



MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„We in Europe“

**Beitrag des grenzüberschreitenden Fernsehsenders 3sat zu einer
Europäischen Öffentlichkeit**

Verfasserin

Karoline Hatlauf

Angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Jänner 2010

Studienkennzahl lt. Studienblatt
Studienrichtung lt. Studienblatt
Betreuer

066 / 841
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Univ. Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Danksagung

Ich möchte die Gelegenheit an dieser Stelle nutzen und mich besonders bei meinen Eltern, Karl und Gertrude Hatlauf, die mir dieses Studium ermöglicht und mich in allen meinen Entscheidungen unterstützt haben, bedanken. Mein Dank gilt außerdem meiner Schwester Josefa und ihrer Familie, sowie meinen Freunden für ihren unermüdlichen Beistand und Rückhalt.

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Magisterarbeit selbständig und ohne fremde Hilfe verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche gekennzeichnet habe. Dies gilt auch für Zeichnungen, Skizzen, bildliche Darstellungen und dergleichen sowie für Quellen aus dem Internet.

Wien, Jänner 2010

Karoline Hatlauf

INHALT

INHALTSVERZEICHNIS.....	II
1. EINLEITUNG.....	- 9 -
1.1 PROBLEM BZW. AUSGANGSPUNKT DER UNTERSUCHUNG.....	- 9 -
1.2 ZIEL DER UNTERSUCHUNG.....	- 10 -
1.3 THEORETISCHE ANNÄHERUNG.....	- 12 -
2. THEORETISCHER TEIL.....	- 14 -
2.1 BEGRIFFLICHKEIT UND ANNÄHERUNG ZUM THEMA „ÖFFENTLICHKEIT“	- 14 -
2.1.1 Medien.....	- 14 -
2.1.2 Demokratie.....	- 15 -
2.1.3 Öffentlichkeit.....	- 16 -
2.1.4 Europäische Identität	- 19 -
2.2 ÖFFENTLICHKEITSTHEORIEN.....	- 21 -
2.2.1. Normative Öffentlichkeitstheorien nach Habermas	- 22 -
2.2.2.Öffentlichkeit im Systemtheoretischen Ansatz	- 25 -
2.2.2 „Öffentliche Meinung“ nach Noelle-Neumann.....	- 28 -
2.3 FUNKTIONEN DER MASSEN MEDIEN	- 31 -
2.3.1 Soziale Funktion.....	- 32 -
2.3.2 Politische Funktion	- 34 -
2.3.3 Ökonomische Funktion.....	- 35 -
2.4 DIE EUROPÄISCHE UNION UND IHR POLITISCHES SYSTEM.....	- 36 -
2.4.1 Die zentralen Organe der EU.....	- 36 -
2.4.2. Fernsehrichtlinie der EU.....	- 39 -
2.5 DAS DEMOKRATIEDEFIZIT DER EUROPÄISCHEN UNION UND DIE EUROPÄISCHE ÖFFENTLICHKEIT	- 41 -
2.5.1. Europa als Medienraum nach Klaus.....	- 44 -
2.5.2 Ursachen des Öffentlichkeitsdefizits der EU nach Gerhards.....	- 47 -
2.6 DAS AGENDA-SETTING KONZEPT	- 50 -
2.6.1 Kritik am Agenda-Setting-Ansatz	- 55 -
2.7 AKTUELLE STUDIEN.....	- 58 -
2.8.1 „Inhaltsanalyse zur Europäisierung nationaler Medienöffentlichkeiten“	- 58 -
2.7.2 „Fallstudie: Zur deutschen EU-Ratspräsidentschaft“	- 60 -
2.7.2 „Qualitätsanspruch bei 3sat und Arte“.....	- 61 -
3. METHODISCHER TEIL	- 64 -
3.1 DIE METHODE.....	- 64 -
3.1.2 Inhaltsanalyse.....	- 64 -
3.1.3 Die Programmstrukturanalyse	- 66 -
3.2 DIE METHODISCHE DURCHFÜHRUNG	- 68 -
3.2.1 Untersuchungszeitraum und Stichprobe.....	- 68 -
3.2.2 Forschungsfragen, Hypothesen und Operationalisierung	- 69 -
3.2.3.Kategoriesysteme Programmstrukturanalyse und Inhaltsanalyse.....	- 74 -
4. EMPIRISCHER TEIL	- 76 -
4.1 DER GRENZÜBERSCHREITENDE FERNSEHSENDER 3SAT	- 76 -
4.2 ERGEBNISSE	- 78 -
4.2.1 Geografischer Bezug in den 3sat Formaten (Forschungsfrage 3):	- 78 -
4.2.2.3sat Produktionen (Forschungsfrage 4):	- 81 -
4.2.3 Institutionen der Europäischen Union (Forschungsfrage 5):	- 89 -
4.2.4 EU-Politische Themen in den 3sat (Forschungsfrage 6):	- 91 -
5. FAZIT	- 93 -

QUELLENVERZEICHNIS:	- 102 -
INTERNETQUELLEN:	- 109 -
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	- 110 -
ANHANG:	- 111 -
KATEGORIENSHEMA:	- 111 -
1. 1 <i>FORMALE KATEGORIEN 3sat PROGRAMMSTRUKTURANALYSE</i>	- 111 -
1. 2 <i>FORMALE KATEGORIEN: Inhaltsanalyse 3sat Nachrichtensendungen</i>	- 112 -
ABSTRACT DEUTSCH	- 114 -
ABSTRACT ENGLISH	- 115 -
CURRICULUM VITAE	- 116 -

1. Einleitung

1.1 Problem bzw. Ausgangspunkt der Untersuchung

Die Europäische Union wächst zunehmend, ihr politisch administratives System ist weit fortgeschritten und immer eher werden Kompetenzen der Nationalstaaten an die Union abgegeben. (vgl. Machill, Beiler, Fischer 2006, 134) Mittlerweile besteht die EU aus 27 Mitgliedstaaten, aber das Interesse der Bevölkerung an der europäischen Politik ist, betrachtet man die Wahlbeteiligung der letzten Jahre, nur mäßig ausgeprägt. (vgl. Hagen 2004, 7)

„Mit kleinen, aber stetigen Schritten nähert sich Österreichs EU-Skepsis einem europäischen Mittelwert - aus den EU-Muffeln werden zwar keine EU-Liebhaber, aber zumindest "ist etwas Bewegung in die richtige Richtung hineingeraten", so Kommissionsvertreter Richard Kühnel anlässlich der Präsentation des nationalen Eurobarometer-Berichts Herbst 2008“. (Zielina, 2008) ¹

„Zu weit weg; gehört zu den Standardargumenten, wenn es darum geht, zum Beispiel die niedrige Beteiligung an Europawahlen zu erklären.“ (Holz-Bacher 2006, 16) In Österreich sind laut des Eurobarometer-Berichts 2008 67 Prozent gegen jede zusätzliche EU-Erweiterung. Trotz all der Skepsis und Vorurteile gegen die EU bedarf es einer funktionierenden europäischen Öffentlichkeit, um den wirtschaftlichen und politischen Erfolg dieser Gemeinschaft, so vieler unterschiedlicher Kulturen, zu sichern. Ob und wie weit eine solche Europäische Öffentlichkeit nun existiert, ist schwerpunktmäßig seit Anfang der 1990er Jahre Teil der wissenschaftlichen Diskussion, die bis heute anhält. (vgl. Latzer, Saurwein 2006, 20)

¹ Anita Zielina, derStandard.at (21.1.2008)

Für die Entstehung von grenzüberschreitenden Meinungs- und Willensbildungsprozessen erscheint - aus normativer Sicht gesehen - ein diskursiver Austausch zwischen den einzelnen nationalen Öffentlichkeiten als unbedingt erforderlich. Auch Jürgen Habermas² (2001a) stellt die Frage, bis zu welchem Grad „sich die intakt bleibenden Kommunikationskreisläufe der nationalen Arenen füreinander öffnen“ und „so miteinander verschränken, dass die relevanten Beiträge osmotisch aus den jeweils anderen Arenen aufgesogen werden.“ (Habermas 2001a, 120 zit. nach Brüggemann, Sifft, Kleinen- von Königslöw, Peters, Wimmel 2007, 302)

In diesem Zusammenhang wird vor allem den Massenmedien, durch ihre immer stärker internationalisierte Nachrichtenproduktion, die Herstellung einer internationalen Öffentlichkeit nachgesagt. (vgl. Schuster 2004, 39) Vor allem dem Fernsehen wird bei der Vermittlung von Information über die Europäische Union eine tragende Rolle zugestanden. „70 Prozent der Bürgerinnen und Bürger in den Mitgliedsstaaten beziehen ihre Informationen über die EU aus dem Fernsehen. An zweiter Stelle rangiert die Tageszeitung (43%), danach das Radio (32%). Andere Quellen bleiben dahinter weit zurück.“ (Holz-Bacha 2006, 17) Die europäische Öffentlichkeit verfügt nur noch nicht über die strukturellen Voraussetzungen um eine identitätsstiftende europäische Medienöffentlichkeit zu schaffen. Dabei gilt vor allem das Fehlen einer gemeinsamen Sprache als essentiell. (vgl.ebd.317) „Da Sprachgemeinschaften zugleich als Erfahrungs- und Deutungsgemeinschaften gelten, fehlen die Gemeinsamkeiten in der Wahrnehmung der Realität.“ (Holz-Bacher 2006, 317)

1.2 Ziel der Untersuchung

Das Erkenntnisinteresse dieser Untersuchung soll nun sein, sich kritisch mit dem schwierigen Begriff „europäische Öffentlichkeit“ auseinanderzusetzen, den aktuell diskutierten Stand wissenschaftlicher Ansätze zum Thema europäische Öffentlichkeit zu summieren und der Existenz einer europäischen Öffentlichkeit mithilfe einer empirischen Untersuchung des öffentlich-rechtlichen Kultursenders 3sat nachzuspüren.

² Habermas, Jürgen (2001a): Braucht Europa eine Verfassung? In: ders., Zeit der Übergänge, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 104-129

Anhand einer Analyse soll nach einem möglichen transnational europäischen Beitrag des grenzüberschreitenden Senders 3sat - der als Gemeinschaftsprogramm von Deutschland, der Schweiz und Österreich 1984 gegründet wurde - zu einer europäischen Öffentlichkeit gesucht werden.

Auch wenn die Schweiz „noch“ kein Mitglied der europäischen Union darstellt, so ist sie dennoch ein Teil Europas und es ist diesbezüglich nicht unwichtig, wie sich auch die Schweizer Öffentlichkeit mit dem Thema Europa arrangiert.

So stellt Peters fest, dass „Importe und Exporte von kulturellen Produkten, Beiträgen und Ideen eine elementare Form der Kommunikation über Ländergrenzen hinweg sind“ und dass wir „auch Originalbeiträge ausländischer Autoren in den Print und elektronischen Medien als eine Art Export kultureller Dienstleistungen und als eine Form internationaler Kommunikation verstehen können.“ (Peters 2007, 291)

Ein in der Literatur immer wiederkehrendes Argument diesbezüglich ist die Bedeutung der transnationalen Kommunikation die aus dem Käfig der nationalen Kommunikation ausbricht. So schreiben beispielsweise Eder und Kantner³ (2002): „Obwohl heute ein weitgehender Konsens darüber besteht, dass Kommunikative Verknüpfungen zwischen nationalen Sphären eine notwendige Bedingung europäischer Öffentlichkeit darstellen, gibt es einen breiten Dissens zu der Frage, an welchen Merkmalen sich transnationale Diskurse erkennen lassen.“ (Eder, Kantner 2002, 81 zit. Brüggemann, Sifft, Kleinen-von KönigsLöw, Peters, Wimmel 2007, 302)

Im Fokus der Arbeit soll deswegen eine kritische Auseinandersetzung mit Theorien der Öffentlichkeit im Allgemeinen, mit der europäischen Öffentlichkeit und ihrer Bedeutung für die europäische Gesellschaft stehen. Weiters soll die Rolle der Massenmedien für eben diese Europäische Öffentlichkeit diskutiert werden.

Die grundlegenden politischen Veränderungen in Europa und vor allem die Öffnung Osteuropas haben das Informationsbedürfnis der Bevölkerung in erheblichem Maße vergrößert.

³ Eder, Klaus/ Cathleen Kantner (2002): Zur Transformation nationalstaatlicher Öffentlichkeit in Europa. In: Berliner Debatte Initial 13 (5/6) S.79-88

Der öffentlich- rechtliche Sender 3sat reagierte darauf 1992 mit einer Erweiterung des 3sat-Programmauftrages und setzte neben dem „kulturellen Schwerpunkt“ auch einen „Europaschwerpunkt“ für den deutschen Sprachraum.

Ziel der empirischen Untersuchung ist es nun, an vorangegangenen Analysen des Programms im Hinblick auf eine Vermittlung europäischer Kultur anzuschließen, um daraus eventuelle Tendenzen in Richtung Europaorientierung erkennen zu können. (vgl. Krüger 2000, 71)

1.3 Theoretische Annäherung

Nach Gerharts⁴ (2002, 135 zit. nach Brantner, Langenbucher 2006, 407) besteht eine Öffentlichkeits-Kluft zwischen den politischen Eliten Europas und dem Großteil der europäischen BürgerInnen. Dieses Öffentlichkeitsdefizit wird als bestimmendes Hindernis für eine weitere Integration und Erweiterung der EU gesehen. (vgl. ebd.407) Bei diesem Öffentlichkeitsdefizit der europäischen Union handelt es sich primär um ein gesellschaftspolitisches Problem, da demokratisches transnationales Zusammenleben auf die Zustimmung aller betreffenden Bevölkerungen angewiesen ist. Dabei sind Legitimation und Integration die unerlässlichen, ständigen Strukturierungsprozesse, die nur über Öffentlichkeit in Gang kommen können und bleiben. Die Herstellung politischer Öffentlichkeit ist ein zentraler Teil der Medienpolitik und die europäische Öffentlichkeit, die vor allem über Massenmedien generiert wird bzw. werden sollte, und ist damit auch Teil der Kommunikationswissenschaften. In der Literatur findet man immer wieder Verweise darauf, dass für die Entwicklung einer europäischen Öffentlichkeit aus wissenschaftlicher Sicht, den medialen Inhalten, den Strukturbedingungen und dem medialem Wandel eine tragende Rolle beigemessen wird. (vgl. Latzer, Sauerwein 2006, 23)

Um die Internationalisierungsprozesse voranzutreiben, gelten also die verschiedenen Kommunikationstechnologien und ihr jeweiligen organisatorischen Infrastrukturen als die entscheidende Voraussetzung. (vgl. Peters 2007, 288)

⁴ Gerharts, Jürgen (2002): Das Öffentlichkeitsdefizit der EU im Horizont normativer Öffentlichkeitstheorien. In: Kaeble, Hartmut/ Kirsch, Martin/ Schmidt-Gernig Alexander (Hg.): Transnationale Öffentlichkeiten und Identitäten im 20. Jahrhundert. Frankfurt am Main, Newyork: Campus Verlag 135-158)

Eine für diese Arbeit wesentliche theoretische Annahme stammt aus der Medienwirkungsforschung und besagt, dass Medien eine bestimmte Wirkung auf die Einstellungen von Menschen haben können, die sie rezipieren.

Bevor es allerdings zu so einer Einstellungsänderung bzw. Meinungsbeeinflussung durch die Medien kommen kann, muss es davor zu einer Thematisierung des jeweiligen Gegenstandes gekommen sein.

Bonfadelli⁵ (2004, 237 zit. nach Meidl 2007, 3) beschreibt dies als die Funktion der Thematisierung und diese folgend als einen Teil der Agenda-Setting-Theorie, die den Medien kognitive Effekte und damit eine beeinflussende Wirkung zuspricht. (vgl. ebd.3)

Die anschließende Untersuchung wird sich deswegen vor allem auf die Theorie des Agenda-Settings-Ansatzes stützen.

⁵ Bonfadelli, Heinz (2004): Medienwirkungsforschung. Grundlagen und theoretische Perspektiven. 3., vollständig überarbeitete Neuauflage. Konstanz, (=Band1)

2. Theoretischer Teil

2.1 Begrifflichkeit und Annäherung zum Thema „Öffentlichkeit“

Um Klarheit über den Forschungsgegenstand zu schaffen und eine angemessene Untersuchung zum Thema verfassen zu können, ist es gleich zu Anfang vonnöten, sich mit den verwendeten Hauptbegriffen wissenschaftlich auseinanderzusetzen bzw. diese in einem der Arbeit entsprechenden Sinn zu definieren.

Wichtig erscheint es hierfür, sich näher mit den Begriffen „Medien“, „Demokratie“, „Öffentlichkeit“ und dem schwierigen Begriff der „europäischen Identität“ zu befassen.

2.1.1 Medien

Für den Begriff „Medien“ gibt es in der wissenschaftlichen Literatur mehrere verschiedene Zugangsweisen. Ganz grundsätzlich entspringt das Wort aus dem Lateinischen „medium“ und bedeutet „Mitte“ bzw. „Vermittler“.

Die Idee der „Container –Metapher“, die das Medium als reines Transportmittel sieht, wird heute als zu simpel angesehen und in Folge dessen kritisch betrachtet. (vgl. Burkart 2002, 35) Faulstich⁶ (1991, zit. nach Burkart 2002, 39) bezeichnet den Begriff „Medium“- der heute zumeist im Plural als „Medien“ verwendet wird – im Alltagsgebrauch als eine Art Sammelbegriff für elektronische Massenmedien, Erzeugnisse aus dem Printsektor und der sogenannten „neuen Medien“.

Für einen publizistikwissenschaftlichen Medienbegriff greifen jedoch all diese technologischen Bewertungen zu kurz. Es herrscht im Fach weitgehende Übereinstimmung, dass aus der Perspektive der Kommunikationswissenschaften laut Neverla⁷ (1998, 29/30 zit. nach Burkart 2002, 41) man nur dann von „Medien“ sprechen kann, „wenn diese über die Funktion eines technischen

⁶ Faulstich, Werner (1991): Medientheorien. Einführung und Überblick. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht.

⁷ Neverla, Irene (1998): Das Medium denken: zur sozialen Konstruktion des Netz-Mediums. In: dieselbe (Hrsg.) 1998, S.17-35

Vermittlungssystem hinaus in einen spezifischen institutionalisierten Handlungskontext eingebunden sind.“ (ebd.41)

Laut einer gängigen Definition nach Saxer⁸ (1998, 55 zit. nach Burkart 2002, 43) sind Medien somit „als komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen“ zu begreifen. (vgl.ebd.43)

Medien sind also nicht nur Apparate oder Leitungen, die von der sozialen Umwelt abgeschlossen agieren, sondern mit dieser als Organisationen stets interagieren und dadurch auch wertvolle Funktionen - wie Beitrag zur Unterhaltung und Entspannung, das Unterstützen der gesellschaftlichen Integration oder politischen Sozialisation etc. - für die Gesellschaft erfüllen. (vgl. Burkhart 2002, 43)

Und mit genau jenen gesellschaftlichen Funktionen bzw. im Speziellen mit jener der politischen Funktion der Massenmedien möchte sich diese Untersuchung eingehender auseinander setzen. Dieses Bestreben spiegelt sich auch in der Bearbeitung des folgenden Begriffes, nämlich dem der „Demokratie“ wieder, der in der heutigen Zeit sehr eng mit dem Begriff der Medien verwoben zu sein scheint.

2.1.2 Demokratie

Demokratie kommt ursprünglich aus der griechischen Sprache und bedeutet geteilt; „demos“ das „Volk“ und „kratia“ „herrsche“ – also das „Volk herrsche“. In der Literatur wird der Begriff als ein sehr schwierig zu fassender beschrieben.

Einer der bekanntesten Versuche, Demokratie zu definieren, stammt vom ehemaligen amerikanischen Bundespräsidenten Abraham Lincoln, der Demokratie als „government of the people, by the people and for the people“ beschreibt, allerdings ist der Teil „by the people“ leider nur unpräzise formuliert und könnte laut Beierwaltes bei erheblicher Überspitzung des Wortes auch den Stalinismus rechtfertigen. (vgl. Beierwaltes 2000, 11)

⁸ Saxer, Ulrich (1998): Mediengesellschaft: Verständnisse und Missverständnisse. In: Sarcinelli (Hrsg.) 1998, 52-73

Die heute geläufigste Annäherung an die Bedeutung des Wortes „Demokratie“ stammt auch aus dessen Ursprungsland Griechenland.

Aristoteles formulierte „Politik“ als eine Herrschaftsform, in der das Volk mit Rücksicht auf den Nutzen der Mittellosen regieren sollte. Das Volk sollte durch das unmittelbare Mitwirken am Diskussions- und Entscheidungsprozess seine Souveränität wahren. (vgl. Beierwaltes 2000, 12)

Diese aristotelische Betrachtungsweise von Demokratie ist bis in die Gegenwart der Demokratietheorie ungebrochen.

Allerdings kam es über die Jahrtausende zu größeren politischen Machtbereichen und deswegen auch zu größeren Gesellschaften bzw. Massengesellschaften, in denen es nicht mehr möglich war, regelmäßig zusammenzukommen, um am Diskussions- und Entscheidungsprozess teilzunehmen. Die Antwort für dieses grundlegende Demokratie-Problem war die Idee der Repräsentation, aus der sich langsam repräsentative moderne Demokratien entwickelten, wie wir sie heute kennen.

Repräsentative Demokratien definieren sich über „das Verhältnis des Gesellschaftlichen Ganzen zu seinen Teilen und bezeichnet den Anspruch eines bestimmten, an der Spitze platzierten Teils, den Sinn des Ganzen in besonders prominenter und vollständiger Weise dazustellen“. (Beierwaltes 2000, 12)

2.1.3 Öffentlichkeit

Der Begriff „Öffentlichkeit“ entwickelte sich laut Imhof⁹ (1994, zit. nach Jarren, Donges 2006, 94) im deutschen Sprachraum um das 18. Jahrhundert und umschreibt dass, was der Allgemeinheit offen zugänglich sein sollte, und zwar ohne staatliche Geheimhaltung. (vgl. ebd. 94)

In der Theoriegeschichte so Gerharts¹⁰ (2002 zit. nach Jarren, Sarcinelli, Saxer 2002, 269) stellte sich in Folge sowohl in der politischen Kommunikation als auch in der politischen Philosophie ein enormes Interesse an dem Begriff Öffentlichkeit ein.

⁹ Imhof, Kurt (1994): Übergänge. In: Imhof, Kurt/Romano, Gaetano: Die Diskontinuität der Moderne. Zur Theorie des sozialen Wandels. Frankfurt/M., S.68-129.

¹⁰ Gerhards, Jürgen (2002): Begriffs und Theoriegeschichte von Öffentlichkeit In: Jarren/Sarcinelli/Saxer (2002) S. 269

Trotzdem herrscht keine Einigkeit über die genaue Bedeutung des Begriffs. Einerseits werden mit „Öffentlichkeit“ die aggregierten Meinungen der Bürger einer Gesellschaft bezeichnet, andererseits meint Öffentlichkeit aber auch eine Art Kollektiv, das über den politischen Entscheidungen stehen soll. (vgl.ebd.269)

Durch die vielfältige Verwendung des Begriffs „Öffentlichkeit“ hat sich dieser bis heute zu einer Art Universalbegriff entwickelt, dessen emotionale und sprachliche Konturen unscharf geworden sind. Um aber ein operationalisierbares Konzept von Öffentlichkeit, in dem Ist- und Sollwerte in Beziehung gesetzt werden können zu erhalten, unterscheiden einer Reihe von Wissenschaftlern (vgl. dazu: Habermas¹¹ 1990, Höschler¹² 1979, 1984¹³; Martens¹⁴ 1969; Bernhard Peters¹⁵ 1994; Rehberg¹⁶ 1995 zit. nach Marschall 1999, 37) folgende Annäherungen:

Laut Bernhard Peters bestimmt sich Öffentlichkeit zum einen als Gegensatz zum Privaten. Dabei beschreibt er das Private als einen Handlungsraum, in dem sich die einzelnen Mitglieder der Gesellschaft nur für ihre eigenen Ziele und Lebensprojekte interessieren, ohne dabei Rücksicht auf kollektive Bedürfnisse nehmen zu müssen. (vgl. Peters 2007, 55) Höschler¹⁷ (1984 zit. nach Marschall 1999, 37) bemerkt dazu, dass der Begriff „öffentlich“ den Handlungsbereich beschreibt, der durch diejenigen Rollen und Strukturen, wie zum Beispiel der des „Öffentlichen Amtes“ oder der „Öffentlichen Gewalt“ geprägt wird. (vgl.ebd.37)

¹¹ Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt am Main. Suhrkamp

¹² Höschler, Lucian (1979): Öffentlichkeit und Geheimnis. Eine begriffsgeschichtliche Untersuchung zur Entstehung der Öffentlichkeit in der frühen Neuzeit, Stuttgart.

¹³ Höschler, Lucian (1984): Öffentlichkeit, in: Joachim Ritter, Karlfried Gründer (Hrsg.), Historisches Wörterbuch der Philosophie, Bd. 6, Darmstadt, S. 1134-1139.

¹⁴ Martens, Wolfgang(1969): Öffentlichkeit als Rechtsbegriff, Bad Homburg v.d H./Berlin/Zürich.

¹⁵ Peters, Bernhard (1994): Der Sinn von Öffentlichkeit, in Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.) (1994b): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegung (Sonderheft KZfSS34), Opladen.

¹⁶ Rehberg, Karl-Siegbert (1995): Die „Öffentlichkeit“ der Institutionen. Grundbegriffe Überlegungen im Rahmen der Theorie und Analyse institutioneller Mechanismen, in Göhler, Gerhard (Hrsg.) (1995a): Macht der Öffentlichkeit -Öffentlichkeit der Macht, Baden S. 181-211.

¹⁷ Höschler, Lucian (1984): Öffentlichkeit, In: Joachim Ritter/Karlfried Gründer (Hrsg.), Historisches Wörterbuch der Philosophie, Bd. 6, Darmstadt, S. 1134-1139.

Eine weitere Annäherung zum Begriff „Öffentlichkeit“ betiteln Gestrich¹⁸ (1994, zit. nach Marschall 1999, 38) und einige andere Autoren, indem sie Öffentlichkeit als Gegensatz zum Geheimen zu bestimmen versuchen. Dieser Ansatz zur Bestimmung des Begriffs ist ein sehr „politischer“ Ansatz, denn die Kategorien Macht und Herrschaft werden ebenfalls impliziert. Dem Ansatz zu Grunde liegt der Wandel der Arkanpolitik,¹⁹ Politik des 18. Jahrhunderts. War es zu Beginn der Neuzeit noch Gang und gebe, den Herrschenden eine Geheimpolitik zuzugestehen, so geriet sie wegen der gesellschaftlichen Umwälzungen in der Zeit um das 17. und 18. Jahrhundert immer mehr ins Kreuzfeuer der Kritik. (vgl. Marschall 1999, 37f)

Habermas²⁰ (1990, zit. nach Marschall 1999, 38) schreibt, dass „Öffentlichkeit im Sinne der Publizität politischen Handelns zum systemnormativen Organisationsprinzip demokratischer Institutionen geworden“ ist. (ebd. 38)

Laut Ronneberger²¹ (1974, zit. nach Burkart 2002, 391) ist die Herstellung von Öffentlichkeit als eine der wichtigsten Funktionen der Massenmedien anzusehen. Medien stellen demnach einen „Raum“ zur Verfügung, in dem Öffentlichkeit erst produziert werden kann. (vgl. ebd. 391)

Historisch gesehen veränderte sich der Begriff von Öffentlichkeit stetig. Gab es früher nach Rust²² (1977, 18 zit. nach Burkart 2002, 391) die „Öffentlichkeit der versammelten Privatleute“, so spricht man heute davon, dass Öffentlichkeit dort entsteht, wo Informationen mittels Veröffentlichung durch die Massenmedien allgemein und für jedermann/frau zugänglich gemacht werden. (vgl. ebd. 391)

In einer Demokratie sind politische Entscheidungen nur dann legitimierbar, „wenn sie Ausdruck des Willens einer Mehrheit der betroffenen Bevölkerung sind. Willensbildung aber erfordert Klärung, sowie Diskussion von Meinungen und Standpunkten“ (ebd. 391)

¹⁸ Gestrich, Andreas (1994): Absolutismus und Öffentlichkeit. Politische Kommunikation in Deutschland zu Beginn des 18. Jahrhunderts, Göttingen.

¹⁹ Arkanpolitik von Arcana Imperii, lat. Geheimnis der Herrschenden oder Geheimnisse der Herrschaft

²⁰ Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft.

²¹ Ronneberger, Franz (1974): Die Politischen Funktionen der Massenkommunikation. In: Langenbucher, Wolfgang R. [Hrsg.] : Zur Theorie der politischen Kommunikation / hrsg. von Wolfgang R. Langenbucher . - München : Piper , 1974 . - 363 S. - 3-492-02068-2. - (Piper-Sozialwissenschaft ; 22 S.193-205

²² Rust, Holger: Massenmedien und Öffentlichkeit. Eine soziologische Analyse. Berlin. (1977) S. 18

Demokratische Willensbildung sollte also im Idealfall aus einer pausenlosen Diskussion zwischen möglichst vielen Mitgliedern der Gesellschaft entstehen.

Zu so einem permanenten Austausch kann es - nach einem Zitat von Hundertmark²³ (1976, 202, zit. nach Burkart 2002, 392) - aber nur kommen, wenn sich die „Massenmedien primär als ein Podium begreifen, auf dem gesellschaftliche Konflikte öffentlich und damit durchschaubar gemacht werden“ (ebd.392)

Laut Habermas²⁴ (1992, 436 zit. nach Jarren, Donges 2006, 96) lässt sich „Öffentlichkeit 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.“ (ebd. 96)

2.1.4 Europäische Identität

In der sozialwissenschaftlichen Literatur wird europäische Identität als äußerst schwierig zu fassender Begriff beschrieben. Vor allem das Wort „Identität“ wird oft als unspezifisch, vage oder leer bezeichnet. (vgl. Kohli 2002, 111)

Für diese Arbeit ist eine Auseinandersetzung mit dem Begriff der „europäischen Identität“ allerdings Voraussetzung, um sich überhaupt erst näher mit der Frage nach einem Vorhandensein einer Europäischen Öffentlichkeit beschäftigen zu können. Der Begriff „Identität“ wird in diesem Definitionsversuch im Bezug auf ein politisches Kollektiv verwendet, wie etwa das von nationaler oder europäischer Identität. In der Semantik des Wortes Identität steckt unter anderem, „dass Identität alle Mitglieder in völlig gleicher Weise mit dem Kollektiv verknüpft, ihre internen Unterschiede also einebnet, und zugleich eine absolute Grenze gegen außen, gegen die Nicht-Mitglieder setzt. Identität stiftet also einen radikalen Gegensatz zwischen Inklusion und Exklusion, oder traditioneller gesagt, ein hartes Freund-Feind-Schema.“ (Kohli 2002, 111)

²³ Hundertmark, Gisela: Politisches System und Massenkommunikationssystem. In: Einführung in die Kommunikationswissenschaft 1976, S.193-224, S 202.

²⁴ Habermas, Jürgen (1992) : Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. Frankfurt/M. S.436.

Laut Kohli beziehen sich „kollektive Identitäten“ auf soziale Identitäten, die sich durch große und potentiell wichtige Unterschiede zwischen Gruppen generieren. Kollektive Identitäten, wie die von sozialer Klasse, Alter, Ethnizität oder Religion entstehen durch Interaktionsprozesse, „in denen Andere einer Kategorie zugewiesen werden, der man sich selber auch als zugehörig betrachtet.“ (ebd.114)

Wenn man von nationalen Identitäten spricht, so kann man sagen, dass diese Teil einer Kategorie kollektiver Identitäten mit territorialem Bezugspunkt sind. Neben der nationalen Identität gibt es auch noch andere territoriale Identitäten, wie die lokale Identität, die regionale Identität, die globale Identität oder die supranationale Identität. Die in der Forschung und im politischen Leben meist beachteteste ist laut Smith²⁵ (1991, 177 zit. nach Kohli 2002, 115) aber weiterhin die nationale Identität, da sie „territoriale Referenz mit ethnischen, kulturellen, wirtschaftlichen und rechtlich-politischen Komponenten kombiniert“ (ebd. 115)

In der vorliegenden Untersuchung wird die europäische Identität nach Kohli als kollektive Identität verstanden, in der sich soziale Identitäten durch primär wichtige Unterschiede zwischen Gruppen generieren und dabei Andere einer Kategorie zuweisen können, der sich der einzelne selbst auch zugehörig fühlt.

²⁵ Smith, A.D. (1991): National Identity. London

2.2 Öffentlichkeitstheorien

„Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“ (Luhmann 2004, 9).

Um „Öffentlichkeit“ wissenschaftlich untersuchen zu können, wurden bereits verschiedene Ansätze von Öffentlichkeitstheorien - alle Teil der politischen, soziologischen und kommunikationswissenschaftlichen Forschung – entwickelt.

„(Politische) Öffentlichkeit besteht aus einer Vielzahl von Kommunikationsforen, deren Zugang prinzipiell offen und nicht an Mitgliedschaftsbedingungen gebunden ist und in denen sich individuelle und kollektive Akteure vor einem breiten Publikum zu politischen Themen äußern. Das Produkt der Kommunikation in der Öffentlichkeit bezeichnet man als öffentliche Meinung, die man von den aggregierten Individualmeinungen der Bürger unterscheiden kann“ (Gerhards²⁶ 1998, 694 zit. nach Donges, Imhof 2001, 103)

Im Allgemeinen kann man sagen, dass sich die Theorien oder Konzeptionen von Öffentlichkeit in ihren normativen Ansprüchen und an deren Funktionen unterscheiden. Wie weiter oben beschrieben fehlt aber eine allgemeingültige Definition des Begriffs Öffentlichkeit.

Trotzdem wurde besonders in den kritischen Medientheorien der Begriff „Öffentlichkeit“ immer wieder thematisiert.

Die bekanntesten Denker der Kritischen (Medien-) Theorie waren Max Horkheimer und Theodor W. Adorno mit ihrem 1944 erschienenen Werk „Dialektik der Aufklärung“ sowie Jürgen Habermas der die Diskussion in seiner Habilitationsschrift „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ 1963 und seiner „Theorie des kommunikativen Handelns“ weiterentwickelte. (vgl. Schicha 2003, 109)

Das Hauptaugenmerk der frühen kritischen Theorie liegt in der Vermutung, „dass sich durch die Medienrezeption unterhaltsamer Formate ein falsches Bewusstsein bei den Zuschauern herausbilde. Durch derartige Strategien werde eine *kritische Öffentlichkeit*

²⁶ Gerhards, Jürgen (1998): Öffentlichkeit. In: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer Ulrich (Hg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Opladen, Wiesbaden, S. 694-695)

verhindert, die sich ursprünglich an dem Modell einer diskursiven Kommunikationsgemeinschaft orientiert habe.“ (Schicha 2003, 110)

Die „Kulturindustrie“, ein von Horkheimer und Adorno geprägter Begriff so die These, manipuliert durch „primär unterhaltsame Medieninhalte“ die eine „Bildung autonomer, selbständig bewusst urteilender und sich frei entscheidender Individuen verhindert.“ (ebd. 110)

Generell prognostizieren die beiden Autoren in ihrer „Dialektik der Aufklärung“ ein eher düsteres Bild der Massenmedien, unter anderem dass die Massenkulturindustrie „eine kulturelle und soziale Regression als Konsequenz einer industriellen Kulturproduktion, die gesellschaftliche Gegensätze und Orientierungslosigkeit durch die Produktion eines totalitär ausgerichteten Amusements zu verwischen versucht.“ (ebd. 110)

Dörner²⁷ konstatiert später, das von Horkheimer und Adorno geschriebene Kapitel der Kulturindustrie als „eine einzige große Polemik gegen die moderne Unterhaltungstheorie“ (Dörner 2000, 68 zit. nach Schicha 2003, 111)

Auch wenn die Wissenschaft heute nicht mehr von einem entmündigten Rezipienten ausgeht, so wurden und werden doch viele, der von Horkheimer und Adorno aufgestellten zentralen Thesen der Kritischen Medientheorie von namhaften Wissenschaftlern weiterentwickelt. (vgl.ebd.111)

2.2.1. Normative Öffentlichkeitstheorien nach Habermas

„In der Begriffsgeschichte hat der Begriff der Öffentlichkeit immer wieder einen stark normativen Anspruch erhalten, als ein Kollektiv, das gleichsam der Souverän politischer Entscheidungen sein soll. Verbunden wurde dies mit dem „aufklärerischen Impetus einer Vorstellung einer normativ richtigen Öffentlichkeit“ (Gerhards²⁸ 1998, 268 zit. nach Rhomberg 2008, 37)

²⁷ Dörner, Andreas (2000): Politische Kultur und Medienunterhaltung. Konstanz: UVK Medien

²⁸ Gerhards, Jürgen (1998): Öffentlichkeit. In: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer Ulrich (Hg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Opladen, Wiesbaden, S. 694-695)

Als Jürgen Habermas, Professor für Philosophie und Soziologie, 1964 an der Universität Frankfurt am Main die Nachfolge von Max Horkheimer antrat entwickelte dieser die bereits vorhandene aber mit wenig Beachtung bedachte normative Vorstellung von Öffentlichkeit weiter. (vgl. Schicha 2003, 114)

„Im Mittelpunkt seiner Kommunikationstheorie steht das Bemühen, den Prozess der Verständigung von seinen humanspezifischen Grundbedingungen her zu durchleuchten.“ (Burkart 2002, 436)

Habermas lehnt im Gegensatz zu seinen Vorgängern Horkheimer und Adorno die pauschale These einer gezielten Manipulation durch Massenmedien ab, schreibt jedoch sehr wohl über eine gewisse Problematik die entsteht, wenn über politisch brisante Themen nicht angemessen berichtet wird. (vgl. Schicha 2003, 115)

Ein weiterer Vertreter zumindest der Grundgedanken der Kritischen Medientheorie ist der Soziologe Dieter Prokop²⁹. Er interpretiert Massenmedien sowohl als eine Informations- als auch als eine Unterhaltungsquelle deren primäres Ziel darauf ausgerichtet ist Einschaltquoten, Auflagen und Chartpositionen zu erzielen. Dabei bemängelt er die zunehmend konsumierende Öffentlichkeit, die die kritische Öffentlichkeit bereits weitgehend ersetzt. (Prokop 2000, 11f zit. nach Schicha 2003, 119)

Einen für diese Arbeit interessanten Beitrag zum Thema Öffentlichkeit formuliert Andreas Dörner³⁰ (2001, 78ff zit. nach Schicha 2003, 124) indem er die Meinung vertritt, dass „die Kultur einer Unterhaltungsöffentlichkeit vielmehr einen Interdiskurs darstellen kann, der in sozial differenzierten Gesellschaften den Fragmentierungstendenzen entgegenwirken, Aufmerksamkeit erzeugen und demzufolge gesellschaftliches Agenda-Setting und eine massenmedial evozierte Anschlusskommunikation produzieren kann, bei der die Nutzer ihre medialen Erlebnisse in eine kommunikative und interaktive Praxis umsetzen können.“ (ebd. 124) Für Dörner können demnach innovative Unterhaltungsformate im Bereich der Politischen Information sehr wohl gesellschaftliche Kommunikationsräume schaffen, in denen sich politische Gemeinschaften mit gemeinsamen politischen Identitäten

²⁹ Prokop, Dieter (2002): Der Medien-Kapitalismus. Das Lexikon der neuen kritischen Medienforschung. Hamburg: VSA

³⁰ Dörner, Andreas (2001): Politainment. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

bilden können. „Unterhaltung kann dementsprechend auch eine affirmative integrierende Funktion für die Öffentlichkeit haben.“ (ebd. 125)

Da in der vorliegenden Untersuchung ganz allgemein von einer, auf das Agenda-Setting Modell gestützten Medienwirkung für einen gesellschaftlichen Lernprozess ausgegangen wird und das gesamte Programmangebot von 3sat analysiert werden soll, wird der Auffassung Dörners (2001) besonderes Augenmerk geschenkt.

Neidhart ³¹ (1994 zit. nach Donges, Imhof 2001, 110) definiert drei mögliche Funktionsbestimmungen von Öffentlichkeit. Dabei definiert er Öffentlichkeit als ein Kommunikationssystem, „in dem Themen und Meinungen (A) gesammelt (Input), (B), verarbeitet (Throughput) und (C) weitergegeben (Output) werden. Nach Neidhart lassen sich für diese drei Prozesselemente verschiedene normative Ansprüche benennen.

1. **Die Transparenzfunktionen** – „Öffentlichkeit soll offen sein für alle gesellschaftlichen Gruppen sowie für alle Themen und Meinungen von kollektiver Bedeutung.“
2. **Die Validierungsfunktion** – „Öffentlichkeitsakteure sollen mit den Themen und Meinungen anderer diskursiv umgehen und ihre eigenen Themen und Meinungen unter dem Druck der Argumente anderer gegebenenfalls revidieren“
3. **Die Orientierungsfunktion** – „Öffentliche Kommunikation, die von den Öffentlichkeitsakteuren diskursiv betrieben wird, erzeugt ´öffentliche Meinungen´, die das Publikum als überzeugend wahrnehmen und akzeptieren kann.“ (Donges, Imhof 2001, 110)

Für Habermas ³² sind alle dieser drei normativen Funktionen als relevant einzustufen. So konstatiert er zur Transparentfunktion. „Die bürgerliche Öffentlichkeit steht und fällt mit dem Prinzip des allgemeinen Zugangs. Eine Öffentlichkeit von der angebbare

³¹ Neidhardt, Friedhelm (1994): Einleitung. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.) Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. (=Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34) Opladen, S.7-41

³² Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Frankfurt/M.

Gruppen eo ipso ausgeschlossen wären, ist nicht nur etwa unvollständig, sie ist vielmehr gar keine Öffentlichkeit.“ (Habermas 1990, 156 zit. nach Donges, Imhof 2001, 112)

Die Möglichkeit des Bürgers an einem öffentlichen Diskurs zu partizipieren sind, so Habermas die Grundrechte eines jeden Individuums. Erst wenn die einzelnen Bürger in der Öffentlichkeit kommunikativ handeln, sieht Habermas die Validierungsfunktion erfüllt. (vgl.ebd. 113)

Zusammenfassend kann man sagen, dass die Kritische Medientheorie ein sehr heterogenes Forschungsfeld darstellt, und die Argumentationslinien der verschiedenen Autoren - vor allem durch ihr breites Themenspektrum und die unterschiedlichen Herangehensweisen – bisweilen schwer nachzuvollziehen sind. Vor allem der Mangel an empirischen Daten und die pauschal behaupteten Wirkungen von Medieninhalten machen eine systematische Prüfung der kritischen Ansätze schwierig. (vgl. Schicha 2003, 126)

„Eine Hauptkritik an den Thesen liegt darin, dass sowohl das Medienpublikum als auch die Medienangebote als weitestgehend homogen angesehen werden, wodurch sich wenig Raum für Differenzierung ergibt.“ (Jäckel³³ 1999, 82 zit. nach Schicha 2003, 127) Seit dem Aufkommen der Kritischen Theorie wurde diese jedoch von mehreren Autoren weiterentwickelt und hat durchaus interessante theoretische Ansätze und Thesen hervorgebracht, die auch heute noch aufgegriffen werden können.

2.2.2.Öffentlichkeit im Systemtheoretischen Ansatz

Definiert man Gesellschaft nach Niklas Luhmann so ist diese „als das umfassende Sozialsystem“ wahrzunehmen „welches alle möglichen Kommunikationen zwischen Menschen ordnet“ (Luhmann³⁴ 1981, 19 zit. nach Rhomberg 2008, 21) Grundsätzlich entstammt das „Denken in Systemen“ den Formal- und Naturwissenschaften, deshalb etablierte sich im Bereich der Sozialwissenschaften das Bild vom Organismus: „Ein

³³ Jäckel, Michael (1999): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

³⁴ Luhmann, Niklas (1981): Politische Theorie im Wohlfahrtsstaat, München.

Teil ist ohne den anderen nicht Denkbar; fällt er aus verändert sich das System im Ganzen.“ (Narr³⁵ 1969, 93 zit. nach Burkart 2002, 458)

In der Literatur werden systemtheoretische sog. Spiegelmodelle als normativ „anspruchslos“ beschrieben. So schreibt Marcinkowski „Öffentlichkeit ermöglicht demnach die Selbstbeobachtung und die Herstellung einer Selbstbeschreibung von Gesellschaft mittels Veröffentlichung von Themen.“ (Marcinkowski³⁶ 1993, 118 Donges, Imhof 2001, 111)

Wimmer schreibt über die systemtheoretischen Ansätze die sich mit Öffentlichkeit befassen, dass diese generell „alles andere als eine Einheit“ bilden und sie „bestenfalls im systemtheoretischen Paradigma unter einen Hut gebracht werden“ können. Allerdings so Wimmer konnte Luhmann einen der „originellsten und interessantesten Zugänge zur Ausarbeitung einer Theorie der Öffentlichkeit schaffen.“ (Wimmer 2000, 509f zit. nach Rhomberg 2008, 36)

Bekannte Autoren die sich im Sinne des systemtheoretischen Verständnisses mit Öffentlichkeit beschäftigen sind neben Luhmann, Gerharts und Marcinkowski auch Neidhart und Jarren.

Nach den letzteren beiden kann man das Entstehen von Öffentlichkeit in drei unterschiedlichen Ebenen - die Encounter- Ebene, die Themen- oder Versammlungsöffentlichkeit und in die wichtigste Ebene, die Medienöffentlichkeit – einteilen.

In der *Encounter- Ebene* entsteht immer dann Öffentlichkeit, wenn sich etwa zwei oder wenige gleichberechtigte Personen treffen und durch spontane, persönliche Kommunikation eine Diskussion entsteht. (vgl. Donges, Imhof 2001, 106)

„Auf dieser Ebene ist Öffentlichkeit ein einfaches Interaktionssystem, ohne eine Differenzierung in Leistungs- oder Publikumsrolle, d.h. jeder Teilnehmer einer solchen Form von Öffentlichkeit kann zugleich als Sprecher oder als Publikum auftreten. Die Rolle des Vermittlers ist auf dieser Ebene nicht vorhanden. Die Encounter-Ebene ist meist räumlich, zeitlich und sozial beschränkt und gekennzeichnet durch fließende

³⁵ Narr Wolf-Dieter (1969): Theoriebegriffe und Systemtheorie. Stuttgart.

³⁶ Marcinkowski, Frank (1993): Publizistik als autopoetisches System. Politik und Massenmedien. Eine systemtheoretische Analyse. Opladen.

Übergänge zwischen privater Kommunikation mit wechselseitigen, hoch selektiven Publikumsbezügen und öffentlicher Kommunikation gegenüber einem prinzipiell unbegrenzten Publikum.“ (Donges, Jarren 2001, 106)

Bei der Themen- oder Versammlungsöffentlichkeit kann es sowohl zu spontanen als auch zu organisierten Diskussionen kommen; zum Beispiel in Form von Demonstrationen, Versammlungen oder Kundgebungen. Der Unterschied zur Encounter- Ebene liegt darin, dass den einzelnen Akteuren eher gewisse Rollen – Sprecher, Publikum - zugewiesen werden.

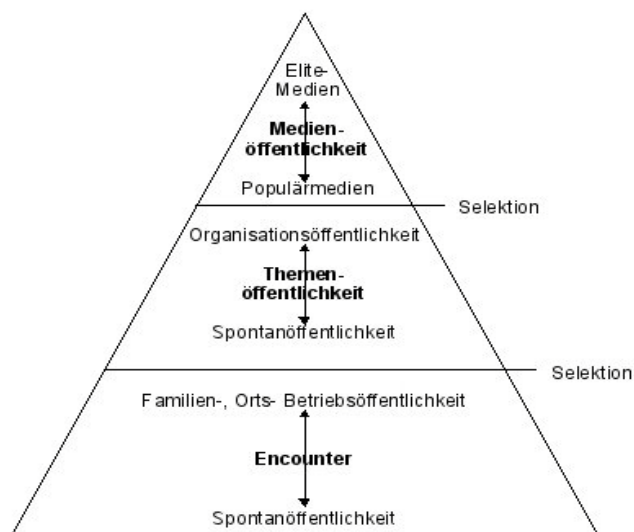


Abbildung 1: Ebenen der Öffentlichkeit nach Neidhardt (nach: Donges/ Jarren, 1999: 92)

Die dritte Ebene der Öffentlichkeit stellt die Medienöffentlichkeit dar. Sie ist die einzige der drei Ebenen, die theoretisch alle Europäer erreichen könnte und nimmt aus diesem Grund die tragende Rolle in der politischen Öffentlichkeit ein. (vgl. Huter 2007, 19)

Plake (2004) stellt dazu fest: „Damit jeder durch Wahrnehmung des aktiven und des passiven Wahlrechts die Möglichkeit hat, auf das politische Geschehen einzuwirken, muss es in großen komplexen Gesellschaften eine auf Medienkommunikation aufbauende Öffentlichkeit geben, die den Bürger in den Stand versetzt, sich mit Informationen als Grundlage für eine vernünftige Entscheidung zu versorgen.“ (Plake

2004, 255) Laut Ulrich Saxer liegt, wenn man die Erkenntnisinteressen von Gesellschafts-, Demokratie-, Medien- und Kommunikationstheorie zusammenfasst und auf eine klärende Problemstellung verdichtet, die Frage, nach „welchen Beitrag Medienöffentlichkeit unter Bedingungen von Gesellschafts- und Medienpolitischen zum demokratischen europäischen Zusammenleben leisten kann“ im Fokus. (Saxer 2006, 65)

Als theoretische Annäherung bieten sich unter anderem die Nachrichtenwerttheorie, die Agenda Setting und das Next- Door Giant Theorem an. Diese vorliegende Untersuchung wird sich verstärkt auf den Agend-Setting-Ansatz konzentrieren und diesen weiter unten detaillierter vorstellen.

2.2.2 „Öffentliche Meinung“ nach Noelle-Neumann

Die Wissenschaft hat bisweilen Schwierigkeiten, den Begriff der „Öffentlichen Meinung“ klar zu definieren. Niedermann³⁷ sieht die Öffentliche Meinung „auf das unbewusste Bestreben von in einem Verband lebender Menschen, zu einem gemeinsamen Urteil zu gelangen, zu einer Übereinstimmung, wie sie erforderlich ist, um handeln und -wenn notwendig - entscheiden zu können.“ (Niedermann 1991 zit. nach Noelle-Neumann 1996, 367)

Noelle- Neumann schreibt in ihrem Aufsatz zur öffentlichen Meinung: „Der Zusammenhalt des sozialen Verbandes ist scheinbar gegeben, scheinbar kommt fast von allein die Übereinstimmung zustande, was zu billigen und was zu missbilligen sei. Keine Rede ist davon, dass dieser Zusammenhalt vielleicht Ergebnis einer pausenlosen sozialen Anstrengung sei.“ (Noelle-Neumann 1996, 369) Laut Noelle-Neumann besitzt der Begriff der Öffentlichen Meinung eine seltsame „Begriffsgeschichte“.

So weiß schon Sokrates den Begriff würdevoll als „ungeschriebene Gesetze“ zu bezeichnen. Öffentliche Meinung galt bis etwa zu Beginn des 18. Jahrhunderts als Beschreibung des Konformitätsdrucks der Gesellschaft und wurde als eine Art soziale

³⁷ Niedermann, Anne (1991): Ungeschriebene Gesetze: Ein sozialpsychologischer Ansatz zur Beschreibung des Spannungsfeldes zwischen Öffentlicher Meinung und Recht. Diss. Mainz.

Kontrolle zur Sicherung des gesellschaftlichen Zusammenhalts verwendet. Mit dem Einsetzen der Aufklärung verwandelte sich auch die Bedeutung des Begriffs. Von nun an meinte „Öffentliche Meinung“ den mündigen, gut informierten, verantwortungsbewussten Bürger, der - alle Vor- und Nachteile abwägend - jederzeit zur Partizipation mit der Gesellschaft bereit war. Zusätzlich empfand man nun den öffentlichen Austausch von Argumenten als die Kontrolle und das Korrelat zur Regierung. (vgl. Noelle-Neumann 1996, 369)

In der wissenschaftlichen Diskussion um den Begriff kam es in der Folge zu Missverständnissen, bis der Definitionskonflikt mit einer Aufteilung in zwei Definitionsgruppen beigelegt werden konnte.

So gibt es bis heute zwei Gruppen von Definitionen um die „Öffentliche Meinung“: Für die einen bedeutet der Begriff „Konformitätsdruck“, ungeschriebene Gesetze und soziale Kontrolle, für die anderen ist die Öffentliche Meinung nur als ein durchdachtes Urteil einer politischen Elite zu sehen. Aus diesen beiden Definitionsgruppen ergaben sich bald zwei verschiedene Konzepte - das Elitekonzept und das Integrationskonzept - die von den etwaigen Wissenschaftlern vertreten werden. (vgl. Noelle-Neumann 1996, 370f)

In der hier vorliegenden Arbeit werden beide Konzepte zur Öffentlichen Meinung beschrieben werden, für die Beantwortung der konkreten Fragestellungen und Hypothesen wird allerdings vom Elitekonzept ausgegangen werden.

Das Elitekonzept als Definitionsversuch öffentlicher Meinung tauchte gegen Ende des 18. Jahrhunderts auf. Das Konzept beschreibt die Beziehung zwischen öffentlicher Meinung und der Regierung als eine unbedingt notwendige, da ein Ignorieren der öffentlichen Meinung über kurz oder lang auch zu einem Scheitern der bestehenden Regierung führen würde.

Im Unterschied zum Integrationskonzept, das alle in den Prozess der öffentlichen Meinung mit einbezieht, hängt es beim Elitekonzept vom Individuum selbst ab, ob es sich politisch partizipieren will, also sich beteiligen will oder eben nicht. Vereinfacht könnte man sagen, im Elitekonzept sollten nur Urteilsfähige, Verantwortungsbewusste, Erfahrene Individuen an wichtigen politischen Entscheidungen teilhaben. Öffentliche

Meinung wird hier mit der Meinung der sich politisch partizipierenden Elite gleichgeschaltet. (vgl. Noelle-Neumann 1996, 370f)

Noelle-Neumann schreibt dazu: „Der Effekt beim Elitekonzept ist Verstärkung der Intelligenz in den öffentlichen Geschäften; beim Integrationskonzept ist der Effekt Zusammenhalt der Gemeinschaft, ein Konsens, wenn nicht tief im Innern in der Brust des einzelnen, so doch in dem, was öffentlich zur Schau getragen wird, eine Übereinstimmung die unentbehrlich ist, um ein Gemeinwesen fähig zu halten für Entscheidungen und Handlungen, zum Beispiel auch zur Selbstverteidigung.“ (Noelle-Neumann 1996, 371)

Nach Noelle-Neumann wäre es für die wissenschaftliche Diskussion zweckmäßig, den Begriff öffentliche Meinung wieder auf seine ursprüngliche Bedeutung zurückzuführen. So verdeutlicht die Semantik vom „ungeschriebenen Gesetz“ vielmehr die Macht der öffentlichen Meinung „unter deren Druck sowohl Regierungen als auch die Mitglieder der Gesellschaft ihr Handeln einrichten müssen.“ (ebd. 372)

Ohne die Meinungsführer, die Vertreter der Elitemeinung, die einerseits durch die Medien, andererseits durch persönliche Gespräche ihre Meinung kund tun, kann sich nach Noelle-Neumann keine neue öffentliche Meinung durchsetzen. Jedoch auch mit Zutun der Meinungsführer wird nicht zwangsläufig die veröffentlichte Meinung auch zur öffentlichen Meinung. Öffentliche Meinung ist besonders in Zeiten eines starken Wertewandels, wie Krieg oder Revolution, von nicht zu unterschätzender Bedeutung, da sie für den Zusammenhalt eines Verbandes eine entscheidende Rolle spielt.

Führt man den Gedanken auf das Thema der Arbeit die europäische Union und ihr Öffentlichkeitsdefizit zurück, so ist in Friedenszeiten; „wenn die Mitglieder einen großen Bestand an Gemeinsamkeit aus Rasse, Geschichte, Religion, Kultur besitzen und wenn, wie in primitiven Gesellschaften, Lebensverhältnisse und Auffassungen sich gar nicht oder sehr langsam verändern“ (ebd.272) der Konformitätszwang der öffentlichen Meinung kaum zu bemerken. Dabei stellt sich aber die Frage, ob sich das europäische Volk soweit verbunden fühlt, auch eine wirklich ernsthafte Krise wie zum Beispiel eine mögliche Klimakatastrophe zu meistern. (vgl.ebd. 272f)

Zusammenfassend ist die öffentliche Meinung nach Noelle-Neumann ein essentieller Bestandteil der Gesellschaft und unter anderem eine Vorbedingung für die Existenz

von Gemeinwesen primär. „Sozialpsychologisch gesehen ist Öffentlichkeit jener Zustand, wo der einzelne von allen gesehen und beurteilt wird, wo sein Ruf und seine Beliebtheit auf dem Spiel stehen, Öffentlichkeit als Tribunal.“ (ebd. 376)

2.3 Funktionen der Massenmedien

„Demokratie bedeutet Beteiligung aller Entscheidungsbetroffenen am Prozess der Entscheidungsfindung. Diese anspruchsvolle Idee setzt vieles voraus, nicht zuletzt die freie Verfügbarkeit und gesellschaftsweite Vermittlung entscheidungsrelevanter Informationen.“ (Marcinkowski/Meier/Trappel 2006, 7)

Niklas Luhmann schreibt zu den Funktionen der Massenmedien, dass sie einen „Beitrag zur Realitätskonstruktion der Gesellschaft“ und eine laufende „Reaktualisierung der Selbstbeschreibung der Gesellschaft“ herbeiführen. (vgl. Luhmann 2004, 183)

In der wissenschaftlichen Literatur werden Medien oft mit bestimmten Leistungen, die sie zum gesellschaftlichen System beitragen, in Zusammenhang gebracht. Dabei taucht der Begriff „Funktionen der Massenmedien“ auf. (vgl. Burkart 2002, 379) Diese Funktionen werden nach Burkart (2002) in drei Grundfunktionen und eine zusätzliche, den anderen übergeordnete Informationsfunktion, unterschieden, die in jeder der drei Funktionen mit einfließt - die soziale Funktionen - die politischen Funktionen - die Ökonomischen Funktionen

Abbildung 2: Funktionen der Massenmedien

Funktionen der Massenmedien		
soziale	politische	ökonomische
Sozialisationsfunktion Soziale Orientierungsfunktion	Informationsfunktion Herstellen von Öffentlichkeit Artikulationsfunktion	Zirkulationsfunktion - Wissensvermittlung - Sozialtherapie - Legitimationshilfe regenerative Funktion herrschaftliche Funktion
Rekreatationsfunktion (Unterhaltung, Eskapismus) Integrationsfunktion	Politische Sozialisations- bzw. Bildungsfunktion Kritik- und Kontrollfunktion	
soziales	politisches	ökonomisches
gesellschaftliches System		

Quelle: Burkart 2002, 382

Für diese Arbeit ist die Herausarbeitung der Sozialen- und der Politischen Funktion der Massenmedien interessant, da sie unter anderem Basis der Diskussion um eine mögliche europäische Öffentlichkeit bildet.

2.3.1 Soziale Funktion

Im Hinblick auf die gesellschaftliche Umwelt als soziales System sollen die Massenmedien soziale Leistungen für eben diese erbringen. Viele Wissenschaftler sind sich einig, dass die Sozialisationsfunktion der Massenmedien für das Zusammenleben der Menschen in mittlerweile industriellen Großgesellschaften eine der notwendigsten Leistungen der Massenmedien ist. (vgl. Burkart 2002, 383)

„Begrift man Sozialisation als eigentlich das ganze Leben hindurch andauernde soziokulturelle Geburt des Menschen, so stellen die Massenmedien ja zweifellos eine kaum zu unterschätzende Größe in diesem Prozess dar: Sind sie doch für die Menschen

in industriellen Gesellschaften praktisch zur alltäglichen Selbstverständlichkeit geworden und mit ihren kulturellen Transaktionsleistungen für jeden präsent“(Saxer³⁸ 1974a, 31 zit. nach Burkart 2002, 384)

Die soziale Funktion der Massenmedien lässt sich nach Burkart (2002) in vier weitere Teilfunktionen gliedern.

Man spricht hier von der Sozialisationsfunktion, der sozialen Orientierungsfunktion, der Rekreationsfunktion und der Integrationsfunktion. (vgl. Burkart 2002, 382f.)

(vgl. Abb. 1) Ronneberger³⁹ sieht die Sozialisation durch Massenmedien zum einen; „Als Vermittlung von (wenn auch bisweilen unterschiedlichen sogar einander widersprechenden) Leitbildern, Werten und Normen des Denkens und des Handelns“ zum anderen „als Vermittlung von Denkformen und Verhaltensweisen, die das Leben in komplex organisierten Gesellschaftssystemen überhaupt erst ermöglichen und die zugleich auch der Erhaltung und Weiterentwicklung dieser Gesellschaft dienen. (Ronneberger 1971, 80 zit. nach Burkart 2002, 385)

Zusammenfassend könnte man sagen, dass Sozialisation - mit Focus auf die Massenkommunikation - die Vermittlung von Werten, Normen und Leitbildern bedeutet. Erst durch sie entstehen Formen des Denkens und Verhaltens, die unsere heute so komplexe Gesellschaft ermöglichen. Die Sozialisations- und Orientierungsfunktion überschneiden sich in mehreren Bereichen. Burkart schreibt über die Orientierungsfunktion „dass uns Massenmedien täglich mit einer Fülle von Details versorgen, die uns das Zurechtfinden in einer immer unüberschaubarer werdenden Umwelt überhaupt erst ermöglichen“ (Burkart 2002, 386)

Die dritte Teilfunktion wird in der Literatur von Ronneberger (1971, 50) als *Rekreationsfunktion* oder von Saxer⁴⁰ (1974a, 32 zit. nach Burkart 2002, 387) auch als Gratifikationsfunktion beschrieben. Die Bedeutung dieser Funktion ist - zusammengefasst - sich durch die Medien Zerstreuung verschaffen und dem komplexen Arbeitsalltag zu entfliehen. Deswegen wird diese Funktion auch ähnlich die der Eskapismus- und Unterhaltungsfunktion interpretiert.

³⁸ Saxer, Ulrich (1974a): Funktionen der Massenmedien in der modernen Gesellschaft. In: Kurzrock, Rupert (Hrsg.) (1974): Medienforschung. Berlin.

³⁹ Ronneberger, Franz (1971): Sozialisation durch Massenkommunikation. Stuttgart

⁴⁰ Saxer, Ulrich (1974a): Funktionen der Massenmedien in der modernen Gesellschaft. In: Kurzrock, Rupert (Hrsg.) (1974): Medienforschung. Berlin.

Die Integrationsfunktion stellt für diese Arbeit eine der wichtigsten sozialen Funktionen der Medien dar, wie schon weiter oben in dem Text zur öffentlichen Meinung von Elisabeth Noelle-Neumann beschrieben. Da sich unsere Gesellschaft nicht aus einem einheitlichen Block, sondern aus diversen Gruppen und Verbänden zusammensetzt besteht laut Arndt⁴¹ (1966, zit. nach Burkart 2002, 387) auch immer eine Gefahr des Auseinanderdriftens und der Desintegration. Ronneberger⁴² (1985, 5 zit. nach Burkart 2002, 387)

2.3.2 Politische Funktion

Nach Burkart (2002) visualisieren Massenmedien das politische Geschehen, sie beeinflussen sowohl die politische Kultur als auch das politische Tagesgeschehen. Die Medien bewerten, kommentieren Ereignisse und machen sie zu Meldungen oder eben nicht. Das besondere am Massenmedium Fernsehen ist, dass es wie kein anderes Medium dem politischen Geschehen ein Gesicht verleiht.

Durch den optischen Eindruck entsteht eine besondere Glaubwürdigkeit des Mediums, mit dem die anderen Medien, wie Presse oder Radio, nicht mithalten können.(vgl. Plake 2204, 280) Luhmann⁴³ (1996, 79 zit. nach Plake 2004, 280) schreibt dazu, dass es für den Betrachter so scheint, als würde das Fernsehen die Wirklichkeit selbst wiedergeben, weil ihm für Manipulationen „keine Zeit“ bleibt. Pethig sieht hingegen weniger die Möglichkeit der Manipulation im Vordergrund, als das Potenzial der Massenmedien:

„Durch den Konsum kulturell verantwortlicher Programmgüter fördern die Rezipienten die gesellschaftliche Integration und festigen die soziokulturelle Infrastruktur. Durch die Rezeption umfassender Information und Meinungsvielfalt durch den Rundfunk werden Inputs für individuelle aber gesellschaftliche Willens- und Meinungsbildungsprozesse geliefert, die zu besseren politischen Entscheidungen

⁴¹ Arndt, Adolf (1966): Die Rolle der Massenmedien in der Demokratie. In: Löffler, Martin (1966): Die Rolle der Massenmedien in der Demokratie. Berlin

⁴² Ronneberger, Franz (1985): Integration durch Massenmedien. In: Saxer, Ulrich (1985): Gleichheit und d Ungleichheit durch Massenkommunikation? Homogenisierung-Differenzierung der Gesellschaft durch Massenkommunikation. München: Ölschläger S. 3-18

⁴³ Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. 2. erweiterte Auflage. Opladen

führen, von denen auch Nicht-Rezipienten profitieren.“ (Pethig⁴⁴ 1997, 39, zit. nach Kiefer 2005, 150)

2.3..3 Ökonomische Funktion

Unter den ökonomischen Funktionen versteht man alle Leistungen der Massenmedien, die etwas zur gesellschaftlichen Umwelt als ökonomisches System beitragen. Diese ökonomischen Funktionen sind fast ausschließlich nach kapitalistischen Prinzipien organisiert. (vgl. Burkart 2002, 397)

Nach Holzer⁴⁵ (Holzer 1973, 150, zit. nach Burkart 2002, 397) ist die primäre ökonomische Funktion der Massenmedien die von ihm benannte Zirkulationsfunktion. Weil Medien als Werbeträger auftreten, haben sie im Sinne der Zirkulationsfunktion die Aufgabe, die Ware-Geld-Beziehungen zu unterstützen, den Warenumsatz zu beschleunigen und als Motor des privatwirtschaftlichen Kreislaufs zu fungieren. (vgl.ebd. 397)

Zusammenfassend kann man zu den Massenmedien feststellen, dass sie für das einzelne Individuum als auch für die Gesellschaft bzw. Öffentlichkeit eine Vielzahl von Funktionen erfüllen. Für diese Arbeit sind vor allem die Integrationsfunktion und die Funktion zur Herstellung von Öffentlichkeit interessant.

Rhomberg schreibt dazu: „Medien besitzen also Wirkungen auf die Gesellschaft und den Einzelnen. Diese Effekte sind aber selektiv und individuell: Sie sind abhängig von der Art der Botschaft, dem Medium, der Art der Präsentation, den Prädispositionen der Rezipienten und den zeitlichen Umständen. Zur Erklärung dieser Wirkungsphänomene sind in den vergangenen Jahrzehnten verschiedenste Modelle entstanden: unter anderem sind dies Agenda-Setting, die Theorie der Schweigespirale, sowie die Kultivationsanalyse“ (Rhomberg 2009, 46)

⁴⁴ Pethig, Rüdiger (1997): Die verfassungsrechtliche Verbürgung von Vielfalt in der Bundesrepublik Deutschland. Koreferat zum Referat von Friedrich Kübler. In: Kohl, Helmut (Hrsg.)(1997): Vielfalt im Rundfunk. Interdisziplinäre und internationale Annäherungen. Konstanz: UVK Medien .

⁴⁵ Holzer, Horst (1973): Kommunikationssoziologie. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

In dieser Untersuchung zu einem möglichen Beitrag von 3sat zu einer europäischen Öffentlichkeit werden wir uns näher mit dem Agenda-Setting Ansatz beschäftigen, der weiter unten noch detaillierter beschrieben werden wird.

2.4 Die Europäische Union und ihr politisches System

Bevor sich diese Arbeit eingehender mit dem eigentlichen Thema des Demokratiedefizit der Europäischen Union auseinandersetzen kann, muss zum besseren Verständnis der wissenschaftlichen Diskussion zuvor ein - wenn auch kurzer - Einblick in die komplexe politische Struktur der europäischen Union, gegeben werden.

2.4.1 Die zentralen Organe der EU

Die Europäische Union bzw. deren politische Struktur setzt sich aus folgenden zentralen Organen zusammen:

- *dem europäischen Rat,*
- *der europäischen Kommission*
- *dem Ministerrat*
- *dem Europäischen Parlament*
- *und dem Europäischen Gerichtshof*

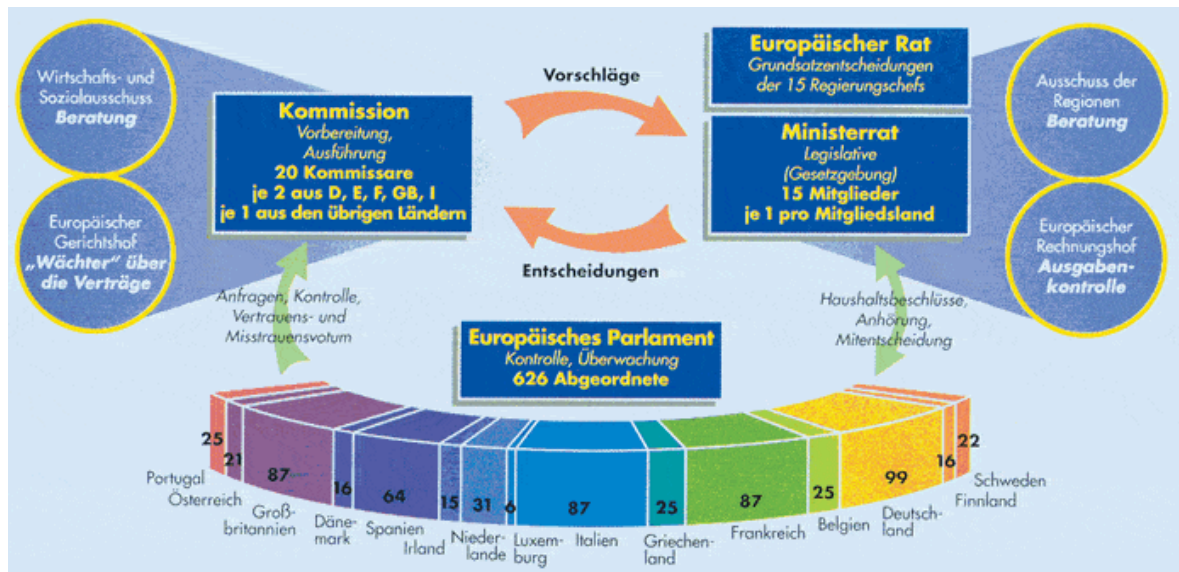


Abbildung 3: Organe der Europäischen Union (vgl. eurocons.homac.at 17.08.09)

Diese politische Struktur der europäischen Organe mit all ihren Kompetenzen und Gesetzgebungsverfahren entwickelte sich prozesshaft. Dabei ist auffällig, dass es, bis auf den Europäischen Gerichtshof, in der EU keine klare Gewaltenteilung zwischen den einzelnen Institutionen gibt. (vgl. Baum-Ceisig, Busch, Nospickel 2007, 13)

Eine hierarchische Anordnung dieser fünf zentralen Organe der Europäischen Union ist aufgrund der sich überschneidenden Kompetenzen, Zuständigkeiten und Aufgabenbereiche schwer zu bewerkstelligen. Allerdings kann man den Europäischen Rat mit Sicherheit als eines der höchsten Gremien einordnen.

Der *Europäische Rat*, bestehend aus sämtlichen Regierungschefs, Ministerpräsidenten und Kanzler, trifft sich mindestens zwei Mal im Jahr und hat dabei vorrangig die Aufgabe, zentrale Ziele und Visionen der Weiterentwicklung zu besprechen bzw. zu beschließen.

EU- Vertrag, Artikel 4: „Der europäische Rat gibt der Union die für ihre Entwicklung erforderlichen Impulse und legt die allgemeinen politischen Zielvorstellungen für diese Entwicklung fest“ (Baum-Ceisig, Busch, Nospickel 2007, 15)

Ein weiteres, hoch einzustufendes Organ der EU bildet der *Ministerrat*. In jährlich bis zu 80 Treffen versammeln sich dabei die jeweiligen Minister bzw. ihnen gleich gestellte Vertreter ihrer nationalen Regierungen.

Die *Europäischen Kommission* setzt sich aus 27 Kommissaren – jeweils einer pro Mitgliedsland – zusammen und wird weiter durch einen alle fünf Jahre gewählten Präsidenten angeführt. Im Vordergrund des zu organisierenden politischen Feldes stehen vorrangig ökonomische Sachgebiete.

Dabei arbeitet die Europäische Kommission an Vorschlägen für neue europäische Rechtsvorschriften, hat die Kontrolle über die Einhaltung und richtige Anwendung der EU-Verträge über, verwaltet den Haushalt für die Umsetzung der verschiedenen Maßnahmen und Programme der EU und vertritt die EU auf internationaler Ebene. (vgl.ebd. 13)

„Die Mitglieder der Kommission sind dem Wohl der Europäischen Union verpflichtet und nicht ihrem jeweiligen Herkunftsland gegenüber weisungsgebunden. Ziel ihrer Arbeit ist es, die europäische Integration voranzutreiben“ (Weidenfeld, Wessels⁴⁶ 2006 zit. nach Baum-Ceisig, Busch, Nospickel 2007, 13)

Das *Europäische Parlament* wird als einziges Organ der Europäischen Union direkt von der Bevölkerung gewählt. Das Parlament besteht mittlerweile aus 736 Mitgliedern, die dafür bestimmt sind, die Bürger Europas zu vertreten. Alle fünf Jahre werden, je nach Größe des Mitgliedslandes, Abgeordnete nach Straßburg entsandt.

Ein häufig genannter Kritikpunkt zur Funktionsweise des Parlaments ist, dass sie nicht in allen Bereichen der Funktionsweise nationaler Volksvertretungen, sprich Parlamente, entspricht und weiters, dass die Kompetenzen des Parlaments weit hinter jenen nationaler Parlamente zurückfallen.

Auf europäischer Ebene entspricht das jetzt der zentralen Organe der EU, der *Europäischer Gerichtshof (EuGH)* noch am ehesten seinem nationalen Pendant.

⁴⁶ Weidenfeld, Werner/ Wessels Wolfgang (2006): Europa von A bis Z : Taschenbuch der europäischen Integration / hrsg. von Werner und Wolfgang Wessels. Institut für Europäische Politik . - 9. Aufl. . - [Baden-Baden] : Nomos , 2006 . - 496 S.

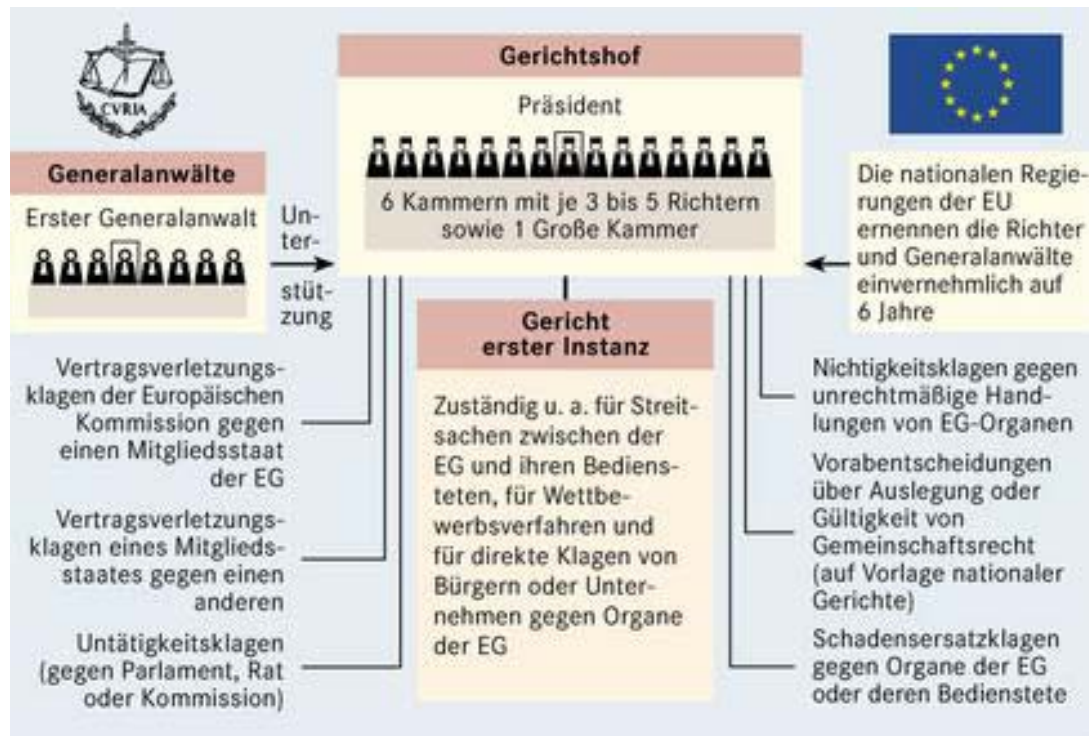


Abbildung 4 : Europäischer Gerichtshof (EuGH) vgl.:

http://www.bpb.de/wissen/ZZH20Y,0,0,Europ%EAischer_Gerichtshof.html?buchstabe=K

Das Hauptaufgabe des europäischen Gerichtshofes ist die „rechtlich verbindliche Klärung unterschiedlicher Interessen zwischen den Mitgliedsstaaten auf der einen und der europäischen Ebene auf der anderen Seite, sowie die Überwachung der Einhaltung der europäischen Gesetzgebung.“ (Baum-Ceisig, Busch, Nospickel 2007, 23)

2.4.2. Fernsehrichtlinie der EU

Schon im Mai 1983 gab es in einem Zwischenbericht der Europäischen Kommission mit dem Namen „Realität und Tendenzen des Fernsehen in Europa: Perspektiven und Optionen“ erste Ansätze einer europaweit einheitlichen Fernsehrichtlinie.

Es gab Bemühungen in Richtung eines gemeinsamen Marktes für das Fernsehen zu etablieren, vor allem um „die Freiheit des Angebots und des Empfangs von Fernsehen über die Grenzen der EG-Mitgliedsstaaten hinweg“ zu sichern. (Holtz-Bacha 2006, 84) Als es 1989 schließlich zur Unterzeichnung der bis dahin heiß diskutierten

Fernsehrichtlinie kam war dies ein großer Schritt für eine gemeinsame Rundfunkpolitik. Da die Richtlinie nicht auf Vollharmonisierung angelegt ist, war keine Aufgabe bestimmter nationaler Positionen von Nöten.

In der europäischen Fernsehrichtlinie vom 3. Oktober 1989 wird festgehalten, dass die Fernsehtätigkeit eine Dienstleistung ist für den ein gemeinsamer Markt für die Herstellung und Verbreitung von Programmen sichergestellt werden muss. Des weiteren wird im dritten Kapitel zur Förderung der Verbreitung und Herstellung von Fernsehprogrammen folgendes festgelegt; der Hauptanteil der Sendezeit sollte für europäische Werke reserviert werden; 10% der Sendezeit soll in unabhängige Produzenten und neuere europäischer Werke investiert werden und die Austrahlung von Kinofilmen soll frühestens nach zwei Jahren erfolgen dürfen.

Die darauf folgenden Kapitel widmen sich weiters der Fernsehwerbung und dem Sponsoring, dem Schutz der Minderjährigen, dem Recht auf Gegendarstellung und den Schlussbestimmungen der Fernsehrichtlinie. (Holtz-Bacha 2006, 114)

Es wurden mit der Fernsehrichtlinie also sowohl ökonomische als auch kulturelle Anliegen verfolgt. Die Richtlinie sieht unter anderem auch eine Quotenregelung für den Anteil an Sendezeit der für europäische Werke freizuhalten ist vor. (vgl. ebd. 115)

„Zusammen mit den Quotenvorgaben werden den Sendern in den meisten Ländern keine Auflagen gemacht, wann die europäischen Werke ins Programm aufzunehmen sind. Wenigsten für die Reichweiten stärksten Kanäle liegen Befunde vor, die zeigen, dass diese Quoten sehr wohl auch zu den Hauptsendezeiten gerecht werden.“ (Holtz-Bacha 2006, 154)

Das verfolgte Ziel der Europäische Kommission war dabei zum einen die Förderung der europäischen Programmindustrie, zum andern aber vorallem auch das vor zurückdrängen der „Coca-Cola-Kultur“. (Holtz-Bacha 2006, 126)

2.5 Das Demokratiedefizit der europäischen Union und die europäische Öffentlichkeit

„Ist die europäische Union überhaupt demokratiefähig?“ Dies ist eine der zentralen Fragen, die sich Sozialwissenschaftler, Bürger und Politiker rund um die Demokratisierung der europäischen Union stellen. (vgl. Kantner 2004, 9)

Grimm⁴⁷ schreibt in seinem Buch „Braucht Europa eine Verfassung?“ über die Gründe eines europäischen Demokratiedefizits „aus verfassungsrechtlicher Perspektive ergibt sich das Demokratiedefizit der Europäischen Union aus dem Umstand, dass die Gemeinschaft weder der gewohnten Vorstellung eines Staates entspricht, dessen Rechtsgrundlagen eine Verfassung bildet, noch der gewohnten Vorstellung von zwischenstaatlichen Einrichtungen, deren Rechtsgrundlage völkerrechtliche Verträge bilden.“ (1995, 11 zit. nach Kantner 2004, 61) Das Demokratiedefizit manifestiert sich im Unterschied zwischen den europäischen Verträgen und denen nationalstaatlicher Verfassungen. „Die Quelle der europäischen Verträge sind Vereinbarungen zwischen den Mitgliedsstaaten und kein konstitutioneller Akt der Bürger.“ (ebd. 31)

In seinem Werk „Nationalism and Social Communication“ spricht Karl W. Deutsch⁴⁸ darüber, dass eine nationale politische Gemeinschaft vor allem an intensiven Kommunikationen zu erkennen ist. Laut Deutsch ist die Fähigkeit der Mitglieder einer politischen Gemeinschaft „to communicate more effectively, and over a wider range of subjects with members of one large group than with outsiders“ wichtiger als deren gemeinsame Geschichte. (Deutsch 1966, davor 1953, 97 zit. nach Brüggemann, Sifft, Kleinen-von Königslöw, Peters, Wimmel 2007, 300)

Prozesse wie Europäisierung und Transnationalisierung werden hier also als kommunikative Interaktionen beschrieben, in der der Nationalstaat und seine historische Grenzziehung an Bedeutung verliert. „Grenzüberschreitende Kommunikationsflüsse könnten dann einen gemeinsamen europäischen

⁴⁷ Grimm, Dieter (1995): Braucht Europa eine Verfassung? München: Carl Friedrich von Siemens Stiftung

⁴⁸ Deutsch, Karl W. (1966), Nationalism and Social Communication: An Inquiry into the Foundations of Nationality, Cambridge, MA: MIT Press. (1956), >Shifts in the Balance of Communication Flows: A Problem of Measurement in International Relations<, in: Public Opinion Quarterly 20 (I), S. 143-160)

Kommunikationsraum schaffen, der durch transnationale öffentliche Diskurse integriert wird.“ (Brüggemann, Sifft, Kleinen-von Königsblöw, Peters, Wimmel 2007, 300)

Europa gehört mittlerweile neben Indien, den vereinigten Staaten und Brasilien zu den größten bzw. volkreichsten Demokratien der Welt.⁴⁹ (Schümer 2004, 111 zit. nach Baum-Ceisig, Busch, Nospickel 2007, 46) Diese Internationalisierung bringt vor allem ökonomische Kooperations- und Austauschbeziehungen mit sich, aber auch eine Vielzahl sozialer Prozesse, und diese wiederum bedürfen verschiedener politischer Regelungen und Maßnahmen, die über den einzelnen Nationalstaat hinaus greifen müssen. Um derartige politische transnationale Regeln und Institutionen überhaupt erst aufbauen zu können, bedarf es allerdings einer breiten Zustimmung der europäischen Bevölkerung, um das Vorhaben auch demokratisch legitimieren zu können. (vgl. Peters 2007, 288)

Als am 18. April 1951 in Paris der Vertrag zur europäischen Gemeinschaft für Kohle und Stahl (EGKS) unterzeichnet wurde, war ein Integrationsprojekt entstanden, das zum ersten Mal nach einer den Nationalstaat überschreitenden Demokratie verlangte. (Axtmann⁵⁰ 1995, 98 zit. nach Beierwalters 2000, 214)

Die europäischen Länder sollten wirtschaftlich und politisch vereint werden, nicht zuletzt um nach den Schrecken des 2. Weltkriegs den Frieden beständig zu sichern. Mit Belgien, Deutschland, Frankreich, Italien, Luxemburg und den Niederlanden waren es damals sechs Gründungsstaaten.

Heute zählt die europäische Union 27 Mitgliedstaaten: Belgien, Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Irland, Italien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Österreich, Polen, Portugal, Schweden, Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechische Republik, Ungarn, Vereinigtes Königreich, Zypern, Bulgarien, Rumänien.

Außerdem wird zurzeit über einen möglichen Beitritt von Kroatien, der ehemaligen jugoslawische Republik Mazedonien und der Türkei verhandelt.⁵¹ Zählt man die

⁴⁹ Schümer, D.: Das Gesicht Europas. München 2004, S.111 – 132.

⁵⁰ vgl. Roland Axtmann 1995: Kulturelle Globalisierung, kollektive Identität und demokratischer Nationalstaat; in Leviathan, 23.Jg.,1/ 98

⁵¹ Vgl.: Europa Online: Geschichte Europas. In: http://europa.eu/abc/history/2000_today/index_de.htm (10.06.09)

derzeitigen Einwohner aller Länder der EU zusammen, so kommt man auf rund eine halbe Milliarde Menschen, die zusammen im europäischen Binnenmarkt das größte Bruttoinlandsprodukt der Welt erwirtschaften.⁵²

Patrizia Nanz⁵³ schreibt in der *Zeit*: „Die allgemein magere Berichterstattung über Europa orientiert sich am vermuteten geringen Interesse des Publikums und an der mangelnden Unterstützung des Themas durch unsere Volksvertreter. Das Desinteresse der nationalen Politik und der Medien verstärken sich gegenseitig. Ergebnis: Die Bürgerinnen und Bürger können gar nicht angemessen an europäischen Willensbildungsprozessen teilnehmen.“⁵⁴

Maurizio Bach konstatiert weiter: „was der EU bis heute aber offenkundig fehlt, ist gerade jenes gesellschaftliche und kulturelle Gemeinschaftsfundament, auf das sich der Nationalstaat als einem vorpolitischen „Substrat“ immer berief und von woher er einen Großteil seiner demokratischen Legitimation empfing“ (Bach 2008, 15)

Die Frage nach einer Existenz europäischer Öffentlichkeit haben Wissenschaftler und Experten zum Teil sehr unterschiedlich beantwortet. Schwerpunktmäßig wird seit 1990 eine wissenschaftliche Diskussion und Analyse europäischer Öffentlichkeit betrieben. Durch die beschleunigte Dynamik der wirtschaftlichen und politischen Integration Europas steigt auch das Forschungsinteresse am Öffentlichkeitsthema. Brüggemann beschreibt das Problem das die Wissenschaft mit der Diagnose der Demokratie- und in folge dessen auch mit dem Öffentlichkeitsdefizit hat wie folgt; „ Auf der Suche nach der geeigneten normativen Theorie stößt man außerdem auf ein weiteres Defizit, denn „das europäische Demokratiedefizit ist nicht zuletzt ein Theoriedefizit.“ (Abromeit⁵⁵ 2003, 51 zit nach Brüggemann 2008, 23)

⁵² Vgl.: Europa Online In: http://europa.eu/abc/euslides/index_de.htm

⁵³ Patrizia Nanz ist Professorin für Politikwissenschaft an der Universität Bremen und Mitglied des "European Institute for Public Participation". Sie ist Herausgeberin der Reihe "Politik" beim Wagenbach Verlag.

⁵⁴ Vgl.: ZEIT ONLINE , 4.6.2009 In: <http://www.zeit.de/online/2009/24/europawahl-buergerbeteiligung?page=all>

⁵⁵ Abromeit, Heidrum (2003): Möglichkeiten und Ausgestaltung einer europäischen Demokratie. In: Klein, Ansgar/Koppmans, Ruud/Trenz, Hans-Jörg/Klein, Ludger/Lahusen, Christian/Rucht, Dieter (Hrsg.): Bürgerschaft, Öffentlichkeit und Demokratie in Europa. Opladen: Leske+Budrich, 31-54

In frühen Untersuchungen überwiegen pessimistische Einschätzungen zur Entwicklung einer europäischen Öffentlichkeit. Einige Autoren sehen überhaupt gar keine sozialen und kulturellen Voraussetzungen für eine europäische Öffentlichkeit; wie zum Beispiel eine gemeinsame Sprache oder eine gemeinsame Kommunikations-, Erinnerungs-, und Erfahrungsgemeinschaft. (vgl. Tobler 2007, 105) Allerdings handelt es sich bei diesen Untersuchungen überwiegend um theoretische Analysen.

Aktuellere Untersuchungen zeichnen ein positiveres Bild zur europäischen Öffentlichkeit, wobei empirischen Daten zum Entwicklungsstand und die Einschätzungen über Entwicklungsoptionen divergieren.

Zusammenfassend kann man festhalten, dass manche Ergebnisse bereits Ansätze einer europäischen Öffentlichkeit erkennen lassen. Gemeinsam ist aber allen Autoran, dass kein einziger behauptet, Europa verfüge bereits über eine ausreichende Öffentlichkeit.

2.5.1. Europa als Medienraum nach Klaus

Einen interessanten Beitrag zum Thema liefert Elisabeth Klaus in ihrem Aufsatz „Von der Beschränktheit unserer Öffentlichkeitstheorien im europäischen Kontext“, indem sie die potentiale vorliegender Öffentlichkeitstheorien untersucht. Klaus stellt darin das von ihr entwickelte „3 Ebenen Modell“ von Öffentlichkeit vor und widmet sich dabei unter anderem der Bedeutung der Massenmedien in Bezug auf die gegenwärtige Gesellschaftsentwicklung.

Das Öffentlichkeitsmodell nach Klaus geht von 3 Ebenen der Kommunikation aus. Die erste ist die der einfachen Öffentlichkeit, die sich mit spontaner Alltagskommunikation auseinandersetzt. Auf dieser Ebene müssen die teilnehmenden Personen nur physische Präsenz und eine einheitliche Sprache mit narrativen, direkten oder interpersonalen Ausdrucksformen in die Kommunikation mit einbringen.

Die zweite Ebene, die der mittleren Öffentlichkeiten, definiert sich im Großen und Ganzen dadurch, ein Mittelding zwischen der ersten Ebene der einfachen Öffentlichkeit und der dritten Ebene der komplexen Öffentlichkeit zu sein. Mittlere Öffentlichkeiten „verfügen über eine Organisationsstruktur und – mehr oder weniger gut fixierte –

Regeln, die unter anderem den Zweck des Forums und die Rechte und Pflichten von Mitgliedern festlegen.“ (Klaus 2006, 96) Auf der letzten Ebene der komplexen Öffentlichkeit wird die Struktur der kommunikativen Foren schließlich hochkomplex und stabil. In diese Kategorie fallen unter anderem auch die Massenmedien die Meinungen als technische Vermittler rasend schnell einem breiten Publikum zugänglich machen können. (vgl. Klaus 2006, 95f)

Klaus hält grundsätzlich fest, dass in der wissenschaftlichen Diskussion der Begriff Öffentlichkeit oft auch mit dem Begriff der Medienöffentlichkeit gleichgesetzt wird. (vgl. Klaus 2006, 93ff)

„Wenn Öffentlichkeit Medienöffentlichkeit wäre, dann ließe sich vermuten, dass Medienkonzentration und technologische Entwicklung eine Infrastruktur geschaffen hätten, die die Basis einer europäischen Öffentlichkeit bilden könnten“ (ebd. 97)

Diese Infrastruktur für eine europäische Öffentlichkeit ist allerdings bis jetzt nur in geringem Maße vorangeschritten. Colin Sparks⁵⁶ (2004) sieht sogar einen Trend dahin gehend, „dass durch Medienkonzentration und Technologieentwicklung eher nationalstaatliche als globale Öffentlichkeiten gestärkt würden“ (Sparks 2004, 139f zit. nach Klaus 2006, 97)

Zum Beispiel gibt es bis jetzt nur wenige europäisch übergreifende Medien, die auch mit einer entsprechenden Quote aufwarten könnten. Sender, wie Euronews, Eurosports, ebenso wie Arte, erreichen bis heute nicht die breite Masse der europäischen Bevölkerung.

Der Musiksender VIVA und europaweite Medienereignisse, wie zum Beispiel die Fussballeuropameisterschaften oder der Grand Prix d'Eurovision, haben in dieser Diskussion schon einen viel ernster zu nehmenden Stellenwert. Interessant ist auch das seit einigen Jahren verstärkt auftretende Phänomen der europaweit erfolgreichen Fernsehformate wie die „Millionenshow“, „Dancing Stars“, „... sucht den Superstar“. (vgl. Klaus 2006, 97f)

⁵⁶ Sparks, Colin (2004): The global, the local and the public sphere. In: Allen, Robert C. / Hill, Annette (Hg.): The Television Studies Reader. London/New York: Routledge, 139-150.

Klaus stellt daher in ihrem Beitrag die These auf, „dass die Unterhaltungsmedien und populärkulturellen Programme heute stärker in die Schaffung einer europäischen Öffentlichkeit involviert sind, als Informationsprogramme und bildungsbürgerliche Medien. Populäre Medien sind ein wichtiger Teil der sich formierenden europäischen Öffentlichkeit, werden hier doch in hohem Maße Wirklichkeitskonstruktionen verhandelt, Regeln und Normen des Zusammenlebens zur Diskussion gestellt, kulturelle Ziele überprüft und die politische und die politische und ökonomische Verfasstheit der Gesellschaft legitimiert.“ (Klaus 2006, 98)

Klaus findet in einem weiteren Schritt, für jede der drei Ebenen Beispiele für kommunikative europäische Foren. So vergleicht sie die erste ihrer Ebenen, die einfache Ebene der Öffentlichkeit umgelegt auf ein europäisches Kommunikationsforum mit Begegnungen im Urlaub oder bei Sprach und Geschäftsreisen. Die mittlere Ebene in ihrem 3 Ebenen Modell mit zivilgesellschaftlichen Gruppen wie etwa Attac und die dritte komplexe Ebene mit dem Europaparlament und/oder der EU-Kommission. (vgl. Klaus 2006, 97)

„Das die Vorstellung einer europäischen Öffentlichkeit nach wie vor so prekär ist, hängt mit dem Demokratiedefizit auf europäischer Ebene zusammen, aber daneben auch mit Theorien, die dazu keine Alternativen bieten, weil sie Ansätze europäischer Öffentlichkeit jenseits der etablierten politischen Institutionen und der Massenmedien aufblenden.“ (Klaus 2006, 105)

Geht man also nach Klaus, so wird mit Hilfe von europaweiten populären Unterhaltungsangeboten ohne Frage Öffentlichkeit hergestellt. Das von Klaus entwickelte 3-Ebenen Modell von Öffentlichkeit, das sich in eine einfache Ebene von Öffentlichkeit, eine mittlere Ebene von Öffentlichkeit und eine komplexe Ebene von Öffentlichkeit einteilen lässt, greift, um die europäische Öffentlichkeits- Dimension einzufangen, auch nach eigenen Angaben zu kurz. Klaus selbst sieht ihr Modell als zu raumbunden an, als dass es sich von der Vorstellung des Nationalstaates trennen kann.

Zusammenfassend kann man sagen, dass sich die wissenschaftliche Betrachtung des Themas europäische Öffentlichkeit als nicht einfach gestaltet. Die gängigen Vorstellungen von Öffentlichkeit basieren auf dem Modell eines Nationalstaates; und

auch wenn die Europäische Union gewisse Merkmale eines nationalstaatlichen Gebildes aufweist, so ist sie doch nur schwer damit gleich zu stellen. Darum können auch bereits bestehende Öffentlichkeitsmodelle wie auch das 3-Ebenen-Modell nach Klaus nicht eins zu eins für eine europäische Öffentlichkeit übernommen werden. (vgl. Machill, Beiler, Fischer 2007, 134)

2.5.2 Ursachen des Öffentlichkeitsdefizits der EU nach Gerhards

Gerhards schließt sich in seinem Aufsatz „Das Öffentlichkeitsdefizit der EU im Horizont normativer Öffentlichkeitstheorien“ der Vermutung von mehreren anderen Autoren an, die von einer nachweisbaren Besserung des Öffentlichkeitsdefizits der EU seit Anfang der 90er Jahre ausgehen. (vgl. Gerhards 2002, 150)

Im Folgenden werden Hypothesen über die möglichen Ursachen des Öffentlichkeitsdefizits der europäischen Union beschrieben. Gerhards geht davon aus, dass man so die Vermutung einer Veränderung des Öffentlichkeitsdefizites der EU auf den Grund gehen kann, denn „Nur wenn sich die Ursachenfaktoren ändern, wird sich auch die Öffentlichkeit ändern.“ (Gerhards 2002,150)

Auf europäischer Ebene teilt er die Ursachen in drei primäre Faktoren auf. Diese sollen hier kurz umrissen werden.

Als erste Ursache für das Öffentlichkeitsdefizit der europäischen Union sieht Gerhards den Bedarf an Journalisten, die über europäische Themen und Aktivitäten medial berichten. Zum einen hängt die Berichterstattung dieser Journalisten von ihren persönlichen Präferenzen zum Thema Europa ab, zum anderen aber auch von dem für eine eingehende Europa Berichterstattung vorhandenen Recourcen ab. Meyer⁵⁷ (2000) konnte im Bezug auf die Personalressourcen der genehmigten Journalisten in Brüssel einen konstanten Anstieg seit Ende der 80er Jahre feststellen. Die Anzahl der in Brüssel akkreditierten Journalisten stieg sogar im Zeitraum von 1987 bis 1999 von 480 auf 820 an. (Meyer, 2000, 107ff zit. nach Gerhards 2002, 150)

⁵⁷ Meyer, Christopher O. (2000): „Ansätze einer europäischen Öffentlichkeit: Länderübergreifender investigativer Journalismus und der Rücktritt der EU-Kommission“, In: Barbara Baerns und Juliana Raupp (Hg.), Information und Kommunikation in Europa. Transnational Communication in Europe, Berlin, S. 107-127o

Von diesen Zahlen ausgehend, kann man zwar auf eine wesentliche Verbesserung der infrastrukturellen Bedingungen für die Medienberichterstattung in Europa schließen, aber ob nun wirklich über Europa berichtet wird, hängt unter den herrschenden Marktbedingungen deutlich von den Präferenzen der Rezipienten ab.(vgl. Gerhards 2002, 150f)

Als zweiten Ursachenfaktor stellt Gerhards, an den Punkt der Zuschauerpräferenzen anschließend, die Frage „Wovon hängt entsprechend, zweitens, die Aufmerksamkeit des Publikums für europäische Themen ab?“ (Gerhards 2002, 151)

Gerhards unterscheidet analytisch in Ressourcen und Präferenzen. Die Ressourcen, also der Zugang zu nationalen Medien, ist fast flächendeckend gegeben und wird auch von den Rezipienten zur Information über Politik in Anspruch genommen. Interessant ist laut Gerhards die Frage nach dem Interesse, also den eigentlichen Politik-Präferenzen des Publikums. Europapolitische Präferenzen entwickeln sich dann, so Gerhards, wenn die Betroffenheit der Bürger an dem europäischen Thema gegeben ist, ein Interesse an der agierenden politischen Person besteht und weiters, inwieweit eine mögliche Einflussnahme der Bürger auf die politischen Entscheidungen gegeben ist.(vgl. Gerhards 2002, 151)

Als dritten und wichtigsten Ursachenfaktor des europäischen Öffentlichkeitsdefizits gibt Gerhards die Ressourcen und Präferenzen der politischen Akteure an. „Medien sind in erster Linie Medien, die auf den Input an Informationen von extramedialen politischen Akteuren reagieren und diese häufig einfach nur weiterleiten.“ (Gerhards 2002, 152)

Durchgeführte empirische Studien zum aktuellen Entwicklungsstand der europäischen Öffentlichkeit fehlen weitgehend, weil sich die Debatte um eine „Europäische Medienöffentlichkeit“ fast ausschließlich um mögliche Voraussetzungen und Bedingungen, die für ihre Entstehung notwendig sind, drehen. Wenn empirische Studien vorliegen, dann sind es meist Momentaufnahmen. (vgl. Brüggemann, Stifft, Kleinen-von Königslöw, Peters, Wimmel 2007, 214)

Trägt man die bereits durchgeführten Analysen zusammen, so lassen sich folgende Forschungsdefizite festhalten:

- Die Berichterstattung im Rundfunk wird weitaus seltener analysiert als jene der Presse.
- Das Internet wird fast gar nicht untersucht – wenn auch in letzter Zeit das Interesse an den neuen Medien steigt.
- Einwohnerschwache EU- und neue EU-Mitgliedstaaten werden in der bisherigen Forschung kaum berücksichtigt
- Es besteht ein Mangel an Langzeituntersuchungen zur Entwicklung der Europa-Berichterstattung, mit denen die Prozesshaftigkeit der Europäisierung von Öffentlichkeit erfasst werden kann
- Es herrscht eine hohe Heterogenität der Forschungspraxis, unter der die Vergleichbarkeit leidet. (vgl. Latzer, Saurwein 2007, 20)

Dadurch dass diese Arbeit Vergleiche zu einer bereits im Jahr 2000 durchgeführten Studie über 3sat herstellen will, könnte somit ein Beitrag zur Prozesshaftigkeit der Europäisierung erbracht werden.

Auch handelt es sich um eine Rundfunkanalyse, der in der bisherigen Forschungspraxis noch nicht allzu viel Beachtung geschenkt wurde.

2.6 Das Agenda-Setting Konzept

„Nur was in die Öffentlichkeit gelangt, erreicht den Modus der Wirklichkeit; erst was sicht- und hörbar und damit allen zugänglich wird, kann von den Beteiligten in ihre Realitätsdefinition aufgenommen werden. Erst die Präsenz der Anderen, das Sehen und Hören versichert den Individuen die Realität, und nur dieser Wirklichkeitsbezug befähigt zum Erleben der eigenen Individualität und der kollektiven Identität ihrer Gesellschaft, ihrer Geschichte und ihrer Tradition.“ (Arendt⁵⁸ 1985, 193-201 zit. nach Imhof 2002, 37)

Bei der Agenda-Setting Theorie handelt es sich um eine Theorie mittlerer Reichweite. Zum Unterschied zu Basistheorien schränken Theorien mittlerer Reichweite ihren Gegenstandsbereich weiter ein.

„Während Basistheorien – von Basiseinheiten ausgehend – die potenzielle Beobachtung weiter, wenn nicht aller Bereiche der Forschungsgegenstände der Medienwissenschaft erlauben, widmen sich Theorien mittlerer Reichweite in der Regel einem einzigen ausgewählten Forschungsgegenstand bzw. Phänomen.“ (Weber 2003, 21) In der Kommunikationsforschung sind die am weitesten entwickelten Theorien mittlerer Reichweite vor allem im Bereich der Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung zu finden. Die bekanntesten sind unter anderen der Uses-and -Gratifications-Approach, der in dieser Arbeit beschriebene Agenda-Setting-Ansatz, die Knowledge-Gap-Hypothese und die Theorie der Schweigespirale. (vgl.ebd. 22)

„Nutzungs-und Wirkungstheorien beschäftigen sich sowohl mit dem Aspekt, was die Menschen mit den Medien machen (Gratifikationsperspektive oder Nutzenansatz), als auch mit dem Aspekt, was die Medien mit den Menschen machen, also mit den Effekten, den eigentlichen Medienwirkungen, dem Zusammenhang von Medienkonsum und den Köpfen der Rezipienten (etwa Wissenskluft-Hypothese oder Schweigespirale).(Weber 2003, 22)

⁵⁸ Arent, Hannah (1985): Vita activa oder vom tätigen Leben. München: Piper. (Originalausgabe: 1958, The Human Condition, University of Chicago Press, Chicago).

Die Agenda- Setting Hypothese geht von einem direkten Zusammenhang zwischen der Themenwahrnehmung der Bevölkerung bzw. Öffentlichkeit und der in den Massenmedien vermittelten Themenstruktur aus.

Schuster konstatiert dazu, dass „in der Idee vom Agenda-Setting steckt ein interessanter Kern: Da menschliches Denken und Handeln von dem Bild der Wirklichkeit abhängt, das in unseren Köpfen existiert, muss den Medien als Vermittlern dieser Wirklichkeit eine wichtige Rolle zukommen. Die Macht der Massenmedien, so die heutige Wirkungsforschung, liegt daher eher darin, dass diese eine Strukturierung der Realität leisten, die Welt für uns zu definieren, und weniger in den kurzfristigen Überzeugungswirkungen.“ (Schuster 2004, 77)

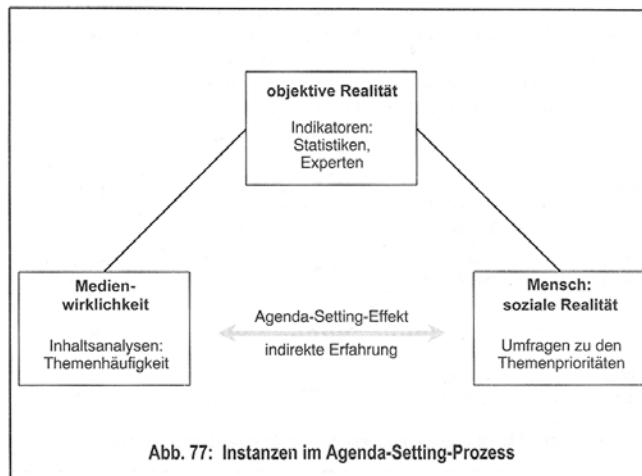
Die Medien sind laut der Agenda-Setting Hypothese im Stande, durch Häufigkeit und Umfang ihrer Berichterstattung zu einem bestimmten Thema die Rezipienten dazu zu bringen, bestimmte politische Probleme für bedeutender als andere zu halten.(vgl. Rhomberg 2006, 148)

Eichhorn⁵⁹ (1996), McCombs, Bell⁶⁰ (1996) schreiben dazu: „Bevor man Meinungen und Einstellungen durch die Medien beeinflussen bzw. ändern kann, muss der Meinungs-bzw. Einstellungsgegenstand vermittelt werden. Die Medien bestimmen also nicht nur darüber, wie wir über ein Problem oder Thema denken, sondern sie nehmen vorgängig Einfluss darauf, worüber Menschen überhaupt nachdenken.“ (McCombs, Bell 1996, zit. nach Bonfadelli 2001, 360)

⁵⁹ Eichhorn, Wolfgang (1996): Agenda Setting. Eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung. München.

⁶⁰ McCombs, Maxwell E. / Bell, Tamara (1996): The Agenda-Setting Role of Mass Communication. In: Salwen, Michael/Stacks, Don (Hg.): An Integrated Approach to Communication Theory and Research. Mahwah, N.J., S. 93-110

Abbildung 5: Agenda Setting Effekt



Quelle: Bonfadelli 2004⁶¹

Die politische Kommunikationsforschung befasst sich seit den 1970er Jahren damit, unter welchen Bedingungen sich politische Themen in den Medien entwickeln. Dabei ist der Focus auf die Thematisierungs- und Themenstrukturierungsleistung der einzelnen Medien gerichtet, und inwieweit Rezipienten ein bestimmtes Thema bzw. eine Agenda ernst nehmen. Dabei herrscht bei der Agenda-Setting-Forschung die Wirkungsperspektive vor. (vgl. Jarren, Donges 2006, 185)

Eine der bekanntesten Fragestellungen der modernen Kommunikationswissenschaft dreht sich um die von den Massenmedien ausgehende Wirkung, allerdings scheint diese auch eine der schwierigsten zu sein. (vgl. Merten⁶² 1999, 331 zit. nach Romberg 2006, 99)

Vor allem deswegen, weil die Öffentlichkeit ein besonderes Interesse an der Medienwirkungsforschung als solche an den Tag legt, da sie sich unkomplizierte Antworten auf die Frage nach der von den Medien ausgehenden Macht erhofft. Hermann⁶³ (2006) schreibt dazu: die „außerordentlich hohe Komplexität, zahlreiche

⁶¹ Bonfadelli, Heinz (2004): . Neue Perspektiven: Kognitive Medieneffekte. In: Medienwirkungsforschung I. Grundlagen. Konstanz, 3. Auflage, 2004. S. 235-282 UVK Verlagsgesellschaft mbH. Die Veröffentlichung erfolgt mit freundlicher Genehmigung des Verlags.

⁶² Merten, Klaus (1999): Einführung in die Kommunikationswissenschaft / . - Münster[u.a.] : Lit-Verl. .Grundlagen der Kommunikationswissenschaft , 1999 . - 585 S

⁶³ Hermann, Michael C. (2006) i.A. Politische Weltbilder Jugendlicher in der Mediendemokratie – eine transdisziplinäre Modellbildung. Weingarten

Interdependenzen und intervenierenden Variablen auf Seiten der Sender und der Empfänger (dem Publikum bzw. den Rezipienten) stellen diese einfachen Antworten aber eher in Frage und die naive Meinung, dass eine mediale Botschaft linear und direkt auf den Rezipienten wirkt ist dabei nicht einmal die halbe Wahrheit.“ (Hermann 2006 zit. nach Rhomberg 2006, 140)

Nach einer Definition von Brettschneider bezeichnet Agenda Setting „die Fähigkeit der Massenmedien, durch die Betonung von Themen in der Berichterstattung – also durch Publikationshäufigkeit, Platzierung und Aufmachung – zu beeinflussen, welche Themen in der Gesellschaft (Makroebene), sowie von einzelnen Medienrezipienten (Mikroebene) als besonders wichtig angesehen werden.“ (Brettschneider⁶⁴ 2002 zit. nach Jarren 2002, 635)

In der Agenda-Setting Forschung werden häufig die Methoden Inhaltsanalyse und Bevölkerungsumfrage verknüpft und anschließend die Themenrangordnung in der Medienberichterstattung mit der Themenrangordnung der Bevölkerung gegeneinander abgewogen. (vgl. ebd. 636)

Verschiedene Entwicklungsphasen der Medienwirkungsforschung zeugen von der intensiven Auseinandersetzung mit der Thematik. Bonfadelli⁶⁵ (2002, 12 zit. nach Rhomberg 2006, 140) hält drei zeitlich gegliederte Perioden der Medienwirkungsforschung fest:

1. Die frühe Phase mit starken Medien und schwachen Rezipienten
2. Die zweite Phase der schwachen Medien und den starken Rezipienten
3. Die dritte Phase der moderaten Medienwirkung

⁶⁴ Brettschneider, Frank: Agenda- Building, Agenda Setting. In: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer. Ulrich (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Opladen, Wiesbaden, S.635-636.

⁶⁵ Bonfadelli Heinz (2000): S.12

In dieser Arbeit wird für das Agenda-Setting-Konzept die dritte Phase der moderaten Medienwirkung wichtig werden. Trotzdem sollen die beiden ersten Entwicklungsstufen der Medienwirkungsforschung an dieser Stelle kurz umrissen werden.

Die frühe Phase entspringt der Publizistikwissenschaft in den 1920er Jahren dieses Jahrhunderts. Den Massenmedien wird von den Wissenschaftlern dieser Zeit ein enormes Wirkungspotential bescheinigt. Grund dafür waren vor allem die beginnenden gesellschaftlichen Veränderungen Anfang der 20er Jahre. Schlagwörter wie Indoktrination und Kriegspropaganda wurden in Zusammenhang mit Medienwirkungen gebracht und Eichhorn sprach sogar davon, dass mediale Botschaften, die laut Eichhorn⁶⁶ (1996, 10 zit. nach Rhomberg 2006, 140) auf eine „atomisierte Masse von Menschen, die der persuasiven Wirkung hilflos ausgeliefert sind“, treffen. (ebd.140)

Ein bekannter Soziologe, der diese Perspektive von starken Medienwirkungen vertrat, war Paul F. Lazarsfeld, dessen erste Thesen zur Agendaforschung von den Ideen des stimulus-response und der des Behaviorismus beeinflusst wurden. Mit dem zweiten Weltkrieg kommt es auch in Wissenschaft zu einem Umdenken über das Paradigma der Wirkungsstarken Medien. (vgl. Rhomberg 2006, 141)

In der zweiten der von Bonfadelli beschriebenen drei Medienwirkungsforschungsphasen wird nun dem Rezipienten viel mehr Selbstbestimmungsrecht und Souveränität zugesprochen und den Medien ihre zuvor attestierte Macht aberkannt. Diese Erkenntnis schloss sich aus mehreren gesellschaftlichen Veränderungen, wie dem Ende des Zweiten Weltkrieges und der fast flächendeckenden Einführung des Fernsehens in den Industriestaaten, die Grundlage für neue Forschungsansätze boten. In der wissenschaftlichen Auseinandersetzung interessierte man sich nun mehr dafür, welche Informationsleistungen die Massenmedien im Stande waren zu leisten. Und man glaubte nicht mehr an eine All-Macht der Medienwirkung, die zu direkter Einstellungsänderung führen konnten. Man legte das Modell des passiven Publikums zu Gunsten eines aktiv agierenden Rezipienten beiseite. (vgl. Rhomberg 2008, 102f)

⁶⁶ Eichhorn, Wolfgang (1996): Agenda-Setting-Prozesse. Publizistik. Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung Jahrgang 28, Heft2: 167-186

In den 1970er Jahren kam es in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung erneut zu einem Umdenken. Grund dafür war zum einen die rasche weltweite Verbreitung des Fernsehens, zum anderen aber auch die Entwicklung neuer Theorien, die sich mit kognitiven Wirkungsprozessen, dem Agenda-Setting und der Kultivierung von Realitätsvorstellungen beschäftigten. Mit ihrer Befragung von 100 eingeschriebenen Wählern zu Wahlkampfthemen der Präsidentschaftswahl 1968 in der amerikanischen Kleinstadt Chapel Hill waren Maxwell McCombs und Donald Shaw maßgeblich an der Weiterentwicklung des Agenda-Setting Konzept beteiligt.

Der Ausgangspunkt ihrer Untersuchung war die Hypothese, dass die Tagesordnung bzw. die Agenda der Wähler von der Themenstruktur der Medien beeinflusst würde. In ihren Ergebnissen konnten die beiden Wissenschaftler einen starken Zusammenhang zwischen den von den Wählern genannten Wahlkampfthemen und der Wahlberichterstattung erkennen.

In einem Fazit der Chapel Hill Studie stellen McCombs und Shaw eine Thematisierungsfunktion der Medien fest, über Wirkungszusammenhänge konnten aber keine genaueren Aussagen getroffen werden. (vgl.ebd.105f)

„Massenmedien beeinflussen den Grad der Wichtigkeit, der einem Thema von den Rezipienten in der öffentlichen Diskussion zugemessen wird. Die zentrale These des Agenda-Setting-Ansatzes ist also die Frage, ob die bevorzugte Behandlung bestimmter Themen in den Medien dazu führt, dass die Rezipienten diese Themen für wichtiger (salienter) halten, als andere?“ (McCombs⁶⁷ 1997, 7 zit. nach Rhomberg 2008, 108)

2.6.1 Kritik am Agenda-Setting-Ansatz

In einer aktuellen Auseinandersetzung mit dem Agenda-Setting Ansatz schreibt Brosius: „Die Medienagenda beeinflusst die Rezipientenagenda für *einige* Rezipienten

⁶⁷ McCombs, Maxwell/Shaw, Donald L. /Weaver, David (1997b): Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory, Mahwah, New Jersey: 1

für andere nicht; bei *einigen* Themen, bei anderen nicht; zu *einigen* Zeitpunkten, zu anderen nicht.“ (Brosius⁶⁸ 1994, 279 zit. nach Burkart 2002, 255)

In den bisher durchgeführten Agenda-Setting Studien kamen auch immer wieder intervenierende Variablen zutage, die die Gültigkeit der These insgesamt relativieren. In Zeitgemäßen Studien wird die „simple Kausalhypothese, wonach die Publikumsagenda spiegelbildlich der Medienagenda gleiche, jedenfalls nicht mehr vertreten.“ (Burkart 2002, 251) Beispielsweise muss die Medienagenda in sich auch unterteilt werden, da erkannt wurde, dass von Tageszeitungen größere Themenstrukturierungseffekte ausgehen als zum Beispiel vom Fernsehen. Auch die Eigenschaften der Themen selbst müssten nach dem Grad ihrer „Aufdringlichkeit“ unterschieden werden. „Aufdringliche Themen sind solche, die der einzelne persönlich und direkt erfahren kann (z.B. Inflation, Kriminalität, lokale Politik), unaufdringliche („unobtrusive“) Themen liegen dagegen weit außerhalb der persönlichen Kontaktnahme (z. B. Internationale Beziehungen, nationale Politik). Themenstrukturierungseffekte lassen sich vor allem für unaufdringliche Themen nachweisen.“ (Schenk⁶⁹ 1987, 206 zit. nach Burkart 2002, 252)

In der vorliegenden Untersuchung wird, wie weiter oben schon erwähnt, von einem gesellschaftlichen Lernprozess durch die Medien ausgegangen. Es wird also angenommen, dass die Massenmedien und somit auch 3sat eine bestimmte Wirkung auf Einstellungen und Meinungen der Rezipienten ausübt. Da beim Kultursender 3sat grundsätzlich mit persönlichkeitsstarken Rezipienten zu rechnen ist, wird hier von einem zu erwartenden Agenda-Setting-Effekten ausgegangen. Bonfadelli schreibt dazu: „Agenda-Setting-Effekte sind bei Personen groß, die ein Bedürfnis nach Orientierung haben und/oder Medien intensiv nutzen.“ (Bonfadelli 2001, 363)

Diese Arbeit soll sich deshalb primär auf den Agenda-Setting-Ansatz stützen, der hier grundsätzlich für wahr angenommen wird. Es soll an dieser Stelle trotz dieser Annahme noch einmal ein Hinweis auf die vielen Faktoren gegeben werden von denen die Gültigkeit der These abhängig ist. Dabei stellen vor allem die Rezipienten eine

⁶⁸ Brosius, Hans-Bernd (1994): Agenda-Setting nach einem Vierteljahrhundert Forschung: Methodischer und Theoretischer Stillstand? In: P 3/1994/ S.269288

⁶⁹ Schenk, Michael (1978): Publikums- und Wirkungsforschung. Tübingen: Mohr

nicht zu unterschätzende Variable dar. „Die Medienagenda beeinflusst die Rezipienten Agenda für einige Rezipienten, für andere nicht; bei einigen Themen, bei anderen nicht; zu einigen Zeitpunkten zu anderen Nicht“ (Brosius⁷⁰ 1994, 279 zit. nach Burkart 2002, 255) Laut Schenk wird die Agenda-Setting-Hypothese jedoch - trotz der von verschiedenen Autoren postulierten Mängel des Ansatzes - durch die Mehrzahl der bereits durchgeführten empirischen Studien, gestützt. (vgl. Schenk 2002, 429) Die Untersuchung nimmt ausschließlich die Medienseite Bezug, dabei dient das Agenda-Setting Modell als stütze, soll aber im weiteren Verlauf nicht überprüft werden.

⁷⁰ Brosius, Hans-Bernd (1994): Agenda-Setting nach einem Vierteljahrhundert Forschung: Methodischer und theoretischer Stillstand? In: P 3/1994/S.269-288)

2.7 Aktuelle Studien

2.8.1 „Inhaltsanalyse zur Europäisierung nationaler Medienöffentlichkeiten“

Diese 2007 mittels einer quantitativen Inhaltsanalyse durchgeführte Studie widmete sich der Europäisierung nationaler Medienöffentlichkeiten in den fünf EU-Mitgliedstaaten Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Österreich und Dänemark.

Sie wurde in einem Zeitraum von 1982 bis 2003 erarbeitet und hakt dabei am weiter oben im ersten Kapitel dieser Arbeit erwähnten Forschungsdefizit von Langzeitstudien zum Thema Europadefizit ein. (vgl. Brüggemann, Sifft, Kleinen- von Königslöw, Peters, Wimmel 2007, 299)

Die Studie von Brüggemann, Sifft, Kleinen- von Königslöw, Peters und Wimmel basiert auf einem mehrdimensionalen Analyseraster und interessiert sich besonders für den Prozesscharakter von Europäisierung, den die Autoren als multidimensionalen und graduellen Prozess verstehen der über die Grenzen nationaler Räume hinweg stattfindet. Die Studie beschränkt sich in ihrer Artikelauswahl nicht nur auf typische EU-Themen sondern unterscheidet vier Dimensionen der Europäisierung nationaler Medienöffentlichkeiten. (vgl. ebd. 299)

Den theoretischen Ausgangspunkt der Studie bildet ein Beitrag von Karl W. Deutsch⁷¹, der in seinem Klassiker „Nationalism and Social Communication“ davon ausgeht, dass sich eine nationale politische Gesellschaft vor allem durch intensive Kommunikationen auszeichnet. Die Autoren sehen „Europäisierung und Transnationalisierung als Prozess Kommunikativer Interaktion jenseits des Nationalstaates (...) die die Bedeutung nationaler Grenzziehungen in den Hintergrund treten lassen. Grenzüberschreitende Kommunikationsflüsse könnten dann einen gemeinsamen europäischen Kommunikationsraum schaffen, der durch transnationale öffentliche Diskurse integriert wird.“ (Brüggemann, Sifft, Kleinen- von Königslöw, Peters, Wimmel 2007, 300)

Die vier unterschiedenen Dimensionen wurden vor dem Hintergrund dieser theoretischen Überlegungen erarbeitet:

⁷¹ Deutsch, Karl W. (1966), Nationalism and Social Communication: An Inquiry into the Foundations of Nationality, Cambridge, MA: MIT Press. (1956), >Shifts in the Balance of Communication Flows: A Problem of Measurement in International Relations<, in: Public Opinion Quarterly 20 (I), S. 143-160

1. Dimension: *Regieren unter öffentlicher Beobachtung* - betrifft die vertikale Dimension medialer Aufmerksamkeit und fragt nach öffentlichen Diskursen über EU-Institutionen, EU-Akteure und EU-Politiken
2. Dimension: *Gegenseitige Beobachtung* – bezieht sich auf die horizontale Dimension medialer Aufmerksamkeit und fragt nach der Diskussion über andere europäische Länder in öffentlichen Debatten.
3. Dimension: *Diskursiver Austausch* - meint den Austausch von Meinungen und Argumenten über nationale Grenzen hinweg, und fragt danach ob Europäer nur übereinander oder auch miteinander reden
4. Dimension: Kollektive Identität – umfasst die Frage inwieweit Europäer bereits ein Gefühl von Zugehör zu einer europäischen Gemeinschaft entwickelt haben. (Brüggemann, Sifft, Kleinen- von Königslöw, Peters, Wimmel 2007, 300)

Um dem zentralen Erkenntnisinteresse an der potentiellen Europäisierung öffentlicher Diskurse gerecht werden zu können waren die codierten Textsamples ausschließlich politische Meinungsbeiträge und wurden aus jeweils einer Qualitätszeitung des jeweiligen Landes entnommen. Für Deutschland aus der „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, für Großbritannien aus der „The Times“, für Frankreich aus der „Le Monde“, für Österreich aus der „Die Presse“ und für Dänemark der „Politiken“. Die Wahl fiel deswegen auf eine Qualitätszeitung der jeweiligen Länder weil vermutet wurde, dass wenn sich nicht einmal in diesen „Elitezeitungen“ ein Europäisierung Trend nachweisen lassen würde, dann wohl auch kaum in anderen Regional- oder Boulevardzeitungen. (vgl. ebd. 306f)

Die Ergebnisse zeigen, dass je nach untersuchter Dimension auch unterschiedliche Trends in Richtung Europäisierung zu Tage treten. Es zeigte sich ein stabiler Europäisierungstrend in der ersten Dimension, demnach spielten EU-Institutionen und EU-Politiken eine starke Rolle in öffentlichen Debatten. Dem gegenüber konnte keine zunehmende gegenseitige Beobachtung festgestellt werden. Transnationale Interaktionen traten im Untersuchungszeitraum auch nicht verstärkt auf und es war nur eine schwache Identifikation mit Europa festzustellen. Die Autoren beschrieben

deswegen dieses Transnationalisierungsmuster als *Segmentierte Europäisierung*; „Öffentliche Diskurse in nationalen Qualitätszeitungen sind zwar durch ein intensiveres EU-Monitoring charakterisiert, zeichnen sich aber nicht durch eine zunehmende Aufmerksamkeit für andere Europäische Länder, einen grenzüberschreitenden Meinungsaustausch oder die Bildung einer europäischen Identität aus.“(Brüggemann, Sifft, Kleinen-von Königslöw, Peters, Wimmel 2007, 319)

In einem Abschließenden Resümee zur Kernfrage um die Debatte der „Europäischen Öffentlichkeit“ sind sich die Autoren einig, dass einhergehend mit dem Kompetenzzuwachs der EU heute die Bürger und Bürgerinnen auch besser über EU-politische Vorgehensweisen informieren können, sofern sie dies wollen. Qualitätszeitungen verbringen viel Zeit mit der Beobachtung von EU-Institutionen und EU-Politiken, die für eine europäische Öffentlichkeit aber wichtige transnationale Diskussion über andere europäische Länder hat sich in ihnen jedoch seit den 1980er Jahren so gut wie nicht verändert. (vgl.ebd. 321)

2.7.2 „Fallstudie: Zur deutschen EU-Ratspräsidentschaft“

Diese Fallstudie wurde 2007 von einem Berliner Forscherteam durchgeführt und untersuchte die deutsche Öffentlichkeit zum Thema Europa. Dabei wurde die deutsche EU-Ratspräsidentschaft 2007 ganz bewusst als Großereignis herangezogen um Europa als Gegenstand politischer Kommunikation überhaupt erst analysieren zu können. Ziel der Untersuchung war es Aussagen über die öffentliche Meinung zur deutschen EU-Ratspräsidentschaft zu treffen.

Die Fallstudie ging dabei von folgenden beiden Forschungsfragen aus:

- Welche Themenagenden und Frames mit europapolitischem Bezug können bei der Bundesregierung, in den Medien und bei den Bürgern identifiziert werden?
- Wie kann, daraus folgend, die Öffentlichkeit zur deutschen EU-Ratspräsidentschaft bewertet werden, und lassen sich vor dem Hintergrund

dieser europäischen Perspektive Aussagen über die Legitimität der Bundesregierung treffen? (Hahn, Haida, Kusuma, Mok, Schmid, Schulz, Schwendemann, Szep 2008, 12)

Diese Fallstudie soll nicht zuletzt auch deswegen hier näher beschrieben werden, da die theoretische Basis, wie auch bei der vorliegenden Arbeit, aus Öffentlichkeits- und demokratietheoretischen Konzepten und weiters aus Kommunikationswissenschaftlichen Ansätzen des Agenda-Setting und Framings besteht.

Wie auch in dieser Arbeit, wird vor dem Hintergrund der verschiedenen Öffentlichkeitstheorien davon ausgegangen, „dass kommunikative Austauschprozesse essentiell zum funktionieren demokratischer Prozesse beitragen“ (ebd. 12)

Für den empirischen Teil der Untersuchung wurde ein Methoden-Mix aus Befragung und Inhaltanalyse ausgewählt. Die Erhebung wurde in drei Untersuchungszeiträumen innerhalb einer Woche durchgeführt. Zwei Untersuchungszeiträume fanden an Tagen statt an denen eine erhöhte Berichterstattung mit Schwerpunkt Europa zu erwarten war, die letzte Untersuchungserhebung wurde absichtlich auf einen Tag ohne besonderen Europa Zusammenhang gelegt, um in der Studie als Vergleich dienen zu können.

2.7.2 „Qualitätsanspruch bei 3sat und Arte“

In der Studie „Qualitätsanspruch bei 3sat und Arte“, die 1999 von Udo Michael Krüger im Rahmen seiner Arbeit am Institut für empirische Medienforschung (IFEM) in Köln durchgeführt wurde, lag das Erkenntnisinteresse vor allem beim Angebot und der Positionierung der beiden Kulturprogramme 3sat und Arte, auch im Zusammenhang mit dem Gesamtspektrum der deutschen Fernsehlandschaft gesehen.

Dabei wurde das aktuelle Programmangebot der beiden Kultursender im Jahr 1999 in einer Querschnittsbetrachtung analysiert und dabei mit Hilfe einer Programmanalyse nach Struktur, Inhaltsprofilen, Themenprofilen und zusätzlich nach dem Beitrag der Gemeinschaftspartner als Zulieferer gefragt.

Die Untersuchung von Krüger stützte sich auf zwei Datenquellen. Zum einen wurden Programmaufzeichnungen durchgeführt, die eine differenzierte Inhaltsanalyse auf Sendungs- und Beitragsebene möglich machten, zum anderen konnte durch die gewonnenen Daten der Programmankündigungen die Untersuchungsbasis erweitert werden. Da es sich bei der Untersuchung von Programmaufzeichnungen um eine Längsschnittuntersuchung handelte, wurde der Untersuchungszeitraum auf jeweils vier Wochen aus den Jahren 1990, 1993 und 1996 festgelegt. (vgl. Krüger 1999, 71)

Um an diese Studie anschließen zu können, wird im Folgenden besonders auf die Ergebnisse zum grenzüberschreitenden Kultursender 3sat eingegangen und jene von Arte nur überblicksmäßig vorgestellt.

Die durchgeführte Studie zeigte das 3sat seit seinem Sendebeginn 1990 sein Tageszeitbudget von 47 Prozent auf 85 Prozent, das entspricht 1440 Minuten pro Tag ausweiten konnte. Im Gegensatz dazu, war im gleichen Untersuchungszeitraum bei Arte keine wesentliche Veränderung im Sendevolumen festzustellen. Insgesamt zeigten die gewonnenen Daten eine stärkere Angebotsentwicklung bei 3sat.

So betrug die Kategorie Information und Bildung 1990 noch ein gutes Drittel der Sendedauer (34,7%), Musik und Fiktionsangebote jeweils ein knappes Viertel (23%) und die Programmkategorien Sport, Kinder- und Jugendsendungen, nonfiktionale Unterhaltung verteilten sich in etwa gleichförmig auf fünf Prozent des Sendedauer auf. Zusätzlich wurden unter der Kategorie Sonstige Sparten ein Sendevolumen von 24 Minuten pro Tag codiert, was einer Prozentzahl von 3,5 entspricht.

Als öffentlich rechtlicher Sender der staatliche Förderung bezieht darf 3sat zwar kein Werbung im eigentlichen Sinn schalten, es stellte sich allerdings heraus das in die Kategorie Sonstige Sparten fast nur Eigenwerbung oder Programmvorschauen fielen.

Im Untersuchungszeitraum sanken seit 1999 bei 3sat vor allem die Anteile für Musik, Fiktion und Sport und da das Kinderprogramm 1999 ausgelagert wurde, stieg der Anteil der Informations- und Bildungssendungen mit fast dreiviertel der Gesamtsendedauer (72,3 %).

Danach macht Fiktion in etwa ein Sechstel des Angebots aus und das restliche Zehntel verteilt sich auf die übrigen Kategorien Musik (4,3 %), nonfiktionale Unterhaltung

(2,4%), Kinder und Jugendsendungen (0,8%) Sport (0,4%) sowie sonstige Sparten mit (3,0%)

In der Untersuchung wurde des weiteren auch in Unterkategorien unterschieden. So wurden das Informations- und Bildungsangebot auch noch in ihre jeweiligen Journalistische Darbietungsform, Magazin, Nachrichten, Dokumentationen/Feature, Bericht/Reportage, Diskussion und Sonstiges eingeteilt. Die erhobenen Daten zeigten, dass die dominierende Darbietungsform bei 3sat mit über 40 Prozent der Sendedauer für die Programmsparte Information und Bildung, klar die 3sat Magazine stellten. Durch diesen hohen Magazinanteil ist es 3sat möglich die verschiedenen Beiträge mehrfach zu verwerten und in unterschiedlichen Kombinationen und Sendungen zu schalten.

Die Ergebnisse der Krüger Untersuchung lassen erkennen, dass beide öffentlich-rechtlichen Kulturprogramme einen Programmauftrag mit einem hohen Qualitätsanspruch und eine für diese Arbeit äußerst interessante, nationale Grenzen übergreifende europäische Orientierung aufweisen können.

Die Untersuchung nimmt den geografischen Bezug der Sendungen bzw. der Sendungsinhalte als Indikator für eine Europäische Orientierung. Dabei lassen die Ergebnisse beider Kultursender eine europäische Perspektive erkennen. 3sat repräsentiert Europa vor allem durch die Bedienung des deutschen Sprachraums – Österreich, Deutschland, Schweiz – und bei Arte zeigen die Ergebnisse eine noch stärkere Europaorientierung, da die Sendungsbeiträge eine breiter Verteilung auf mehrere Europäische Länder erkennen lassen. (vgl. Krüger 1999, 83)

So zeigte sich dass 1999 im Gesamtprogramm von 3sat der thematische Bezug am meisten von Deutschland geprägt war. Die beiden Partnerländer von 3sat, Österreich und die Schweiz waren hingegen mit 7,7 Prozent österreichischen Themenbezug und 4,5 Prozent Schweizer Themenbezug deutlich weniger präsent. Die USA rangieren mit 9 Prozent sogar noch vor den Partnerländern.

Interessant für diese Arbeit ist auch der codierte geografische Bezug zu anderen europäischen Ländern, der in 11,4 Prozent des Gesamtangebotes bei 3sat stattfindet.

3. Methodischer Teil

3.1 Die Methode

Einige der formulierten Forschungsleitenden Fragen sollen im Laufe der Bearbeitung des Theoretischen Teils diskutiert und beantwortet werden:

Forschungsfrage 1:

Wie ist der aktuelle wissenschaftliche Stand der nicht ganz neuen Diskussion um eine Europäische Öffentlichkeit?

Forschungsfrage 2: Welche Modelle der Kommunikationswissenschaft können auf eine Europäische Öffentlichkeit angewandt werden?

3.1.2 Inhaltsanalyse

Die Forschungsmethode der Inhaltsanalyse verwendet nach Früh⁷²(1991, 47ff zit. nach Schulz 1996, 41) weitgehend standardisierte Anwendungsregeln bei der Untersuchung von Mitteilungen im Kommunikationsprozess. Entwickelt wurde sie in den dreißiger und vierziger Jahren in den USA. (vgl.ebd.41) Merten⁷³ (1995, 15 zit. nach Schulz 1996, 41) beschreibt; „die IA als eine Methode zur Erhebung sozialer Wirklichkeit, bei der von Merkmalen eines manifesten Textes auf Merkmale eines nicht-manifesten Kontextes geschlossen wird.“ (ebd.41)

Sie wird im wissenschaftlichen Gebrauch auszuschließend für die Auswertung von Bildern, Filmen und Texten herangezogen und hilft dabei Schlüsse zu verallgemeinern und damit Antworten auf Fragen über die Realität auch neben dem Untersuchungsgegenstand zu finden. Sie ist wie auch andere Methoden der

⁷² Früh, Werner 1991, 47ff: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 3. Aufl. München

⁷³ Merten, Klaus 1995, 15: Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis, Opladen

Sozialforschung eine wissenschaftliche formalisierte Variante eines alltäglichen Erkenntnisvorganges. (vgl. Schulz 1996, 50)

„Um den üblichen Ansprüchen der Wissenschaft zu genügen, muss eine Inhaltsanalyse bestimmten methodischen Regeln folgen, sie muss auszuschließend systematisch und intersubjektiv überprüfbar sein“ (Schulz 1996, 50)

Man bezeichnet eine Inhaltsanalyse dann als systematisch und intersubjektiv überprüfbar, wenn alle Phasen des Forschungsverlaufs einer Untersuchung so gut dokumentiert sind, dass sie wenigstens theoretisch bei einer neuerlichen Untersuchung zu denselben Ergebnissen kommen würde. (vgl. Schulz 1996, 51)

Die Inhaltsanalyse verwendet dazu ein Kategorienschema, mit dem aus manifesten Merkmalen auf Zusammenhänge geschlossen werden kann. (vgl. Merten 1995, 16)

Die Kategorien einer Inhaltsanalyse dienen dazu einzelne Merkmale eines Kommunikationsprozesses herauszugreifen und diese dann in Daten zu verwandeln. Die Erhebung sozialwissenschaftlicher Daten besteht allgemein aus zwei grundlegenden Operationen, zum einen aus der Definition von Untersuchungseinheiten wie zum Beispiel einem Artikel oder einer Sendungen, und dem Registrieren von inhaltlichen, formalen bzw. gestalterischen Merkmalen dieser Untersuchungseinheiten. Um die verschiedenen Ausprägungen der Merkmale einer elektronischen Datenerfassung zuführen zu können, müssen diese in Folge mit einem Zifferncode verschlüsselt und in einem sogenannten Codierbuch vermerkt werden. (vgl. Schulz 1996, 53)

Grob kann man die Inhaltsanalyse auf zwei Arten unterscheiden: Die induktive Inhaltsanalyse und die deduktive Inhaltsanalyse. Die induktive Inhaltsanalyse geht nicht von bereits formulierten Thesen bzw. Hypothesen aus, sondern bildet diese erst nach Abschluss der Analyse aus den daraus gewonnenen Ergebnissen.

Für diese Analyse dieser Arbeit wird auf die zweite Art der Inhaltsanalyse zurück gegriffen, nämlich auf die der deduktiven Inhaltsanalyse. Deduktiv heißt, dass die im Vorfeld generierten Thesen und Hypothesen nach der Untersuchung anhand der Ergebnisse entweder verifiziert bzw. falsifiziert werden können. (vgl. Merten 1995, 316)

Um die noch verbleibenden forschungsleitenden Fragen beantworten zu können, soll für den empirischen Teil dieser Magister-Arbeit der eine Methode-Mix aus der Programmstrukturanalyse und der Inhaltsanalyse ausgewählter Programme zum Tragen kommen. Fernsehprogrammanalysen sind verwandt mit Inhaltsanalysen und damit Teil der angewandten Kommunikationswissenschaft.

3.1.3 Die Programmstrukturanalyse

Der Unterschied zwischen Programm- und Inhaltsanalyse besteht in ihrer Herangehensweise an den jeweiligen Untersuchungsgegenstand.

Während die Inhaltsanalyse zumeist mikroanalytisch einzelne Sendungen eines Genres untersucht, geht eine Programmstrukturanalyse ganzheitlicher auf ein gesamtes Programm ein und legt ihr Augenmerk dabei mehr auf den Kontext und die Strukturen, die von allen Sendungen und Genres eines Programms gebildet werden.

Früher waren die Untersuchungsgegenstände der Programmanalyse fast ausschließlich auf Programmkündigungen in Programmzeitschriften beschränkt. Im Laufe der Zeit verbesserten sich die Möglichkeiten der Programmdokumentation und der Datenerfassung, was der Programmanalyse in Verknüpfung mit der Inhaltsanalyse zu einem größeren Auswertungspotential verhalf.

In der Regel werden Programmanalysen dann durchgeführt, wenn eine interessensgeleitete Fragestellung existiert und diese Fragestellung politische, ökonomische, gesellschaftliche Strategien, sowie Handlungsstrategien stützen soll. (vgl. Krüger 2000, 47)

Die Vermittlung europäischer Kultur/Identität kann an unterschiedlichen Programmmerkmalen festgemacht werden. Deshalb wird diese Untersuchung die Methode der Programmstrukturanalyse verwenden.

Der Vollständigkeit halber sollte an dieser Stelle erwähnt werden, dass dieses Analyseinstrument bis jetzt nur wenig Eingang in den Bereich der akademischen Grundlagenforschung gefunden hat und mehr im Auftrag staatlicher, gesellschaftlicher oder kultureller Institutionen sowie privatwirtschaftlicher Organisationen Verwendung findet. (vgl. Krüger 2000, 47)

Ausgangspunkt für den empirischen Teil dieser Arbeit soll eine im Auftrag der ARD/ZDF bereits durchgeführte Programmstrukturanalyse aus dem Jahr 2000 sein. In dieser Längsschnittbetrachtung der Sender Arte und 3sat wird der geografischen Bezug der Sendungsinhalte als Indikator für einen europäischen Kultureinfluss und damit als Beitrag zur europäischen Integration gesehen. (vgl. Krüger 2000, 73)

Es wurden jeweils auf Basis von Programmaufzeichnungen vier Wochen aus den Jahren 1990, 1993, und 1996 untersucht.

Um einen kleinen Beitrag zur Erweiterung dieser Ergebnisse und um dem Forschungsdefizit an Langzeituntersuchungen zur Entwicklung der Europaberichterstattung entgegen zu setzen, will diese Magisterarbeit versuchen, an dieser Studie anzuknüpfen und den Europa- Schwerpunkt noch weiter voran zu treiben. Aus einer Kombination der Analyse von Programmankündigungen und ausgewählten Programmaufzeichnungen soll der konkrete Untersuchungsgegenstand, das Programm des grenzüberschreitenden Senders 3sat, analysiert werden.

Da eine Magisterarbeit nicht den Umfang einer ARD/ZDF Programmanalyse haben kann bzw. soll wird sich diese Arbeit auf nur eine natürliche Woche aus dem Jahr 2008 beschränken.

Wobei die Untersuchung im Untersuchungszeitraum eine Vollerhebung der Programmankündigungen mit Hilfe einer Programmstrukturanalyse vorsieht und einen wenn auch kleineren inhaltsanalytischen Teil mit Hilfe von Programmaufzeichnungen der drei wichtigsten tagesaktueller Nachrichtensendungen 3sat's. Die Auswahl der Nachrichtensendungen wurde deswegen jeweils einem der drei Kooperationspartner zugeordnet, um eventuelle länderspezifische Unterschiede zwischen den europapolitischen Themenagenden des ORF, des ARD/ZDF und des SRF feststellen und, wenn überhaupt vorhanden, miteinander vergleichen zu können.

Die europapolitische Nachrichtenagenda des Österreichischen Rundfunks wird in dieser Arbeit mit Hilfe der tagesaktuellen vom ORF produzierten Nachrichtensendung „ZIB2“ erhoben, „die Tagesschau“ steht für ZDF/ARD und „10vor10“ repräsentiert in dieser Untersuchung den Schweizer Rundfunk.

3.2 Die methodische Durchführung

Die Untersuchung dieser Arbeit soll anhand von Programmankündigungen durchgeführt werden. Da 3sat einen ständig aktualisierten Internet Auftritt hat, wird an dieser Stelle auf die Programmankündigungen der www.3sat.de/programm Webseite zurückgegriffen.

Inhalte, die nicht in der Programminformation angegeben sind, wie z.B. Werbesendungen, An-moderationen oder Trailer sollen nicht codiert werden. Dabei werden, um die jeweiligen Anteile feststellen zu können, alle Sendung codiert und nach ihrem jeweiligen nationalen Bezug untersucht. Die Untersuchung findet in einer natürlichen bzw. zusammenhängenden Woche statt.

3.2.1 Untersuchungszeitraum und Stichprobe

In dieser Untersuchung wird die 30. Kalenderwoche, die Woche vom 14 - 20 Oktober codiert. In dieser Woche wird das gesamte 3sat Fernsehprogramm nach der Programmstrukturanalyse codiert.

Da Aussagen über inhaltlich-thematische Strukturen bei der Analyse von nur einer natürlichen Woche auch Verzerrungen, durch etwa unvorhersehbare Ereignisse, wie etwa dem Tod einer herausragenden Persönlichkeit verursachen können, wurde versucht eine natürliche Woche ohne derartige „Großereignisse“ auszuwählen.

Die Entscheidung für nur eine natürliche Woche liegt die Überlegung in einem forschungsökonomischen vertretbaren Rahmen arbeiten zu müssen zu Grunde. Denn zusätzlich zu der Programmvollerhebung dieser einen natürlichen Woche, sollen des weiteren auch die 3sat Nachrichtenformate „10vor10“, „ZIB2“ und die „Tagesschau“ auf Beitragsebene inhaltsanalytisch auf ihren Europabezug hin untersucht werden sollen.

3.2.2 Forschungsfragen, Hypothesen und Operationalisierung

Im Verlauf der Arbeit wurde der theoretische Rahmen zum Öffentlichkeitsdefizit der Europäischen Union behandelt. Die im nächsten Kapitel erarbeiteten zentralen Fragestellungen sollen auf diesem theoretischen Rahmen aufbauen und gleichzeitig an bereits durchgeführte empirische Studien anknüpfen.

Mit dem gewählten Methoden-Mix aus Programmanalyse und Inhaltsanalyse soll der öffentlich-rechtliche Sender 3sat, ausgehend von der theoretischen Annahme des Agenda-Settings bzw. Framings, auf seinen möglichen europapolitischen Integrationsbeitrag hin untersucht werden. Mit Hilfe der Programmstrukturanalyse sollen jene Forschungsfragen beantwortet werden.

Es soll dabei festgestellt werden, woher die einzelnen Programme kommen, bzw. wo sie produziert wurden. Um an den theoretischen Teil anschließen zu können sollen thematische und geografische Bezüge der Beiträge zu den einzelnen europäischen Ländern ermittelt werden.

Aus diesen Ergebnissen kann dann von der Agenda Setting Theorie ausgehend ein Bild zum möglichen Beitrag des grenzüberschreitenden öffentlich-rechtlichen Fernsehsender 3sat zu einer europäischen Integration und Identität gezeichnet werden.

Mit der Methode der inhaltsanalytischen Datenerfassung des selben Untersuchungszeitraumes soll anschließend die Themenstruktur der tagesaktuellen 3sat-Nachrichtensendungen „10 vor 10“, „ZIB2“ und der „Tagesschau“ detaillierter auf ihre europapolitische Agenda hin getestet werden.

Dabei stellt sich die Frage, welche europäischen Themen die politische Agenda der drei ausgewählten Nachrichtensendungen bestimmen und ob eine unterschiedliche europäische Themengewichtung zwischen den Kooperationspartnern, Deutschland, Österreich und Schweiz auszumachen ist.

Folglich sollten auch mögliche Tendenzen und Perspektiven, die sich im Vergleich zu vorangegangenen Studien ergeben könnten, dokumentiert werden.

(In der Literatur wird zum Beispiel im Text von Noelle Neumann darauf eingegangen, dass es in der Forschung Hinweise darauf gibt, dass eben nicht nur Informationssendungen zur europäischen Integration beitragen können, sondern vor

allem auch die Unterhaltung.) Deshalb wird im Untersuchungszeitraum das gesamte 3sat Programm auch codiert. So werden zum Beispiel die Anteile von Information und die von fiktionaler und non-fiktionaler Unterhaltung im Codebuch festgehalten.

Forschungsfrage 1 (theoretisch):

Wie ist der aktuelle wissenschaftliche Stand, der nicht ganz neuen Diskussion, um eine Europäische Öffentlichkeit?

Forschungsfrage 2 (theoretisch):

Welche Modelle der Kommunikationswissenschaft können auf eine Europäische Öffentlichkeit angewandt werden?

Diese beiden erste Forschungsfragen sollen an Hand der durchgeführten Literaturrecherche schon im Verlauf der Arbeit beantwortet werden und zusammenfassend im Fazit gemeinsam mit den anderen Ergebnissen resümiert werden.

Forschungsfrage 3 (strukturell):

Leistet der grenzüberschreitende öffentlich-rechtliche Fernsehsender 3sat einen Beitrag zu einer europäischen Integration und Identität? Woher kommen die einzelnen Programme? Wie viel nationalen Bezug haben die einzelnen Programme zu Österreich, Deutschland oder der Schweiz?

Hypothese 3a: Wenn ein geografischer Bezug zu Europa in 3sat hergestellt wird, dann eher zu Deutschland, Österreich und der Schweiz, als zu anderen EU-Staaten.

Hypothese 3b: Wenn beim Bezug zu anderen Ländern als Österreich, Deutschland oder Schweiz hergestellt wird, dann eher zu Frankreich, Italien oder Großbritannien, und eher nicht zu kürzlich beigetretenen Ländern.

Für die Operationalisierung des Geografischen Bezugs, wird vom Thema der zu codierenden Sendung bzw. aus dem Sendetitel auf möglichen Inhalten zu Österreich, Deutschland oder der Schweiz bzw. Frankreich, Italien, Großbritannien geschlossen. Mit kürzlich beigetretenen Ländern sind hier alle diejenigen EU-Mitgliedsländer gemeint, die bei der letzten großen Erweiterung 2004 Mitgliedsländer der EU geworden sind; Litauen, Malta, Polen, Slowakei, Slowenien, Tschechien, Ungarn, Zypern sowie Bulgarien und Rumänien die seit 2007 der Europäischen Gemeinschaft zugehörig sind.

Forschungsfrage 4 (strukturell und inhaltlich):

Wie ist das anteilige Verhältnis der in Österreich, in Deutschland, in der Schweiz, im restlichen Europa, in den USA, in anderen Ländern und der in Co-Produktion mit den 3sat Ländern entstandenen Formate?

Hypothese 4a: Wenn EU Themen in den 3sat-Nachrichtensendungen 10 vor 10, ZIB2 und der Tagesschau aufgegriffen werden, dann wesentlich seltener als Themen die einen konkreten Bezug zu Deutschland, Österreich oder der Schweiz aufweisen können.

Hypothese 4b: Wenn EU Themen in den codierten 3sat Nachrichten aufgegriffen werden, dann wesentlich häufiger als internationale Themen.

Hypothese 4c: Wenn fiktionale und/oder nonfiktionale Formate auf 3sat ausgestrahlt werden, dann auch solche die in den EU-Mitgliedstaaten produziert wurden.

Als Europäische Themen werden die EU-Agra Politik, die EU-Umweltpolitik, EU-Erweiterungspolitik, und Sendesequenzen die sich mit den EU-Institutionen, EU-Parlament, EU-Rat bzw. Vorsitz, EU-Kommission, EU-Gerichtshof, EU-Rechnungshof beschäftigen codiert. Mit Bezug ist hier eine Thematisierung von Geschehnissen, die in den Ländern Österreich, Deutschland, Schweiz stattgefunden haben bzw. stattfinden werden.

Mit fiktionalen und nonfiktionalen Formaten sind wir im Codbuch vermerkt Filme bzw. Serien oder Dokumentationen gemeint. Nachrichtenformate oder tagesaktuelle Sendungen finden keinen Eingang.

Forschungsfrage 5 (inhaltlich):

Welche europäischen Institutionen werden in den drei ausgewählten Nachrichtensendungen 10 vor 10, ZIB2 und der Tagesschau erwähnt?

Hypothese 5a: Wenn in den Nachrichtensendungen Institutionen erwähnt werden, dann sind es vor allem Institutionen der EU als internationale.

Als europäische Institutionen werden im Kategorienschema mit dem EU-Parlament, EU-Rat bzw. Vorsitz, EU-Kommission, EU-Gerichtshof, EU-Rechnungshof aufgelistet.

Als Internationale Institutionen werden die World Trade Organisation (WTO), der Internationale Währungsfonds (IWF) und die Weltbank codiert. Die WTO, der IWF und die Weltbank, die zentralen internationalen Organisationen, die wirtschaftliche Sachverhalte mit globaler Reichweite verhandeln.

Forschungsfrage 6 (inhaltlich):

Welche europäischen Themen bestimmen die politische Agenda der drei ausgewählten Nachrichtensendungen 10 vor 10, ZIB2 und der Tagesschau?

Hypothese6a: Wenn in den Nachrichtensendungen politische Themen behandelt werden, dann sind es eher Themen, die die EU-Institutionen betreffen, als Themen wie Umweltschutz, die Erweiterungspolitik, die Agrarpolitik, die Verteidigungspolitik.

Die einzelnen Nachrichtensegmente der drei Tagesaktuellen Nachrichtensendungen werden nach ihren politischen Hauptthemen hin codiert um herauszufinden inwieweit EU-Politik Gegenstand des öffentlichen Diskurses ist. „Eine europäische öffentliche Agenda können wir beobachten, wenn über Ländergrenzen hinweg die gleichen europapolitischen Themen zur gleichen Zeit in den Nachrichten präsent sind“ (Kantner 2004, 149)

In der Literatur wird von einer vermehrten Sichtbarkeit von europäischen Institutionen auf eine gestiegen europapolitische Relevanz geschlossen. (vgl. Peters 2007, 308) Die für diese Frage zu erhebenden Daten können zwar nur eingeschränkt mit bereits vorhandenen Untersuchungen verglichen werden. Trotzdem erscheint es sinnvoll die Erwähnung von EU-Institutionen zu codieren und diese mit der Erwähnung anderer „Nicht EU-Institutionen“ zu vergleichen. Als diese Nicht EU-Institutionen werden die World Trade Organisation (WTO), der Internationale Währungsfonds (IWF), und die Weltbank codiert.

3.2.3. Kategoriesysteme Programmstrukturanalyse und Inhaltsanalyse

Die der Codierung zugrunde liegenden Kategoriensysteme wurden anhand der im vorangegangenen Kapitel angeführten Forschungsfragen ausgearbeitet und auf die jeweilige Methode der Programmstrukturanalyse oder der der Inhaltsanalyse zugeschnitten.

Im Codierbuch für die Programmstrukturanalyse wurden sowohl formale Kategorien wie Datum, Sender, Produktionsland usw. sowie inhaltliche Kategorien, wie die des Agenda-Settings bzw. Themas für die Analyse, der zu untersuchenden Nachrichtensendungen festgelegt.

Die formalen Kategorien setzen sich aus dem jeweiligen Sender ORF, ZDF/ARD und dem Schweizer Rundfunk, dem zu kodierenden Tag der für die Stichprobe ausgewählten natürlichen Woche (Mo-So), dem Format sowie der Uhrzeit der Ausstrahlung zusammen. Bei der Codierung der Uhrzeit wird zwischen Vormittag 6-12 Uhr, Nachmittag 12-18 Uhr, Abend 18-23 Uhr und Nacht 23-6 Uhr unterschieden. Bei der formalen Kategorie Format wird zwischen Sport, Information, Unterhaltung unterschieden.

Weiters wird im Codbuch festgehalten wo die Untersuchungseinheit „Sendebeitrag“ produziert wurde, ob Kooperationspartner beteiligt waren und wenn, dann aus welchem Land. Im Codierbuch wird des Weiteren auch das Genre, um das es sich bei der zu untersuchenden Einheit handelt, bestimmt.

Die Auswertung der formalen und inhaltlichen Kategorien der Programmstrukturanalyse erfolgt mittels des statistischen Hilfsprogramms SPSS. Das Codierbuch zur Erhebung der Inhaltsanalyse unterscheidet sich insofern von dem der Programmstrukturanalyse als das zwar auch formale Daten festlegt, diese aber durch wesentlich genauere inhaltliche Aspekte ergänzt.

Die Nachrichtenformate wurden mittels DVD im Untersuchungszeitraum vom 14.-21. Oktober aufgezeichnet. Das codierte Datenmaterial liegt beim Verfasser dieser Magisterarbeit auf. Dabei wurden auch diejenigen Sequenzen der Nachrichtensendungen codiert die im Nachrichtenüberblick bzw. in den Kurznachrichten gezeigt wurden.

Die tagesaktuellen Nachrichtensendungen von 3sat „10vor10“, „ZIB2“ und die „ARD Tagesschau“ sollen in ihrer Themengewichtung miteinander verglichen werden. Dabei ist es wichtig, dass sich die einzelnen Kategorien nicht in ihren Bedeutungsinhalten überschneiden. Unscharfe Ergebnisse und Ungenauigkeiten wären bei der Codierung ansonsten nicht zu vermeiden. (vgl. Schulz 1996, 53)

4. Empirischer Teil

4.1 Der Grenzüberschreitende Fernsehsender 3sat

„Die öffentlich-rechtlichen Kulturprogramme 3sat und Arte nehmen eine Sonderstellung ein, denn als europäische Kulturinstitutionen überschreiten sie die Grenzen der nationalen und regionalen Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland.“ (Krüger 2000, 243)

Am 1. Dezember 1984 startete 3sat das „Satellitenfernsehprogramm für den deutschen Sprachraum“ als gemeinsames europäisches Kulturprogramm deutsch, österreichisch, schweizerischer, werbefreier, öffentlich-rechtlicher Fernsehsender mit kulturellem Schwerpunkt. 3sat war somit das erste eigenständige kulturorientierte Programm seiner Art, das seine Ausdifferenzierung in der Sparte anspruchsvoller Kultur wählte.

Gegründet wurde die Gemeinschaftseinrichtung vom ZDF, dem ORF und dem Schweizer Fernsehen und ab 1993 produzierte auch der ARD für 3sat.

Bevor 3sat flächendeckend ausgestrahlt wurde, testete man das Programmformat mit dem ein formal höher gebildetes Publikum angesprochen werden sollte mit Hilfe des Pilotprojektes ZDF-2-Programm.

Der Schwerpunkt des Programms sollte von Anfang an auf Information, Bildung und anspruchsvolle Kultur liegen und aus dem Programmvermögen der beteiligten Sendepartner erstellt werden. Dabei wurde das 3sat Programm leicht aus den Erstsendungen, Wiederholungen und Übernahmen aus dem Programmangebot von ZDF, ORF, SRG und später auch dem ARD zusammengefügt. Seit seiner Gründung konnte 3sat als öffentlich-rechtlicher Sender seine Grundkonzeption einer kulturellen Anspruchsorientierung beibehalten und diese mit dem Beitritt der ARD im Bereich Informations- und Bildungsangebot sogar noch programmlich verstärken.

Das gemeinsame deutschsprachige Kultur-Fernsehprogramm kann heute bereits über Kabel, Satellit, DVB-C, DVB-S, DVB-T und IPTV in Österreich, Deutschland und der Schweiz empfangen werden.

Als 1990 das Fernsehen der DDR mit einsteigen wollte, wurde sogar in eine Umbenennung in 4sat nachgedacht aber dann wieder verworfen.

Am 1. Dezember 1991 stieg abschließend die ARD (Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland) bei 3sat ein und teilt sich heute die Programmanteile der vier Senderanstalten in ZDF mit 32,5%, ORF mit 25%, SRG mit 10% und ARD mit 32,5%.

Der Sender wird über den Satelliten Astra in Europa ausgestrahlt und kann in Deutschland und Österreich fast flächendeckend über alle Kabelnetze und in den DVB-T Empfangsgebieten empfangen werden. Im südlichen Afrika ist das Programm über die Sender von Deukom zu empfangen.⁷⁴

Die sendetechnische und rechtlich Verantwortung für den Kultursender 3sat liegt beim ZDF, der auch den größten Teil der Kosten übernimmt. Laut dem 3sat Halbjahresberichts 2009⁷⁵ erreichte 3sat mit einem Marktanteil von 1,9 Prozent den bisher höchsten Halbjahreswert. In Prozentpunkten ist das ein Plus von 0,2 gegenüber dem ersten Halbjahr 2008. Die Tagesreichweite von 637.000 SeherInnen pro Tag konnte laut dem Halbjahresbericht um 18.000 Seherinnen ausgedehnt werden und zusätzlich stieg die Nutzungszeit des Programms um 14 Prozent.

⁷⁴ Vgl. www.3sat.de

⁷⁵ Vgl. (ORF Kundendienst, online) http://kundendienst.orf.at/programm/angebote/3sat_bilanz.html

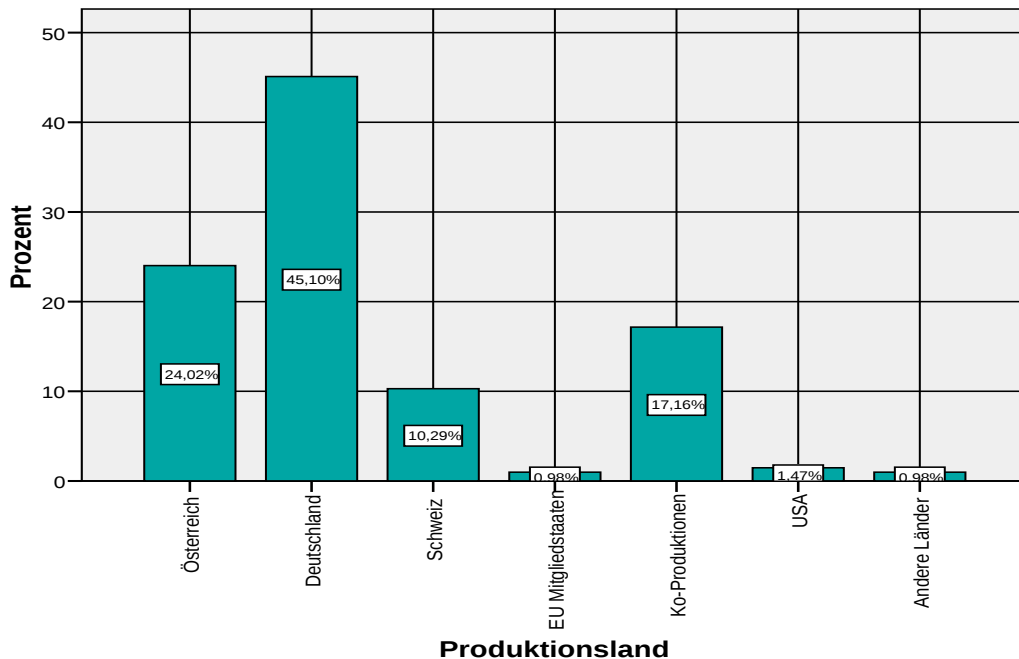
4.2 Ergebnisse

4.2.1 Geografischer Bezug in den 3sat Formaten (Forschungsfrage 3):

Die dritte Forschungsfrage dieser Arbeit wird anhand der vom 15.10.2009 bis 21.10.2009 durchgeführten 3sat Programmstrukturanalyse beantwortet:

Leistet der grenzüberschreitende öffentlich-rechtliche Fernsehsender 3sat einen Beitrag zu einer europäischen Integration und Identität? Woher kommen die einzelnen Programme? Wie viel nationalen Bezug haben die einzelnen Programme zu Österreich, Deutschland oder der Schweiz?

Abbildung 6: Produktionsländer 3sat

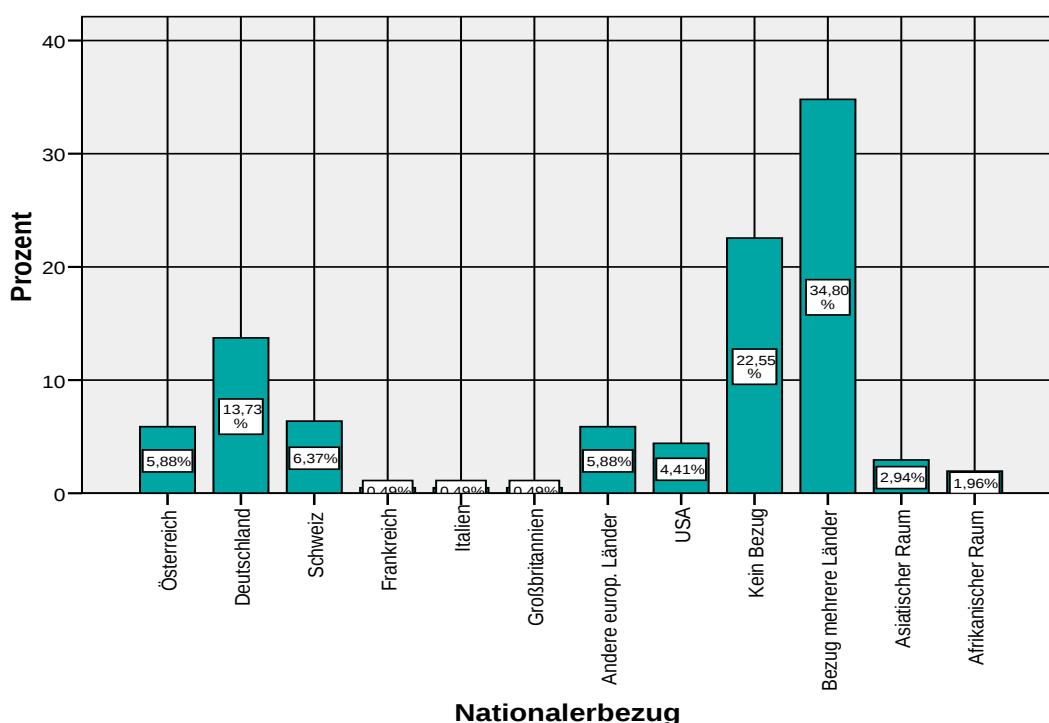


Quelle: eigene Darstellung

Wenn man die Auswertungstabelle zu den Produktionsländern genau betrachtet, wird ersichtlich, dass die meisten aller gesendeten Programme 3sats nämlich rund 45 % aus Deutschland stammen. Österreich stellt rund 24 % aller Sendungen zur Verfügung, während die Schweiz nur gut 10% der Sendungen produziert. Der Anteil der Ko-

Produktionen, also der Produktionen die zwischen Österreich, Deutschland und der Schweiz zustande kamen liegt mit 17% sogar noch über den Produktionen die allein aus der Schweiz stammen. Überraschend sind die Ergebnisse des geringen Produktionsanteils der „europäischen Länder“. Mit nur rund 1% Anteil an allen 3sat Produktionen liegen sie auf Augenhöhe mit den codierten „anderen Ländern“ die ebenfalls 1% Anteil beisteuern. Sogar die in 3sat ausgestrahlten Produktionen der USA haben mit rund 1,5% mehr Anteil die „europäischer Länder“.

Abbildung 7: Nationaler Bezug in den 3sat Formaten



Quelle: eigene Darstellung

Die Auswertung der Ergebnisse zum nationalen Bezug der einzelnen 3sat Formate zeigt, dass sich rund 35% aller Sendungen gleich auf „mehrere Länder“ beziehen. (Dabei wurde leider keine offene Codierung getätigt) „Deutschland“ wird mit rund 14% am öftesten von den drei 3sat Ländern thematisiert. „Österreich“ mit 5,8 % genauso viel nationalen Bezugs Anteil wie „andere europäische Länder“ und damit den geringsten Anteil unter den drei 3sat Ländern. Die „Schweiz“ hat mit 6,3 % Anteil am Nationalen Bezug. Die schon länger beigetreten EU-Länder Großbritannien, Frankreich

und Italien sind jeweils nur mit rund 0,5% Anteil am nationalen Bezug vertreten. Die „USA“ kommt in 4,4% aller 3sat Sendungen vor, der „Asiatische Raum“ mit immerhin noch fast 3% und der Afrikanische Raum sind im Untersuchungszeitraum in rund 2% der Produktionen präsent. In 22,5% der Sendeeinheiten findet kein nationaler Bezug statt.

In Anbetracht der ausgewerteten Daten kann die Hypothese 3a; Wenn ein geografischer Bezug zu Europa in 3sat hergestellt wird, dann eher zu Deutschland, Österreich und der Schweiz, als zu anderen EU-Staaten, eindeutig verifiziert werden.

Überraschend ist der extrem niedrige Wert der Produktionen die aus den verschiedenen EU Mitgliedsländern stammen, der sogar noch den auch nicht großen amerikanischen Beitrag unterschreitet.

Auch die zweit formulierte Hypothese 3b; Wenn beim Bezug zu anderen Ländern als Österreich, Deutschland oder Schweiz hergestellt wird, dann eher zu Frankreich, Italien oder Großbritannien, und eher nicht zu kürzlich beigetretenen Ländern ist zu falsifizieren.

Aus den Sendetitel und Untertiteln der 3sat Programmorschau konnte fast nirgends auf die, seit langem der EU beigetretenen Länder, Frankreich, Italien und Großbritannien geschlossen werden. Dafür waren „Andere Europäische Länder“ mit fast 6% gleich oft wie zum Beispiel Österreich mit ebenfalls 6% vertreten.

Im Nachhinein scheint es allerdings ärgerlich nicht näher nach dem „Bezug zu mehreren Ländern“ eingegangen und diesen offen codiert zu haben. Wahrscheinlich hätte damit ein differenziertes Ergebnis erreicht werden können.

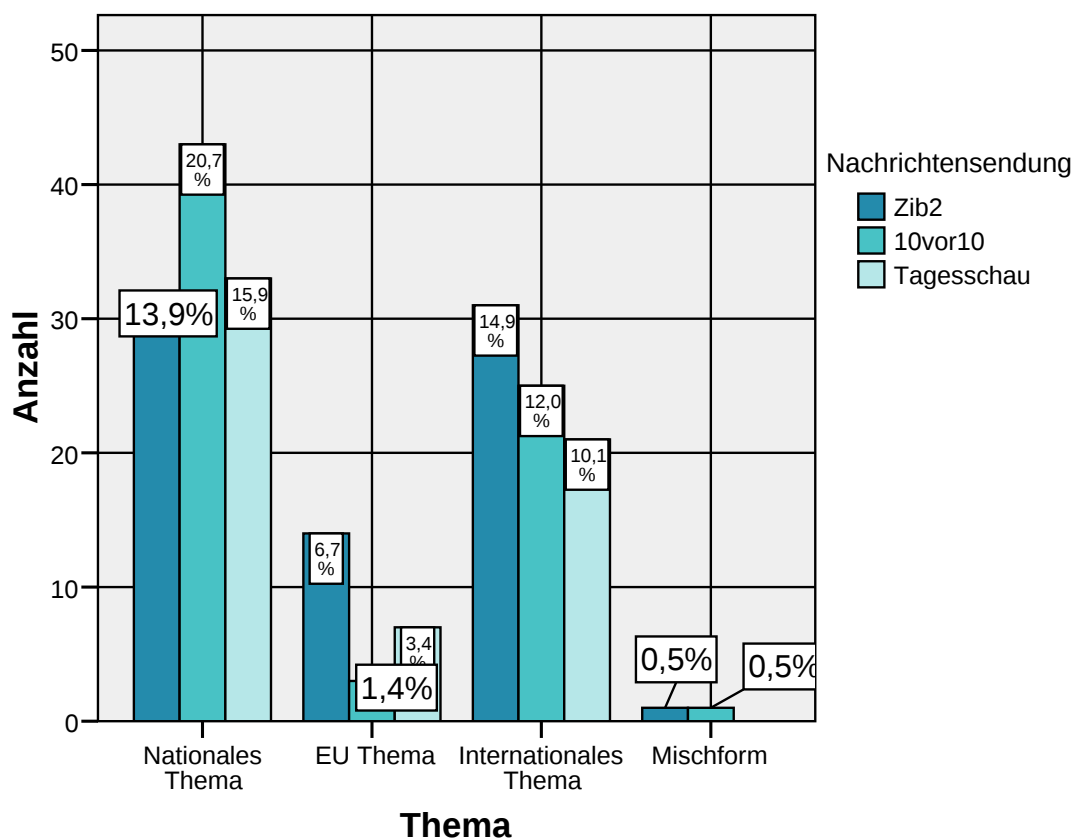
4.2.2.3sat Produktionen (Forschungsfrage 4):

Die vierte Forschungsfrage dieser Arbeit wird anhand der im Untersuchungszeitraum 15.10.2009 bis 21.10.2009 durchgeführten Inhaltsanalyse der drei 3sat Nachrichtenformate „Zib2“, „10vor10“ und der „Tagesschau“ beantwortet:

Wie ist das anteilige Verhältnis der in Österreich, in Deutschland, in der Schweiz, im restlichen Europa, in den USA, in anderen Ländern und der in Co-Produktion mit den 3sat Ländern entstandenen Formate?

Die Ergebnisse der prozentuellen Themenstreuung zwischen allen drei codierten 3sat Nachrichtensendern „Zib2“, „10vor10“ und der „Tagesschau“ fallen den Hypothesen nach wenig überraschend aus.

Abbildung 8: Thematischer Bezug in den 3sat Nachrichtenformaten



Quelle: eigene Darstellung

Die schweizer Nachrichtensendung „10vor10“ strahlt mit 20,7% die meisten nationalen Nachrichten, dafür mit 1,4% Anteil die wenigsten Nachrichten zum Thema Europäische Union aus. Vergleicht man diese Daten mit, wie oft in der österreichischen Nachrichtensendung „Zib2“ und der deutschen Nachrichtensendung „Der Tagesschau“ auf nationale Themen eingegangen wird, so zeigt sich ein sehr ähnliches Ergebnis.

So berichtet etwa die „Tagesschau“ in etwa 16% der Beiträge über ein deutsches Thema, was nicht sehr viel über dem Wert der „Zib2“ mit rund 14 % an nationalen Beiträgen liegt.

Vergleicht man die Präsenz der EU Themen der drei 3sat Nachrichtensendungen, so fällt auf, dass in der Tagesschau am häufigsten mit 6,7%, in der „Zib2“ mit 3,4% am zweithäufigsten und in „10vor10“ mit 1,4% am wenigsten über die EU berichtet wird. Internationale Themen werden in der Gegenüberstellung der einzelnen Nachrichtensendungen mit fast 15% vom österreichischen Nachrichtenformat „Zib2“ eher öfter ausgestrahlt.

Das schweizer Nachrichtenformat „10vor10“ interessiert sich mit 12% für internationale Beiträge, während die deutsche „Tagesschau“ davon nur 10% zeigt. Nicht zu codierende Mischformen der Sender fallen mit jeweils 0,5% kaum ins Gewicht.

Die Häufigkeitstabelle zur Themenaufteilung der Tagesschau macht deutlich, dass obwohl die „Tagesschau“, im Vergleich zu den anderen codierten Nachrichtensendungen, zwar am zweit häufigsten über die Europäische Union berichtet, diese aber trotzdem im Vergleich zu den nationalen und internationalen Beiträgen - im codierten Untersuchungszeitraum – von insgesamt 57 Beiträgen - mit nur 7 nicht sehr präsent ist.

Erwartungsgemäß sind die nationalen Themen mit 30 Beiträgen am besten vertreten und die Internationalen Themen der „Tagesschau“ kommen immer hin noch auf ganze 20 Beiträge von insgesamt 57 Beiträgen.

Themenaufteilung "Tagesschau"

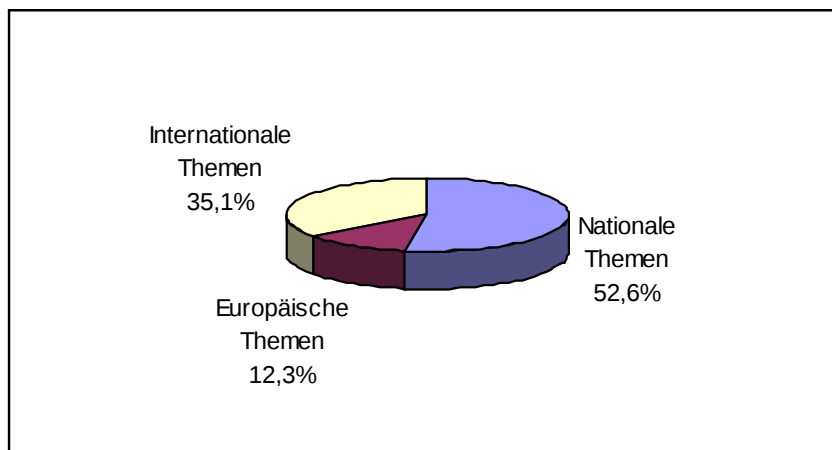
Abbildung 9: Häufigkeitstabelle zum Thematischer Bezug in der „Tagesschau“

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Nationales Thema	30	52,6	52,6	52,6
	EU Thema	7	12,3	12,3	64,9
	Internationales Thema	20	35,1	35,1	100,0
	Gesamt	57	100,0	100,0	

Quelle: eigene Darstellung

Nach der prozentuellen Aufteilung der nationalen, internationalen und europapolitischen Themen kann man in der Tagesschau von über 50 Prozent nationalen Nachrichten, von ca. 35% internationalen Nachrichten und von nur etwa 12% europäischen Nachrichteninhalten verzeichnen.

Abbildung 10: Prozente Thematischer Bezug in der „Tagesschau“



Quelle: eigene Darstellung

Das schweizer Nachrichtenformat „10vor10“ hat bei insgesamt 72 codierten Beitragseinheiten nur 3 die sich mit dem Thema Europäische Union auseinander setzen.

Themenaufteilung "10vor10"

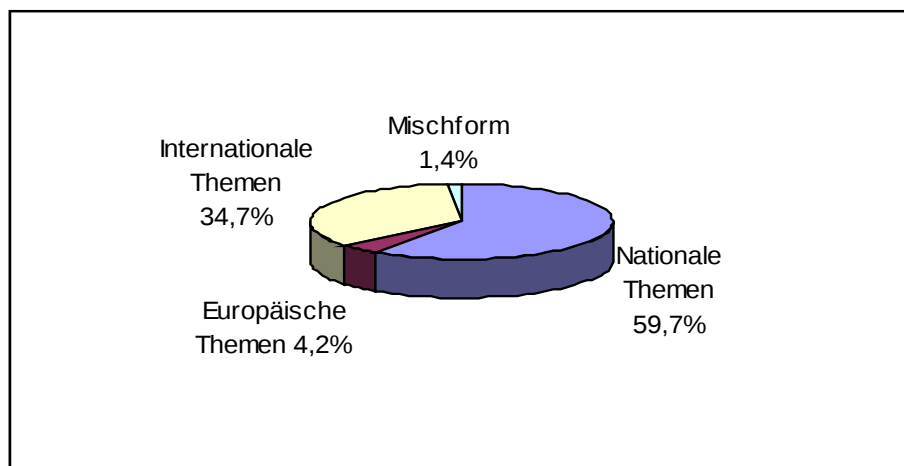
Abbildung 11: Häufigkeitstabelle zum Thematischer Bezug in „10vor10“

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Nationales Thema	43	59,7	59,7	59,7
	EU Thema	3	4,2	4,2	63,9
	Internationales Thema	25	34,7	34,7	98,6
	Mischform	1	1,4	1,4	100,0
	Gesamt	72	100,0	100,0	

Quelle: eigene Darstellung

Über die Hälfte aller Informationen nämlich 43 codierte Einheiten generiert der Sender über das eigene Land, das ist im Vergleich zur „Tagesschau“ und der „Zib2“ der höchste nationale Bezug. Von 72 Beitragseinheiten sind im schweizer Nachrichtenformat noch 25 als international codiert worden. Auch bei „10vor10“ wurden so gut wie keine Mischformen codiert.

Abbildung 12: Prozente Thematischer Bezug in „10vor10“



Quelle: eigene Darstellung

Betrachtet man die prozentuelle Darstellung der gewonnen Daten, sticht der überwiegend nationale Themenbezug des schweizer Nachrichtenformats „10vor10“ noch mehr ins Auge. Mit 59,7% also fast 60% nationalen Beiträgen und 34,7%

internationalen, fallen die 4,2% der europäischen Berichterstattungen kaum ins Gewicht.

Bei den 1,4% Prozent der Sendebeiträge die nicht zuzuordnen waren handelt es sich, wie in der Häufigkeitstabelle weiter oben ersichtlich wird, nur um einen Sende Beitrag und wird deshalb auch keine allzu große Bedeutung beigemessen.

Themenaufteilung "ZIB2"

Abbildung 13: Häufigkeitstabelle Thematischer Bezug in „ZIB2“

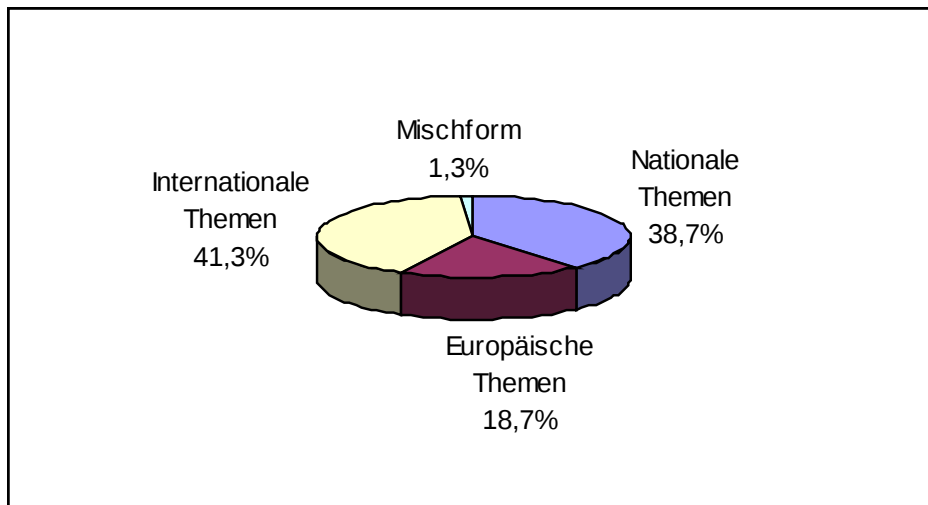
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Nationales Thema	29	38,7	38,7	38,7
	EU Thema	14	18,7	18,7	57,3
	Internationales Thema	31	41,3	41,3	98,7
	Mischform	1	1,3	1,3	100,0
	Gesamt	75	100,0	100,0	

Quelle: eigene Darstellung

Das österreichische Nachrichtenformat „Zib2“ hat im Untersuchungszeitraum bei 75 codierten Sendeeinheiten interessanterweise mehr internationale als nationale Beiträge gesendet. Man kann zwar nicht von einem großen Unterschied sprechen – 31 internationale Themen und 29 nationale Themen – aber im Vergleich zu den anderen codierten 3sat Nachrichtenformaten „10vor10“ und der „Tagesschau“ die beide die nationalen Berichte an die erste Stelle setzen, kann dieses Ergebnis durchaus, als beachtlich festgehalten werden.

Ein weiterer Unterschied zu den beiden anderen Nachrichten kristallisiert sich ganz klar in der Europa Berichterstattung des Senders heraus. Mit 14 Europa Sendeeinheiten bei insgesamt 75 codierten Sendeeinheiten der „Zib2“ scheint im österreichischen Fernsehen dem Thema europäische Union, bei einer Gegenüberstellung zu den anderen beiden Nachrichten, die meiste Bedeutung zuzukommen.

Abbildung 14: Prozente Thematischer Bezug in „Zib2“



Quelle: eigene Darstellung

Die Ergebnisdarstellung in Prozent verdeutlicht das zuvor in Häufigkeiten beschriebene Resultat. Es fällt sofort, der mit 18,7% im Vergleich hohe Anteil an europäischen Nachrichtenmaterial der „Zib2“ auf. Des weiteren sieht man hier deutlicher wie sehr sich nationale und internationale Berichterstattungen die Waage halten. Mit sogar 41,3% Internationalen und ein wenig geringer, mit 38,7% der nationalen, scheint die Berichterstattung sehr ausgeglichen zu sein. Die codierte Mischform fällt auch hier nicht ins Gewicht.

Hypothese 4a: Wenn EU Themen in den 3sat-Nachrichtensendungen 10 vor 10, ZIB2 und der Tagesschau aufgegriffen werden, dann wesentlich seltener als Themen die einen konkreten Bezug zu Deutschland, Österreich oder der Schweiz aufweisen können.

Hypothese 4b: Wenn EU Themen in den codierten 3sat Nachrichten aufgegriffen werden, dann wesentlich häufiger als internationale Themen.

Die Hypothese das EU- Themen wesentlich seltener als nationale Themen mit einem konkreten Bezug zum jeweiligen Produktionsland aufgegriffen werden kann an dieser Stelle bestätigt werden. Interessant dabei, dass außer bei der „Zib2“ doch sehr geringe

Interesse an EU-Politischen Themen herrscht. Ein Grund dafür könnte sein, dass der Untersuchungszeitraum absichtlich nicht in einen EU Ereignisraum – zum Beispiel vor eine EU Präsidentschaftswahl – gelegt wurde.

Im Gegensatz dazu muss die Hypothese 4b nach den oberen beschriebenen Ergebnissen falsifiziert werden. Entgegen den Erwartungen, dass die EU mittlerweile eine nicht zu unterschätzende Rolle in der Tagesaktuellen Berichterstattung spielt, lieferten die Daten anderes. So reihen sich die internationalen Nachrichtenbeiträge in allen drei 3sat Nachrichtenformaten weit vor denen die sich mit europäischen Themen auseinander setzen.

Format * Produktionsland Kreuztabelle

Untersuchungszeitraum: 14-21 Oktober 2008

		Produktionsland							Gesamt
		Österreich	Deutschland	Schweiz	EU Mitgliedsland	Ko Produktion	USA	Andere Länder	
Format	Information	36	76	19	0	28	0	2	161
	Fiction	5	3	1	1	2	3	0	15
	Nonfictionale Unterhaltung	6	9	1	1	2	0	0	19
	Musik	0	1	0	0	0	0	0	1
	Sport	0	1	0	0	0	0	0	1
	Sonstiges	2	2	0	0	3	0	0	7
Gesamt		49	92	21	2	35	3	2	204

Quelle: eigene Darstellung

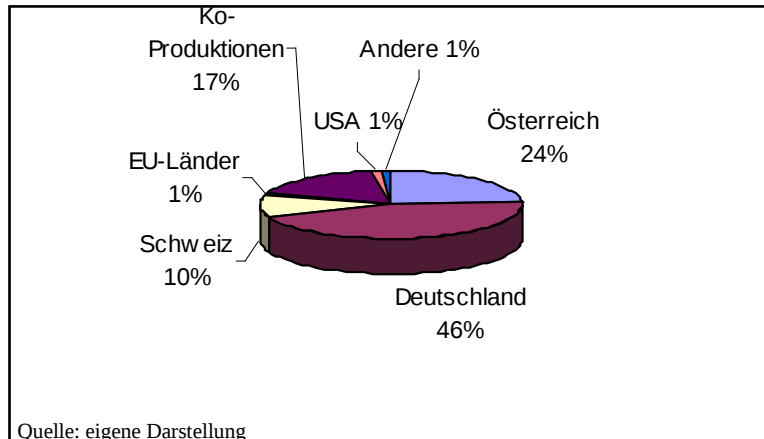
Abbildung 15: Kreuztabelle Formate * Produktionsländer den codierten 3sat Nachrichtenformaten

Hypothese 4c: Wenn fiktionale und/oder nonfiktionale Formate auf 3sat ausgestrahlt werden, dann auch eher solche die in den EU-Mitgliedstaaten produziert wurden.

Die Hypothese, dass Teile der fiktionalen und nonfiktionalen Unterhaltung auch aus den EU-Mitgliedsländern stammen kann nicht wirklich bestätigt werden. Zwar wurden gleich viele Formate wie bei der Schweiz codiert, trotzdem kann man bei 34 Unterhaltungsformaten von denen nur 2 aus anderen EU-Mitgliedstaaten - außer Deutschland und Österreich - stammen nicht von einer großen Bereicherung sprechen.

Generell wurden zwar sehr viel mehr Informationssendungen codiert, aber wenn fiktionale oder nonfiktionale Formate codiert wurden, dann eher solche aus Österreich und Deutschland.

Abbildung 16: Produktionsländer der 3sat Nachrichtenformaten in Prozent



Die Ergebnisse zur Aufteilung aller codierten 3sat Formate nach ihrem Produktionsland zeigen, dass Deutschland - von insgesamt 204 codierten Formaten - mit 46% (92) die meisten, Österreich mit 24% (49) aller Produktionen an zweiter Stelle und die Schweiz mit nur 10% (21) eigenproduzierten Programmen noch hinter ko-produzierten Programmen mit 17% (35) an vierter Stelle rangiert.

Andere EU-Länder produzierten nur 1% (2) der auf 3sat ausgestrahlten Sendungen, nicht mehr als die USA 1% (3) und andere nicht codierte Länder mit ebenfalls 1% (2) der Produktionen.

4.2.3 Institutionen der Europäischen Union (Forschungsfrage 5):

Die Forschungsfrage nach dem, welche europäischen Institutionen in den drei ausgewählten Nachrichtensendungen „10vor10“, „ZIB2“ und der „Tagesschau“ erwähnt werden, sollte anhand der durchgeführten Inhaltsanalyse geklärt werden.

Anzahl: Institutionen * Nachrichtensendung Kreuztabelle

		Nachrichtensendungen 3sat			Gesamt
		ZIB 2	10vor10	Tagesschau	
Institutionen	Keine erwähnt	54	63	53	170
	Parlament	0	2	2	4
	Kommission	9	1	2	12
	Gerichtshof	2	0	0	2
	Rechnungshof	2	0	0	2
	UNO	3	3	1	7
	IWF	2	0	0	2
	Weltbank	2	0	0	2
	Andere	1	3	3	7
Gesamt		75	72	61	208

Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 18: Kreuztabelle Formate * Produktionsländer den codierten 3sat Nachrichtenformaten

Nach den Ergebnissen der Forschungsfragen drei und vier überraschen die gewonnenen Daten zur fünften Forschungsfrage wenig. In allen drei codierten Nachrichtenformaten werden äußerst selten Institutionen der EU in den Fokus gestellt.

Im 3sat Nachrichtenformat „Zib2“ wird in insgesamt 75 (100%) codierten Sendeeinheiten nur 9 (12%) mal die Europäische Kommission, 2 (3%) mal der Europäische Gerichtshof und 2 (3%) mal der Europäische Rechnungshof erwähnt. Andere Institutionen die ebenfalls Eingang ins Codebuch fanden stehen diesen Nennungen nur um wenig nach. So wird in 75 Beiträgen die UNO 3 mal (4%), der IWF 2 mal (3%) und die Weltbank auch 2 mal (3%) genannt. In 54 Beiträgen das entspricht

einem Prozentwert von 71% wird keine der im Codbuch angeführten Institutionen erwähnt.

Ähnliche Ergebnisse sind bei „10vor10“ festzustellen; so wird das europäische Parlament 2 mal (3%) und die europäische Kommission 1 mal (1%) in 72 Beiträgen aufgezählt. Im überwiegenden Teil der Sequenzen nämlich 88% und in somit 63 Beiträgen, findet keine einzige Institution Eingang. Außer der UNO mit 3 (4%) wurden noch 3 „Andere“ (4%) nicht im Codbuch eingetragene Institutionen codiert. (auch diese wurden nicht offen aufgelistet)

Auch die erhobenen Daten zu den Institutionen in der „Tagesschau“ werfen kein neues Bild auf. In 61 (87%) der codierten Sendesequenzen, wird jeweils 2 mal (3%) das „europäische Parlament“ und 2-mal mal (3%) die „europäische Kommission“ erwähnt. 3 „Andere“ 5% in der Tagesschau vermittelte Institutionen wurden leider nicht namentlich codiert.

Die zur fünften Forschungsfrage formulierte Hypothese; Wenn in den Nachrichtensendungen Institutionen erwähnt werden, dann sind es vor allem Institutionen der EU als internationale, muss nach Auswertung der Daten konsequenter Weise falsifiziert werden.

Als europäische Institutionen werden im Kategorienschema mit dem EU-Parlament, EU-Rat bzw. Vorsitz, EU-Kommission, EU-Gerichtshof, EU-Rechnungshof aufgelistet. Als Internationale Institutionen werden die UNO, die World Trade Organisation (WTO), der Internationale Währungsfonds (IWF), und die Weltbank codiert. Die WTO, der IWF und die Weltbank die zentralen internationalen Organisationen, die wirtschaftliche Sachverhalte mit globaler Reichweite verhandeln.

4.2.4 EU-Politische Themen in den 3sat (Forschungsfrage 6):

Welche europäischen Themen bestimmen die politische Agenda der drei ausgewählten Nachrichtensendungen 10 vor 10, ZIB2 und der Tagesschau?

EU-Themen in 3sat

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Kein EU Themen Bezug	167	80,3	80,3	80,3
Agra Politik	5	2,4	2,4	82,7
Umweltpolitik	6	2,9	2,9	85,6
Erweiterungspolitik	3	1,4	1,4	87,0
Verteidigungspolitik	3	1,4	1,4	88,5
Institutionen	4	1,9	1,9	90,4
Sonstige	9	4,3	4,3	94,7
Bildung	1	,5	,5	95,2
Wirtschaft	10	4,8	4,8	100,0
Gesamt	208	100,0	100,0	

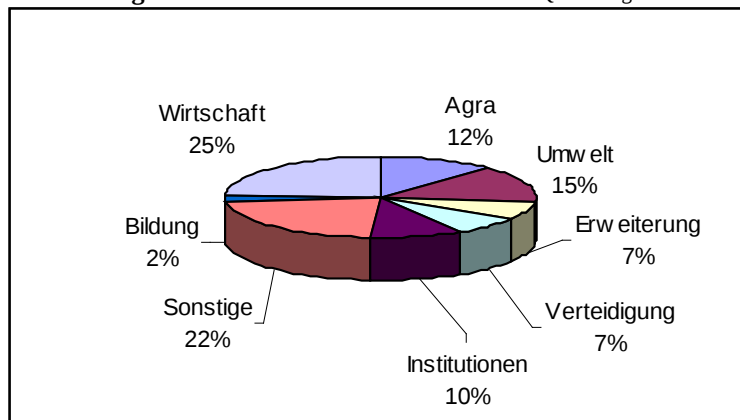
Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 19: Häufigkeitstabelle EU-Themen in allen drei 3sat Nachrichtensendungen

Die meisten mit Hilfe dieser Inhaltsanalyse ermittelten 3sat Beiträge aller drei Nachrichtenformate „Zib2“, „10vor10“, und der „Tagesschau“ nehmen keinen Bezug auf ein europapolitisches Thema. In allen 208 - den in einer Woche codierten Sendesequenzen - wurde nur in 41 Sequenzen überhaupt ein europäisches Thema aufgegriffen. In 167 codierten Sequenzen, das sind 80,3% aller Sequenzen, gab es keinen europapolitischen Bezug.

Abbildung 19: EU-Themen in Prozent

Quelle: eigene Darstellung



Das Kreisdiagramm (Abb.: 19) zeigt die prozentuelle Aufteilung der 41 Beiträge in denen über ein europapolitisches Thema berichtet wurde. Mit 25% Prozent, von allen Nachrichten die ein EU Thema aufgegriffen haben, rangieren wirtschaftliche EU Themen auf Rang 1, 15% beschäftigen sich mit EU Umweltthemen, 12% mit EU Agra Themen erst danach folgen die EU Institutionen mit 10%, Verteidigungs- und Erweiterungspolitik mit je 7% und das Schlusslicht bildet wie immer die Bildung mit nur 1% Anteil. Leider wurde auch hier keine offene Codierung getätigt, die 22% Sonstige können demnach nicht zugeteilt werden.

Hypothese6a: Wenn in den Nachrichtensendungen EU politische Themen behandelt werden, dann sind es eher Themen, die die EU-Institutionen betreffen, als Themen, wie Umweltschutz, die Erweiterungspolitik, die Agrarpolitik, die Verteidigungspolitik. Die zu Forschungsfrage 6 formulierte Hypothese 6a kann nicht bestätigt werden, die Berichterstattung zu den EU Institutionen fällt mit 10% eher mäßig aus und muss sich ins Mittelfeld der gewonnen EU Themen Ergebnisse einreihen.

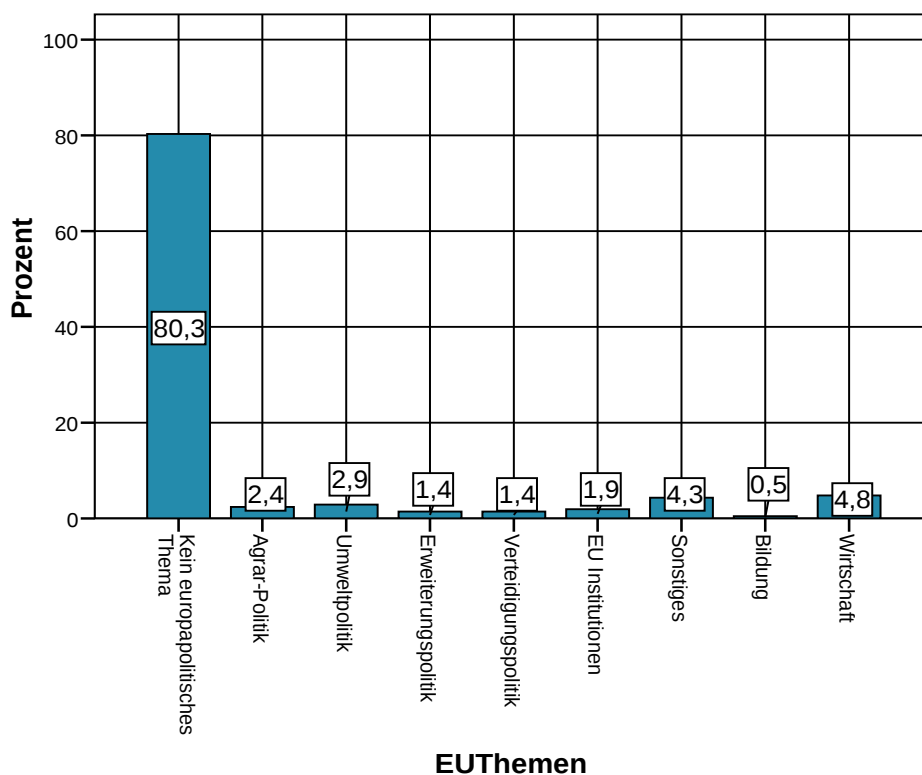


Abbildung 20: Häufigkeitstabelle EU-Themen in allen drei 3sat Nachrichtensendungen

5. Fazit

Das Ziel dieser Untersuchung war es vor dem Hintergrund der kommunikationswissenschaftlichen Diskussion um ein Öffentlichkeitsdefizit der Europäischen Union die wissenschaftlichen Ansätze zum Thema Öffentlichkeit und Medien zu summieren. Dabei sollte vor allem die Bedeutung der Massenmedien in den Fokus der Ausarbeitung gestellt werden.

So ist die Herstellung von Öffentlichkeit als eine der wichtigsten Funktionen der Massenmedien anzusehen. Medien stellen demnach einen „Raum“ zur Verfügung, in dem Öffentlichkeit erst produziert werden kann. (Ronneberger 1974, zit. nach Burkart 2002, 391) Des weiteren wird mit dieser Arbeit ein Überblick zum Stand der wissenschaftlichen Diskussion zum Thema europäische Öffentlichkeit geschaffen, der auch nach bereits entwickelten Öffentlichkeitsmodellen fragen sollte.

Die anschließende Untersuchung des grenzüberschreitenden Satellitenfernsehsenders 3sat sollte empirische Daten zu dessen europapolitischer Bezugnahme und damit zu einem möglichen Beitrag des Senders zu einer europäischen Öffentlichkeit liefern. Dabei stützte sich die Untersuchung auf das Konzept des Agenda-Settings und ging ganz allgemein von einem Zusammenhang zwischen der Themenwahrnehmung der Bevölkerung bzw. Öffentlichkeit und der in den Massenmedien vermittelten Themenstruktur aus.

Die Untersuchung orientierte sich an bereits durchgeführten Studien, im Besonderen an der von Udo Michael durchgeführten Studie zum „Qualitätsanspruch bei 3sat und Arte“. Die Untersuchung von Krüger nimmt den „geografischen Bezug“ der Sendungen bzw. der Sendungsinhalte als einen Indikator für eine europäische Orientierung an. Von dieser Annahme geht auch die vorliegende Arbeit aus.

⁷⁶ Ronneberger, Franz (1974): Die Politischen Funktionen der Massenkommunikation. In: Langenbucher, Wolfgang R. [Hrsg.] : Zur Theorie der politischen Kommunikation / hrsg. von Wolfgang R. Langenbucher . - München : Piper , 1974 . - 363 S. . - 3-492-02068-2. - (Piper-Sozialwissenschaft ; 22 S.193-205

Darüber hinaus hält sich die Untersuchung an die These von Peters, wonach; „Importe und Exporte von kulturellen Produkten, Beiträgen und Ideen eine elementare Form der Kommunikation über Ländergrenzen hinweg sind“ und dass wir „auch Originalbeiträge ausländischer Autoren in den Print und elektronischen Medien als eine Art Export kultureller Dienstleistungen und als eine Form internationaler Kommunikation verstehen können.“ (Peters 2007, 291)

Da der Satellitensender 3sat eben eine solche Kommunikation über Ländergrenzen hinweg zu leisten im Stande ist, wurde im empirischen Teil gezielt nach der Herkunft der verschiedenen Produktionen und nach ihrem geografischen Bezug gefragt.

Ein in der Literatur immer wiederkehrendes Argument diesbezüglich ist die Bedeutung der transnationalen Kommunikation, die aus dem Käfig der nationalen Kommunikation ausbricht. So schreiben beispielsweise Eder und Kantner (2002)⁷⁷: „Obwohl heute ein weitgehender Konsens darüber besteht, dass kommunikative Verknüpfungen zwischen nationalen Sphären eine notwendige Bedingung europäischer Öffentlichkeit darstellen, gibt es einen breiten Dissens zu der Frage, an welchen Merkmalen sich transnationale Diskurse erkennen lassen.“ (Eder, Kantner 2002, 81 zit. Brüggemann, Sifft, Kleinen-von Königslöw, Peters, Wimmel 2007, 302)

Vor allem dem Fernsehen, damit also auch dem grenzüberschreitenden Satellitensender 3sat wird bei der Vermittlung von Information über die Europäische Union eine tragende Rolle zugestanden. „70 Prozent der Bürgerinnen und Bürger in den Mitgliedsstaaten beziehen ihre Informationen über die EU aus dem Fernsehen. An zweiter Stelle rangiert die Tageszeitung (43%), danach das Radio (32%). Andere Quellen bleiben dahinter weit zurück.“ (Holz-Bacha 2006, 17)

In der Diskussion fand ich den Beitrag von Andreas Dörner auch für meine Untersuchung passend.

Dörner vertritt in seiner Arbeit die Ansicht, dass „die Kultur einer Unterhaltungsöffentlichkeit vielmehr einen Interdiskurs darstellen kann, der in sozial differenzierten Gesellschaften den Fragmentierungstendenzen entgegenwirken, Aufmerksamkeit erzeugen und demzufolge gesellschaftliches Agenda-Setting und eine

⁷⁷ Eder, Klaus/ Cathleen Kantner (2002): Zur Transformation nationalstaatlicher Öffentlichkeit in Europa. In: Berliner Debatte Initial 13 (5/6) S.79-88

massenmedial evozierte Anschlusskommunikation produzieren kann, bei der die Nutzer ihre medialen Erlebnisse in eine kommunikative und interaktive Praxis umsetzen können.“ (ebd. 124)

Für Dörner können demnach innovative Unterhaltungsformate im Bereich der politischen Information sehr wohl gesellschaftliche Kommunikationsräume schaffen, in denen sich politische Gemeinschaften mit gemeinsamen politischen Identitäten bilden können. „Unterhaltung kann dementsprechend auch eine affirmative integrierende Funktion für die Öffentlichkeit haben.“ (ebd. 125)

Diese Aussage Dörners ist deshalb interessant, weil sich der empirische Teil dieser Untersuchung nicht ausschließlich mit der Themenstruktur der drei 3sat Nachrichtenformate „ZiB2“, „10vor10“, und der „Tagesschau“ auseinandersetzt, sondern auch – im Untersuchungszeitraum - das gesamte Programm 3sats und somit auch unterhaltende Formate integriert.

Die Beantwortung der beiden ersten forschungsleitenden Fragen, nämlich diejenigen nach dem Stand der wissenschaftlichen Diskussion zum Thema europäische Öffentlichkeit und derjenigen, nach den bereits entwickelten europäischen Öffentlichkeitsmodellen, gestaltete sich im Nachhinein als sehr schwierig. Allein die Beantwortung dieser beiden Forschungsfragen hätte den Umfang einer ganzen Magisterarbeit in Anspruch nehmen können.

Zum Stand der wissenschaftlichen Diskussion kann man sagen, dass zumindest darüber Einigkeit besteht, dass ein europäisches Öffentlichkeitsdefizit im Verhältnis zur fortschreitenden Kompetenzerweiterung der Europäischen Union vorliegt. Brüggemann beschreibt das Problem, das die Wissenschaft mit der Diagnose des Demokratie- und in Folge dessen mit dem des Öffentlichkeitsdefizit hat wie folgt; „Auf der Suche nach der geeigneten normativen Theorie stößt man außerdem auf ein des weiteres Defizit, denn „das europäische Demokratiedefizit ist nicht zuletzt ein Theoriedefizit.“ (Abromeit⁷⁸ 2003, 51 zit nach Brüggemann 2008, 23)

Das Problem der Forschung mit der EU ist, dass sie nicht einfach mit einem nationalstaatlichen Gebilde gleichzusetzen ist. Das in der Forschung für eben diesen

⁷⁸ Abromeit, Heidrum (2003): Möglichkeiten und Ausgestaltung einer europäischen Demokratie. In: Klein, Ansgar/Koppmans, Ruud/Trenz, Hans-Jörg/Klein, Ludger/Lahusen, Christian/Rucht, Dieter (Hrsg.): Bürgerschaft, Öffentlichkeit und Demokratie in Europa. Opladen: Leske+Budrich, 31-54

Nationalstaat bereits entwickelte normative Idealmodell von Demokratie und Öffentlichkeit greift für die EU nicht.

So schreibt Grimm ⁷⁹ „aus verfassungsrechtlicher Perspektive ergibt sich das Demokratiedefizit der Europäischen Union aus dem Umstand, dass die Gemeinschaft weder der gewohnten Vorstellung eines Staates entspricht, dessen Rechtsgrundlagen eine Verfassung bildet, noch der gewohnten Vorstellung von zwischenstaatlichen Einrichtungen, deren Rechtsgrundlage völkerrechtliche Verträge bilden.“ (1995, 11 zit. nach Kantner 2004, 61)

Grimm sieht das Demokratiedefizit im Unterschied zwischen den europäischen Verträgen und denen nationalstaatlicher Verfassungen. „Die Quelle der europäischen Verträge sind Vereinbarungen zwischen den Mitgliedsstaaten und kein konstitutioneller Akt der Bürger.“ (ebd. 31)

Das vorgestellte normative Öffentlichkeitsmodell, dass das Entstehen von Öffentlichkeit in die drei unterschiedlichen Ebenen der Encounter-, Themen- oder Versammlungsöffentlichkeit und in die Medienöffentlichkeit einteilt und das von Klaus verfasste 3 –Ebenen- Modell zeigen Parallelen.

Klaus geht in ihrem Modell einen Schritt weiter und findet für jede der drei Ebenen Beispiele für kommunikative europäische Foren. So vergleicht sie die erste ihrer Ebenen, die einfache Ebene der Öffentlichkeit umgelegt auf ein europäisches Kommunikationsforum, mit Begegnungen im Urlaub oder bei Sprach und Geschäftsreisen. Die mittlere Ebene in ihrem 3-Ebenen-Modell vergleicht sie mit zivilgesellschaftlichen Gruppen wie etwa Attac und die dritte komplexe Ebene mit dem Europaparlament und/oder der EU-Kommission. (vgl. Klaus 2006, 97)

„Das die Vorstellung einer europäischen Öffentlichkeit nach wie vor so prekär ist, hängt mit dem Demokratiedefizit auf europäischer Ebene zusammen, aber daneben auch mit Theorien, die dazu keine Alternativen bieten, weil sie Ansätze europäischer Öffentlichkeit jenseits der etablierten politischen Institutionen und der Massenmedien ausblenden.“ (Klaus 2006, 105)

Zusammenfassend kann man sagen, dass die bereits bestehenden Modelle von Öffentlichkeit im Hinblick auf einen europäischen Öffentlichkeitsraum erweitert und

⁷⁹ Grimm, Dieter (1995): Braucht Europa eine Verfassung? München: Carl Friedrich von Siemens Stiftung

überarbeitet werden sollten. (vgl.ebd.105) Diese Weiterentwicklung gestaltet sich durch den permanenten Strukturwandel der Öffentlichkeit allerdings ebenfalls als schwierig und wird an die Kommunikationswissenschaft noch so manche Herausforderung stellen.

Zum Abschluss sollen an dieser Stelle noch einmal an die von Saxer zusammengefassten Erkenntnisinteressen von Gesellschafts-, Demokratie-, Medien- und Kommunikationstheorie erinnert werden, der die Problemstellung auf die Frage, nach „Welchen Beitrag Medienöffentlichkeit unter Bedingungen von Gesellschafts- und Medienpolitischen zum demokratischen europäischen Zusammenleben leisten kann“ verdichtet. (Saxer 2006, 65)

Die dritte Forschungsfrage wird mit Hilfe des empirischen Teils - der vom 15.10 2009 bis 21.10.2009 durchgeführten 3sat Inhalts- und Programmstrukturanalyse - beantwortet:

Leistet der grenzüberschreitende öffentlich-rechtliche Fernsehsender 3sat einen Beitrag zu einer europäischen Integration und Identität? Woher kommen die einzelnen Programme? Wie viel nationalen Bezug haben die einzelnen Programme zu Österreich, Deutschland oder der Schweiz?

Bei der Beantwortung, wie weiter oben schon angeführt, wird dann von einem Beitrag 3sats zu einer europäischen Integration und Identität ausgegangen, wenn ein geografischer Bezug der Sendungen bzw. der Sendungsinhalte zu Europa gegeben ist. Diesen Bezug werte ich als Indikator für eine europäische Orientierung und gehe in der Annahme der vorliegende Arbeit davon aus, dass auch Produktionen über Ländergrenzen hinweg eine Form internationaler Kommunikation darstellen und somit zu einer Reduktion des bestehenden Öffentlichkeitsdefizit der Europäischen Union beitragen können.

Deshalb wird in der dritten Forschungsfrage gezielt nach der Herkunft der verschiedenen Produktionen und nach ihrem geografischen Bezug gefragt.

Nach Auswertung der empirischen Daten kann die Hypothese 3a; Wenn ein geografischer Bezug zu Europa in 3sat hergestellt wird, dann eher zu Deutschland, Österreich und der Schweiz, als zu anderen EU-Staaten, eindeutig verifiziert werden.

Überraschend ist in Anbetracht der EU-Fernsehrichtlinie der extrem niedrige Wert der Produktionen, die aus den verschiedenen EU Mitgliedsländern stammen, der sogar noch den auch nicht großen amerikanischen Beitrag unterschreitet. Einen möglichen Grund sehe ich darin, dass 3sat allein schon durch die eigenen drei europäischen Produktionsländer, seinen Quotenauftrag erfüllen kann.

Die zweite formulierte Hypothese 3b; Wenn beim Bezug zu anderen Ländern als Österreich, Deutschland oder Schweiz hergestellt wird, dann eher zu Frankreich, Italien oder Großbritannien, und eher nicht zu kürzlich beigetretenen Ländern, ist zu falsifizieren.

Aus den Sendetitel und Begleitinformationen der 3sat Programmvorschau konnte fast nirgends auf die seit langem der EU beigetretenen Länder, Frankreich, Italien und Großbritannien geschlossen werden.

Dafür waren „Andere europäische Länder“ genauso oft, wie zum Beispiel Österreich, vertreten. Im Nachhinein erscheint es mir schade, den „Bezug zu mehreren Ländern“ nicht offen codiert zu haben. Damit hätte ein differenziertes Ergebnis erreicht werden können.

Die vierte Forschungsfrage dieser Arbeit, nämlich, wie das anteilige Verhältnis der in Österreich, in Deutschland, in der Schweiz, im restlichen Europa, in den USA, in anderen Ländern und der in Co-Produktion mit den 3sat Ländern entstandenen Formate zu einander aussieht, wird anhand der durchgeführten Inhaltsanalyse der drei 3sat Nachrichtenformate „Zib2“, „10vor10“ und der „Tagesschau“ beantwortet:

Hypothese 4a: Wenn EU Themen in den 3sat-Nachrichtensendungen 10 vor 10, ZIB2 und der Tagesschau aufgegriffen werden, dann wesentlich seltener als Themen die einen konkreten Bezug zu Deutschland, Österreich oder der Schweiz aufweisen können.

In 3sat werden ganz eindeutig wesentlich seltener EU Themen als nationale Themen mit einem konkreten Bezug zum jeweiligen Produktionsland aufgegriffen. Damit kann die Hypothese 4a bestätigt werden. Dabei hat das österreichische Fernsehformat „ZiB2“ im Vergleich zu den anderen beiden Nachrichtenformaten ein größeres

Interesse an der EU. In „10vor10“ und der „Tagesschau“ wurde im Untersuchungszeitraum nur sehr wenig über die Europäische Gemeinschaft berichtet.

Hypothese 4b: Wenn EU Themen in den codierten 3sat Nachrichten aufgegriffen werden, dann wesentlich häufiger als internationale Themen.

Unerwartet viele internationale Nachrichten fanden Eingang in die codierten tagesaktuellen Nachrichten. Demnach muss die Hypothese falsifiziert werden. Entgegen den Erwartungen, dass die EU mittlerweile eine nicht zu unterschätzende Rolle in der tagesaktuellen Berichterstattung spielt, lieferten die Daten anderes. So reihen sich die internationalen Nachrichtenbeiträge in allen drei 3sat Nachrichtenformaten weit vor denen, die sich mit europäischen Themen auseinander setzen.

Hypothese 4c: Wenn fiktionale und/oder nonfiktionale Formate auf 3sat ausgestrahlt werden, dann auch eher solche die in den EU-Mitgliedstaaten produziert wurden.

Die Hypothese, dass Teile der fiktionalen und nonfiktionalen Unterhaltung auch aus den EU-Mitgliedsländern stammen, kann nicht wirklich bestätigt werden. Zwar wurden gleich viele Formate wie bei der Schweiz codiert, trotzdem kann man bei 34 Unterhaltungsformaten, von denen nur 2 aus anderen EU-Mitgliedstaaten – abgesehen von Deutschland und Österreich - stammen, nicht von einer großen Bereicherung sprechen.

Generell wurden zwar sehr viel mehr Informationssendungen codiert, aber wenn fiktionale oder nonfiktionale Formate codiert wurden, dann eher solche aus Österreich und Deutschland.

Die fünfte Forschungsfrage, welche europäischen Institutionen in den drei ausgewählten Nachrichtensendungen erwähnt werden, wurde wiederum mit der durchgeführten Inhaltsanalyse geklärt.

Nach den Ergebnissen der Forschungsfragen drei und vier überraschen die gewonnenen Daten zur fünften Forschungsfrage wenig. In allen drei codierten Nachrichtenformaten werden äußerst selten Institutionen der EU in den Fokus gestellt.

Die zur fünften Forschungsfrage formulierte Hypothese 5a: Wenn in den Nachrichtensendungen Institutionen erwähnt werden, dann sind es vor allem Institutionen der EU als internationale, muss nach Auswertung der Daten konsequenter Weise falsifiziert werden.

Forschungsfrage 6; Welche europäischen Themen bestimmen die politische Agenda der drei ausgewählten Nachrichtensendungen „10vor10“, „ZiB2“ und der „Tagesschau“, nehmen keinen Bezug auf ein europapolitisches Thema. In allen 208 - den in einer Woche codierten Sendesequenzen - wurde nur in 41 Sequenzen überhaupt ein europäisches Thema aufgegriffen. In 167 codierten Sequenzen, das sind 80,3% aller Sequenzen, gab es keinen europapolitischen Bezug.

Das Kreisdiagramm (Abb.: 19) zeigt die prozentuelle Aufteilung der 41 Beiträge, in denen über ein europapolitisches Thema berichtet wurde. Mit 25% Prozent von allen Nachrichten, die ein EU Thema aufgegriffen haben, rangieren wirtschaftliche EU Themen auf Rang 1, 15% beschäftigen sich mit EU Umweltthemen, 12% mit EU Agrar Themen; erst danach folgen die EU Institutionen mit 10%, Verteidigungs- und Erweiterungspolitik mit je 7% und das Schlusslicht bildet wie immer die Bildung mit nur 1% Anteil. (Die Codierung des Fernsehprogrammes fand noch vor der aktuellen Diskussion über die Bildungspolitik in Europa statt.) Leider wurde auch hier keine offene Codierung getätigt, die 22% Sonstige können demnach nicht zugeteilt werden.

Hypothese6a: Wenn in den Nachrichtensendungen EU politische Themen behandelt werden, dann sind es eher Themen, die die EU-Institutionen betreffen, als Themen, wie Umweltschutz, die Erweiterungspolitik, die Agrarpolitik, die Verteidigungspolitik.

Die zu Forschungsfrage 6 formulierte Hypothese 6a kann nicht bestätigt werden, die Berichterstattung zu den EU Institutionen fällt mit 10% eher mäßig aus und muss sich ins Mittelfeld der gewonnen EU Themen Ergebnisse einreihen.

Nach Beantwortung aller gestellten Forschungsfragen kann ich mit meiner Untersuchung die Vermutung eines Öffentlichkeitsdefizites der Europäischen Union bestätigen. Es scheint nach wie vor wenig Interesse für die Brüsseler Politik zu geben. Die Medien befassen sich außerhalb der europäischen Großereignisse nur wenig mit Europa. Auch 3sat scheint da keine rühmliche Ausnahme darzustellen. Leider können auch meine Daten schwer mit anderen Studien verglichen werden, was an den gegenwärtigen empirischen Forschungsstand erinnert. Aus den gewonnenen Daten lässt sich aber wie im Einleitungszitat von Kommissionsvertreter Richard Kühnel keine „Bewegung in die richtige Richtung“ erkennen. Wenn der grenzüberschreitende Fernsehsender 3sat einen Beitrag zu einer Europäischen Öffentlichkeit leistet, dann laut meiner Auswertung einen nur mäßigen, und diesen auch nur für den deutschsprachigen Raum. Um dem Öffentlichkeitsdefizit der EU zu begegnen, bräuchte es starke europäische Medien; dieses Vorhaben wird allerdings zumeist mit der Argumentation der fehlenden gemeinsamen Sprache verworfen. Abschließend verweise ich auf ein Zitat von Gerhards, dem ich mich in meiner Schlussbetrachtung zum Thema europäische Öffentlichkeit anschließen möchte.

„Erst wenn über Europa berichtet wird und wenn dies aus einer die nationalstaatliche Perspektive transzendierenden Perspektive geschieht, könnte ein Europa der Bürger entstehen.“ (Gerhards 1993, 99)

QUELLENVERZEICHNIS:

- **Bach**, Maurizio (2008) : Europa ohne Gesellschaft : politische Soziologie der europäischen Integration / Maurizio Bach . - 1. Aufl. . - Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss.
- **Baum-Ceisig**, Alexandra (2007) : Die Europäische Union : eine Einführung in die politischen, ökonomischen und sozialen Probleme des erweiterten Europa / von Alexandra Baum-Ceisig, Klaus Busch und Claudia Nospickel. - 1. Aufl. . - Baden-Baden : Nomos. - 371 S.
- **Beierwaltes**, Andreas (2000): Demokratie und Medien : der Begriff der Öffentlichkeit und seine Bedeutung für die Demokratie in Europa / Andreas Beierwaltes . - 2. unveränd. Aufl. . - Baden-Baden : Nomos-Verl.-Ges. (Schriften des Zentrum für Europäische Integrationsforschung, Center for European Integration Studies, der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn
- **Brantner**, Cornelia/ **Langenbucher R.** Wolfgang (2006): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel: Herausforderungen für die Kommunikationswissenschaft. In: Langenbucher, Wolfgang R. (2006) [Hrsg.] : Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel : eine transdisziplinäre Perspektive / Wolfgang R. Langenbucher ... (Hrsg.) . - 1. Aufl. . - Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss. S.402 -416
- **Brüggemann**, Michael (2008): Europäische Öffentlichkeit durch Öffentlichkeitsarbeit? Die Informationspolitik der Europäischen Kommission. VS Verlag für Sozialwissenschaften, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden
- **Brüggemann**, Michael/ **Stift** Stefanie/ **Kleinen-v.Königslöw**, Katharina/ **Peters** Bernhard/ **Wimmel** Andreas (2006): Segmentierte Europäisierung: Trends und

Muster der Transnationalisierung von Öffentlichkeiten in Europa. In: Langenbucher, Wolfgang R. (2006) [Hrsg.] : Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel : eine transdisziplinäre Perspektive / Wolfgang R. Langenbucher ... (Hrsg.) . - 1. Aufl. . - Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss. S.214 -232

- **Burkart**, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4.überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag GesmbH .und Co. KG, Wien. Köln. Weimar
- **Burkart**, Roland/ **Hömburg** Walter [Hrsg.] (2004) : Kommunikationstheorien : ein Textbuch zur Einführung / Roland Burkart ... (Hg.) . - 3., überarb. u. erw. Aufl. . -Wien : Braumüller
- **Deter**, Pascal (2006): Europäische Öffentlichkeit : Online-Medien als mögliche Initialzündung / Pascal Deter . - Saarbrücken : VDM, Müller
- **Donges**, Patrik/ **Imhof**, Kurt (2001): Öffentlichkeit im Wandel. In: Einführung in die Publizistikwissenschaft / Otfried Jarren ; Heinz Bonfadelli (Hrsg.) . - Bern ; Wien [u.a.] : Haupt , 2001 . - X, 538 S. . - (UTB für Wissenschaft : Uni-Taschenbücher ; 2170 : Mittlere Reihe).
- **Gerhards**, Jürgen (2002): Das Öffentlichkeitsdefizit der EU im Horizont normativer Öffentlichkeitstheorien. In: Kaelble, Hartmut [Hrsg.] : Transnationale Öffentlichkeit und Identitäten im 20. Jahrhundert / Hartmut Kaelble ... (Hg.) . - Frankfurt/Main [u.a.] : Campus-Verl. , 2002 . - 448 S.

- **Gerhards, Jürgen** (1993): Westeuropäische Integration und die Schwierigkeiten der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. Zeitschrift für Soziologie, 22, 96-110
- **Hahn, Julia/ Haida, Larissa/ Kusuma, Sheila/ Mok Kathrin/ Schmid, Michaela/ Schulz, Kerstin/ Schwendemann Nicolas/ Szep, Michael** (2008): Europa als Gegenstand politischer Kommunikation : eine Fallstudie zur deutschen EU-Ratspräsidentschaft. Verlag: Berlin: Frank&Timme.
- **Holz-Bacha, Christina** (2006): Medienpolitik für Europa. VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden
- **Huter, Mathias** (2007): Europe's struggle to win the hearts and minds: die Kommunikationspolitik der Europäischen Union / Mathias Huter. - 1. Aufl. . - Wien : Facultas.WUV (Schriftenreihe der FH Wien-Studiengänge der WKW ; 46)
- **Hüffel, Clemens/ Rohrer, Anneliese** (2007): Hat öffentlich- rechtliches Fernsehen Zukunft? Reihe Medienwissen für die Praxis des FH Wien - Studiengangs Journalismus Herausgegeben von Reinhard Christl. Holzhausen Verlag GmbH
- **Imhof, Kurt** (2002): Öffentlichkeit und Identität. In: Kaelble, Hartmut [Hrsg.] : Transnationale Öffentlichkeiten und Identitäten im 20. Jahrhundert / Hartmut Kaelble ... (Hg.) . - Frankfurt/Main [u.a.] : Campus-Verl. , 2002 . - 448 S.
- **Jarren, Otfried/ Donges, Patrick** (2006): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. 2., überarbeitete Auflage. VS, Verlag für Sozialwissenschaft. Wiesbaden

- **Jarren, Otfried / Sarcinelli, Ulrich/ Saxer, Ulrich** [Hrsg.] (2002) : Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft : ein Handbuch mit Lexikonteil / Otfried Jarren ... (Hrsg.) . - 1. Aufl., Nachdr. . - Opladen [u.a.] : Westdt. Verl.
- **Kantner, Cathleen** (2004): Kein modernes Babel. Kommunikative Voraussetzungen europäischer Öffentlichkeit. VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden
- **Kiefer, Marie Luise** (2005): Medienökonomik. Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien. München: Oldenbourg.
- **Klaus, Elisabeth** (2006) : Von der Beschränktheit unserer Öffentlichkeitstheorien im europäischen Kontext. In: Langenbucher, Wolfgang R. (2006) [Hrsg.] : Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel : eine transdisziplinäre Perspektive / Wolfgang R. Langenbucher ... (Hrsg.) . - 1. Aufl. . - Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss. , 2006 .
- **Kohli, Martin** (2002): Die Entstehung einer europäischen Identität: Konflikte und Potentiale. In: Kaelble, Hartmut/ Kirsch, Martin/ Schmidt-Gernig, Alexander (Hg.) (2002): Transnationale Öffentlichkeiten und Identitäten im 20. Jahrhundert. Campus Verlag GmbH, Frankfurt/Main
- **Krüger, Udo Michael** (2000): Qualitätsanspruch bei 3sat und Arte In: Mediaperspektiven 2/2000 S. 71-84
- **Krüger, Udo Michael** (1992) : Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1985-1990 : eine Studie der ARD-ZDF-Medienkommission / Udo Michael Krüger. Mit einl. Beitr. von Martin Stock und Helge Rossen . - 1. Aufl. . - Baden-Baden : Nomos-Verl.-Ges. (Schriftenreihe Media-Perspektiven ; 10)

- **Langenbucher**, Wolfgang R. (2006) [Hrsg.] : Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel : eine transdisziplinäre Perspektive / Wolfgang R. Langenbucher ... (Hrsg.) . - 1. Aufl. . - Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss.
- **Latzer**, Michael / **Saurwein** Florian (2006): Europäisierung durch Medien: Ansätze und Erkenntnisse der Öffentlichkeitsforschung. In: Langenbucher, Wolfgang R. (2006) [Hrsg.] : Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel : eine transdisziplinäre Perspektive / Wolfgang R. Langenbucher ... (Hrsg.) . - 1. Aufl. . - Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss. S.10 – 46
- **Luhmann**, Niklas (2004): Die Realität der Massenmedien. 3. Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlag GmbH, Wiesbaden.
- **Machill** Marcel/ **Beiler** Markus/ **Fischer** Corinna (2006): Europa-Themen in Europas Medien – die Debatte um die europäische Öffentlichkeit. Eine Metaanalyse medieninhaltsanalytischer Studien. In: Langenbucher, Wolfgang R. (2006) [Hrsg.] : Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel : eine transdisziplinäre Perspektive / Wolfgang R. Langenbucher ... (Hrsg.) . - 1. Aufl. . - Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss.
- **Marcinkowski**, Frank/ **Meier**, A. Werner/ **Trappel**, Josef (2006): Medien und Demokratie: europäische Erfahrungen = Media and democracy / Frank Marcinkowski ... Hrsg. . - 1. Aufl. . - Bern ; Wien [u.a.] : Haupt , - 278 S.
- **Marschall**, Stefan (1999): Öffentlichkeit und Volksvertretung. Theorie und Praxis der Public Relations von Parlamenten. Westdeutscher Verlag GmbH. Opladen/Wiesbaden
- **Meidl**, Katharina (2007): Europadiskurs in Büchern : Inhaltsanalyse der österreichischen Publikationen zum Thema Europa von 1945 bis heute / Verf. Katharina Meidl , 2007 . - 208 Bl.

- **Merten, Klaus** (1995): Inhaltsanalyse : Einführung in Theorie, Methode und Praxis / Klaus Merten . - 2., verb. Aufl. . - Opladen : Westdt. Verl.
- **Noelle-Neumann, Elisabeth** (1996): Öffentliche Meinung. In: Fischer Lexikon. Publizistik, Massenkommunikation. Herausgegeben von Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz, Jürgen Wilke. Fischer Taschenbuch GmbH. Frankfurt am Main 1996 S.366 - 382
- **Peters, Bernhard** (2007): Der Sinn von Öffentlichkeit. Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft 1836. Verlag Frankfurt am Main.
- **Plake, Klaus** (2004): Handbuch Fernsehforschung. Befunde und Perspektiven. VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden
- **Rhomberg, Markus** (2006) : Das Konzept des Agenda-Settings und seine Relevanz für die Demokratietheorie. Human- und Sozialwissenschaften der Universität Wien. Dissertation
- **Rhomberg, Markus** (2009) : Politische Kommunikation : eine Einführung für Politikwissenschaftler / Markus Rhomberg . - Paderborn : Fink [erschienen 2008] . - 267 S.
- **Saxer, Ulrich** (2006): Europäische Gesellschafts-, Medien- und Öffentlichkeitswandel- eine kommunikationssoziologische Perspektive. In: Langenbucher, Wolfgang R. (2006) [Hrsg.] : Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel : eine transdisziplinäre Perspektive / Wolfgang R. Langenbucher (Hrsg.) . - 1. Aufl. . - Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss.

- **Schenk, Michael** (2002): Medienwirkungsforschung / Michael Schenk . - 2., vollst. überarb. Aufl. . - Tübingen : Mohr Siebeck
- **Schicha, Christian** (2003): Kritische Medientheorien. In: Weber, Stefan (2003): Theorien der Medien. Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz S.108-128
- **Schulz, Winfried** (1996): Inhaltsanalyse. In: Fischer Lexikon. Publizistik, Massenkommunikation. Herausgegeben von Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz, Jürgen Wilke. Fischer Taschenbuch GmbH. Frankfurt am Main S.366 – 382
- **Schuster, Thomas** (2004): Staat und Medien. Über die elektronische Konditionierung der Wirklichkeit. 2.,erweiterte Auflage.VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden
- **Tobler, Stefan** (2006) : Konfliktinduzierte Transnationalisierung nationaler und supranationaler Öffentlichkeitsarenen. Indikatoren einer europäischen Öffentlichkeit. In: Langenbucher, Wolfgang R. (2006) [Hrsg.] : Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel : eine transdisziplinäre Perspektive / Wolfgang R. Langenbucher ... (Hrsg.) . - 1. Aufl. . - Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss.
- **Weber, Stefan** (2003): Theorien der Medien. Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz

Internetquellen:

- **Institut für empirische Medienforschung (IFEM), Köln** <http://www.ifem.de> (16. 08.09)
- **Organe der Europäischen Union:** www.eurocons.homac.at (17.08.09)
- **Europäischer Gerichtshof (EuGH):**
http://www.bpb.de/wissen/ZZH20Y,0,0,Europ%E4ischer_Gerichtshof.html?buchstabe=K (17.08.09)
- **3sat.Online :**
<http://www.3sat.de/dynamic/sitegen/bin/pagedisplay.php?viewlong=viewlong&d=20091014&dayID=ClnDaN14&cx=33>

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb.1: Ebenen der Öffentlichkeit.....	S.17
Abb.2: Funktionen der Massenmedien.....	S.21
Abb.3: Organe der Europäischen Union.....	S.25
Abb.4: Europäischer Gerichtshof.....	S.27
Abb.5: Agenda Setting Effekt.....	S.50
Abb.6: Produktionsländer 3sat.....	S.76
Abb.7: Nationaler Bezug in den 3sat Formaten.....	S.77
Abb.8: Thematischer Bezug in den 3sat Nachrichtenformaten.....	S.79
Abb.9: Häufigkeitstabelle zum Thematischer Bezug in der „Tagesschau“.....	S.81
Abb.10: Prozente Thematischer Bezug in der „Tagesschau“.....	S.81
Abb.11: Häufigkeitstabelle zum Thematischer Bezug in „10vor10“.....	S.82
Abb.12: Prozente Thematischer Bezug in „10vor10“.....	S.82
Abb.13: Häufigkeitstabelle Thematischer Bezug in „ZIB2“	S.83
Abb.14: Prozente Thematischer Bezug in „Zib2“.....	S.84
Abb.15: Kreuztabelle Formate*Produktionsländer den codierten 3sat Nachrichtenformaten	S.85
Abb.16: Produktionsländer der 3sat Nachrichtenformaten in Prozent.....	S.85
Abb.17: Kreuztabelle Länderbezug 3sat Nachrichtenformaten.....	S.86
Abb.18: Institutionen * Nachrichtensendungen den codierten 3sat Nachrichtenformaten.....	S.87
Abb.19: EU-Themen in allen drei 3sat Nachrichtensendungen.....	S.89
Abb.20: EU-Themen in allen drei 3sat Nachrichtensendungen in Prozentwerten.....	S.90

Anhang:

Kategorienschema:

1. 1 FORMALE KATEGORIEN 3sat PROGRAMMSTRUKTURANALYSE

Kategorien/ Variablen	Codes	Codieranweisungen	Definitionen/ Anmerkungen	Beispiele
1.1 Nummer des codierten Sendeteil s		Fortlaufende Nummer	Nummer des codierten Formates	
1.2 Uhrzeit			Zu welcher Uhrzeit wird das Format gesendet?	
Vormittag	1		Bis 12 Uhr	
Nachmittag	2		12-18 Uhr	
Vorabend	3		18-20:15	
Primetime	4		20:15-23:00	
			23-06:00	
1.3 Sendedauer		Offene Codierung- kein spezieller Code	Sendedauer in Minuten	
1.4 Format		Nur eine Codierung möglich (entweder 1, 2, 3 oder 4)		
Information	1		Nonfiktionale Sendungen mit aktuellen Informationen	Nachrichtenmagazine, Informationssendungen,
Fiction	2		Inszenierte Spielhandlung; ohne Kinder- und Jugendprogramm	Spielfilm, Fernsehfilm, Fernsehserie, Bühnenstück
Nonfiction	3		Vom Fernsehen inszenierte Spiele, Quiz, Talkshows, Nummernsendungen, Unterhaltungsmagazine sowie Gameshows ohne Werbecharakter	Talkshows Spiele, Shows und Nummernsendungen
Musik	4		Sendungen mit Schwerpunkt auf Musikdarbietung	U-Musik E-Musik
Sport	5		Sendungen mit Schwerpunkt auf	Sport

			Sportinformation/ Sportdarbietungen	
Kinder	6		Fiktionale und nonfiktionale Sendungen die für die Zielgruppe Kinder dargeboten werden	Kinder- /Jugendsendungen
Sonstiges	7		Sendungen die den anderen Kategorien nicht zurechenbar sind	Kirchliche Sendungen Programmvorschau Sonstige Sendungen Überleitungen
1.5 Produktions- Länder				
Österreich	1			
Deutschland	2			
Schweiz	3			
EU- Mitgliedsland	4			
Ko-Produktion	5			
USA	6			
Sonstige	7			
1.6 Nationaler Bezug im Format				
Österreich	1			
Deutschland	2			
Schweiz	3			
Frankreich	4			
Italien	5			
Großbritannien	6			
Andere europ.	7			
USA	8			
Kein Bezug	9			
Mehrere Länder	10			
Asien	11			
Afrika	12			

1. 2FORMALE KATEGORIEN: Inhaltsanalyse 3sat Nachrichtensendungen

Kategorien/ Variablen	Codes
2.1 Nummer des codierten Sendeteils	→ fortlaufend
2.2 Nachrichtensendung	
Zib2	1
10vor10	2

Tagesschau	3
2.3 Thema	
EU- Thema	1
Internationales Thema	2
Nationales Thema	0
Mischform	3
2.4 Länder Bezugnahme	
Österreich	1
Deutschland	2
Schweiz	3
Frankreich	4
GB	5
Italien	6
Andere europ. Länder	7
USA	8
Sonstige Länder	9
Mehrere EU-Länder	10
2.5 Institutionen	
EU - Parlament	1
EU - Rat/Vorsitz	2
EU - Kommission	3
EU - Gerichtshof	4
EU - Rechnungshof	5
UNO	6
IWF	7
Weltbank	8
Keine Bezugnahme	0
Anderes	9
2.5 EU – Politische Themen	
Agra-Politik	1
Umweltpolitik	2
Erweiterungspolitik	3
Verteidigungspolitik	4
Sonstiges	6
Bildung	7
Wirtschaft	8
Kein EU Thema	0

Abstract Deutsch

Ziel dieser Arbeit war es, herauszufinden, inwieweit 3sat einen Beitrag zu einer möglichen europäischen Öffentlichkeit leisten kann.

Im Verlauf dieser Arbeit wird verschiedenen theoretischen Zusammenhängen zum Thema europäische Öffentlichkeit beschrieben und diskutiert. Es findet unter anderem eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit den schwierigen Begriffen Öffentlichkeit und Demokratie statt. Um einen Überblick zur kommunikationswissenschaftlichen Problemstellung zu erhalten, wurden dazu mehrere aktuelle Studien und Ansätze beschrieben.

Die Konkreten Fragestellungen dieser Arbeit lauten: Wie ist der aktuelle wissenschaftliche Stand der nicht ganz neuen Diskussion um eine Europäische Öffentlichkeit? Welche Modelle der Kommunikationswissenschaft können auf eine Europäische Öffentlichkeit angewandt werden? Leistet der grenzüberschreitende öffentlich-rechtliche Fernsehsender 3sat einen Beitrag zu einer europäischen Integration und Identität? Woher kommen die einzelnen Programme? Haben die einzelnen Programme einen nationalen Bezug zu Österreich, Deutschland oder der Schweiz?

Wie ist das anteilige Verhältnis der in Österreich, in Deutschland, in der Schweiz, im restlichen Europa, in den USA, in anderen Ländern und der in Co-Produktion mit Österreich entstandenen Formate? Welche Tendenzen und Perspektiven erschließen sich im Vergleich zu vorangegangenen Studien?

Ein Teil der Fragestellungen konnte im Zuge der vorangegangenen Literaturrecherche beantwortet werden. Im empirischen Teil der Arbeit schließlich, wurde ein Methodenmix aus Programmstruktur- und Inhaltsanalyse verwendet. Die Auswertung erfolgte mittels SPSS und aus den gewonnenen Ergebnissen wurden Grafiken erstellt.

Abstract english

The intention of this analysis was to find out more about Europe's struggle to create a generally positive public opinion, upon the EU-Project. People still do not like and sometimes do not even know anything about the European Union, however, a representative democracy needs the empowerment of its people.

“There is a considerable, sometimes abysmal, lack of knowledge; (...) ignorance, confusion or very rough approximations are a general phenomenon. The commission and Parliament are often known only by name; the two are sometimes confused; (...) it all seems extremely remote” (KOMMISSION 2001d: 11 zit. Brüggemann 2008, 27)

This work is based upon the “Agenda-Setting-Theory” which holds the underlying assumption, that the media agenda affects what the public thinks about.

The method used for this analysis was a combination of a content analysis and a program structure analysis. These analyses were carried out on the content of the cross national broadcast channel 3sat and asked the following concrete questions:

What different theories about Public Agenda are already in existence? Are there any communication sciences models which could be used for a better understanding of the problem? What is the media’s role in influencing public opinion? Has there been any change within the last ten years in how 3sat reports on European issues?

Furthermore it was to find out, where the broadcast originates from (which country) and if there is a national reference to Austria, Germany, Switzerland or any other European country. The results are depicted with charts and diagrams.

Curriculum Vitae

BILDUNGSWEG

Seit 10/2006	Magister-Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien.
11/ 2006	Erreichung des Titels Bakkalaurea der Kommunikationswissenschaft (Bakk. Komm.) an der Universität Salzburg.
06/2000	Reife – und Diplomprüfungszeugnis Höhere Technische Bundeslehranstalt für Grafik-Design

PRAKTIKA UND ARBEITSERFAHRUNG

07/ 2006 - 08/ 2006	Zwei monatiges Praktikum bei Salzburg TV
11/ 2001 - 12/ 2001	Praktikum in der Salzkammergutdruckerei

AUSLANDSAUFENTHALTE

01/ 2001 - 02/ 2002	Aufenthalt in Pennsylvanien (USA) als Au- Pair für 13 Monate
---------------------	--