Sonderforschungsbereich 597 „Staatlichkeit im Wandel“. Internet: <http://www.sfb597.uni-bremen.de/>, abgerufen am 16. Juni 2016.

Steininger, Christian (2007): Markt und Öffentlichkeit. München: Wilhelm Fink Verlag.

Thomass, Barbara (2004): Public Service Broadcasting als Faktor einer europäischen Öffentlichkeit. In: Hagen, Lutz M. (Hrsg.): Europäische Union und mediale Öffentlichkeit. Theoretische Perspektive und empirische Befunde zur Rolle der Medien im europäischen Einigungsprozess. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 47-63.

Tobler, Stefan (2010): Transnationalisierung nationaler Öffentlichkeit. Konfliktinduzierte Kommunikationsverdichtungen und kollektive Identitätsbildung in Europa. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Trenz, Hans-Jörg (2000): Korruption und politischer Skandal in der EU. Auf dem Weg zu einer europäischen politischen Öffentlichkeit? In: Bach, Maurizio (Hrsg.) (2000): Die Europäisierung nationaler Gesellschaften. Sonderheft 40 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 332-359.

Wessler, Hartmut et al. (2008): Transnationalization of Public Spheres. Transformations of the State Series. 1. Aufl. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan.

Anhang – Codebuch

Europäische Öffentlichkeit:
Welche Rolle können paneuropäische Medien bei
der europäischen Integration spielen?

Codebuch zur Inhaltsanalyse paneuropäischer Medien

1. Allgemeines

Im vorliegenden Codebuch werden die Codieranweisungen und Variablen vorgestellt und erläutert, die zur inhaltsanalytischen Untersuchung der paneuropäischen Medien Politico, EU Observer und EurActiv dienen.

Die Bezifferung der Variablen erfolgt dreistellig. Die jeweils erste Ziffer beschreibt dabei die Zugehörigkeit der Variablen:

V0XX: Formale Variablen

V1XX: Variablen zum Indikator Thematisierung

V2XX: Variablen zum Indikator Diskursivität

V3XX: Variablen zum Indikator Identifikation

V4XX: Variablen zum Indikator Einstellung und Gesinnung

2. Formale Variablen

Variable	Inhalt	Code	Bedeutung
V001	Laufende Nummerierung		Laufende Nummerierung des Meinungsartikels
V002	Medium	01 02 03	Politico EU Observer EurActiv
V003	Erscheinungsdatum		TT.MM.JJJJ
V004	Titel		Titel des Artikels
V005	AutorIn		Name des Autors

V001: Laufende Nummerierung

Jedem untersuchten Meinungsartikel ist eine Nummer zugeordnet.

V002: Medium

Jedem untersuchten Medium ist ein Code zugeordnet.

V003: Erscheinungsdatum

Das Erscheinungsdatum des jeweils untersuchten Artikels wird erfasst.

V004: Titel

Der Titel jedes untersuchten Artikels wird festgehalten.

V005: AutorIn

Der Name des Autors bzw. der Autorin wird angegeben.

3. Inhaltliche Variablen**3.1 Thematisierung**

Variable	Inhalt	Code	Bedeutung
V101	Thematisierung	01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11	EU-Nationalstaaten Europäische Union Nordamerika Westliche Staaten Russland und Osteuropa Mittel- und Südamerika Arabischer Raum Afrika Asien Global Sonstiges Thema
V102	Referenzen auf nationale Staaten der EU		Anzahl der Referenzen auf EU-Staaten, Regionen und deren Bevölkerung
V103	Referenzen auf die EU		Anzahl der Referenzen auf die EU und europäische Bürgerschaft
V104	Referenzen auf Nicht-EU-Staaten		Anzahl der Referenzen auf sonstige Staaten, Regionen und deren Bevölkerung, die nicht zur EU zählen
V105	Referenzen auf nationale Institutionen		Anzahl der Referenzen auf nationale Institutionen sowie

			deren Akteure von EU-Mitgliedstaaten
V106	Referenzen auf EU-Institutionen		Anzahl der Referenzen auf Institutionen der EU (z.B. Europäische Kommission, EZB, EuGH, etc.) und deren Akteure
V107	Referenzen auf internationale Institutionen		Anzahl der Referenzen auf internationale Institutionen (z.B. UN, WTO, etc.) und deren Akteure
V108	Referenzen auf nichteuropäische Institutionen		Anzahl der Referenzen auf nationalen und transnationalen Institutionen und ihren Akteuren, die nicht Teil der EU sind

V101: Thematisierung

Es wird eingestuft, von welcher Relevanz das vorrangig im Artikel behandelte Thema ist. Geht es hauptsächlich um bestimmte Regionen wie bspw. die EU oder Russland oder werden gar globale Probleme angesprochen. Die Thematisierung wird maßgeblich durch das angesprochene Thema in der Überschrift bzw. der zweiten Überschrift bestimmt.

V102: Referenzen auf national Staaten der EU

Erfassung von Verweisen auf EU-Länder und deren Bevölkerungsgruppen, nicht jedoch explizite Referenzen auf die Sprache.

V103: Referenzen auf die EU

Erfassung von Verweisen und Nennungen der Europäischen Union, Europa als ein politisches Projekt und den europäischen BürgerInnen. Unter diese Variable fallen auch Referenzen auf „europäische Länder“ oder „europäische Ge-

sellschaften“. Wenn die Rede von „member states“ ist, werden diese Erwähnungen ebenfalls unter diese Variable codiert, da durch „member“ ein klarer Bezug zur EU hergestellt wird.

V104: Referenzen auf Nicht-EU-Staaten

Erfassung von Verweisen auf Nicht-EU-Länder und deren Bevölkerungsgruppen.

V105: Referenzen auf nationale Institutionen

Für diese Variable werden alle Referenzen auf nationale Institutionen sowie deren Akteure von EU-Mitgliedstaaten erfasst. Die Nennung eines Regierungschefs eines der EU-Mitgliedstaaten, zum Beispiel „Angela Merkel“, wird mit dieser Variable gezählt.

V106: Referenzen auf EU-Institutionen

Für diese Variable werden alle Referenzen auf EU-Institutionen und ihre Akteure erfasst wie z.B. die Europäische Kommission, Rat der EU, europäischer Rat, EuGH, EZB etc. Die Nennung von „Jean-Claude Juncker“, Präsident der Europäischen Kommission, wird mit dieser Variable codiert.

V107: Referenzen auf internationale Institutionen

Für diese Variable werden alle Referenzen auf internationale Institutionen sowie deren Akteure erfasst wie z.B. UN, WTO, WHO etc. Ihre Stellvertreter werden ebenfalls codiert.

V108: Referenzen auf nichteuropäische Institutionen

Unter diese Variable fallen alle Referenzen auf nationale als auch transnationale Institutionen und Akteuren, die nicht Teil der EU sind und keine globale Ausweitung haben. Sie erfasst zum einen Nennungen von bspw. „Vladimir Putin“ in seiner Rolle als Präsident Russlands, aber auch die Nennung der Afrikanischen Union als eine transnationale Institution.

3.2 Diskursivität

Variable	Inhalt	Code	Bedeutung
V201	Diskursive Bezugnahme auf nationalstaatliche Akteure/SprecherInnen aus EU-Mitgliedstaaten		Anzahl diskursiver Bezugnahmen oder Zitationen auf nationalstaatliche Akteure/SprecherInnen aus EU-Mitgliedstaaten
V202	Diskursive Bezugnahme auf Akteure/SprecherInnen der EU		Anzahl diskursiver Bezugnahmen oder Zitationen auf Akteure/SprecherInnen der EU
V203	Diskursive Bezugnahme auf Akteure/SprecherInnen außerhalb der EU		Anzahl diskursiver Bezugnahmen oder Zitationen auf Akteure/SprecherInnen außerhalb der EU
V204	Sonstige diskursive Bezugnahme/Zitation		Anzahl sonstiger diskursiver Bezugnahmen oder Zitationen (bspw. Studien, religiöse Schriften etc.)

Grundsätzlich werden bei diesen Variablen Zitate sowie diskursive Bezugnahmen erfasst, die mindestens zwei Sätze umfassen und sich auf einen Akteur oder SprecherIn beziehen und eine Form von Argumentation oder Begründung aufweisen. Zitate oder Bezugnahmen, deren VerfasserIn nicht eindeutig benannt werden, werden nicht im Rahmen dieser Variablen codiert. Außerdem werden die Inhalte von Zitaten nicht durch die übrigen Variablen codiert.

V201: Diskursive Bezugnahme auf Akteure/SprecherInnen aus EU-Mitgliedstaaten

Als eine diskursive Referenz dieser Variable wird eine Bezugnahme auf die begründete Meinung oder Aussage sowie ein Zitat eines Akteurs oder Sprechers aus einem EU-Mitgliedstaat gewertet.

V202: Diskursive Bezugnahme auf Akteure/SprecherInnen der EU

Als eine diskursive Referenz dieser Variable wird eine Bezugnahme auf die begründete Meinung oder Aussage sowie ein Zitat eines Akteurs oder Sprechers der EU gewertet.

V203: Diskursive Bezugnahme auf Akteure/SprecherInnen außerhalb der EU

Als eine diskursive Referenz wird eine Bezugnahme auf die begründete Meinung oder Aussage eines Akteurs oder Sprechers gewertet, der nicht aus der EU kommt, und die mindestens zwei Sätze umfasst.

V204: Sonstige diskursive Bezugnahme/Zitation

Sonstige diskursive Bezugnahmen oder Zitate werden mit dieser Variable gezählt. Ein wichtiges Kriterium ist bei dieser Variable, dass die VerfasserInnen nicht als politische Akteure, SprecherInnen von politischen Institutionen bzw. Organisationen oder JournalistInnen auftreten. Zitate von Gedichten, wissenschaftlichen Studien oder aber religiösen Schriften fallen unter diese Kategorie sowie diskursive Bezugnahmen zu Akteuren aus den Bereichen Kunst, Kultur, Wissenschaft, Religion etc., die in ihrer Rolle nicht einer der anderen Variablen zugeordnet werden konnten.

3.3 Identifikation

Variable	Inhalt	Code	Bedeutung
V301	Nationale Identifikation		Anzahl nationaler Identifikationen der EU-Mitgliedstaaten
V302	Identifikation als EuropäerInnen		Anzahl der Identifikationen als „wir“ EuropäerInnen
V303	Identifikation als „der Westen“		Anzahl der Identifikationen als „der Westen“
V304	Nichteuropäische Identifikation		Anzahl sonstiger Identifikationen (nichteuropäisch und nicht als der Westen)

V305	Sonstige Identifikation		Anzahl der Identifikationen als bspw. die Welt, die LeserInnen, die Menschheit, die Gewerkschaft
V306	Perspektivität der Berichterstattung	01 02 03 04 05	Nationalstaatlich Europäisch Westlich Global Außereuropäisch

Die Variablen V301 bis V305 erfassen alle „Wir“-Bezüge in den Meinungsartikeln. Da nur englischsprachige Artikel codiert werden, sind Stichworte hierfür „our“, „us“ oder „we“.

V301: Nationale Identifikation

Unter dieser Variable werden „Wir“-Bezüge codiert, die einer nationalen Identifikation von EU-Mitgliedstaaten entsprechen wie etwa „wir, die Deutschen“. Ein Beispiel hierfür ist: „You might have heard that the digitalisation of industry – or Industrie 4.0, as we Germans call it – will fundamentally change the way Europeans produce and consume.“

V302: Identifikation als EuropäerInnen

Unter dieser Variable werden „Wir“-Bezüge codiert, die einer kollektiven Identifikation als EuropäerInnen entsprechen wie bspw. „Wir EuropäerInnen“. Beispiel: „It is offensive to Europe because irrespective of our imperfections, we have created the most humane and prosperous societies history has ever seen“

V303: Identifikation als der Westen

Unter dieser Variable werden „Wir“-Bezüge codiert, die einer kollektiven Identifikation als „der Westen“ entsprechen. Dies ist der Fall, wenn bspw. von „westlichen“ Werten die Rede ist und eine Abgrenzung gegenüber anderen Kulturen oder kollektiven Wertvorstellungen stattfindet.

V304: Nichteuropäische Identifikation

Diese Variable erfasst Identifikationen, die nichteuropäisch und nichtwestlich sind. Hierunter fallen als zum Beispiel Identifikationen als UkrainerInnen, AmerikanerInnen etc.

V305: Sonstige Identifikation

Alle übrigen „Wir“-Bezüge werden unter dieser Variable codiert. Identifikationen mit den LeserInnen, als die Welt oder aber bspw. als Teil einer Gewerkschaft sind hierbei Bestandteil.

V306: Perspektivität der Berichterstattung

Es wird festgestellt, aus welcher Perspektive der vorliegende Artikel vorrangig geschrieben ist. Stehen nationale Bedürfnisse im Vordergrund oder werden kollektive Bedürfnisse (z.B. innerhalb der EU) betont? Werden westliche Werte hervorgehoben oder aber globale Probleme adressiert? Wird für eine globale Lösung geworben?

3.4 Einstellung und Gesinnung

Variable	Inhalt	Code	Bedeutung
V401	Einstellung des Autors zur europäischen Idee	01	Positiv
		02	Ambivalent
		03	Negativ
		04	Keine Angabe möglich
V402	Einstellung des Autors zur EU und ihren Institutionen	01	Positiv
		02	Ambivalent
		03	Negativ
		04	Keine Angabe möglich
V403	Einstellung des Autors zu nationalen Regierungen und Institutionen	01	Positiv
		02	Ambivalent
		03	Negativ
		04	Keine Angabe möglich

V401: Einstellung des Autors zur europäischen Idee

Die Einstellung des Autors zur europäischen Idee bzw. dem Konzept eines geeinten Europas wird codiert. Beispiele für die Codierung als positiv sind:

„I will devote my term in office to ordinary people, and to championing their Europe, a Europe that protects and includes them“ oder „Europe represents an ideal“.

V402: Einstellung des Autors zur EU und ihren Institutionen

Die Einstellung des Autors zur EU und ihren Institutionen wird erfasst. Im Folgenden sind Beispiele für eine positive und eine negative Bewertung zu sehen.

Positiv: „I am therefore hoping for a positive signal from the Commission when it releases its progress report on visa liberalisation next month, and thereafter for the clear support of the EU member states and MEPs.“

Negativ: „The Commission’s proposed measures are fundamentally flawed and will do nothing whatsoever to address the food safety and traceability concerns raised by the FVO.“

V403: Einstellung des Autors zu nationalen Regierungen und Institutionen

Die Einstellungen des Autors zu nationalen Regierungen und Institutionen werden festgehalten. Hierbei sind nur Regierungen und Institutionen der europäischen Mitgliedstaaten relevant.

Beispiele für eine negative Bewertung sind: „National governments appear to be satisfied with this backwards-looking policy, and that’s a shame“ oder „But some member states are unwilling to pay their share“.

Kurzzusammenfassung

Die vorliegende Arbeit untersucht paneuropäische Medien und ihre Rolle bei der europäischen Integration und bei der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. Paneuropäische Online-Medien konzentrieren sich auf ein europäisches Publikum und bilden neue transnationale Kommunikationsräume, denen in der Forschung bisher nur wenig Aufmerksamkeit geschenkt wurde. Bislang haben sich Forschungsbemühungen auf die Transnationalisierung nationaler Berichterstattung fokussiert. Die Untersuchung paneuropäischer Medien, so der Ansatz dieser Arbeit, lässt Rückschlüsse darauf zu, ob eine europäische Öffentlichkeit schon in Ansätzen besteht beziehungsweise sich herausbilden kann. Mittels einer Inhaltsanalyse wurden drei ausgewählte paneuropäische Medien untersucht. Die forschungsleitende Frage ist, ob sie den zentralen Funktionen von Öffentlichkeit gerecht werden und sie somit als Verstärker einer europäischen Öffentlichkeit gelten können.

Die Ergebnisse der Untersuchung lassen darauf schließen, dass paneuropäische Medien zumindest ansatzweise die grundlegenden Funktionen von Öffentlichkeit erfüllen. Durch die Thematisierung der EU und der Institutionen tragen sie zur Legitimation politischer Vorgänge und Entscheidungen gegenüber den BürgerInnen der EU bei. Außerdem berichten sie überwiegend aus einer europäischen Perspektive und nehmen häufiger eine kollektive europäische Identifikation vor als nationale. Sie leisten somit einen Beitrag zur Integration Europas. Zusätzlich stellen sie eine Plattform für Diskurse und Deliberationsvorgänge in der EU dar und schenken Akteuren der EU und nationalen Akteuren aus den EU-Mitgliedstaaten mehr Aufmerksamkeit bei Themen europäischer Relevanz als anderen. In Zukunft können paneuropäischen Medien eine wichtige Rolle bei der Konstituierung einer transnationalen Öffentlichkeit in Europa und dem europäischen Integrationsprozess spielen, wenn sie es schaffen, nicht mehr nur als Medien einer europäischen Elite zu gelten und wenn das Publikum in der europäischen Bürgerschaft wächst. Voraussetzung dafür ist, dass das europäische Projekt weiterhin einen Integrationskurs verfolgt.

Abstract

The thesis at hand examines paneuropean media and their role as an amplifier of a European public sphere and the European integration process. Paneuropean media are addressing a European audience as they are new transnational spaces of communication. So far research has mainly focussed on the transnationalization of national public spheres and within that approach on the Europeanization of national coverage and reporting. The examination of paneuropean media however is promising in order to draw conclusions on whether or not the establishment of a European public sphere is a realistic scenario in the future.

With the help of content-analysis this research paper is aiming at whether or not paneuropean media implement the essential functions of a public sphere and thus are eligible to be seen as an amplifier of a European public sphere.

The results of the analysis of three unique paneuropean media projects show that they have implemented the essential functions of a European public sphere. The European Union, their institutions and actors are integral parts of the reporting of this type of media. Thus they are contributing to legitimization of the EU towards their citizens. Paneuropean media also appear to be a European platform for deliberation processes and discourses. They attribute rather a European collective identification than a national one and mainly report from a European point of view. This shows that they are working towards a European integration.

Summing up, paneuropean Media can play a crucial role as an amplifier of a European public sphere in the future if they can reach more than just a European elite. However, this is only possible if the European project is aiming for further integration.