



universität
wien

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

VERSCHIEDENE LÄNDER - VERSCHIEDENE POLITIKER-IMAGES

Das Image westlicher Politiker in den russischen Medien während
ihrer Wahlkampagnen 2015- 2017:

Donald Trump, Emmanuel Macron und Alexander Van der Bellen

verfasst von / submitted by

Ekaterina Trifonova

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2018 / Vienna 2018

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

A 066 841

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

Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ. -Prof. Dr. Sophie Lecheler

Tatsachen gibt es nicht,

Nur Interpretationen.

Friedrich Nietzsche

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in solcher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, im Januar 2018

(Ekaterina Trifonova)

| | | | |
|--|---|---|--|
| 1 Einführung | | | |
| Theorie | 2 Theoretischer Rahmen | Konstruktivismus als Theorie | |
| | | Definition des Konstruktivismus | |
| | | Konstruktivismus in der KW | |
| | | Konstruktivistisches Kommunikationsmodell | |
| | | Konstruktivismus und Medien | |
| | | Handlungstheorie | |
| | | Vergleichende Politik | |
| Aktueller Forschungsstand | 3 Forschungsstand und wichtige Begriffe | Medien und Realitätskonstruktion | |
| | | Medien und Politik | Mediatisierung der Politikvermittlung |
| | | Inszenierte Politik | |
| | | Personalisierung und Emotionalisierung | |
| | | Mediendarstellung internationaler Beziehungen | |
| | | Aktuelle internationale Beziehungen | |
| | | Politisches Medien-Image | Politisches Image als Bestandteil der Personalisierung in der Politik |
| | | | Politisches Medien-Image und seine Komponente |
| | | | Rolle d. Journalisten bei d. Konstruktion d. Medien-Images in d. Politik |
| | Forschungsbeitrag | 4 Empirische Vorgehensweise | Forschungsfragen |
| Erhebungsmethode und Ziel der Analyse | | | |
| Begründung des Untersuchungsmaterials | | | |
| Begründung des Untersuchungszeitraumes | | | |
| Operationalisierung | | | |
| Bestimmung der Analyseeinheiten | | | |
| Pre-Test | | | |
| Auswertung | | | |
| 5 Interpretation der Ergebnisse | | | Forschungsfrage 1 |
| | | Forschungsfrage 2 | |
| 6 Schlussfolgerungen und Kritik | | | |
| 7 Literaturverzeichnis | | | |
| 8 Anhang | Abstract (Deutsch) | | |
| | Abstract (Englisch) | | |

Abbildung 1. Übersicht des Inhalts (eigene Darstellung)

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| 1 Einführung | 8 |
| 2 Theoretischer Rahmen | 12 |
| 2.1 Konstruktivismus als Theorie | 12 |
| 2.2 Definition des Konstruktivismus | 13 |
| 2.3 Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft..... | 14 |
| 2.4 Konstruktivistisches Kommunikationsmodell..... | 17 |
| 2.5 Konstruktivismus und Medien..... | 19 |
| 2.6 Handlungstheorie | 20 |
| 2.7 Vergleichende Politik..... | 21 |
| 3 Forschungsstand und wichtige Begriffe..... | 25 |
| 3.1 Medien und Realitätskonstruktion | 25 |
| 3.2 Medien und Politik..... | 26 |
| 3.2.1 Mediatisierung der Politikvermittlung..... | 26 |
| 3.2.2 Inszenierte Politik | 28 |
| 3.2.3 Personalisierung und Emotionalisierung | 30 |
| 3.2.4 Mediendarstellung internationaler Beziehungen | 32 |
| 3.2.5. Aktuelle internationale Beziehungen zwischen Russland und den USA, Frankreich, Österreich..... | 35 |
| 3.3 Politisches Medien-Image..... | 41 |
| 3.3.1 Politisches Image als Bestandteil der Personalisierung in der Politik | 41 |
| 3.3.2 Politische Medien-Images und ihre Komponenten..... | 44 |
| 3.3.3 Die Rolle der Journalisten bei der Konstruktion der politischen Medien-Images.. | 46 |
| 4 Empirische Vorgehensweise | 47 |

| | |
|--|-----|
| 4.1 Forschungsfragen..... | 47 |
| 4.2 Erhebungsmethode und Ziele der Analyse | 49 |
| 4.3 Begründung des Untersuchungsmaterials..... | 51 |
| 4.4 Begründung des Untersuchungszeitraumes | 53 |
| 4.5 Operationalisierung..... | 55 |
| 4.6 Bestimmung der Analyseeinheiten/Kategorien | 55 |
| 4.7 Pre-Test..... | 58 |
| 4.8 Auswertung..... | 61 |
| 5 Interpretation der Ergebnisse | 68 |
| 5.1 Forschungsfrage 1 | 69 |
| 5.2 Forschungsfrage 2..... | 78 |
| 6 Schlussfolgerungen und Kritik | 82 |
| 7 Literaturverzeichnis | 86 |
| 8 Anhang..... | 99 |
| 8.1 Abstract (Deutsch) | 99 |
| 8.2 Abstract (English)..... | 100 |

Anmerkung zur Gender-Praxis in der vorliegenden Arbeit

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die zusätzliche Formulierung der weiblichen Form verzichtet. Ich möchte deshalb darauf hinweisen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form explizit als geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.

1 Einführung

Unsere Gesellschaft und Politik sind stetig Veränderungen unterworfen, welche zu einer Erhöhung der Komplexität sowie Fragmentierung derer führen. Gleichzeitig nimmt die Bedeutung von Images im Hinblick auf die Erklärung und Kontrolle von politischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Prozessen stetig zu.

Die neueste Studie des amerikanischen Pew Research Centers, welche im Juni 2017 veröffentlicht wurde, beschäftigt sich mit diesen Veränderungen und liefert interessante Ergebnisse über das Image der USA und Donald Trump, nach dessen Wahlgewinn (vgl. Wike, Stokes, Poushter, & Fetterolf 2017).

Während das öffentliche Vertrauen in den Präsidenten der USA und seine Politik in 37 alliierten Ländern Europas und Asien's sinkt, erhöht sich dieser Wert in Russland und Israel. Darüber hinaus erhält Donald Trump in Russland deutlich höhere Sympathiewerte, als Barack Obama oder George Bush dies jemals bekommen haben. Unterschiedlich werden auch die Charaktereigenschaften des neuen Präsidenten eingeschätzt. Im Großteil der internationalen und auch europäischen Staatengemeinschaft wird Trump als starker politischer Leader gesehen (Deutschland 44%, Frankreich 54%, Russland 67%). Gleichzeitig schätzt nur ein sehr kleiner Teil der Bevölkerung europäischer Länder (Deutschland 6%, Frankreich 21%, Schweden 10%) seine politische Kompetenz als hoch ein – dies ist im Vergleich grundlegend anders in Russland (62%). Die Mehrheit der Weltbevölkerung schreibt Donald Trump's Persönlichkeit Attribute wie Arroganz, Intoleranz und Gefährlichkeit zu, während ihn nur wenige Länder, vor allem die Russische Föderation, als charismatisch, pfleglich und als nicht gleichgültig einschätzen. Ebenso erwartet Russland (53%) im Gegensatz zu Europa, dass die politischen Beziehungen zwischen den jeweiligen Ländern in Zukunft besser werden. Die Mehrheit der Deutschen (56%) und fast die Hälfte der schwedischen (48%) Bevölkerung sieht die heutige politische

Situation hinsichtlich der neuen Regierung in den USA als eher pessimistisch an (siehe Anhang).

Die Ergebnisse der Studie zeigen deutlich, wie sich Images politischer Akteure je nach Land unterscheiden können. Zweifellos spielen hierbei die Massenmedien eine große Rolle und sind heute nicht nur eine Sozialisationsinstanz, durch welche die Bevölkerung über aktuelle politische Ereignisse informiert wird. Die Massenmedien thematisieren Politik und nehmen auch eine immer wichtigere Rolle bei der Konstruktion und Vermittlung der Medien-Images von Politikern ein. Der signifikante Unterschied hinsichtlich des politischen Medien-Images von Donald Trump in Russland und Europa, wo Massenmedien gleichermaßen als unabhängig und demokratisch positioniert werden, legt die Vermutung nahe, dass die Medien dazu tendieren, Politiker und politische Ereignisse in einem für das jeweilige Land günstigen Licht darzustellen.

Die günstigste Zeitspanne für die Konstruktion von politischen Images ist die des Wahlkampfes. Denn „hoher Status, Macht und Prominenz sind die Merkmale, an denen sich die Medienaufmerksamkeit orientiert.“ (Schulz 2008: 66). Die Frage, wie Medien das Image von Politikern konstruieren, wird in der Kommunikationswissenschaft seit langer Zeit und umfangreich untersucht: Gegenstand der Untersuchungen sind unter anderem diverse Methoden oder Elemente der audiovisuellen Darstellung. Dabei konzentriert sich die kommunikationswissenschaftliche Forschung von politischen Images auf verschiedene Schwerpunkte: Charaktereigenschaften, Politikstrategien, behandelte Themen, etc.

Recherchen zeigen, dass sich die Kommunikationsforschung vor allem westlichen Politikern und Ländern widmet, während nicht-westliche Politik eher in den Hintergrund gerät. Es gibt viel mehr Kommunikationsforschung zu westlichen als zu nicht-westlichen Politikern und Ländern. Die Darstellung westlicher Politiker in anderen, nicht europäischen Ländern, welche

eine konfliktgeladene Beziehung zu Europa oder den USA haben und Politik ganz anders durchsetzen, scheint demnach eine Forschungslücke zu sein.

Das Erkenntnisinteresse dieser Forschungsarbeit ist es daher herauszufinden, wie die bedeutenden politischen Akteure Donald Trump, Emmanuel Jean-Michel Frédéric Macron und Alexander Van Der Bellen während ihrer Wahlkampfkampagnen 2015-2017 in den russischen Medien präsentiert wurden und inwiefern für sie bestimmte Medien-Images konstruiert wurden.

Alle drei Politiker haben aufgrund vergangener Wahlen in den letzten zwei Jahren eine große Medienbeachtung gefunden. Russland ist ein Land, das heutzutage wegen seinen politischen Entscheidungen und Aktivitäten stark kritisiert wird, aber trotzdem als ein wichtiges Subjekt in der Weltpolitik agiert. Zudem unterhält das Land unterschiedliche politische Beziehungen zu den USA, Frankreich und Österreich, weshalb die ausgewählten Politiker in den russischen Medien möglicherweise unterschiedlich dargestellt werden. Da der Großteil der Menschen im deutschsprachigen Raum keinen direkten Zugang zu russischen Medien haben, halte ich dieses Thema im Kontext der aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen für besonders relevant. In dieser Arbeit soll daher empirisch aufgezeigt werden, wie die bedeutenden politischen Akteure Donald Trump, Emmanuel Macron und Alexander van der Bellen im Zeitraum 2015 bis 2017 potenziell unterschiedlich in Russland dargestellt wurden.

Die vorliegende Magisterarbeit ist in drei Hauptkapitel gegliedert: im ersten Kapitel wird ein theoretisches Fundament gebildet; das zweite Kapitel beleuchtet den aktuellen Forschungsstand, welcher relevante Themenbereiche der politischen Medienforschung betrachtet, wichtige Begriffe erklärt und wissenschaftliche Studien zur Imageforschung vorstellt; das dritte Kapitel zielt darauf ab mit Hilfe einer empirischen Untersuchung, sowie durch Verwendung eines theoretischen Rahmenwerks noch offene Lücken des heutigen

Forschungsstandes zu schließen.

Im ersten, theoretischen Kapitel werden vor allem drei wichtige Punkte betrachtet: zunächst die konstruktivistische Theorie, welche den Fokus auf die mediale Realitätskonstruktion legt; anschließend die Handlungstheorie, welche den Zusammenhang von politischen Akteuren und Ereignissen erklärt; sowie abschließend die Grundlagen der vergleichenden Forschung in der Politik.

Das zweite Kapitel zum aktuellen Forschungsstand setzt sich mit Themen, wie der Realitätskonstruktion, der Mediatisierung der Politikvermittlung und der inszenierten Politik auseinander. Zentrale Bedeutung für das Verständnis und die Ausarbeitung der weiteren Forschungsfragestellungen hat das Thema der Imagepolitik: die Konstruktion von Medien-Images durch seine Bestandteile.

Im dritten, empirischen Kapitel werden zuerst die Forschungsfragen formuliert, sowie die ausgewählte empirische Untersuchungsmethode präsentiert. Anschließend wird die Vorgehensweise des Pre-Tests und der Auswertung erklärt.

Zuletzt werden die wichtigsten Analyseergebnisse vorgestellt und die zuvor formulierten Forschungsfragen beantwortet.

Im Anhang dieser Arbeit befinden sich die gesamte statistische Auswertung, das verwendete Codebuch, sowie die Codieranweisung und der Abstract in Deutscher, als auch Englischer Sprache.

2 Theoretischer Rahmen

2.1 Konstruktivismus als Theorie

*„Wirklichkeit ist eines der wenigen Worte,
die ohne Anführungszeichen bedeutungslos sind.“*

V. Nabokov

Als einen der Vorläufer der Image- und Realitätsbildung in der Politik betrachtet dieses Kapitel die konstruktivistische Theorie, welche besagt, dass der Mensch keinen unmittelbaren Zugriff auf die objektive Realität hat. Unsere Realität bzw. Wirklichkeit wird von uns subjektiv, bewusst in einer bestimmten Weise konstruiert, dann beobachtet und anschließend interpretiert. So betont auch der Begründer des radikalen Konstruktivismus, Philosoph und Kommunikationswissenschaftler Ernst von Glasersfeld, dass es „kein Abbild einer bewusstseinsunabhängigen Realität gibt“, sondern dass „Realität für jeden Menschen immer eine Konstruktion aus Sinnesreizen und Gedächtnisleistung darstellt“ (Glasersfeld 1992: 29). In der Wissenschaft lässt sich keine einheitliche Definition des Konstruktivismus ausmachen, wodurch es schwierig ist den konstruktivistischen Ansatz auf einen einzelnen Begründer zurückzuführen. Alle erkenntnistheoretischen Ansätze, welche sich auf die eine oder andere Weise mit dem Prozess der Wirklichkeitskonstruktion und der Wahrnehmung der Wirklichkeit von einem Subjekt beschäftigen, haben den konstruktivistischen Ansatz daher mitbegründet. Vor diesem Hintergrund spricht man von einem theoretischen Diskurs in der konstruktivistischen Erkenntnistheorie, zu welchem verschiedene Fächer, unter anderem auch die Kommunikationswissenschaft, einen Beitrag leisten. (vgl. Schmidt 1994).

Es handelt sich vielmehr um die konstitutive konstruktivistische Theorie, welche die Grundlage des Konstruktivismus darstellt und sich je nach Disziplin unterscheidet. So gibt es in der Wissenschaft viele unterschiedliche Arten des Konstruktivismus: den Sozialkonstruktivismus von Berger & Luckmann, den Kognitionstheoretischen Konstruktivismus, den Radikalen

Konstruktivismus von Glaserfeld, den Empirischen Konstruktivismus usw. (vgl. Merten, Weischenberg & Schmidt 1994).

Für die vorliegende Arbeit ist es vor allem wichtig, den Konstruktivistischen Ansatz in der Kommunikationswissenschaft und in der Politik, im Rahmen der internationalen Beziehungen zu behandeln, wobei in den folgenden Kapiteln auch wichtige Begriffe wie Medienrealität und politische Realität erklärt werden sollen.

2.2 Definition des Konstruktivismus

An dieser Stelle soll auf den Begriff Konstruktion näher eingegangen und der wichtige Unterschied zwischen dem Beobachter erster und Beobachter zweiter Ordnung abgegrenzt werden. Der Begriff *Konstruktion* bedeutet „das Schaffen von Realitäten durch gesellschaftliche Prozesse“ (Pelzer 2009:17). Diese Definition der Konstruktion steht in unmittelbarer Verbindung mit dem oben erwähnten Radikalen Konstruktivismus, der behauptet, dass wir physisch, mit Hilfe unserer Sinnesorgane die Welt objektiv nicht wahrnehmen können, sondern das Bild der Realität individuell und subjektiv schaffen, aus welchem neue Konstrukte entstehen können. Diese Konstrukte existieren nicht objektiv, sondern sind gedanklicher Natur und werden aus Beobachtung erschlossen (vgl. Wienhold 1995).

Als *Beobachter* wird im Radikalen Konstruktivismus das Subjekt bezeichnet. Jedoch wird in der Subjekttheorie des Radikalen Konstruktivismus zwischen *Beobachter erster und zweiter Ordnung unterschieden*. Der Beobachter der ersten Ordnung ist jene Person, die auf der faktischen Ebene fremde Objekte wahrnimmt. Der Beobachter zweiter Ordnung tritt als sich selbst erfahrendes Subjekt auf und beobachtet die Beobachtungen von den Anderen (vgl. Dominicus 2010).

Dies bezieht sich auch auf die klassischen Kommunikationsmedien. Niklas Luhmann umschreibt die Aufgabe der Massenmedien, als jene des Beobachters zweiter Ordnung: „Die Funktion der Massenmedien liegt [...] im Dirigieren der Selbstbeobachtung des Gesellschaftssystems“ (Luhmann 2009: 118). Somit beobachtet die Gesellschaft sich über die Massenmedien selbst und entwickelt auf diese Weise eine subjektive Realität.

2.3 Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft

Der Konstruktivismus hat seinen Weg auch in die Kommunikationswissenschaft gefunden. Vor allem, weil er den Fokus auf die *Realitätskonstruktion* legt: „Die vermeintlich objektive Wirklichkeit ist eine immer subjektiv konstruierte und interpretierte Wirklichkeit, die *in einem gemeinsamen Prozess der Kommunikation* erst Verbindlichkeit erlangt.“ (Brandl 1997: 2). So wirft W. Brandl (1997) in seinem wissenschaftlichen Artikel „Lernen als 'konstruktiver' Prozess: Trugbild oder Wirklichkeit?“ die Frage auf, ob die Welt, wie wir sie sehen und verstehen, tatsächlich die Wirklichkeit darstellt oder ob diese Wirklichkeit eine individuelle Projektion unser selbst ist. Auf diese Weise kann Konstruktivismus eine große Rolle auch in der modernen medialen Massenkommunikation spielen, welche in unserer Realität täglich präsentiert wird. Unter *Massenkommunikation* wird jene Form der Kommunikation verstanden, bei der die Botschaft „öffentlich, durch technische Verbreitungsmittel, indirekt und einseitig an ein disperses Publikum“ vermittelt wird (Maletzke 1963: 32). Auch Luhmann stellt dar, dass die Massenmedien die Realitätskonstruktion beeinflussen: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“ (Luhmann 1996: 9); „Dazu gehört eine laufende Re-Aktualisierung der Selbstbeschreibung der Gesellschaft und ihrer kognitiven Welthorizonte“ (Luhmann 2009: 125). Die Frage der Realitätskonstruktion wird im Kapitel „Medien und Realitätskonstruktion“ ausführlicher

betrachtet.

Im Vergleich zum Realismus, der davon ausgeht, dass nur eine Wirklichkeit existiert, die auf uns einwirkt und einen Abgleich zwischen ‚der Realität‘ und der Medienberichterstattung vornimmt, untersucht der konstruktivistische Ansatz in der Kommunikationswissenschaft wie Medienrealitäten geschaffen werden, wie Wahrnehmungsmuster, Einstellungen und Identitäten entstehen (vgl. Thiele 2005).

Pioniere des Konstruktivismus in der Kommunikations- und Medienforschung im deutschsprachigen Raum waren vor allem Peter L. Berger & Thomas Luckmann (1972) mit ihrem wissenssoziologischen Werk „The Social Construction of Reality“, das im Jahr 1966 veröffentlicht wurde und bis heute als eines der Hauptwerke des Sozialkonstruktivismus gilt. Der Sozialkonstruktivismus setzt sich mit dem Prozess der Konstruktion sozialer Wirklichkeit, sowie mit einzelnen daraus entstehenden gesellschaftlichen Phänomenen, auseinander: „In other words, we contend that the sociology of knowledge is concerned with the analysis of the social construction of reality.“ (Berger & Luckmann 1972: 13).

Zudem soll auch der Soziologe Winfried Schulz (1976) erwähnt werden, dessen Forschungsschwerpunkte Politische Kommunikation, Wahl- und Informationskampagnen, Medienwirkung sowie Methoden der Kommunikations- und Mediaforschung waren. In seinem Werk „Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien“ hat sich der Forscher mit dem gegenwärtigen Stand der Nachrichtenforschung kritisch auseinandergesetzt und die Rolle von Medieninhalten bei der Konstruktion sozialer Wirklichkeit anhand der konstruktivistischen Theorie untersucht. Ebenfalls findet der konstruktivistische Ansatz in zahlreichen Studien der qualitativen und quantitativen Mediennutzugsforschung von Ayaß (1993), Neumann & Charlton (1988), Keppler (1994) und Reichertz (1997) Anwendung, wobei diese Forschergruppe das gemeinsame Ziel hatte zu klären, wie mit der Potenzialität der Massenmedien umgegangen

werden kann (vgl. Ayaß 1993, Neumann & Charlton 1988, Keppler 1994, Reichertz 1997 in Hepp 2017).

Wie oben schon erwähnt wurde, beschäftigt sich die Kommunikationswissenschaft vor allem mit der Massenkommunikation, die einseitig sowie indirekt ist und sich an ein disperses Publikum wendet (vgl. Maletzke 1963). Das heißt, dass Rezipienten Informationen erhalten, welche sie dann verarbeiten und analysieren. Die Realität wird ihnen mittels der Medien präsentiert und wird dadurch zur *Medienrealität*, die von dem Kommunikator geprägt ist (siehe Kapitel „Medien und Realitätskonstruktion“). So werden dessen Aussagen immer von dem Blick auf die Rezipienten geprägt. Das bedeutet, dass er beabsichtigt seine Aussagen an die Vorstellungen und die Erfahrungswirklichkeit der Rezipienten anzupassen, damit sich keine kognitive Dissonanz ergibt. Diese Doppelseitigkeit, bzw. sogenannte *Reziprozität* des Kommunikationsgeschehens, liegt M. Rühl in seinem *Input-Output-Modell* vor (vgl. Rühl 1969). Er geht davon aus, dass alle Systeme mit ihrer Umwelt in unmittelbarer Verbindung stehen: Sie fixieren Informationen aus dieser Umwelt in Form von „Inputs“ und werden dadurch von ihnen beeinflusst, sie geben aber auch ihrerseits Leistungen an diese Umwelt in Form von „Outputs“ ab und wirken dadurch auf diese Umwelt ein. Dieser Prozess, in dem ein Teil des Outputs des Systems als Input der Umwelt im selben System wieder auftritt, wird als *Feedback* oder Rückkoppelung/Rückmeldung bezeichnet (vgl. Burkart 2002).

Darüber sprechen auch Früh & Schönbach in ihrem *Dynamisch-Transaktionalen Modell* der Massenkommunikation. In einem Kommunikationsprozess ergeben sich neben den Intra-Transaktionen, den Wechselwirkungen zwischen Aktivierung und Wissen, auch die Inter-Transaktionen, oder Feed-Back-Transaktionen zwischen dem Kommunikator und Rezipienten, die dann zur Anpassung von Medieninformationen an das Publikum führen (vgl. Früh & Schönbach 1982). Mit anderen Worten heißt das, dass Rezipienten ihre Meinung durch den Konsum von Medieninhalten ändern können, was gleichzeitig eine direkte Auswirkung auf

diese Inhalte hat. Dies führt zur Annahme, dass Massenmedien in verschiedenen Ländern versuchen können, ihre politischen Inhalte an die Vorstellungen der Bürger anzupassen, um diese dadurch zu beeinflussen.

Um moderne Medienkommunikation, bzw. Medieninhalte ausführlich untersuchen und verstehen zu können, muss man diese immer mit Rückblick auf die theoretischen Grundlagen der Kommunikationswissenschaft betrachten. Das Verständnis von den oben behandelten theoretischen Modellen der empirischen Kommunikationswissenschaft erscheint hier notwendig, weil in den folgenden Kapiteln untersucht wird, inwiefern Massenmedien unterschiedlicher Länder die politischen Inhalte konstruieren und wovon diese Inhalte abhängig sind.

Heutzutage kreieren mediatisierte, bzw. konstruierte Ereignisse bzw. Interpretationsleistungen, offenbar einen großen Teil der politischen Medienberichterstattung und in dem Sinne stellt sich die Frage nach der Glaubwürdigkeit der Wirklichkeit, über die in den Medien berichtet wird (vgl. Burkart 2002). Dieses Thema soll in den folgenden Kapiteln ausführlicher betrachtet werden.

2.4 Konstruktivistisches Kommunikationsmodell

Kommunikationsmodelle sind hilfreich, um nicht nur einen Kommunikationsprozess in all seinen Facetten zu analysieren, sondern auch, um die Ziele des Kommunikators zu verstehen und ggf. sogar antizipieren zu können. „Kommunikation kann nicht als Übertragung von Information angesehen werden; sie ist vielmehr der Versuch, im kognitiven Bereich zweier oder mehrerer lebender Systeme einen einigermaßen parallelen (und) miteinander vergleichbaren Aufbau kognitiver Orientierungsprozesse zu erreichen.“ (Schmidt 1982: 9).

An dieser Stelle geht das konstruktivistische Modell von Rusch, das sich aus der Erkenntnistheorie des Konstruktivismus ableitet, davon aus, dass keine direkte Informations-

und Bedeutungsübertragung möglich ist, sondern dass Kommunikation eher als eine *Orientierungsaktion* erscheint (vgl. Rusch & Schmidt 1999). Somit wird Kommunikation als zweistufig gesehen (ebd.: 170):

- Das Handeln von Kommunikator, in dem er ein spezifisches Angebot (*Kommunikat*) zur Kommunikation schafft und versucht, die Beobachter darauf aufmerksam zu machen, damit sie zu seinem Rezipienten werden;
- Das Handeln von Beobachtern, in dem sie sich selber auf das Kommunikat aufmerksam machen.

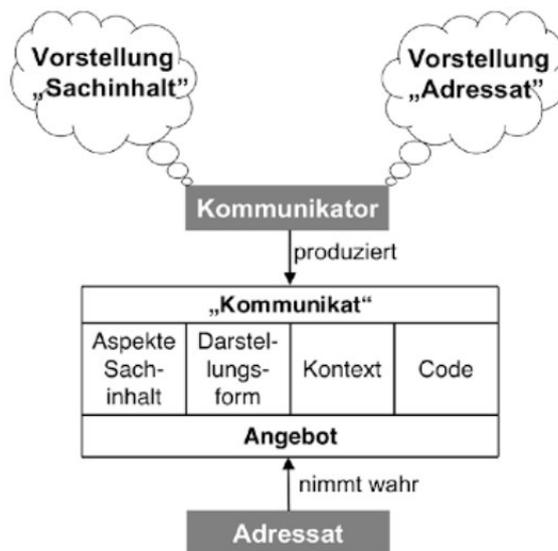


Abbildung 2. Vereinfachtes konstruktivistisches Kommunikationsmodell (Höttecke 2009: 141)

Wie in Abbildung 2 gezeigt wird, hat der Kommunikator immer die Möglichkeit, durch folgende vier Aspekte, sein Angebot für den Beobachter attraktiver zu machen (Höttecke 2009: 141):

1. die ausgewählten *Aspekte des Sachinhalts*;
2. die *Darstellungsform*;
3. der *Kontext*, mit dem er den Sachinhalt verbindet;
4. der *Code*, den er verwendet (z.B. Fach- oder Alltagssprache).

In der vorliegenden Arbeit werden vor allem die Aspekte des Sachinhalts und des Kontexts der

Berichterstattung berücksichtigt. Auf die Darstellungsformen und die journalistische Sprache wird hier kein Fokus gelegt.

2.5 Konstruktivismus und Medien

Im vorangegangenen Kapitel wurde das konstruktivistische Kommunikationsmodell von Rusch & Schmidt (1999) beleuchtet. Dieses Modell kann ebenfalls auf die Medienkommunikation übertragen werden, in der die Massenmedien die Rolle des Kommunikators und die Rezipienten die Rolle des Beobachters einnehmen. So schaffen die Medien ein spezifisches Medienangebot und machen es durch seinen Sachinhalt, durch auffallende Darstellungsformen oder durch einen interessanten Kontext attraktiv. Mit anderen Worten: sie *konstruieren* ein Kommunikat, indem sie versuchen, die Aufmerksamkeit der Rezipienten auf sich zu ziehen. Auf diese Weise findet der Konstruktivismus seine Manifestation in der Funktionalität des modernen Mediensystems.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage der Objektivität des Medienangebotes, zumal die objektive Berichterstattung als Grundsatz aller westlichen Mediensysteme gilt. „Objektivität gerinnt zu einer regulativen Idee, die die Art der Wirklichkeitskonstruktion durch die Journalisten steuert. Darin verdichten sich Vereinbarungen über Ereigniswahrnehmung und Nachrichtenverarbeitung.“ (Burkart 2002: 310). Diese journalistische Vereinbarung bestimmt nach Schmidt & Weischenberg vor allem die Nützlichkeit und Glaubwürdigkeit, als die wichtigsten Merkmale journalistischer Tätigkeit. Die Wahrheit oder Realitätsnähe werden wiederum zu keiner Grundlage journalistischer Berichterstattung. Nach dem konstruktivistischen Verständnis des heutigen Journalismus, präsentieren uns die Massenmedien nicht die objektive Wirklichkeit, sondern ihre konstruktivistische Interpretation, bzw. ihr Abbild (vgl. Schmidt & Weischenberg 1994).

Die primäre und auch zentrale Aufgabe der Massenmedien besteht in der

Informationsvermittlung für die Gesellschaft. Zudem haben die Massenmedien soziale, politische und ökonomische Funktionen. Im Zusammenhang mit dem konstruktivistischen Ansatz in der Medienkommunikation soll die *Orientierung*, als eine der sozialen Funktionen der Massenmedien, beleuchtet werden, weil sie unmittelbar die Konstruktion der Wirklichkeit als eine wichtige Aufgabe der Medien erklärt. „Wir werden von den Medien täglich mit einer Fülle von Details versorgt, die es uns ermöglichen, uns in einer immer unübersichtlicher werdenden Umwelt zurechtzufinden.“ (Ronneberger 2002: 5). Die Medien bieten uns eine Orientierung in der Realität. Die Medienrealität ist wiederum, wie bereits erwähnt, keine Wirklichkeit, sondern eher eine Interpretation der Wirklichkeit.

Das politische Medien-Image ist an dieser Stelle auch ein Medienkonstrukt, weswegen es für die vorliegende Arbeit wichtig ist, die Frage der Realitätskonstruktion von Medien ausführlich zu betrachten.

2.6 Handlungstheorie

Im folgenden Kapitel soll die Handlungstheorie mit ihrem Fokus auf Akteure als bedeutende Subjekte des Kommunikationsprozesses, als eine weitere, für diese Forschungsarbeit wichtige Theorie, erwähnt werden. Medien konzentrieren sich nicht unbedingt auf Themen, sondern maßgeblich auf Subjekte, bzw. Personen, die mit diesen Themen zweckgebunden betrachtet werden. Das heißt, Medienberichterstattung konstruiert sich vor allem über Akteure.

So ist der *Akteur* eine zentrale Figur dieses theoretischen Ansatzes, der menschliches Handeln als das Fundament aller sozialen Sachverhalte und Prozesse bestimmt (vgl. Jarren & Donges 2002). Nach Jarren & Donges sind Akteure „bestimmte soziale, handelnde Rollenträger“ (edb.: 61). Ihr Ziel ist es vor allem, die soziale Umwelt zu beeinflussen und bestimmte Welteinstellungen und Wertorientierungen in die Wirklichkeit umzusetzen. Diese Figuren vertreten normalerweise Interessen und Ziele verschiedener sozialer Gruppen und handeln

nicht individuell (vgl. edb.).

Somit besagt die Handlungstheorie, dass Akteure untrennbar mit Ereignissen verbunden sind, da sie sozial handeln. Das soziale Handeln begründet Zusammenhänge und Verbindungen mit dem nachfolgenden Geschehen, das an seiner Stelle weiteres soziales Handeln beeinflusst: „(...) dieses Handeln – genauer: handelndes Zusammenwirken mehrere – Wirkungen hervorbringt, die wiederum weiteres soziales Handeln prägen.“ (Schimank 2000: 9).

Im Kontext aktueller, politischer Beziehungen werden politische Akteure zu Hauptfiguren des politischen Geschehens, die nicht getrennt voneinander betrachtet werden können. „Politische Kommunikation wird akteurstheoretisch verstanden als Handlungssystem, als Ergebnis von Strukturen und Prozessen, die das Handeln der Akteure beeinflussen und zugleich von ihnen beeinflusst werden.“ (Seimel 2008: 26)

Um politische Medienkommunikation gänzlich zu verstehen, politische Medien-Images zu erörtern und diese mit internationalen Beziehungen erklären zu können, muss man den handlungstheoretischen Zusammenhang zwischen Akteuren und Prozessen berücksichtigen. Die Handlungstheorie zeigt die Tendenz der Personalisierung der Politikvermittlung auf, welche im Kapitel „Personalisierung und Emotionalisierung“ näher dargestellt wird. Die in dieser Arbeit erörterten politischen Medien-Images sollen schließlich den gegenwärtigen internationalen Beziehungen zwischen Russland und den jeweiligen Ländern gegenübergestellt werden.

2.7 Vergleichende Politik

Vergleichende Forschung steht in einem engen Zusammenhang mit vielen wissenschaftlichen Disziplinen. Vergleichende Politikforschung erfasst die Feststellung und den Vergleich von Zusammenhängen zwischen Regierungsformen, politischen Prozessen, institutionellen

Strukturen, Parteien- und Wahlsystemen, sowie internationalen Beziehungen und politischen Akteuren. Dies ist für die vorliegende Arbeit von großer Bedeutung.

Das Hauptziel der vergleichenden Politikwissenschaft ist es nicht unbedingt der Vergleich von dargestellten Sachverhalten zu erreichen, sondern vielmehr eine sozialwissenschaftliche Erklärung für politische Ereignisse aufzuzeigen: “A consensus exists that comparative research consists not of comparing but of explaining.“ (Przeworski 1987: 35).

Ihren Ursprung findet die vergleichende Politikforschung bereits in der Antike. So hat zum Beispiel schon Aristoteles (384-322 v. Chr) verschiedene Staaten verglichen und daraus Kategorien entwickelt, die für die Wissenschaftler bis zum heutigen Tag eine Orientierung bieten. Plutarch (ca. 66 v. Chr) hat berühmte griechische und römische Politiker verglichen, um anhand dessen passende Regierungsformen abzuleiten. Etwas später haben sich auch Persönlichkeiten wie Niccolò Machiavellis, Baron de Montesquieu und viele weitere Personen der die vergleichende Politik zugewendet (vgl. Jahn 2013).

Seit Chilcote (1994) hat die Entwicklung der vergleichenden Politikwissenschaft eine große Geschichte genommen, welche sich nach der Paradimentheorie in folgende Phasen einteilen lässt: Die Prä-paradigmatische Phase, die Paradigmatische Phase, die Phase der Krise und die Phase der wissenschaftlichen Revolution (Beyme 2007: 29).

Laut Jahn (2013) wurde die Phase der wissenschaftlichen Revolution vor allem durch die einflussreiche Rolle der USA in der Entwicklung der vergleichenden Politikforschung, bzw. *Comparative Political Studies* geprägt, welche 1903 zur Gründung einer nationalen politikwissenschaftlichen Vereinigung (American Political Science Association, APSA) und 1906 zur Herausgabe einer politikwissenschaftlichen Fachzeitschrift (American Political Science Review, APSR) führte.

In europäischen Ländern entwickelte sich die vergleichende Politik erst nach dem Zweiten Weltkrieg, als 1970 der Verband *European Consortium for Political Research* gebildet wurde,

an dessen wissenschaftlichen Veranstaltungen jedes Jahr bedeutende Politikwissenschaftler teilgenommen und Ergebnisse ihrer Forschungen präsentiert haben. Generell wird die Vergleichende Politikwissenschaft des 20. Jahrhunderts mit Wissenschaftlern, wie Truman (1951), Friedrich (1953), Loewensteil (1969) und auch Neumann (1957) assoziiert (vgl. Truman 1951, Friedrich 1953, Loewensteil 1969, Neumann 1957 in Jahn 2013).

Wie bei jeder wissenschaftlichen Forschung, werden in der vergleichenden Politikwissenschaft sowohl quantitative, als auch qualitative Methoden angewendet. Jede empirische theoriegeleitete Vorgehensweise beginnt mit der Entwicklung von Kategorien, durch welche das untersuchte Objekt, bzw. die *soziale Realität* beobachtet und erfasst werden soll. Jahn (2013) behauptet in seinem Werk zur Einführung in die vergleichende Forschung jedoch, dass diese Erfassung der Realität nur eine notwendige Basis für die weitere wissenschaftliche Forschung ist. Als ein weiterer Schritt sollen Zusammenhänge und Verbindungen gefunden werden, um diese codierte Realität erklären zu können. So wird die Aufdeckung von kausalen Zusammenhängen in der vergleichenden Politik durch einen systematischen Vergleich ermöglicht, welcher immer auf einer theoretischen Grundlage basiert.

Auf diese Weise kann der Vergleich in der Politikwissenschaft zwischen folgenden Unterdisziplinen stattfinden (Riescher, Obrecht & Haas 2011: 2):

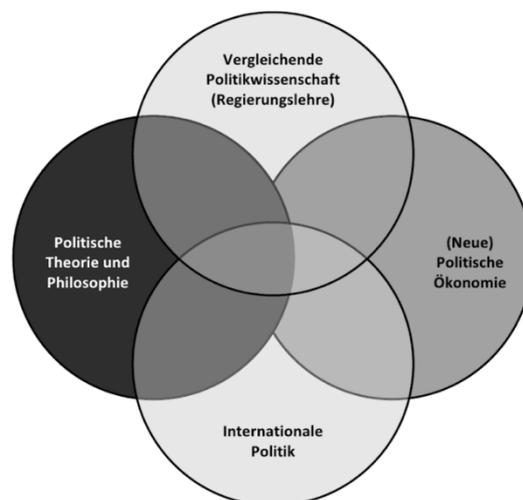


Abbildung 3. Politikwissenschaftliche Unterdisziplinen (Riescher, Obrecht & Haas 2011: 2)

Wie Abbildung 3. aufzeigt, überschneiden sich alle Bereiche der Politikwissenschaft zu gewissem Masse. Die Wissenschaftler beobachten politische Prozesse, versuchen diese mit den Strukturen aus den anderen Feldern zu erörtern, wobei sich immer neue wissenschaftliche Richtungen ergeben können. In Zeiten der Globalisierung wird ersichtlich, dass die Bereiche „Internationale Politik“ und „Vergleichenden Politikwissenschaft“ immer weniger getrennt voneinander betrachtet werden können, da die ausgelösten, internationalen wirtschaftlichen Prozesse durch eine Zusammenarbeit der Staaten überhaupt erst geschaffen und kontrolliert werden können. Die Unterdisziplin „Internationale Beziehung“ nimmt in der vorliegenden Arbeit große Bedeutung ein, da letztlich ein Vergleich zwischen Russland, Österreich, Frankreich und den USA stattfinden soll. Diese Disziplin beschäftigt sich mit den Beziehungen zwischen Staaten, internationalen Institutionen und unterschiedlichen Regierungsformen, sowie auch internationalen politischen Akteuren (vgl. Riescher, Obrecht & Haas 2011).

Betrachtet man die vergleichende Forschung von politischen Akteuren, bzw. Präsidenten oder Regierungschefs, ist der aktuelle Forschungsstand zu dieser Frage gemäß Professor Anthony King der politikwissenschaftlichen Fakultät der University of Essex insbesondere im Vergleich zu anderen Forschungsgebieten sehr begrenzt: „almost nothing by way of a comparative literature.“ (King 1975: 173). Seiner Meinung nach, sollen sich die empirisch-vergleichenden Analysen zu diesem Thema mit zwei wichtigen Punkten auseinandersetzen: *Politisch-institutionelle Rahmenbedingungen*, welche aussagekräftige Informationen zu regierungsinternen Entscheidungsprozessen liefern, und *Persönlichkeitsbezogene Ansätze* bzw. individuelle Merkmale der Person, welche versuchen, die Macht dieses Politikers zu erklären (vgl. ebd.). Nur wenn man die Persönlichkeit des politischen Akteurs zusammen mit den Rahmenbedingungen seiner politischen Position, seiner Beziehungen zu den Anderen politischen Subjekten betrachtet und vergleicht, kann man daraus aussagekräftige Schlussfolgerungen ziehen (vgl. Grotz & Müller-Rommel 2016).

3 Forschungsstand und wichtige Begriffe

3.1 Medien und Realitätskonstruktion

Wie bereits basierend auf dem konstruktivistischen Ansatz, beschrieben wurde, schaffen die Medien ihre eigene Realität und bieten eine Orientierung innerhalb der Wirklichkeit. Luhmann behauptet „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Medien“ (Luhmann 1996: 9). Das heißt, unsere Vorstellungen und unser Handeln werden von Massenmedien stark beeinflusst. Dies wirft eines der größten Probleme der modernen Massenkommunikationsgesellschaft und das größte Problemfeld in der Kommunikationsforschung auf.

An dieser Stelle sollen die Begriffe *Realität* und *Medienrealität* erklärt werden.

Eine *objektive Realität* definiert Glasersfeld, als „Abbildung einer unabhängigen Welt außerhalb des erkennenden Menschen.“ (Glasersfeld 1996: 186).

Zusätzlich existiert auch der Begriff der *Medienrealität*, die mit dem tatsächlichen Geschehen bzw. mit der Realität, nicht verglichen werden soll. Medienrealität ist eine von den Massenmedien interpretierte Form der Realität, die in der heutigen Mediengesellschaft, in der Zeit der sozialen Medien und täglichen Medienkommunikation offenbar an Bedeutung gewinnt. Die Medienrealität hat unterschiedliche soziale Funktionen (Rolke & Wolff 1999: 249):

- Thematisierungsfunktion - Die Medien können bestimmte Themen in ihrer Berichterstattung aufgreifen und andere Punkte unberücksichtigt lassen;
- Bewertungsfunktionsfunktion - Die Medien publizieren wertende Aussagen unterschiedlicher Akteure und geben dazu Kommentare, bzw. implizite und explizite Beurteilungen über das Thema, den Akteur oder den Sachverhalt;
- Strukturierungsfunktion - Die Medien können sich in ihrer Berichterstattung auf bestimmte Aspekte, bzw. Meinungen fokussieren und diese in den Vordergrund oder

Hintergrund rücken. Dabei können auch unterschiedliche thematische Zusammenhänge entwickelt werden.

Mit der Frage der Plausibilität der Medienrealität beschäftigte sich in mehreren Studien der Medienwissenschaftler Rüdiger Schulz. Nach einer großen Recherche kam er zu der Schlussfolgerung, dass die Medien keine Realität darstellen, sondern nur ihr verzerrtes Abbild: „Die Berichte der Medien sind oft ungenau und verzerrt, sie bieten manchmal eine ausgesprochen tendenziöse und ideologisch eingefärbte Weltsicht.“ (Schulz 1989: 139)

Das heißt, mit Hilfe von den drei oben genannten Funktionen wird die Medienrealität konstruiert. Durch die Strukturierungs- und Fokussierungsfunktionen werden wichtige Vorentscheidungen und Einstellungen für die Bewertung von Akteuren oder Themen bestimmt.

Auf diese Weise, sind nicht nur bloß die Abbildung der Realität, sondern auch eine Auswahl von ihren Darstellungen und Interpretationen, die wichtigen Kennzeichen jeder medialen konstruierten Berichterstattung (vgl. Burkart 2002).

3.2 Medien und Politik

3.2.1 Mediatisierung der Politikvermittlung

Seitdem die Massenmedien zu einem wichtigen Instrument der gesellschaftlichen Kommunikation geworden sind, kann man auch über die Mediatisierung der politischen Kommunikation sprechen. Unter dem Prozess der Mediatisierung versteht man die „Anpassung der Akteure in Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und zahlreichen anderen gesellschaftlichen Subsystemen an die Erfolgsbedingungen der Medien.“ (Kepplinger 2008: 117). Aufgrund dieser Anpassung besteht in modernen Demokratien eine enge Beziehung zwischen Politik und Medien. Diese Beziehung ist nicht einseitig, sondern ein Wechselspiel

beider Seiten, da die politischen Akteure das Potenzial der Medien für ihre strategischen Zwecke benutzen können.

Das Interesse der politischen Kommunikationsforschung über die Rolle der Medien in der Politik wurde vor allem mit der berühmten Studie von Paul F. Lazarsfeld „People’s Choice“ erweckt, in der er untersucht hat, wie Medien die Wahlentscheidung beeinflussen (vgl. Lazarsfeld 1944). Seitdem beschäftigt sich die Forschung mit ganz unterschiedlichen Schwerpunkten, die Politik und Medien zusammen betrachten. So hat Römmele (2002) untersucht, wie Politiker die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit durch die Medien erhalten können, um Wahlen zu gewinnen. Die Studie von Emmer, Wolling und Vowe (2012) untersuchte die Motive der Mediennutzung von Wählern. Die Untersuchung von Maud, Praag & Vreese (2010) erforschte die Wirkung der Medien auf politisch Interessierte unterschiedlichen Alters (vgl. Römmele 2002; Emmer, Wolling & Vowe 2012; Maud, Praag & Vreese 2010 in ARD-Forschungsdienst 1/2013).

Es werden folgende Phasen der Mediatisierung der Politik unterschieden:

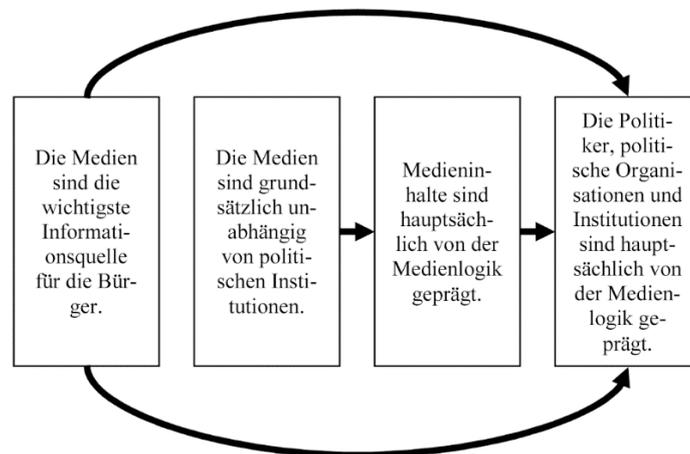


Abbildung 4. Phasen der Mediatisierung (Strömbäck & Esser 2014: 8 übersetzt von Haßler 2017:28)

Mit ihrem Phasenmodell zeigen Strömbäck und Esser (2014) den Fall der freien und unabhängigen journalistischen Massenmedien, an deren Logik sich die Politik orientieren soll. Hierbei spielen die Medien eine wichtige Rolle bei der Konstruktion der politischen Realität. In diesem Sinne behauptet aber Kindelmann in seiner umfangreichen Studie zu der Rolle der

Medien bei der Konstruktion der Images von Kandidaten im Wahlkampf, dass die politischen Akteure die Rolle der Massenmedien genau kennen und ihre Funktionen benutzen. Deswegen können sie versuchen, ihre eigenen Einstellungen und Situationsdeutungen in die Medienberichterstattung durchzusetzen und dadurch politische Inhalte zu ändern (vgl. Kindelmann 1994).

3.2.2 Inszenierte Politik

Die professionelle *Inszenierung* politischer Inhalte wird hauptsächlich mit dem traditionellen Theater verbunden, wobei Inszenierung ein Produktionsverfahren bedeutet, das Texte und Bilder in Szene setzt (vgl. Braunsteiner 2000). In diesem Zusammenhang stellt Braunsteiner die Inszenierungsdefinition von Oevermann dar: „[...] bewusst und methodisch kontrollierte auf die Erzielung einer bestimmten Wirkung angelegte Gestalten eines Sachverhalts oder eines vorgegebenen Sinnzusammenhangs, analog zum Modell des auf einer Bühne eine fiktionale Realität ‚In-Szene-Setzens‘“ (Oevermann 1995, aus Braunsteiner 2001: 41). Somit liefert die Schlussfolgerung nahe, dass politische Inszenierung eine bewusste und zielgerichtete Gestaltung von politischen Inhalten darstellt.

Meyer behauptet, dass politische Wirklichkeit, die den Rezipienten von Medien vermittelt wird, als *inszenierte Wirklichkeit* gesehen und analysiert werden soll. An dieser Stelle unterscheidet er zwei Inszenierungsebenen: die *journalistische Inszenierung* und die *Selbstinszenierung politischer Akteure*. Meyer spricht auch über die ständige Wechselwirkung zwischen diesen Ebenen: die Medien beobachten Politiker, Politiker beobachten, wie sie von den Medien dargestellt werden und orientieren ihr Handeln an dieser Beobachtung, welches wiederum von den Medien als neues Ereignis präsentiert wird (vgl. Meyer 2000).

In der Kommunikationswissenschaft wird das Thema der politischen Inszenierung im

Zusammenhang mit der Symbolischen Politik ausführlich behandelt. Hoffmann (2003) hat sich in seinem Buch „Inszenierung und Interpretation. Das Zusammenspiel von Eliten aus Politik und Journalismus“ mit dem Kommunikationsverhältnis zwischen Politikern und Journalisten auseinandergesetzt und herausgefunden, dass Inszenierung zur Basis der Beziehung zwischen Medien und politischen Akteuren wird und vor dem theoretischen Hintergrund die Verbindung zwischen dem Konstruktivismus und der Handlungstheorie darstellt (siehe Kapitel „Theoretischer Rahmen“).

In der Wissenschaft geht man davon aus, dass die Mediendarstellung der Politik ohne Inszenierung überhaupt nicht möglich ist. Die Inhalte sollen von den Massenmedien inszeniert und interpretiert werden, damit sie die Rezipienten erreichen können. Luhmann betrachtet ebenso politische Inszenierung als eine notwendige Voraussetzung für die Erfassung politischer Zusammenhänge. So wird den Rezipienten eine Orientierung im politischen Geschehen ermöglicht (vgl. Luhmann 1993).

Im Zusammenhang mit der politischen Inszenierung sollen folgende Arten der politischen Realität unterschieden werden (vgl. Swanson 1991):

- *Objektive* politische Realität sind politische Ereignisse, auf die sich Journalisten und Politiker bei ihren Mitteilungen beziehen;
- *Konstruierte* politische Realität bezieht sich auf die Darstellungsform dieser Mitteilungen,
- *Subjektive* politische Realität ist die wahrgenommene, durch individuelle Einstellungen der Rezipienten geprägte, Realität.

So basieren die Positionen der Bürger auf den medialen Inhalten, was die Chancen auf eine von den Massenmedien geplante Wahrnehmung erhöht. Bei der Inszenierung einer politischen

Figur wird oft zu solchen Begriffen wie Personalisierung und Emotionalisierung zugegriffen, die bürgerliche Wahrnehmung beeinflussen können. Deswegen ist es besonders wichtig, die Medieninhalte, bzw. die konstruierte Realität detailliert zu erforschen.

3.2.3 Personalisierung und Emotionalisierung

Die Inszenierung politischer Akteure kommt oft, neben den Bestandteilen des politischen Medien-Images, die im nächsten Kapitel betrachtet werden, durch Personalisierung und Emotionalisierung der Berichterstattung zustande. Beide dieser Begriffe können als Instrumente politischer Inszenierung benutzt werden.

Die Tendenz der Personalisierung der politischen Berichterstattung und kandidatenzentrierten Wahlkämpfe zeigt sich in vielen europäischen Ländern und auch in den USA, wobei der Kandidat als Hauptakteur immer öfter im Mittelpunkt der Medienbeiträge steht (vgl. Müller 1999). Heutzutage wird der Fokus der politischen Berichterstattung immer öfter und stärker auf die Darstellung von Politikern als auf die eigentlichen politischen Fragen gelegt.

Vom Begriff der *Personalisierung* sprechen viele Wissenschaftler. Meyer (2000) beschreibt Personalisierung als die „systematische Konzentration auf eine bestimmte Person“ (170). Ähnlich beschreibt sie Scherer: „Mit Personalisierung wird die Eigenschaft von medialen Darstellungen bezeichnet, handelnde Menschen in den Vordergrund der Berichterstattung zu stellen.“ (Scherer 1998: 698).

Personalisierung von Kandidaten kann bei Bürgern, auf Kosten von wirklich wichtigen politischen Themen, eine bestimmte Vorstellung über diese Politiker und ihre Strategien prägen. Darüber äußert sich auch Kindelmann und besagt, dass eine Wahlentscheidung, die auf Kandidaten und deren individuellen Charaktereigenschaften basiert, irrational, anspruchslos

und sehr beeinflusst sein können. Medien-Images manipulieren die öffentliche Meinung durch die Hervorhebung von bestimmten Merkmalen (vgl. Kindelmann 1994).

Ein weiteres Instrument der politischen Inszenierung, das ihre Wirkung auch verstärken kann, ist die *Emotionalisierung*. Der emotionelle Ansatz wird in der politischen Medienberichterstattung immer öfter angewendet, was natürlich starke Auswirkungen hat. Die Darstellung angemessener Emotionen und die Anwendung des emotionalen Sprachmittels ist „in modernen westlichen Gesellschaften zum Garanten politischer Glaubwürdigkeit geworden.“ (2011: 54). Die Wirkung vom emotionalen Ansatz beweisen auch mehrere Studien. Die Studie von Marmor-Lavie und Weimann (2005), in der der Einfluss auf die Bürger von, in den Wahlkampagnen, eingesetzten Emotionen (Hoffnung und Stolz) untersucht wurde, hat gezeigt: Emotionsappelle nehmen im Zeitverlauf zu und rechte Parteien setzen eher auf die Emotion „Angst“ als linke Parteien. Schemer, Werner & Matthes (2008) gehen in ihrer Studie auch in die Richtung der Wahrnehmungspsychologie und stellen sich die Frage: Wie wirken Emotionen auf politische Entscheidungen der Wähler? Am Beispiel von Kampagnen des Referendums zum Asylrecht in der Schweiz 2006 haben die Forscher festgestellt, dass negative Emotionen (Angst, Ärger) einen größeren Effekt als positive haben. Zudem verlieren positive Emotionen im Zeitverlauf ihre Überzeugungskraft, während negative stabil bleiben.

Neben der Anwendung von bestimmten Emotionen in der Berichterstattung kann die Rezipienten auch das emotionale Sprachmittel beeinflussen. Der Ausdruck von Emotionen wurde in der vorliegenden Analyse sowohl explizit, durch emotionsbezeichnende Wörter und Beschreibung von Emotionen des Autors, der interviewten Person oder des Kandidaten, als auch implizit, durch das emotionsausdrückende Sprachmittel (Schimpfwörter, direkte Rede, Metaphern, Wiederholungen, Superlative, rhetorische Fragen), berücksichtigt. Ausführlicher darüber in der Codieranweisung (vgl. Vaňková 2010).

3.2.4 Mediendarstellung internationaler Beziehungen

Vor ungefähr 30 Jahren hat der Prozess der Auseinandersetzung mit den Massenmedien als Akteur der internationalen Politik angefangen. (vgl. Robinson 2002) Heute ist es schwierig, bis unmöglich, sich nicht nur das gesellschaftliche Zusammenleben ohne Massenmedien vorzustellen, sondern auch politische Kommunikation und Internationale Beziehungen. Massenmedien schaffen politische Entscheidungs-, Meinungsbildungs- und Vermittlungsprozesse. Wie noch nie scheinen heutzutage politische Prozesse, Inhalte und Subjekte von massenmedialen Leistungen beeinflusst zu werden – „und das nicht nur im nationalen Rahmen, sondern auch auf zwischenstaatlicher und internationaler Ebene.“ (Tenscher & Viehrig 2010: 7). In der Zeit der Globalisierung und Mediatisierung orientieren sich immer mehr Studien zur politischen Kommunikationsforschung auf einen internationalen Vergleich zum Thema Wahlkampf, Informationsvermittlung und Nachrichtwirkungen (vgl. Kindelmann 1994; Graber 1972; Tenscher 2010).

Generell muss der Begriff „Internationale Beziehungen“ nicht unbedingt einen Bezug auf Politik haben, sondern kann auch auf sportliche, kulturelle oder andere soziale Interaktionen zwischen den Staaten hinweisen.

In der vorliegenden Arbeit wird der Begriff Internationale Beziehungen (IB), als politikorientierte Form der Interaktionen zwischen verschiedenen Ländern, ihren Regierungen und Politikern verstanden. Ernst-Otto Czempiel definiert es wie folgt: „das Produkt außenpolitischer Aktionen und Reaktionen [...], die über Zeit aufrechterhalten werden und so bestimmte Muster ausbilden, die dann als Beziehungen zu gelten haben“ (Czempiel 2004: 3). Brand (2012) in seiner großen Recherche zum Thema Weltpolitik, stellt sich die Frage wie Massenmedien die internationale Politik beeinflussen. Dabei unterscheidet er divergierende Rollenzuschreibungen von Massenmedien:

1. Medien als Akteure internationaler Politik – Medien handeln gezielt, auf Basis ihrer Interessen
2. Medien als Vermittler der Realität der internationalen Beziehungen
3. Medien als Instrumente politischer Akteure

Als *Akteur* der internationalen politischen Kommunikation handeln Medien selbstständig und zielgerichtet. Zusammen mit anderen sozialen Akteuren erzeugen, bzw. provozieren, sie weitere politische Prozesse und Ergebnisse. Als *Vermittler* internationaler politischer Kommunikation werden die Massenmedien getrennt von politischen Ereignissen betrachtet. Die Hauptaufgabe der Medien an dieser Stelle ist eine neutrale Transformation vom politischen Geschehen in die, im Kapitel „Medien und Realitätskonstruktion“ beschriebene, *Medienrealität* (vgl. Brand 2012).

Die Benutzung von Massenmedien als *Instrument* politischer Akteure steht für die vorliegende Forschung von einer besonderen Bedeutung, weil vor allem untersucht wird, ob die Medienrealität, beziehungsweise die von ihnen konstruierten Images, mit aktuellen politischen Beziehungen übereinstimmen. Daraus würde sich eine Schlussfolgerung ziehen lassen, die besagt, dass in einigen Fällen Staatsregierungen, als politischer Akteur, Medien als Instrument ihrer politischen Strategien nutzen. In diesem Fall erscheinen die Medien als kein Subjekt internationaler Politik und werden von anderen sozialen politischen Figuren benutzt, damit diese ihre eigenen Ziele erreichen können. „Als Instrumente im Kontext außenpolitischen Handelns werden Medien in der Regel verstanden, wenn sie Werkzeuge organisierter politischer und wirtschaftlicher Interessen zur Interessendurchsetzung gegenüber der Öffentlichkeit darstellen“ (Brand 2012: 11).

Auf diese Weise spricht der amerikanische Politikwissenschaftler J. Nye (2004) über *Soft Power* oder Weiche Macht der Politik. Daraus lässt sich schließen, dass die Machtausübung, beziehungsweise Durchsetzung eigener Ziele, und Beeinflussung von Zielen anderer

politischer Akteure, ohne auf militärische Macht oder wirtschaftliche Anreize zurückzugreifen, geschieht. Dabei kommt es zum Einsatz von Massenmedien, die bestimmt sind zielgerichtet mit der Öffentlichkeit zu arbeiten. Nye weist in diesem Sinne aber darauf hin, dass solche Medienarbeit auf keinen Fall als internationale Propaganda wahrgenommen werden soll, sondern eher als eine strategische Platzierung der glaubwürdigen Informationen von Medien (vgl. Nye 2004).

Die Rolle der Massenmedien als Instrument der politischen Akteure in der wissenschaftlichen Literatur ausführlich behandelt (vgl. Robinson 2002, Holtz-Bacha 1996).

Bernard Cohen (1963) entwickelte das Modell *Press-Government Relations*, dessen Standpunkt über die passive Rolle der Medien er in seinem Buch „The Press and Foreign Policy“ präsentierte. Er stellte fest, dass Printmedien die Agenda von der Regierung übernehmen. Diese Einstellung teilen auch die *Index-Theorie* (vgl. Hallin 1986) und die *Manufacturing Consent –Theorie* (vgl. Herman & Chomsky 2008), diese behaupten, dass Journalisten die Interpretationen des internationalen politischen Geschehens von der Regierung ihres Landes übernehmen. Im Gegensatz dazu existieren auch neue Studien, die eher von der Rolle der Medien, als von der Regierung, unabhängiger Vermittler der außenpolitischen Kommunikation ausgehen. Diese Einstellung entstand erst nach Ende des Kalten Krieges als vor allem westliche Medien angefangen haben, über die Krisen in Konfliktregionen unabhängig zu berichten (vgl. Gilboa 2005). Dadurch kam es zu der Annahme, dass Medien mit ihrer internationalen Berichterstattung außenpolitische Prozesse beeinflussen können (vgl. Tenscher&Viehrig 2010: 55).

Trotz der Einstellung und wissenschaftlichen Untersuchungen darüber, dass die Massenmedien Staatspolitik auf der internationalen Ebene beeinflussen können, wird dieses Thema noch weiter diskutiert und erforscht. Die Frage, ob es im Land überhaupt Pressefreiheit gibt, kommt

daher konstant vor. Im Gegensatz zu westlichen europäischen Ländern sind die Massenmedien in vielen anderen Staaten sehr von ihren Regierungen anhängig, weswegen es schwierig wird, alle Mediensysteme pauschal zu betrachten.

Um die Frage der Konstruktion der Medien-Images westlicher Politiker von den russischen Printmedien und ihrer Übereinstimmung mit der russischen Außenpolitik untersuchen zu können, werden in den nächsten Kapiteln internationale Beziehungen zwischen Russland, Frankreich, Österreich und den USA beschrieben.

3.2.5. Aktuelle internationale Beziehungen zwischen Russland und den USA, Frankreich, Österreich

Eines der Ziele der vorliegenden Arbeit ist es, die Darstellungen der westlichen Politiker in den russischen Medien in Verbindung mit den aktuellen internationalen Beziehungen zwischen Russland und den jeweiligen Ländern zu betrachten, um mögliche Zusammenhänge feststellen zu können.

Deswegen werden in diesem Kapitel die politischen Beziehungen erklärt, wobei der Fokus vor allem auf den offiziellen Quellen der russischen Regierung liegt. Es ist vor allem ausschlaggebend, Russlands' Vorstellung hinsichtlich der jeweiligen Beziehungen zu betrachten, da die untersuchten Medien-Darstellungen ausschließlich von einheimischen Journalisten geprägt werden.

Russland und die USA

1809 wurden diplomatische Beziehungen zwischen Russland und den USA offiziell hergestellt, als am 24. Oktober John Quincy Adams, der sechste Präsident der Vereinigten

Staaten, seinen Ernennungsbrief dem russischen Imperator Alexander I übergeben hat. Seitdem haben diese Beziehungen ihre ‚Höhen und Tiefen‘ erlebt. Während dem Ersten Weltkrieg sind die beiden Staaten als Alliierte aufgetreten, allerdings wurde die neue sowjetische Regierung, nach der Revolution 1917, seitens der USA lange nicht akzeptiert. Ein erneuter politischer Dialog hat Anfang 1930er Jahren mit der Entwicklung des internationalen Warenverkehrs wieder angefangen (vgl. Presidential Library: Russia established Diplomatic Relations with USA).

Die Russische Botschaft in den USA berichtet, dass diese Beziehungen ihre Durststrecke seit dem Ende des Kalten Krieges erleben und dass die Präsidentschaftsverwaltung des letzten USA-Präsidenten Barack Obama durch die Sanktionen, Beschränkungen infolge der Ukraine Krise und Informationspropaganda gegen Russland, sehr beeinträchtigt wurden: „The former Administration of President Obama did everything possible to strain them.“ (Embassy of The Russian Federation Washington DC: Russian-American Relations).

Im Laufe des letzten Wahlkampfes in den USA wurde der Kreml „beweislos“ zur Beeinflussung der Wahlergebnisse angeklagt, dies führte zu einer starken Aufregung und Resistenz des „antirussischen Teils der Regierungskreise“ (vgl. Embassy of The Russian Federation Washington DC: Russian-American Relations). Es wird aber auch von der Russischen Botschaft auf das Anliegen des neuen US-Präsidenten Donald Trump an dem Beziehungsaufbau mit Russland hingewiesen. Das Fazit des ersten Telefongesprächs, zwischen Trump und Putin am 28. Januar 2017, wird auf der offiziellen Informationswebseite des Russischen Präsidenten bekanntgegeben. Vladimir Putin hat Trump zu seinem offiziellen Einstand gratuliert und viel Erfolg gewünscht. Beide Parteien demonstrierten eine Haltung auf aktive Zusammenarbeit zur Stabilisierung russisch-amerikanischer Beziehungen (vgl. Official Internet Resources of the President of Russia: Telephone conversation with US President Donald Trump). Dafür berichtet wieder die Russische Botschaft in Amerika: „Should the

Administration of President Trump really be ready to seek mutual approaches to resolving common problems, we will respond with reciprocity. We are ready to work together in the areas of shared Russian-American interest. It includes the fight against terrorism, non-proliferation of weapons of mass destruction, regional conflict resolution, facilitation of economic growth, climate change and many others. Such cooperation could be beneficial not only to the Russians and the Americans, but to the entire global community.“ (Embassy of The Russian Federation Washington DC: Russian-American Relations).

Auf der offiziellen Seite des Außenministeriums finden sich viele Interviews mit russischen politischen Figuren zum Thema der internationalen Beziehungen. In einem von denen äußert der russische Außenminister Lawrow seine positive Meinung über Trump (Persönliche Kommunikation NBC, 21. July 2017): „We consider what President Trump says publicly, expressing his position regarding Russia, saying that the two biggest nuclear powers must do everything in order to cooperate to resolve the matters that can only be resolved through cooperation [...] and we have no reason to doubt his desire to promote the interests of the United States and the interests of making the world safer together with Russia, based on cooperation, on the balancing of interests.“.

Vor diesem Hintergrund kann konkludiert werden, dass nach einer langen Periode schwieriger Beziehungen zwischen Russland und den USA, wurde zur Zeit des amerikanischen Wahlkampfes eine Verbesserung und Zusammenarbeit in der Zukunft von Russland erwartet. Diese positiven Änderungen sind in den offiziellen russischen Mitteilungen aber unmittelbar mit der Wahl von Donald Trump verbunden.

Russland und Frankreich

Diplomatische Beziehungen zwischen Russland und Frankreich wurden offiziell 1717 hergestellt, als ein russischer Botschafter den von Peter I unterschriebenen Ernennungsbrief an Frankreich übergeben hatte.

Wie die Russische Botschaft in Frankreich berichtet, hat die Kooperation zwischen Russland und Frankreich in den 70er Jahren einen großen Beitrag zum Ende des Kalten Krieges geleistet. Moskau und Paris haben die Helsinki-Schlussakte initiiert, die im Endeffekt zur Gründung von KSZE "Konferenz über Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa" (heute OSZE) geführt hatte (vgl. Russische Botschaft in Frankreich: Französisch-Russische Beziehungen).

Seitdem kooperieren die beiden Länder als ständige Mitglieder des UN-Sicherheitsrates, im Rahmen OSZE und anderer internationalen Organisationen. Zusammen mit den USA sind die Russische Föderation und Frankreich Mitglieder der Minsk-Gruppe der OSZE für Konfliktbeilegung von der Bergkarabach Republik.

Das Außenministerium Russlands berichtet auf der offiziellen Webseite, dass die Beziehung zu Frankreich eine der Prioritäten der russischen Außenpolitik darstellt. 1992 wurde die Konvention unterschrieben, die die Bereitschaft der beiden Länder zu einer Zusammenarbeit bestätigt hat (vgl. Außenministerium: Französisch-Russische Beziehungen).

Dies weist darauf hin, dass die politischen Beziehungen zwischen Russland und Frankreich stetig stabil und diplomatisch, ohne seriöse und direkte Konflikte, waren. Es gab zum Beispiel schon immer ein Konfrontationsverhältnis zwischen Russland und den USA, in dem Frankreich keine bestimmte Position vertreten hatte, sondern meistens ihre Neutralität zeigte. Immerhin ist Frankreich das größte Land der Europäischen Union, die ihre politischen Grundhaltungen, auch resolute Entscheidungen im Bezug auf Russland, unterstützt. 2013 berichtete BBC World Service über folgende Statistik: 25% der Franzosen sehen den Einfluss Russlands positiv, 63% - negativ, während 49% der befragten Russen französische Politik

positiv bewertet haben und nur 10% negativ (vgl. Foreign Policy News: Contours of Russo-France Relations).

Die offizielle Seite der französischen Diplomatie bestimmt die letztlichen Schwierigkeiten zwischen Russland und EU: „Political dialogue between France and Russia has been limited following the annexation of Crimea, by the introduction by the European Union of sanctions against Russia and Russia’s suspension from the G8.“ (Offizielle Seite der Französischen Diplomatie: Internationale Beziehungen – Frankreich und Russland).

2014 hat Frankreich zusammen mit den anderen EU-Ländern Russland mit Sanktionen belegt und „grundlos die Verantwortung für die Ukraine auf Russland geschoben“. Die Sanktionen wirken destruktiv auf die gegenseitigen Beziehungen, beschränken politische Kontakte und bremsen ökonomische und überregionale Kooperation. „In die ‚schwarze‘ Liste der Europäischen Union sind einige russische Politiker geraten, die eine zentrale Rolle bei der Entwicklung des Dialogs zwischen Russland und Frankreich gespielt haben.“ (vgl. Russische Botschaft in Frankreich: Französisch-Russische Beziehungen). Auf diese Weise kann die Französische Republik im Bezug zu Russland nicht getrennt von der EU betrachtet werden, dessen Politik gegenüber Russland in der letzten Zeit eine eher negative Richtung hatte.

Russland und Österreich

2014 wurden in der Wiener Diplomatenakademie der 90. Jahrestag der Aufnahme der diplomatischen Beziehungen zwischen der Sowjetunion und Österreich und der 525. Jahrestag der ersten diplomatischen Kontakte zwischen Moskau und Wien gefeiert. Die politischen Beziehungen zwischen der Russische Föderation und Österreich werden durch Stabilität und relative Problemlosigkeit charakterisiert. So wird darüber auf der offiziellen Seite des russischen Außenministeriums berichtet: „Die Beziehungen der Russischen Föderation mit

Österreich entwickeln sich positiv, stabil, vorhersehbar und ohne große Probleme. Österreich führt eine Linie auf die Aufrechterhaltung des Dialogs mit Moskau und des erarbeiteten positiven Zusammenwirkens in verschiedenen Bereichen sowie auf den Einsatz des politisch-diplomatischen Instrumentariums für die Normalisierung der Situation um die Ukraine durch.“. Weiteres berichtet das Außenministerium über regelmäßige politische Kontakte und Treffen: Am 2. Juni 2017 fand am Rande des 21. Petersburger internationalen Wirtschaftsforums ein Treffen von Wladimir Putin und dem Bundeskanzler Christian Kern statt. Am 11. Juli 2017 haben sich der russische Außenminister Sergej Lawrows mit dem Minister für Europa, Integration und Äußeres, den amtierenden Vorsitzenden der OSZE, Sebastian Kurz am Rande des informellen OSZE-Ministertreffens in Mauerbach getroffen (vgl. Offizielle Seite des Russischen Außenministeriums: Nachrichten).

Es findet eine konstante, erfolgreiche und wirtschaftliche Zusammenarbeit zwischen den beiden Ländern, statt. Auf dem russischen Markt existieren mehr als 1200 österreichische Firmen und ungefähr 500 Unternehmen mit teilweise österreichischen Kapital. Das österreichische Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft berichtet folgendes über die wirtschaftliche Lage: „Auf Grund der Verpflichtung Österreichs, die Sanktionen mitzutragen, durch die schlechte Wirtschaftslage Russlands infolge des drastisch gesunkenen Erdölpreises, des Wertverfalls des Rubels und des Kaufkraftverlustes kam es zu einer deutlichen Beeinträchtigung bei den in der Vergangenheit grundsätzlich guten österreichisch-russischen Handelsbeziehungen.“ (BMFWF: Bilaterale Wirtschaftsbeziehungen Osteuropa). Vom Januar bis Mai 2017 nahm der russisch-österreichische Warenumsatz um 31,5 % im Vergleich zur gleichen Periode im Jahr 2016 zu, darunter beträgt der russische Export – 510,1 Mio. US-Dollar (+49,1%), der Import – 780,8 Mio. US-Dollar (+22,1%) (vgl. Offizielle Seite des Russischen Außenministeriums: Nachrichten).

Positiv sind auch kulturelle Beziehungen zwischen Russland und Österreich, vor allem betreffend der Theater- und Musikbranche.

Was noch möglicherweise eine positive Auswirkung auf diese politischen Beziehungen haben könnte ist, dass Österreich den Beitrag der Sowjetunion zur Zerschlagung des Faschismus und die Befreiung Europas vom Nationalsozialismus erkennt und schätzt. Das Außenministerium Russlands betont, dass Österreich sich hinsichtlich der Bewahrung der sowjetischen militärischen Gedenkstätten aus der Zeit des Zweiten Weltkriegs sehr verantwortungsvoll benimmt.

Trotz momentan schwieriger Beziehung zwischen Russland und der EU, zeigt Österreich eine positive Haltung gegenüber Russland. So berichtet am 1. Januar 2017 die Neue Bürgerzeitung, dass der damalige Außenminister Sebastian Kurz den OSZE-Vorsitz nutzen will, um die Versöhnung mit Russland voranzutreiben (vgl. Moser 2017).

3.3 Politisches Medien-Image

3.3.1 Politisches Image als Bestandteil der Personalisierung in der Politik

„Der Politiker ist heute die Botschaft“

(Bruns 2007: 32)

Die Strategie der Personalisierung der Politik legt den Fokus auf die Darstellung von Spitzenkandidaten und ihren strategischen Schwerpunkten mit dem Ziel, die Aufmerksamkeit der Wähler zu erregen: „Idealtypisch sollen die Bürger an der Person des Spitzenpolitikers erkennen und dingfest machen können, für welche Ziele er mit seiner Partei oder Regierung steht. Der Spitzenpolitiker verkörpert Glaubwürdigkeit und wirbt um das empfindliche Gut Vertrauen. Politische Personalisierung hat also einen klaren Zweck: Sie dient, wenn sie gelingt, der Verständigung zwischen der Bevölkerung und ihren Mandatsträgern. Sie dient dem Gemeinwohl“ (Bruns 2007: 61).

Jede personalisierte Berichterstattung liefert ein Vorstellungsbild von der dargestellten Person, das diese auf einer bestimmten Weise charakterisiert. An dieser Stelle vergleicht Kristina Nolte (2005) die strategische Personalisierung von Politikern mit dem Verkauf von Waren, wobei immer ein Image davon konstruiert wird, das die Aufmerksamkeit der Rezipienten gewinnen soll.

Auf diese Weise wird der Begriff des politischen Images zu dem wesentlichen Bestandteil der politischen Personalisierung.

Hier weist Erikson (1966) auf die, für die Kommunikationswissenschaft wichtige, Unterscheidung von Image als Fremdwahrnehmung und Identität als Selbstwahrnehmung hin. Er besagt, dass die Identität biographisch verwurzelt ist und erst durch die individuelle Wahrnehmung von seiner eigenen Gleichheit und Kontinuität in der Zeit entsteht. Das Image hat an seiner Stelle nichts mit Selbstwahrnehmung zu tun, sondern mit dem „vereinfachten, typisierten und in der Regel bewerteten Vorstellungsbild, das sich über Eindrücke, Wahrnehmungen oder Denkprozesse von irgendetwas (Objekte, Personen, Sachverhalte, Organisationen) bildet“ (Bentele 1998: 657).

In der Kommunikationswissenschaft kommt das Wort Image aus dem Lateinischen und bedeutet „geistiges Bild, Vorstellung“ (Nolte 2005: 136). Die Tendenz zur Personalisierung der Spitzenkandidaten und Konstruktion von politischen Images ist in Westeuropa nicht neu. In Deutschland zeigen mehrere Studien, dass zu Zeiten der Wahlkämpfe seit 1998 stark personalisiert berichtet wird (vgl. Wilke & Reinemann 2000, 2006; Schulz & Zeh 2006 in Kuhn 2004).

Die professionellen politischen Imagekampagnen können den Wahlausgang sehr beeinflussen. John F. Kennedy hat 1961 eine erfolgreiche Imagekampagne durchgeführt und die Wahl gewonnen, obwohl er privat eine ganz andere Persönlichkeit hatte (vgl. Münkler 2008). Paul

berichtet über ein Anti-Image von Angela Merkel und sagt, dass die aktuelle Bundeskanzlerin früher als „Antiheldin der Mediendemokratie“ galt (Paul 2009: 2). Im Laufe ihrer politischen Karriere und mit Hilfe von Imageberatern hat sich ihr Image stark verändert.

Trotz umfangreicher Studien zur Imageforschung gibt es noch Unklarheiten hinsichtlich der Begriffsbestimmung. In verschiedenen Arbeiten wird das Image-Konstrukt oft aus unterschiedlichen Sichten betrachtet, entweder als Wahrnehmung der Vorstellungsbilder der Kandidaten von Bürgern, oder als Darstellungen von Kandidaten in den Medien. Deswegen wird an dieser Stelle das theoretische Konstrukt des politischen Images erklärt.

Lippmann (1922) und Salcher (1978) sprechen über das psychologische Konstrukt „*Politiker-Image*“ und betrachten es als die Menge der individuellen, subjektiven und stereotypischen Vorstellungsbilder der Rezipienten über den politischen Akteur. Hier ist die Wahrnehmung eines Imageträgers durch die Bürger gemeint. Solche Images entstehen weniger aus objektiven und rationalen Überlegungen und können bei jedem Rezipienten divers sein, weil sie erst im kognitiven System eines Individuums existieren, das von Emotionen und anderen psychologischen Regungen beeinflusst wird (vgl. in Kindelmann 1994).

Die vorliegende Forschung untersucht keine Wahrnehmung der Images, sondern betrachtet das politische Image nach Swanson (1991) als Konstrukt „*Politiker in den Medien*“. So sind politische Akteure damit theoretisch als Konstrukt der journalistischen Darstellungen in den Massenmedien zu verstehen. Zimmermann gibt folgende Definition vom Medien-Image: „Medien-Image meint somit das Image eines Meinungsgegenstandes bei einer sozialen Gruppe, wie es in den massenmedial vermittelten Informationen, die diese Gruppe produziert bzw. konsumiert, zum Ausdruck kommt“ (Zimmermann 1986: 34).

Das heißt, politische Medien-Images ergeben sich erst mit der Berichterstattung über bestimmte Politiker und sollen unbedingt im Bezug auf den ganzen Kontext betrachtet werden.

Doris Graber (1972) erfasste das politische Medien-Image als subjektive Bewertungen persönlicher und berufsbezogener Eigenschaften von Politikern aus der Sicht der Journalisten (vgl. Kindelmann 1994). In ihrer Studie „Personal Qualities in Presidential Images: The Contribution of the Press“ untersuchte sie die Presseberichterstattung des Wahlkampfes 1968 im Zeitrahmen von vier Wochen. In den 3163 Artikeln wurden alle Aussagen analysiert, die die Kandidaten auf die eine oder andere Weise charakterisiert haben. Die Kriterien der Analyse, beziehungsweise die Komponenten des politischen Medien-Images werden im nächsten Kapitel ausführlicher betrachtet (vgl. Midwest Journal of Political Science 1972).

3.3.2 Politische Medien-Images und ihre Komponenten

Mit ihrer umfangreichen Untersuchung der Presseberichterstattung über politische Kandidaten auf Präsenz von Medien-Images hat Doris Graber nicht nur zu der amerikanischen, sondern auch zu der internationalen Medien- und Kommunikationsforschung ihren Beitrag geleistet. Das ganze Material wurde von ihr anhand fünf Kriterien untersucht: *issues*, *personal attributes*, *style*, *professional image* und *professional capacities*. In hohem Maße haben sich damals die persönlichen Attribute am häufigsten gezeigt. Später hat die Forscherin eine Content-Analyse von der politischen Berichterstattung im Fernsehen anhand der gleichen Kriterien durchgeführt, wobei die Medien-Images der Kandidaten im Fernsehen einfacher und positiver als die in der Presse erschienenen, waren (vgl. Graber 1976: 53).

Im Rahmen der Untersuchung zum Thema der Agenda-Setting-Funktion der Massenmedien wurde von Weaver (1981) und seinen Kollegen eine Analyse von den Medien-Images des Wahlkampfes 1976 durchgeführt, die sich auf 11 unterschiedliche Kriterien, wie zum Beispiel *leadership qualities*, *appealing manner* oder *people's person*, orientiert hat.

Robinson entwickelte für seine Untersuchung, zum Wahlkampf 1980, vier Dimensionen, die ihm bei der Feststellung der Images von den Kandidaten geholfen haben: *competence, integrity, consistency, quality* (vgl. Weaver 1981, Robinson 1981 in Kindelmann 1994).

Eine der wichtigsten Studien zum politischen Medien-Image im deutschsprachigen Raum wurde über einen Zeitraum von neun Jahren von Kepplinger, Donsbach und Brosius durchgeführt. Es wurden insgesamt 5242 Artikel über Helmut Kohl untersucht, wobei sich 66 Einzeleigenschaften gefunden haben, die in sechs vorher entwickelten Kategorien verteilt wurden: *politische Fähigkeiten, Persönlichkeit, Verhältnis zu anderen, Auftreten, Grundhaltungen* und *Vergleich mit anderen Politikern* (vgl. Kepplinger, Donbach & Brosius 1986 in Kindelmann 1994). Kindelmann gibt einen guten Überblick auf die von vielen Forschern entwickelten Komponenten des politischen Medien-Images:

Abbildung 2.4.2./1 Komponenten des medialen Vorstellungsbildes von Politikern, Ergebnisse ausgewählter Studien

| Autoren (Veröff.) | Untersuchungs-jahr | Analyisierte Medien und Sample | Anzahl der Komponenten und Beob.-zeitraum | Ergebnisse: Bezeichnung der Komponenten und Kategorien |
|--|--------------------|---|---|---|
| Graber (1972) | 1968 | Presse (20 Zeitungen) | 4 4 Wochen | persönliche Eigenschaften Zuverlässigkeit professionelles Image berufsbezogene Fähigkeiten |
| Graber (1976) | 1972 | Presse und Fernsehen (20 Zeitungen und TV-Abendnachrichten) | 4 4 Wochen | persönliche Eigenschaften Zuverlässigkeit professionelles Image berufsbezogene Fähigkeiten |
| Weaver, Graber, McCombs & Eyal (1981) | 1976 | Presse (Chicago Tribune) | 11 1 Jahr | prinzipientreu führungsstark ansprechend urteilsfähig mitfühlend vertrauenswürdig geradeheraus zurückhaltend |
| Kepplinger & Ohl (1980) | 1976 | Presse (FAZ, FR, SZ und Welt) | 6 4 Wochen | politischer Stil Persönlichkeit politische Fähigkeit polit. Grundhaltung Sachkompetenz Verh. zu pol. Institutionen |
| Robinson (1981) | 1980 | Fernsehen (CBS Evening News) | 4 10 Monate | Kompetenz Integrität Durchgängigkeit Qualität |
| Kepplinger, Donsbach, Brosius & Staab (1986) | 1985 | Presse (FR, SZ, FAZ, Welt, Die Zeit, Der Spiegel und Stern) | 6 9 Jahre | Integrität Entscheidungskraft geistige Fähigkeiten Konfliktfähigkeit Interaktionsfähigkeit Weltläufigkeit |
| Kepplinger, Dahlem & Brosius (1993) | 1990 | Fernsehnachrichten (ARD, ZDF, RTL+, Sat.1) | 5 3 Monate (3.9. bis 1.12.1990) | Integrität Erfahrung Selbstsicherheit Rücksichtnahme/-losigkeit Sachkompetenz |

Abbildung 5. Komponenten des medialen Vorstellungsbildes von Politikern (Kindelmann 1994: 41)

Die vorliegende Untersuchung basiert im Großen und Ganzen auf den Kategorien von Kepplinger, weil sie weitestgehend dabei geholfen haben, die wichtigen Informationen für die Beantwortung der Forschungsfragen herauszufinden. Die Kategorien wurden sinnvoll für die Analyse modifiziert und teilweise geändert. Nach dem Pre-Test wurde die Komponente „Auftreten“ mit der Komponente „Stil“ nach Graben ersetzt. Mehr Informationen darüber im empirischen Teil der Arbeit.

3.3.3 Die Rolle der Journalisten bei der Konstruktion der politischen Medien-Images

Die vorliegende Arbeit untersucht, inwiefern die russischen Printmedien die Medien-Images für westliche Politiker konstruieren und ob diese mit der russischen Außenpolitik übereinstimmen. Daher ist es sinnvoll, zunächst die Rolle der Journalisten bei der Konstruktion der politischen Medien-Images zu definieren.

Eine der Hauptaufgaben von Journalisten ist es die Rezipienten über das aktuelle politische Geschehen zu informieren und sie mit Politikern und politischen Kandidaten vertraut zu machen. So haben die Journalisten die Möglichkeit, durch ihre eigenen Bewertungen und subjektiven Urteile das Abbild der politischen Realität und politischen Akteure zu beeinflussen.

Es ist deutlich erkennbar, dass journalistische Bewertungen und Urteile sehr stark von der redaktionellen Politik ihrer Zeitungen, und in einigen Ländern, auch von der Regierung abhängig sind. Hier spielt die redaktionelle Pressefreiheit und Pressefreiheit der Medien im jeweiligen Land eine bestimmende Rolle. An dieser Stelle erwähnt Kindelmann (1994) eine Studie von Kepplinger zum Bundestagswahlkampf 1976, in der er und seine Kollegen die journalistischen Aussagen einer Qualitätszeitung mit der Gesamtberichterstattung verglichen haben. Die Forscher sind zur Schlussfolgerung gekommen, dass in der Berichterstattung dieser Zeitung viel deutlicher eine politische Richtung zu merken war, als in der gesamten politischen

Berichterstattung zum Wahlkampf. Das heißt, journalistische Berichte werden bei redaktioneller Politik, die von der Regierung abhängig ist, beeinflusst (vgl. Kepplinger & Obi 1980).

Dies führt dazu, dass Journalisten bei der Konstruktion von politischen Medien-Images eine wichtige Rolle spielen: durch ihre Aussagen und Beurteilungen können sie zielgerichtet die Images von Kandidaten und auch die Wahrnehmung dieser von Rezipienten generieren oder ändern.

4 Empirische Vorgehensweise

Im Weiteren wird die behandelte theoretische Grundlage dieser Arbeit empirisch unterlegt. Die Inhalte russischer Onlinemedien werden mit Hilfe einer Inhaltsanalyse untersucht. In den nächsten Kapiteln wird die Auswahl der Methode und des Materials ausführlich begründet, sowie der Entwicklungs-, Test- und Anwendungsprozess beschrieben.

Mittels formulierter Forschungsfragen wird untersucht, wie russische Printmedien, beziehungsweise ihre Onlineversionen, ausgewählte westliche Politiker darstellen und welche Medienimages für diese konstruiert werden.

4.1 Forschungsfragen

Die forschungsleitenden Fragestellungen lauten:

FF1: In welcher Weise konstruieren die russischen Medien ein Image von Donald Trump, Emmanuel Macron und Alexander Van der Bellen während ihrer Wahlkampagnen 2015-2017?

- 1.1. Welche Themen werden in der Berichterstattung mit diesen Politikern verbunden und wie werden diese behandelt?

- 1.2. Was ist der Personalisierungs- und Emotionalisierungsgrad der Berichterstattung bei jedem Politiker?
- 1.3. Wie negativ, positiv oder neutral werden die Kandidaten dargestellt?
- 1.4. Welche persönlichen/professionellen Eigenschaften werden hervorgehoben?
- 1.5. Welche strategischen Grundhaltungen der Kandidaten werden beleuchtet?
- 1.6. Wie werden die Kandidaten im Bezug auf Russland dargestellt?

FF2: Inwiefern stimmen die von russischen Medien ausgeprägten Images der ausgewählten Politiker mit den aktuellen politischen Beziehungen zwischen Russland und den USA, Frankreich und Österreich überein?

Die bereits behandelten theoretischen Grundlagen der Kommunikationsforschung dienen dem Aufbau der beiden Forschungsfragen. Die erste Fragestellung basiert einerseits auf der konstruktivistischen Theorie, welche die Prägung von politischen Medien-Images, als ein Teil der Konstruktion der Medienrealität betrachtet. Andererseits basiert die Fragestellung auf der Imageforschung, welche sich mit den Bestandteilen des politischen Medien-Images beschäftigt. Anhand der zweiten Frage sollen politische Medien-Images mit den aktuellen internationalen Beziehungen abgeglichen werden, wobei sich der Handlungstheorie, sowie der vergleichenden Politik bedient wird.

Um die codierten Informationen besser bearbeiten und Zusammenhänge zwischen ihnen feststellen zu können, wurde hypothesengenerierend gearbeitet. Die Hypothesen werden im Kapitel „Auswertung“ präsentiert.

4.2 Erhebungsmethode und Ziele der Analyse

Die Studie untersucht die Darstellung westlicher Politiker in den Onlineversionen russischer Printmedien während ihrer Wahlkampagnen in den Jahren 2015 bis 2017. Ziel der Untersuchung ist es, Tendenzen in der Präsentation von Politikern aufzudecken, Daraus sollen anschließend die Medien-Images, der jeweiligen Politiker in den russischen Medien, formuliert werden. Die Ermittlung des Konstrukts eines politischen Medien-Images wird mit der wissenschaftlichen Untersuchungsmethode der Inhaltsanalyse ermittelt. „Die Inhaltsanalyse ist die empirische Methode, die im weitesten Sinne der Analyse von Texten dient. Sie spielt gerade in der Sozial- und Kommunikationswissenschaft eine wichtige Rolle.“ (Merten 1995: 15)

Im Folgenden soll zwischen der qualitativen und quantitativen Inhaltsanalyse unterschieden werden. Mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse können wenige Medieninhalte sehr detailliert untersucht werden. Die quantitative Inhaltsanalyse wiederum dient der Untersuchung einer großen Menge von Material anhand vorher entwickelter Merkmale. Diese Methode wird nicht nur in der Kommunikationswissenschaft, sondern auch in der Politikwissenschaft, Psychologie oder Sozialwissenschaft angewendet (vgl. Rödder 2005).

Der Kommunikations- und Medienforscher Werner Früh (2015) definiert die quantitative Inhaltsanalyse als eine empirische Methode zur systematischen und intersubjektiv nachvollziehbaren Untersuchung und Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen. In der vorliegenden Arbeit findet, mithilfe dieser Methode, eine systematische, quantitative Beschreibung inhaltlicher Merkmale von Onlinemedieninhalten hinsichtlich der Vielfalt und Wiederholung der darin dargestellten Informationen statt.

Eine systematische und ausführliche Inhaltsanalyse hat immer theoriegeleitet vorzugehen. Dementsprechend wird das Material einer theoretisch abgeleiteten Fragestellung folgend analysiert und nach theoriebezogenen Kategorien codiert. Dies stellt sicher, dass die

Ergebnisse der Untersuchung auf einem theoretischen Fundament gründen. (vgl. Langer 2000).

An dieser Stelle ist es wichtig zu erwähnen, dass jede quantitative Analyse einen inhärent qualitativen Prozess bei der Erstellung des Kategoriensystems in sich trägt. Die Kategorien, nach denen man im Weiteren codiert, werden mit einer gründlichen qualitativen Voranalyse entwickelt und validiert. Ein quantitatives Vorgehen schließt eine qualitative Voranalyse nicht aus; vielmehr bestärken sich diese zwei Methoden einander. Dementsprechend repräsentiert auch die vorliegende Forschung eine quantitative Inhaltsanalyse mit einer deduktiv qualitativen Kategorienbildung.

Als Vorteil einer quantitativen Inhaltsanalyse werden oft die Nachvollzieh- und Kontrollierbarkeit genannt. Dies bedeutet vor allem, dass andere Forscher bei Wiederholung der Analyse, bzw. bei Anwendung desselben Kategoriensystems, auf Grundlage desselben Materials zu demselben Resultat kommen müssten (vgl. Früh 2015; Kromrey 2009).

Es handelt sich also um Gütekriterien, bzw. Prinzipien, die man bei der Datenerhebung beachten sollte, um repräsentative Informationen zu erhalten. Als eines dieser Kriterien gilt die *Reliabilität* oder Zuverlässigkeit der Erhebungs- und Auswertungsprozedur (vgl. Kromrey 2009). Für die Inhaltsanalyse der vorliegenden Magisterarbeit wurde ein Kategoriensystem, bzw. ein Codebuch erstellt, dessen Kategorien hinsichtlich ihrer Reliabilität geprüft worden sind (siehe Kapitel „Pre-Test“). Für jede Dimension wurden Analysekatoren entwickelt, denen das ausgewählte Material zugeordnet worden ist. Auf dieser Basis erfolgt in weiterer Folge die statistische Auswertung, um dann die offengelegten Images beschreiben und die Forschungsfragen vollständig beantworten zu können.

Durch größere Stichproben hat die Methode der quantitativen Inhaltsanalyse eine hohe Validität und Vergleichbarkeit der Ergebnisse. Außerdem ermöglicht sie eine Ermittlung und Überprüfung von statistischen Zusammenhängen, was die Objektivität der Analyse erhöht.

4.3 Begründung des Untersuchungsmaterials

Inhaltlicher Fokus der Magisterarbeit liegt auf der Untersuchung politischer Qualitätszeitungen. Für die Analyse wurden die jeweiligen Onlineversionen herangezogen, um somit die Suche nach geeigneten Artikeln zu erleichtern.

Allgemein gelten für Qualitätsmedien folgende Merkmale (Weischenberg, Kleinsteuber & Pörksen 2005: 374):

- zeitliche Aktualität
- Relevanz des Themas für die Rezipienten
- Objektivität/Vielfalt (Trennung von Realität und Meinungen darüber, Vielfalt der Ansichten, Glaubwürdigkeit)
- Originalität (Eigenrecherche, zusätzliche Hintergrundinformationen)
- Komplexitäts- Reduktion (verständliche Sprache, notwendige Kontextinformation)

Qualitätsmedien geben meist tiefere Einblicke in die Thematik und verfügen über analytisch und gewissenhaft recherchierte Hintergrundinformationen, weshalb diese als erstes formales Abgrenzungskriterium für das analysierte Material herangezogen werden.

Um vielseitige Meinungen und Informationen sammeln zu können, ist es für die vorliegende Untersuchung wichtig, Quellen zu wählen, die einerseits möglichst neutral gestaltete politische Inhalte anbieten, aber andererseits auch unterschiedliche Positionen und Ansichten vertreten. In diesem Spannungsfeld wurden alle drei „Arten“ politischer Qualitätszeitungen für die Analyse herangezogen: Zeitungen, welche die jeweilige Regierung tendenziell unterstützen; Zeitungen, welche sich tendenziell als unabhängige Presse bezeichnen, wobei sie auch von der Regierung gesponsert werden können, sowie oppositionelle Medien. Die Unterscheidungen der politischen Zeitungen hat nicht zum Ziel die unterschiedliche Berichterstattung

herauszuarbeiten, sondern vielseitige Artikel und vielfältige Meinungen zu sammeln, um später eine repräsentative Datengrundlage zu erhalten.

Folgende, insgesamt 10 politische Zeitungen, wurden ausgewählt, die laut der Statistik des russischen Internet-Portals „Metodologia“ im Juni 2017 zu den populärsten qualitativen Printmedien Russlands zählten:

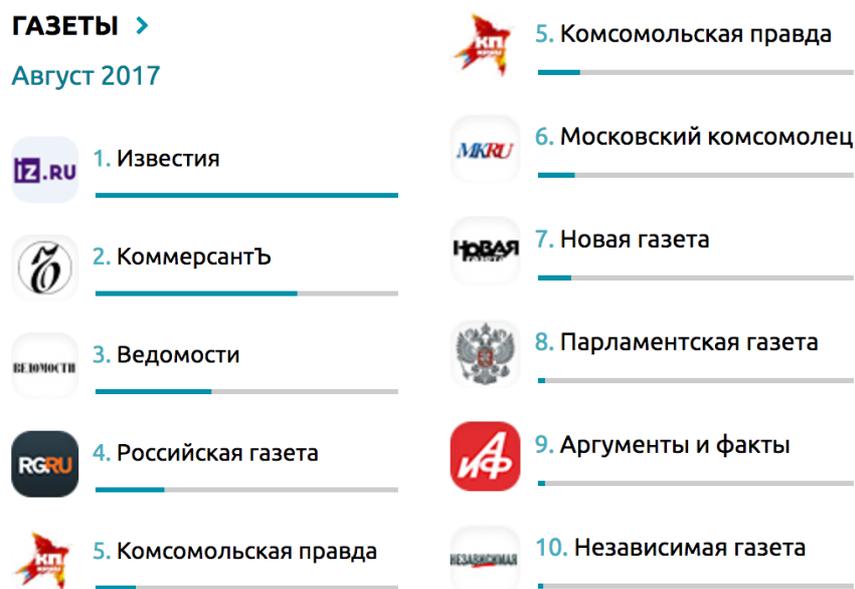


Abbildung 6. Top-10 Russische Printmedien (Das statistische Internet-Portal Metodologia 2017)

Es werden insgesamt 150 Artikel aus den Onlineversionen qualitativer politischer Zeitungen untersucht (Abbildung 6.).

Zweites formales Abgrenzungskriterium ist der redaktionelle Beitrag einer politischen Zeitung, der in Form eines Berichts, Interviews oder einer Nachricht erscheinen kann. In Printmedien und ihren Onlineversionen ist ein politischer Beitrag ein journalistischer Text mit Überschrift oder ein selbständiges Bild mit Text. Es werden nur die Artikel aus dem Ressort „Politik“ codiert. Alle analysierten Zeitungen und Magazine sind zwar politischer Natur, dennoch wurde das konkrete Ressort des Artikels nochmals überprüft.

Ferner werden für die Untersuchung nur solche Beiträge als Analyseeinheit verwendet, die entweder in der Überschrift, dem Zwischentitel oder der Einführung einen der Politiker nennen, oder ein Bild vom Kandidaten zeigen.

Das politische Medien-Image bildet sich aus der Summe aller Urteile in den Massenmedien. Für die Forschung sind daher alle Medieninhalte relevant, die Informationen über Grundhaltungen, Auftreten sowie Charaktereigenschaften enthalten. Da die untersuchten Images von und in einem anderen Land geprägt werden, sind Bewertungen und Beurteilungen der Kandidaten besonders bedeutsam.

4.4 Begründung des Untersuchungszeitraumes

Massenmedien konstruieren Medien-Images von politischen Akteuren, heben unterschiedliche politische Ereignisse hervor und passen diese Aktivitäten dem jeweils gegenwärtigen Zeitpunkt entsprechend an. In Folge dessen werden von der Gesellschaft zu bestimmten Zeiten auch bestimmte politische Themen diskutiert.

In diesem Kontext ist die beste Zeitspanne zur Konstruktion politischer Medien-Images jene des Wahlkampfes, da die Politik für die meisten Wähler primär über die Massenmedien stattfindet. Während der Wahlkampfzeit nehmen die Medien nicht nur die Rolle einer Brücke zwischen Politik und Bürger ein und haben demnach eine Orientierungsfunktion, sondern fungieren auch als Mobilisierungsinstanz, welche die Wählerschaft zur Partizipation am Wahlkampf auffordert. Hoher Status, Macht und Prominenz sind die Merkmale, an denen sich die Medienaufmerksamkeit orientiert (vgl. Schulz 2008).

Auf diese Weise steht das Handeln von Politikern und Parteien unter dem Einfluss von Massenmedien. Dieses Thema erfuhr erstmals nach der Veröffentlichung der Ergebnisse zu

der „Theorie der Schweigespirale“ von Elisabeth Noelle-Neumann 1973 eine erhöhte wissenschaftliche Aufmerksamkeit. Die Forscherin hatte erstmals die Frage nach der Macht der Medien gestellt und Ihre Ergebnisse auf Umfragen während Wahlkampfperioden begründet (vgl. Holtz-Bacha & Kaid 1996). Seitdem wurden zu diesem Thema zahlreiche weitere Studien erarbeitet (vgl. Graber 1972, Robinson 1981, Kepplinger&Obi 1980). Dabei bezieht sich der Untersuchungszeitraum vieler Studien zur politischen Kommunikation auf die Wahlkampfzeit. Dem bewährten Vorgehen der bereits geleisteten wissenschaftlichen Arbeiten auf diesem Gebiet soll in der vorliegenden Arbeit Folge geleistet werden, indem die Darstellung politischer Kandidaten in Russland, zu Wahlkampfzeiten, sowie unter der Berücksichtigung außenpolitischer Beziehungen, untersucht wird.

Der Untersuchungszeitraum der vorliegenden Arbeit umfasst konsequenter Weise die Zeit der Wahlkampagnen von Trump, Macron und Van der Bellen, welche jeweils als die fünf Monate vor der Wahl definiert sind. Wahlkampagnen starten oftmals entspannter, weshalb häufig von einer „heißen Phase“ des Wahlkampfs etwa sechs Wochen vor dem Wahltag gesprochen wird (Tenscher 2016: 78). Ein Zeitraum von fünf Monaten zur Darstellung der Kandidaten in einem anderen Land umfasst ebenfalls die Spanne während der die Intensität des Wahlkampfs noch nicht so hoch ist und erlaubt es daher repräsentative, sowie objektive Ergebnisse zu liefern.

In Folge wurden für die weitere Analyse folgende Untersuchungszeiträume bestimmt:

- Donald Trump: *6 Juni 2016 – 8 November 2016*
- Emmanuel Macron: *8 Dezember 2016 – 8 Mai 2017*
- Alexander Van der Bellen: *22 Dezember 2015 – 4 Dezember 2016*

Bei Alexander Van der Bellen wurde der Untersuchungszeitraum sowohl vor der ersten, als auch vor der zweiten Wahl genommen.

4.5 Operationalisierung

Ziel der empirischen Analyse ist es, das gesammelte Material anhand vordefinierter Kriterien zu beurteilen, um die vorher aufgestellten Forschungsfragen beantworten zu können. Die Analyse umfasste diverse aufeinanderfolgende Schritte, welche an klassische theoriegeleitete, empirische Sozialforschungsprojekte angelehnt sind (Müller 2014: 369):

- Erforschung des Themas im Allgemeinen; Identifikation der Forschungslücken
- Fragestellung der Erfordernisse und Erarbeitung des theoretischen Rahmens
- Auswahl der Methode und des Materials; Feststellung des Untersuchungszeitraum
- Entwicklung des Erhebungsinstruments; Erstellung des Codebuchs
- Pre-Test; Rückkoppelung der festgestellten Unregelmäßigkeiten
- Durchführung; Codierung der Stichprobe
- Datenanalyse; statistische Auswertung
- Präsentation der Ergebnisse; Beantwortung der Fragestellung

Die Abfolge der dargestellten Analyseschritte ist in der Praxis nicht immer konsekutiv verlaufen. Insbesondere die Entwicklung des Codebuchs, sowie des Pre-Tests haben sich als iterativer Prozess erwiesen. Im Laufe dieser zwei Phasen haben mehrere Iterationen stattgefunden, um die zielführendste Herangehensweise für die vorliegende Arbeit herauszukristallisieren.

4.6 Bestimmung der Analyseeinheiten/Kategorien

Einer der wichtigsten Schritte jeder Inhaltsanalyse ist die Kategorienentwicklung, da von ihr die Vollständigkeit der gesammelten Daten abhängig ist. Für jede wichtige Dimension wurden Analysekategorien entwickelt und das ausgewählte Material zugeordnet. Auf dieser Basis erfolgte die statistische Auswertung mit Hilfe des Programmes „SPSS Statistics v.22“, um die

offengelegten Images zu beschreiben und die Forschungsfragen vollständig zu beantworten.

Die Analyseeinheiten, beziehungsweise Kategorien, wurden hierarchisch aufgebaut und beziehen sich jeweils auf einen einzelnen Artikel. Insgesamt wurden alle Kategorien in drei Ebenen aufgeteilt.

Auf der ersten Ebene (*Beitragsebene*) wurden formale Variablen des Artikels codiert, wie zum Beispiel: Name der Zeitung, Erscheinungsdatum, Darstellungsform des Artikels.

Diese Ebene dient vor allem zur einfachen Findung des Artikels und seiner Quelle. In der späteren Analyse, haben sich auch interessante Ergebnisse in Verbindung mit den Quellen gezeigt. Diese werden im Kapitel „Auswertung“ näher beschrieben. Die Abgrenzungskriterien für das Analysematerial wurden im vorherigen Kapitel „Begründung des Untersuchungsmaterials“ aufgezeigt.

Auf der zweiten Ebene (*Inhaltsebene*) tritt ein kontinuierlicher Personenbezug auf. Das Kriterium für die Codierung der Personenmerkmale ist die Nennung oder Identifikation der Namen Trump, Macron oder Van der Bellen. Für jeden Artikel wird maximal ein Personenbezug codiert. Im Zusammenhang mit diesen Personenbezügen werden auch die Themenmerkmale erfasst und codiert. Hier war es vor allem wichtig, alle inhaltlichen Variablen zu erfassen, um einen Überblick über die Artikel und die Präsentation der jeweiligen Information, geben zu können. Die Themenliste befindet sich im angehängten Codebuch. Der Inhalt jedes Artikels im Bezug auf Kandidaten wird am Ende zusammenfassend entweder als positiv, neutral oder negativ bewertet. Diese Ebene ist vor allem deswegen wichtig, weil die Informationen über den Inhalt zeigen können, mit welchen politischen Themen, mit welchem Grad der Emotionalität und Personalisierung die ausgewählten Politiker in den russischen Medien in Zusammenhang gebracht werden.

Die dritte, und für die Forschung wichtigste, Ebene (*Urteilsebene*) bezieht sich unmittelbar auf die Darstellung der Politiker im jeweiligen Artikel. Hier erfolgt die kontextabhängige Analyse

der Präsentationsformen der jeweiligen Akteure sowie der Urteile über den Kandidaten. Die Urteilebene erfasst alle qualifizierenden und charakterisierenden Aussagen zu den ausgewählten Politikern. Unter einer qualifizierenden Aussage wird nach Kindelmann (1994) ein eindimensionales Urteil oder eine Bewertung über die Kandidaten verstanden. Jede solche Aussage soll den Kandidaten in einer bestimmten Weise bezüglich folgender fünf Dimensionen charakterisieren: *Professionelle Fähigkeiten* des Kandidaten und seine *Persönliche Charaktereigenschaften*, das *Verhältnis zu anderen* Ländern, *Äußeres/Stil*, *Politische Grundhaltungen* und *Vergleich mit anderen* Politikern. (vgl. Graber 1972, Kepplinger 1986) Durch diese Dimensionen wird, laut Kepplinger, ein bestimmtes Vorstellungsbild beziehungsweise Image über den Kandidaten erstellt. Auf der Inhaltsebene wurde nicht codiert, wenn der Artikel keine beurteilenden Aussagen beinhaltete. Wenn eine Aussage mehrere Charakterisierungen eines Kandidaten enthielt, dann wurde dies entsprechend mehrmals codiert. Vor allem war dabei die positive, neutrale oder negative Richtung des Urteils wichtig. Sachliche Aussagen, die nur Fakten und keine Bewertungen enthalten, wurden als neutral codiert.

Wie bereits erwähnt, wurden die Variablen der Inhalts- und Urteilebene mit einer gründlichen qualitativen Voranalyse entwickelt und validiert. Nachdem die Hauptkategorien des politischen Medien-Images aus der Literatur entwickelt wurden, wurden in einem weiteren Schritt ca. 100 Artikel (65% des gesamten Materials) durchgelesen und alle wichtigen Merkmale markiert. Auf deren Basis wurden weitere Variablen entwickelt, wie zum Beispiel die Themen der Artikel (Variable 008) festgesetzt, Dimensionen professioneller Fähigkeiten (Variable 011) und persönlicher Charaktereigenschaften (Variable 012) definiert, oder auch die erwähnten politischen Grundhaltungen (Variable 015) notiert.

Das, auf die forschungsleitende Frage abgestimmte, Kategoriensystem bezieht sich auf die im Theorieteil beschriebenen theoretischen Ansätzen und Ergebnisse der früheren

wissenschaftlichen Studien zur politischen Medienforschung. Vor allem die Studien von Doris A. Graber (1972) „Personal Qualities in Presidential Images: The Contribution of the Press“ und Klaus Kindelmann (1994) „Kanzlerkandidaten in den Medien. Eine Analyse des Wahljahres 1990“.

Zusätzlich wurden auch Zitate von Kandidaten codiert, die einen Bezug auf Russland hatten. Diese Analyseeinheit hatte zum Ziel zu untersuchen, welche Ausschnitte aus direkten Reden der Kandidaten hervorgehoben und wie diese mit den individuellen Images verbunden wurden. Dafür war es notwendig, dass direkte Rede eindeutig einem der Kandidaten zugeordnet werden kann. Auch hier wurde jedes Zitat als negativ, neutral, oder positiv codiert.

4.7 Pre-Test

Wie jedes andere Messinstrument kann auch die Methode der Inhaltsanalyse Messfehler beinhalten. Deswegen war es wichtig das entwickelte Kategoriensystem vor dem Beginn der eigentlichen Codierphase mit einem Pretest zu überprüfen. Mit Hilfe des Pretests sollten eventuelle Probleme empirisch frühzeitig erkannt und entfernt werden. Das Hauptziel war es, die erstellten Variablen in Bezug auf ihre *Reliabilität* zu überprüfen, um die Messqualität und Zuverlässigkeit des ganzen Kategoriensystems zu verbessern.

Der Pre-Test beinhaltete die Probecodierung von einer Teilstichprobe des Untersuchungsmaterials (15 unsystematisch ausgewählte Artikel über einen der Kandidaten), diese wurden von mir und einem zweiten Codierer anhand des entwickelten Codebuchs getrennt verschlüsselt. Wenn alle Kategorien des Codebuchs und die Codieranweisung klar und eindeutig definiert worden sind, sollten sie bei der Anwendung durch unterschiedliche, aber gleich erfahrene Personen, auf dasselbe Material immer zu dem selben Resultat führen (vgl. Mayer 2008).

Nach der Probecodierung wurde ein Interrater-Reliabilitäts-Test durchgeführt, der erlaubt Übereinstimmungen zwischen den Einschätzungen unterschiedlicher Beobachtern zu messen. Die Messung der Reliabilität wurde anhand Kreuztabellen und dem Cohen's Kappa Koeffizient realisiert. Cohen's Kappa wird am häufigsten zur Berechnung der Übereinstimmungen zwischen zwei Beurteilern für kategoriale Daten verwendet (vgl. Cohen 1960). Die Berechnungsformel für Cohen's Kappa lautet:

$$\kappa = \frac{p_0 - p_c}{1 - p_c}$$

Wobei p_0 der Anteil tatsächlich beobachteter Übereinstimmungen der beiden Beobachter und p_c der Anteil zufällig erwartete Übereinstimmungen ist. Der Kappa-Wert (k-Wert) kann zwischen 0 (abweichenden Codierung, keine Reliabilität) und 1 (übereinstimmende Codierung, hohe Reliabilität) liegen (vgl. Landis & Koch 1977):

| κ Wert | Übereinstimmung |
|------------------|---|
| < 0.20 | Poor (schlechte Übereinstimmung) |
| 0.21-0.40 | Fair (ausreichende Übereinstimmung) |
| 0.41-0.60 | Moderate (mittelmäßige Übereinstimmung) |
| 0.61-0.80 | Good (beachtliche Übereinstimmung) |
| 0.81-1.00 | Very good (fast vollkommene Übereinstimmung) |

Abbildung 7. Werte und Übereinstimmungen von Cohen's Kappa (eigene Darstellung)

Über die Grenzwerte einer guten Übereinstimmung im Cohen's Kappa-Koeffizient bestehen in der Literatur unterschiedliche Informationen. Normalerweise liegen sie alle > 0.70 , aber manchmal sind auch niedrigere Werte zu finden. In dieser Arbeit wurden Grenzwerte von Landis & Koch (1977) verwendet, wobei eine gute Übereinstimmung zwischen 0.61-0.80 liegt.

Die Reliabilität-Koeffizienten waren generell hoch und lagen zwischen „vollkommen“ und „beachtlich“:

| <i>Variable</i> | Cohens Kappa Wert | Signifikanz (<i>p</i>) | Übereinstimmung |
|-----------------|--------------------------|-------------------------------|------------------------|
| V003 | 0,706 | 0,004 | beachtlich |
| V004 | - | - | - |
| V005 | 0,885 | 0,000 | fast vollkommen |
| V006 | 0,702 | 0,000 | beachtlich |
| V007 | 0,298 | 0,027 | ausreichend |
| V008a | 0,799 | 0,000 | beachtlich |
| V008b1 | 0,918 | 0,000 | fast vollkommen |
| V008b2 | 0,926 | 0,000 | fast vollkommen |
| V008b3 | 0,679 | 0,000 | beachtlich |
| V008b4 | 0,656 | 0,000 | beachtlich |
| V008b5 | 0,338 | 0,019 | ausreichend |
| V008b6 | - | - | - |
| V009 | 0,713 | 0,000 | beachtlich |
| V010 | 1,000 | 0,000 | vollkommen |
| V011a | 0,634 | 0,008 | beachtlich |
| V011b | 0,643 | 0,001 | beachtlich |
| V011c | - | - | - |
| V011d | 0,762 | 0,002 | beachtlich |
| V012a | - | - | - |
| V012b | - | - | - |
| V012c | - | - | - |
| V012d | - | - | - |
| V012e | - | - | - |
| V012f | - | - | - |
| V012g | - | - | - |
| V012h | - | - | - |
| V012i | - | - | - |
| V012j | - | - | - |
| V012k | - | - | - |
| V012l | - | - | - |
| V012m | 1,000 | 0,000 | vollkommen |
| V012n | 1,000 | 0,000 | vollkommen |
| V013a | - | - | - |
| V013b | 1,000 | 0,000 | vollkommen |
| V014 | 0,385 | 0,075 | ausreichend |
| V015a | 1,000 | 0,000 | vollkommen |
| V015b | - | - | - |
| V015c | 1,000 | 0,000 | vollkommen |
| V015d | - | - | - |
| V015e | - | - | - |
| V015f | - | - | - |
| V016 | 0,667 | 0,001 | beachtlich |
| V017 | 0,643 | 0,004 | beachtlich |

Abbildung 8. Reliabilität-Koeffizienten der Variable

Das heißt, dass sich die meisten Variablen als „signifikant“ (die Signifikanz lag bei meisten Variablen unter 0,05) gezeigt haben und das Kategoriensystem insgesamt als verständlich bewertet werden konnte. Doch bei den folgenden Variablen gab es Probleme:

- Bei vielen Variablen konnte der k-Wert nicht gemessen werden, weil die Codierungen der beiden Beobachter immer konstant waren. Solch eine Situation tritt in einem Pre-Test mit nur einer Teilstichprobe auf;
- V014 hatte einen niedrigen k-Wert mit einer viel zu hohen Signifikanz;

- V007 war zwar signifikant, aber der k-Wert war zu niedrig, was bedeutet, dass die beiden Codierer fast immer unterschiedliche Antworten hatten.

Nach dem Pre-Test des Kategoriensystems, in seiner primären Form, und der Prüfung der Reliabilität für alle Variablen wurden sowohl das gesamte Codebuch, als auch die einzelnen Kategorien mit dem zweiten Codierer besprochen, um einige Analyseeinheiten präziser zu definieren und das Ganze entsprechend der Anmerkungen zu bearbeiten und zu verbessern (vgl. Früh 2015).

Der Pre-Test wurde zur Überarbeitung und Ergänzung des Codebuches herangezogen. Im Endeffekt wurde die ganze Codieranweisung präzisiert und erweitert. Für jede Variable wurden politische Beispiele aus den Artikeln herangezogen. Bei den Variablen 006 „Personalisierungsgrad“ und 007 „Emotionalisierungsgrad“ wurde für deutlichere Ergebnisse auf die Likert-Skala verzichtet. Die Variable 008 „Thema“ wurde verändert, in der weiteren Analyse wurde erst das Hauptthema codiert. Die Variable 014 „Auftreten“ wurde als „Äußeres/Stil“ umgeschrieben und nach Doris Graber (1972) neu kategorisiert. Alle Variablen, bei denen es im Reliabilitätstest Probleme gab wurden bearbeitet, von den beiden Beobachtern neu codiert und auf ihre Reliabilität wieder kontrolliert. Genauere Details dazu können im Pre-Test Protokoll im Appendix gefunden werden.

4.8 Auswertung

Nach dem Pre-Test und der anschließenden Korrektur und Verarbeitung des Codebuchs wurde die Hauptanalyse durchgeführt. Die ganze Codierung fand innerhalb von vier Tagen statt und erfolgte zunächst, so wie auch beim Pre-Test, im Programm Microsoft Excel. Anschließend wurden die Daten in das Statistikprogramm „SPSS Statistics v.22“ eingegeben, wo die ganze statistische Auswertung stattgefunden hat.

Im ersten Schritt sollte ein Gesamtbild der politischen Berichterstattung über westliche

Politiker gemacht und beschrieben werden, um im nächsten Schritt die am häufigsten auftretenden Ebenen (Beitrags-, Inhaltes- oder Urteilstebene) zu kategorisieren. Dafür wurde zuerst mit Hilfe von deskriptiven Häufigkeitstabellen die gesamte Häufigkeit für jede einzelne kategoriale Variable bei allen Politikern kontrolliert, wobei für jede Tabelle immer die benötigten Variablen gewählt wurden. Häufigkeitsverteilungen lassen sich gut tabellarisch darstellen, wie zum Beispiel:

| | | Name der Zeitung / des Magazines | | | |
|-------|-----------------------|----------------------------------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Kommersant | 28 | 18,7 | 18,7 | 18,7 |
| | Novaya Gazeta | 8 | 5,3 | 5,3 | 24,0 |
| | Nesavisimaya Gazeta | 7 | 4,7 | 4,7 | 28,7 |
| | Argumenti I Fakti | 20 | 13,3 | 13,3 | 42,0 |
| | Izvestia | 25 | 16,7 | 16,7 | 58,7 |
| | Rossiyskaya Gazeta | 20 | 13,3 | 13,3 | 72,0 |
| | Moskovskiy Komsomolez | 9 | 6,0 | 6,0 | 78,0 |
| | Vedomosti | 10 | 6,7 | 6,7 | 84,7 |
| | Komsomolskaya Pravda | 9 | 6,0 | 6,0 | 90,7 |
| | Parlamentskaya Gazeta | 14 | 9,3 | 9,3 | 100,0 |
| | Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Abbildung 9. Häufigkeitstabelle für Variable 001

| | | Hauptthema des Artikels | | | |
|-------|-------------------------|-------------------------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Außenpolitik des Landes | 14 | 9,3 | 9,3 | 9,3 |
| | Innenpolitik des Landes | 4 | 2,7 | 2,7 | 12,0 |
| | Russland (positiv) | 20 | 13,3 | 13,3 | 25,3 |
| | Russland (negativ) | 6 | 4,0 | 4,0 | 29,3 |
| | Medien-Propaganda | 4 | 2,7 | 2,7 | 32,0 |
| | Wahlen | 95 | 63,3 | 63,3 | 95,3 |
| | Andere Themen | 7 | 4,7 | 4,7 | 100,0 |
| | Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Abbildung 10. Häufigkeitstabelle für Variable 008

Anhand von Häufigkeitstabellen (noch unabhängig von Kandidaten) konnten folgende wichtige Schlussfolgerungen gemacht werden:

- Die ganze politische Berichterstattung über die Kandidaten kommt am häufigsten in Form eines Berichts (58,7%) oder einer Nachricht (37,3%) vor. Nur 4% werden in Form eines Interviews abgedeckt. Dies bedeutet, dass meinungsbetonte Artikel, die eines der

Merkmale von Interviews darstellen, am wenigsten (23,3%) vorkamen. Meistens waren die Artikel informationsbetont (50%) und hatten immer einen starken oder mittelstarken Personenbezug (55,3% - 37,3%), aber 98 Artikel, 65,3% der gesamten Stichprobe, hatten keinen Emotionalisierungsgrad.

- Generell war das am häufigste vorkommende Thema: „Wahlen“. Das heißt, dass es in 63,3% aller Artikel möglicherweise um eine der folgenden Punkte ging: Illegitimität der Teilnahme an der Wahl; Rolle des Kremls bei der Beeinflussung der Wahlergebnisse; Wahlkampagne des Kandidaten; Erwarteter Wahlausgang; Wahlkampf zwischen den Kandidaten (siehe Codebuch).
- Die Variablen der Urteilebene, die unmittelbar die politischen Medien-Images erfassen sollten, sind bei allen Politikern am wenigsten aufgetreten. So kamen zum Beispiel professionelle Fähigkeiten, wie „Leader“ (Abb.11), „Qualifikation“, „Erfolg“ bei den meisten Artikeln nicht vor. Die einzige Variable dieser Ebene, die oft aufgetreten ist, war „Politische Grundhaltung“. Diese Ergebnisse können darauf hinweisen, dass sich russische Medien nur wenig um die Bildung von Medien-Images für westliche Politiker sorgen, sondern sie im Sinne ihres erwarteten Einflusses auf Russland und internationale Beziehungen präsentieren. Diese Annahme sollte aber zuerst mit einem weiteren detaillierten Test für jeden Kandidaten untersucht werden.

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid nicht vorhanden | 141 | 94,0 | 94,0 | 94,0 |
| schwacher Leader | 1 | ,7 | ,7 | 94,7 |
| starker Leader | 8 | 5,3 | 5,3 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Abbildung 11. Häufigkeitstabelle für Variable 011a

Zudem waren bei vielen Variablen, wie zum Beispiel „Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag“ und „Bezug zu Russland im Artikel“, die Prozentzahlen sehr unterschiedlich, weswegen es auch für die Beantwortung nötig war, die codierten Daten weiter

zu analysieren und die Verteilung von den Häufigkeiten zwischen den Kandidaten zu prüfen. So wurde im nächsten Schritt der Kreuztabellen-Test auf Häufigkeiten wiederholt, diesmal mit Personenbezug. Da es sich in diesem Fall über den Vergleich von zwei kategorialen Variablen handelte (Person + gemessene Variable) wurde entschieden, einen Chi-Quadrat-Test zu machen, um das Signifikanzniveau (anhand Pearson Chi-Square) und auch die Stärke (Cramer's V) der Beziehung zwischen diesen zwei Variablen zu messen. Der Chi-Quadrat-Test untersucht ob eine Variable in zwei oder mehr Stichproben identisch verteilt ist oder nicht.

Für statistisch repräsentative Ergebnisse soll, wie es schon im Pre-Test erwähnt wurde, die Signifikanz unter 0.05 liegen. Der Cramer's V Wert zwischen 0.3-0.5 ist nach Cohen (1988) mittelstark und höher 0.5, stark. Hier ist die Auswertung für Variablen „Vorwiegende Behandlung des Kandidaten im Beitrag“ und „Personenbezug“:

Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag * Personen Bezug Crosstabulation

| | | | Personen Bezug | | | Total |
|--|-----------------------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | vorwiegend negativ | Count | 5 | 16 | 1 | 22 |
| | | % of Total | 3,3% | 10,7% | 0,7% | 14,7% |
| | vorwiegend positiv | Count | 16 | 3 | 8 | 27 |
| | | % of Total | 10,7% | 2,0% | 5,3% | 18,0% |
| | beides, positiv und negativ | Count | 8 | 13 | 2 | 23 |
| | | % of Total | 5,3% | 8,7% | 1,3% | 15,3% |
| | neutral | Count | 21 | 18 | 39 | 78 |
| | | % of Total | 14,0% | 12,0% | 26,0% | 52,0% |
| | Total | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |
| Total | | | | | | |

Abbildung 12. Kreuztabelle Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag * Personenbezug

| Chi-Square Tests | | | |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
| Pearson Chi-Square | 43,846 | 6 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 45,540 | 6 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 8,940 | 1 | ,003 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

Abbildung 13. Chi-Quadrat Test - Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag * Personenbezug

| Symmetric Measures | | | |
|--------------------|------------|-------|--------------|
| | | Value | Approx. Sig. |
| Nominal by Nominal | Phi | ,541 | ,000 |
| | Cramer's V | ,382 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 150 | |

Abbildung 14. Cramer's V - Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag * Personenbezug

In diesem Fall ist erkennbar, dass zum Beispiel über Donald Trump in 16 von 50 Artikeln (32%) vorwiegend positiv und nur in fünf Beiträgen (10%) neutral berichtet wurde. Im Vergleich dazu wurde über Emmanuel Macron und Alexander Van der Bellen in nur drei (6%) und acht (16%) Artikeln vorwiegend positiv berichtet.

Weiteres von Bedeutung ist das Ergebnis vom Pearson Chi-Quadrat Wert auf der Chi-Quadrat Tabelle. Hier ist eine hohe Signifikanz von 0,000 zwischen den beiden Variablen zu erkennen. Das bedeutet, dass die vorwiegend positive/negative oder neutrale Berichterstattung im Beitrag jeweils vom Kandidaten, über den berichtet wird, abhängt.

Der Cramer's V Wert ist 0,382, was eine mittelstarke Beziehung zwischen der Behandlung des Kandidaten im Artikel und dem Personenbezug nachweist.

Aufgrund der effizienteren Darstellung statistischer Informationen mit Hilfe einer Visualisierung, wird die Kreuztabelle wie folgt als Bar-Chart dargestellt:

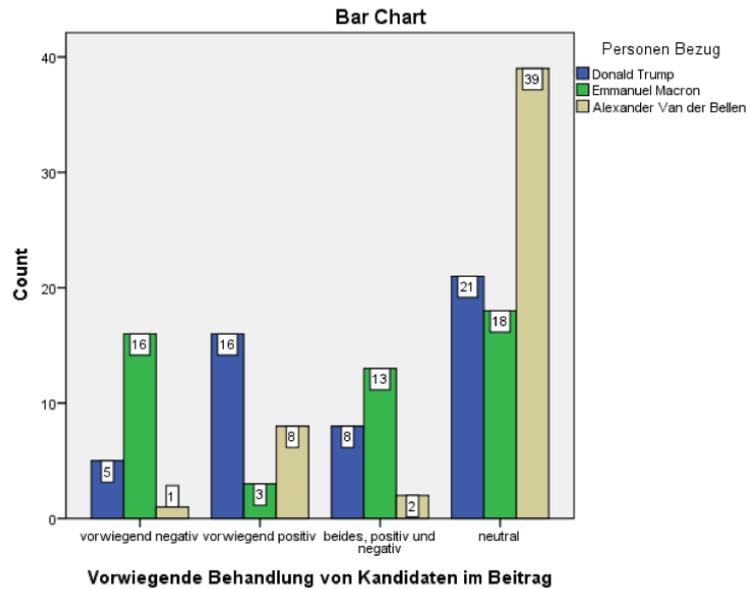


Abbildung 15. Bar-Chart - Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag * Personenbezug

Weitere Kreuztabellen mit dem Personenbezug, Chi-Quadrat Tests und Messung von Cramer's V Werte befinden sich im Appendix.

Der letzte Schritt der Auswertung repräsentiert die restlichen Ergebnisse und ermöglicht somit die Beantwortung der Forschungsfragen. Hier wurde der Chi-Quadrat Test auf Assoziation benutzt, um möglichst viele Zusammenhänge zwischen den Variablen zu bestätigen oder zu wieder legen. Durch einen Chi Quadrat Test auf Assoziation und anhand Kreuztabellen kann man herausfinden, ob eine kategoriale Variable mit einer anderen kategorialen Variable assoziiert ist, beziehungsweise ob sich die Verteilung von Codierungen für eine Variable in Abhängigkeit von der zweiten Variablen signifikant ändert.

So kann beispielsweise festgestellt werden, ob der im Artikel vorwiegend positiv behandelte Kandidat häufiger besser als sein Gegenkandidat bewertet wird.

Auf diese Weise wurden, basierend auf den theoretischen Grundlagen dieser Arbeit, folgende Hypothesen gebildet, die in weiterer Folge bei der Beantwortung der Fragestellungen behilflich sein sollten:

H1: Gibt es einen Zusammenhang zwischen den unterschiedlichen Zeitungen (V001) und der vorwiegenden Behandlung der bestimmten Kandidaten (V004) im Beitrag (V009)?

H2: Gibt es einen Zusammenhang zwischen Emotionalisierungsgrad (V007) und der vorwiegenden Behandlung des Kandidaten im Artikel (V009)?

H3: Haben meinungsbetonte Artikel (V005) einen höheren Emotionalisierungsgrad (V007), als andere Arten von Beiträgen?

H4: Wird der Kandidat, der im Artikel als „vorwiegend positiv“ behandelt wird (V009), auch immer „eher besser als der Gegenkandidat“ (V016) bewertet?

H5: Gibt es einen Zusammenhang zwischen Vorkommen eines positiven/negativen Zitats des Kandidaten (V017) und seiner Behandlung im Beitrag (V009)?

H6: Gibt es einen Zusammenhang zwischen den professionellen Fähigkeiten „starker Leader“/“nicht erfahren/qualifiziert um ein Präsident zu werden“/“kümmert sich um die Bevölkerung“/“erfolgreich/ambitiös“ (V011a/011b/011c/011d) und der „vorwiegend positiven“ Behandlung des Kandidaten im Artikel (V009)?

H7: Gibt es einen Zusammenhang zwischen den professionellen Fähigkeiten „starker Leader“/“erfahren/qualifiziert um ein Präsident zu werden“/“kümmert sich um die Bevölkerung“/“erfolgreich/ambitiös“ (V011a/011b/011c/011d) und der besseren Bewertung der Person als der Gegenkandidat?

H8: Werden die Kandidaten, die als „talentiert“/ „pragmatisch“/ „intelligent“/ „tolerant“/ „sympathisch“ (V012c,012i,012j, 012l, 012n) bewertet sind, immer als „eher positiv“ im Beitrag behandelt (V009)?

H9: Werden die Kandidaten, die als „unentschieden“/ „unbeständig“/ „inkonsequent“/ „flegelhaft“/ „unvorhersehbar/unsympathisch“ (V012a,012e,012f, 012g, 012m) bewertet sind, immer als „eher negativ“ im Beitrag behandelt (V009)?

H10: Werden die Kandidaten in den Artikeln mit einem positiven Bezug auf Russland (V010) immer oder meistens vorwiegend positiv behandelt (V009)?

H11: Gibt es einen Zusammenhang zwischen der Erwartung der Zusammenarbeit mit Russland (V013b) und vorwiegend positiver Behandlung des Kandidaten im Beitrag?

H12: Kommen die negativen/neutralen Zitate in den Artikeln (V017) mit einem „eher negativen/neutralen Bezug auf Russland“ (V010) häufiger vor, als in den Artikel mit einem positiven Bezug auf Russland?

Die Prüfung von diesen Hypothesen sollte bei der Beantwortung der Forschungsfragen helfen. Die aussagekräftigen Chi-Quadrat Tests befinden sich im Appendix. Die Hypothesen 6, 7, 8 und 9 haben keine signifikanten Beziehungen zwischen den Variablen gezeigt und wurden deswegen aus der Analyse rausgenommen. Der Grund dafür ist das seltene Auftreten von diesen Variablen in der gesamten Stichprobe, was eben die Kreuztabellen auf ihre Häufigkeiten gezeigt haben.

Ansonsten haben die durchgeführten statistischen Tests repräsentative Ergebnisse gebracht, anhand deren die Forschungsfragen beantwortet werden konnten. Ausführlicher werden diese Ergebnisse in dem nächsten Kapitel „Interpretation der Ergebnisse“ behandelt.

5 Interpretation der Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die Untersuchungsergebnisse interpretiert und die Forschungsfragen der vorliegenden Arbeit beantwortet. Die Ergebnisdarstellung gliedert sich in zwei Abschnitte: zunächst sollen die Hauptfragestellungen zusammengefasst und beantwortet und in Folge durch die Beantwortung der Unterforschungsfragen unterstützt werden.

5.1 Forschungsfrage 1

Die erste forschungsleitende Fragestellung lautet:

In welcher Weise konstruieren die russischen Medien ein Image von Donald Trump, Emmanuel Macron und Alexander Van der Bellen während ihrer Wahlkampagnen 2015-2017?

Die durchgeführte Analyse von 150 russischen Artikeln über westliche Politiker hat gezeigt, dass sich Qualitätsmedien in Russland während der Wahlkampagnen von Trump, Macron und Van der Bellen darum bemüht haben, diese politischen Akteure nur im Sinne ihrer strategischen Pläne und ihres positiven/negativen oder neutralen Einflusses auf die internationalen Beziehungen und das Land generell darzustellen. Das heißt, dass fast alle Kategorien der Urteilebene, die unmittelbar zu der Offenlegung politischer Medien-Images dienten, gar nicht, oder sehr selten aufgetreten sind. Diese Kategorien basierten auf sechs Image-Komponenten nach Kepplinger (1986) und Graber (1972), die sie in ihren Studien zur politischen Medien-Image Forschung angewendet haben. Die Kategorien wurden für diese Forschung adaptiert und anhand einer vorangehenden qualitativen Pre-analyse in Unterkategorien aufgeteilt. Die Hauptkategorien waren:

- Professionelle Fähigkeiten
- Persönliche Charakteristiken
- Verhältnis zu anderen Ländern
- Äußeres/Stil
- Politische Grundhaltungen
- Vergleich mit Gegenkandidaten

Die deskriptive Statistik der erfolgten Analyse zeigt, dass die einzigen Kategorien dieser Ebene, die repräsentative Ergebnisse gezeigt haben, „politische Grundhaltungen“ und „Verhältnis zu anderen Ländern“ waren, nämlich zu Russland und nicht zu europäischen

Ländern. So hat sich fast in jedem zweiten Artikel eine politische Grundhaltung eines Kandidaten gezeigt. Was die Kategorie „Verhältnis zu anderen Ländern“ betrifft, da hat sich bei dem Verhältnis zu Europa kein starker Zusammenhang zwischen den Variablen gezeigt (Cramer V Wert = 0,254). Im Vergleich dazu war aber die Untervariable „Verhältnis zu Russland“ ziemlich populär und hat sich zum Beispiel in 60% der Trump's, 48% Macron's, aber nur 12% Van der Bellen's Artikeln gezeigt. Es soll erwähnt werden, dass bei dem österreichischen Bundespräsidenten die Beurteilungen meistens entweder neutral waren, oder nicht vorgekommen sind. Aufgrund der wenigen Codierungen bei den anderen Variablen dieser Ebene, konnten die jeweiligen Ergebnisse als nicht repräsentativ betrachtet werden.

Um herauszufinden worauf sich russische Medien bei der Darstellung westlicher Politiker konzentrieren, wurde die Inhaltebene entwickelt. Ihre Kategorien sollten zeigen, mit welchen Themen die Kandidaten verbunden, wie und mit welchem Personalisierungs-/ Emotionalisierungsgrad sie behandelt werden. Hier fällt auf, dass im Vergleich zu den Kategorien der Urteilebene die Kategorien der Inhaltsebene viel öfter relevant waren. Aufgrund dessen wurde eine Codierung, hinsichtlich der Behandlung von Kandidaten in den Beiträgen, ermöglicht. Auch hier gab es bei 56% der Artikel einen Bezug zu Russland.

Demzufolge konnte festgestellt werden, dass russische Printmedien keine Medien-Images, im Sinne der Anwendung aller seiner Bestandteile, für die ausgewählten westlichen Politiker während ihrer Wahlkampagnen 2015-2017 konstruiert haben. Sie verwendeten zwar vereinzelte Merkmale des politischen Medien-Images, wie, zum Beispiel, das der politischen Grundhaltungen der Kandidaten und deren Verhältnisse zu anderen Ländern; dennoch zeigte sich deutlich, dass ihre politischen Einstellungen und vor allem ihr Verhältnis zu Russland für russische Journalisten von größerem Interesse sind. Die Konzentration der Medien lag somit nicht auf der Schaffung eines ausgefeilten Medien-Images, sondern vielmehr auf der Darstellung der Einstellung des jeweiligen Politikers auf gegenüber Russland, sowie den

zukünftigen außenpolitischen Beziehungen zwischen den Ländern. Eben dieser Fokus hat bei jedem der analysierten Politiker eine spezifische Ausprägung, welche sich deutlich im Rahmen der Analyse feststellen lässt. Eine ausführlichere Erklärung findet bei der entsprechenden Unterfrage statt.

1.1. Welche Themen werden in der Berichterstattung mit diesen Politikern verbunden und wie werden diese behandelt?

Die Untersuchung zeigt, auf welche Weise sich das Vorkommen der sieben möglichen Themen prozentual verteilt hat: „Wahlen“ (63,3%), „Russland (positiv)“ (13,3%), „Außenpolitik des Landes“ (9,3%), „Anderes“ (7%), „Russland (negativ)“ (6%), „Innenpolitik des Landes“ (4%) und „Medien-Propaganda“ (4%). In absoluten Zahlen ausgedrückt heißt das: Das Thema „Wahlen“ ist in 95 Artikeln vorgekommen. Im Vergleich dazu hat sich das zweithäufigste Thema „Russland (positiv)“ nur in 20 der codierten Artikel gezeigt. Das Thema „Wahlen“ wurde codiert, wenn es im Artikel um folgendes ging: Illegitimität der Teilnahme an der Wahl; Rolle des Kremls bei der Beeinflussung der Wahlergebnisse; Wahlkampagne des Kandidaten; Erwarteter Wahlausgang; Wahlkampf zwischen den Kandidaten. Das Thema „Russland“ war für die Forschung offenbar besonders wichtig, weil die untersuchten Artikel zwar über die westlichen Politiker berichten, aber von den russischen Medien und mit dem Fokus auf russische Leser veröffentlicht wurden. Aufgrund dessen schien es im Verlauf sinnvoll, dieses Thema in zwei aufzuteilen: „Russland (positiv)“ und „Russland (negativ)“. Das Thema mit positivem Bezug auf Russland umfasste folgende Merkmale: Zusammenarbeit mit der russischen Regierung, beziehungsweise Verbesserung der Beziehungen zu Russland; Positive Beziehung zu Russland/Putin; Positive Meinung Russen/Putins' über den Kandidaten, Persönliche Beziehung des Kandidaten zu Russland (z.B. Herkunft). Das Thema „Russland (negativ)“ umfasste: Konfrontation mit Russland; Negative Beziehung zu Russland/Putin; Sanktionen gegen Russland; Negative Meinung Russen/Putins' über den Kandidaten. Die

Schwerpunkte, wie: Brexit; Islamischer Staat/ Kampf gegen Terrorismus; Migrationspolitik; Ukraine/Krim; NATO und Kooperation mit europäischen Ländern, wurden hingegen als „Außenpolitik des Landes“ codiert.

Die Themen haben sich unterschiedlich zwischen den Kandidaten aufgeteilt. So kam das Thema „Wahlen“ bei Macron in 35 Artikeln (70%) und bei Van der Bellen sogar in 45 Artikeln, was 90% seiner ganzen Stichprobe ausmachte, vor. Bei Trump war das populärste Thema „Russland (positiv)“ (34%) und die darauf folgenden Themen „Wahlen“ (30%) und „Außenpolitik des Landes“ (22%).

Zur Beantwortung dieser Unterfrage wurde folgende Hypothese herangezogen: *Gibt es einen Zusammenhang zwischen den unterschiedlichen Zeitungen (V001) und der vorwiegenden Behandlung der bestimmten Kandidaten (V004) im Beitrag (V009)?* Da für die Untersuchung unterschiedliche politische Qualitätsprintmedien betrachtet wurden (Regierung-unterstützte, unabhängige und oppositionelle), sollte diese Hypothese bei der Aussage helfen, ob bestimmte Zeitungen über einen bestimmten Politiker in einer bestimmten Weise berichtet haben. Bei der vorwiegend negativen oder neutralen Behandlung der Kandidaten haben sich keine großen Unterschiede zwischen den Quellen gezeigt. Interessanterweise haben aber folgende Medien vorwiegend positiv ausschließlich Trump behandelt: Argumenti i Fakti, Izvestia, Rossiyskaya Gazeta. An dieser Stelle ist es wichtig zu erwähnen, dass Argumenti i Fakti der Moskauer Staatverwaltung gehört und Rossiyskaya Gazeta, die offizielle Zeitung der russischen Regierung ist. Izvestia ist im Besitztum von der Media-Holding „National Media Group“, die auch stark von der Regierung unterstützt wird. Geringer, jedoch erwähnenswert, zeigt sich diese Tendenz auch bei Moskovskiy Komsomolez und Parlamentskaya Gazeta, die von der russischen Regierung jeweils entweder unterstützt werden (Moskovskiy Komsomolez), oder ihr sogar gehören (Parlamentskaya Gazeta). Trump wurde in keinem Artikel der

oppositionellen und unabhängigen Zeitungen Novaya Gazeta und Nesavisimaya Gazeta als „vorwiegend positiv“ dargestellt.

1.2. Was ist der Personalisierungs- und Emotionalisierungsgrad der Berichterstattung bei jedem Politiker?

Der Personalisierungsgrad war generell hoch (55,3%). Dies bedeutet, dass 83 Beiträge überwiegend – oder sogar gänzlich –Kandidatenbezug hatten. In 37,3% der Artikel kam der Kandidatenbezug und andere Bezüge gleichermaßen vor. Insbesondere gab es die höchste Personalisierung bei Trump mit 78% und bei Macron mit 72%. Es gab jedoch wenige Artikel über Van der Bellen, in denen der Kandidatenbezug den ganzen Beitrag durchlief (16%). Am häufigsten hat sich bei ihm die Variable „Kandidaten-Bezug und andere Bezüge gleichermaßen vorkommen“ gezeigt (66%). Einzig bei Van der Bellen, dem österreichischen Bundespräsidenten, gab es mehr Artikel (18%), bei denen es nur wenig Kandidaten-Bezug gab. Bei den beiden anderen Kandidaten macht diese Variable 2% aus. Dies bedeutet, dass die Artikel über Trump und Macron stark personalisiert waren.

Mit geringer Emotionalisierung in 88% der Artikel hatte Alexander Van der Bellen den insgesamt niedrigsten Emotionalisierungsgrad. Bei dem französischen Kandidaten hingegen waren nur 70% der Artikel mit niedriger Emotionalisierung. Bei den Artikeln über Donald Trump hatten nur 38% keine Emotionalisierung. Im Vergleich dazu hatte Trump gleichzeitig auch den höchsten Emotionalisierungsgrad – 34%, gefolgt von Macron mit 24%. Bei der Beantwortung dieser Frage wurden folgende Hypothesen geprüft: *Gibt es einen Zusammenhang zwischen Emotionalisierungsgrad (V007) und vorwiegenden Behandlung des Kandidaten im Artikel (V009)? Haben meinungsbetonte Artikel (V005) einen höheren Emotionalisierungsgrad (V007), als andere Arten von Beiträgen?* Es hat sich gezeigt, dass die Kandidaten bei allgemein geringer Emotionalisierung eines Artikels öfter neutral behandelt wurden (in 42% der Fälle). Bei Artikeln mit einem hohen Emotionalisierungsgrad hingegen

wurden die Kandidaten entweder vorwiegend positiv oder vorwiegend negativ behandelt, jedoch nur selten neutral. Die zweite Hypothese, dass meinungsbetonte Artikel grundsätzlich emotionalisierter sind, hat sich nicht bestätigt. Hierfür gab es eine nur schwache Korrelation (Cramer V Wert = 0,184).

1.3. Wie negativ, positiv oder neutral werden die Kandidaten dargestellt?

Die Kreuztabellen zeigen deutlich, dass alle Kandidaten in den meisten Artikeln vorwiegend neutral behandelt wurden (Van der Bellen 78%, Trump 42%, Macron 36% der Artikel). Wie sich aber die restlichen Prozent aufgeteilt haben ist beachtenswert: In 32% der Fälle wurde Trump vorwiegend positiv behandelt, gefolgt von Van der Bellen 16% und dann Macron 6%. Anders sind die Ergebnisse über negative Behandlung von Kandidaten: Macron 32%, Trump 10% und der österreichische Bundespräsident, Van der Bellen, wurde in nur 2% der Artikel vorwiegend schlecht behandelt. In 26% der Artikel über Emmanuel Macron wurde er kontrovers, als positiv und negativ behandelt. Das macht 16% bei dem Präsidenten der USA und nur 4% bei Van der Bellen. Diese Frage wurde mit folgenden Hypothesen unterstützt: *Wird der Kandidat, der im Artikel als „vorwiegend positiv“ behandelt wird (V009), auch immer „eher besser als der Gegenkandidat“ (V016) bewertet? Gibt es einen Zusammenhang zwischen Vorkommen eines positiven/negativen Zitats des Kandidaten (V017) und seiner Behandlung im Beitrag (V009)?* Die erste Hypothese hat sich durch einen Chi-Quadrat Test auf Assoziation mit einer mittelstarken Beziehung (Cramer V Wert = 0,345) und einer Signifikanz im Wert von 0,000 zwischen der vorwiegenden Behandlung des Kandidaten und der besseren Bewertung dieses als vom Gegenkandidat belegt. Wurde der Kandidat im Beitrag positiv behandelt, wurde er auch entweder, besser als der Gegenkandidat bewertet, oder es gab kein Vergleich im Artikel. Die zweite Hypothese hat sich nicht bestätigt und dadurch keinen Zusammenhang zwischen der Behandlung des Kandidaten und der Verwendung seiner Zitate gezeigt.

1.4. Welche persönliche/professionelle Eigenschaften werden hervorgehoben?

Wie oben schon erwähnt, sind solche Variablen der Urteilstebene, wie „Professionelle Fähigkeiten“, „Persönliche Charakteristiken“, „Äußeres/Stil“ in den codierten Artikeln nicht oft vorgekommen. Die kleine Anzahl von zugetroffenen Eigenschaften gibt keine repräsentative Auskunft darüber und macht ihre Interpretation natürlich schwierig. Zum Beispiel, die Fähigkeit „starker Leader“ kommt insgesamt nur in acht Artikeln vor, das macht 5,3% der gesamten Stichprobe. Sogar weniger oft hat sich die Variable „qualifiziert, um ein Präsident zu werden“ gezeigt, nur bei 3,3% der Stichprobe. Ähnliche Prozente gab es bei den anderen Variablen dieser Art. So wurde beispielsweise der amerikanischere Präsident in 8% der Artikel über ihn als „starker Leader“ und „qualifiziert, um ein Präsident zu werden“ und „kümmert sich um die Bevölkerung“ bewertet. Bei Macron kamen die Variablen „starker Leader“ (6%), „nicht erfahren/qualifiziert, um einen Präsident zu werden“ (20%), „kümmert sich nicht um die Bevölkerung“ (14), „beruflich erfolgreich“ (12%) am häufigsten vor. Bei dem österreichischen Bundespräsidenten war die populärste professionelle Fähigkeit „beruflich erfolgreich“ (16%). Die persönlichen Charakteristiken und die Variable „Äußeres/Stil“ sind seltener aufgetreten. Die Hypothesen, die bei dieser Frage geprüft wurden, waren: *Gibt es einen Zusammenhang zwischen den professionellen Fähigkeiten „starker Leader“/“nicht erfahren/qualifiziert um ein Präsident zu werden“/“kümmert sich um die Bevölkerung“/“erfolgreich/ambitiös“ (V011a/011b,011c,011d) und der „vorwiegend positiven“ Behandlung des Kandidaten im Artikel (V009)?; Gibt es einen Zusammenhang zwischen den professionellen Fähigkeiten „starker Leader“/“nicht erfahren/qualifiziert um ein Präsident zu werden“/“kümmert sich um die Bevölkerung“/“erfolgreich/ambitiös“ (V011a/011b,011c,011d) und der besseren Bewertung der Person als der Gegenkandidat? Werden die Kandidaten, die als „talentiert“/ “pragmatisch“/ “intelligent“/ “tolerant“/ “sympathisch“ (V012c,012i,012j, 012l, 012n) bewertet sind, immer als „eher positiv“ im Beitrag behandelt (V009)? Werden die Kandidaten, die als „unentschieden“/ “unbeständig“/*

„inkonsequent“/ „flegelhaft“/ „unvorhersehbar/unsympathisch“ (V012a,012e,012f, 012g, 012m) bewertet sind, immer als „eher negativ“ im Beitrag behandelt (V009)? Wegen der kleinen Anzahl von vorgekommenen Variablen der professionellen Fähigkeiten und persönlichen Charakteristiken waren die Ergebnisse interpretierbar. Die Hypothesen haben sich deswegen und wegen der schwachen Beziehungen zwischen diesen Variablen auch nicht bestätigt.

1.5. Welche politischen Grundhaltungen der Kandidaten werden beleuchtet?

Zwei Bestandteile des politischen Medien-Images nach Kepplinger (1986), die sich in der Analyse für die Stichprobe als repräsentativ gezeigt haben, waren „Verhältnis zu Anderen“ und „politische Grundhaltungen“. Ergebnisse dieser Kategorie waren nicht überraschend: Donald Trump wurde in 38 von 50 (76%) Artikeln „Republikaner“ genannt (oder seine republikanischen Überzeugungen wurden erwähnt), Emmanuel Macron – „Zentrist“ (30%). Politische Einstellungen von Alexander Van der Bellen wurden fast nie erwähnt.

1.6. Wie werden die Kandidaten im Bezug auf Russland dargestellt?

Insgesamt zeigt die deskriptive Statistik für die Variable „Bezug auf Russland“ folgende Ergebnisse: 44% der Artikel hatten keinen Bezug zu Russland, 28% der gesamten Stichprobe zeigten einen eher positiven und 11,3% eher negativen Bezug zu Russland. 16,7% der Beiträge haben im Bezug zu Russland berichtet, aber eher neutral. Zwischen den Kandidaten haben sich diese Ergebnisse wie folgt aufgeteilt:

- kein Bezug zu Russland (Trump 22%; Macron 44%; Van der Bellen 66%)
- eher positiv (Trump 58%; Macron 14%; Van der Bellen 12%)
- eher negativ (Trump 8%; Macron 26%; Van der Bellen 0%)
- eher neutral (Trump 12%; Macron 16%; Van der Bellen 22%)

Hier zeigt sich ein signifikanter Unterschied in der Behandlung von Kandidaten in Bezug zu Russland. Die Beiträge über Alexander Van der Bellen hatten meistens entweder keinen Bezug

zu Russland, oder einen neutralen Bezug. Es wurde auch in keinem Artikel über ihn im Sinne seiner Beziehungen zu Russland negativ geschrieben. Ganz anders ist das bei Donald Trump und Emmanuel Macron. Es gibt bei ihnen fast die gleiche Anzahl von Artikeln in denen neutral über den Bezug zu Russland berichtet wurde (6 und 8 Artikel entsprechend), dafür ist aber die Differenz zwischen positiven und negativen Bezügen zu Russland sehr unterschiedlich: die meisten Artikel über Trump hatten einen positiven und über Macron einen negativen Bezug zu Russland.

Für die Beantwortung dieser Forschungsfrage ist auch die Variable der Urteilebene „Beziehung zu den Anderen Ländern“ wichtig, weil sie die Informationen über die Zusammenarbeit/Konfrontation zwischen den Ländern aufweist. Bei allen Kandidaten wurde über ihre Verhältnisse zu Europa nicht viel geschrieben (kein Verhältnis zu Europa - Trump (94%), Macron (62%), Van der Bellen (86%)). In 36% der Beiträge über den französischen Präsidenten wurde über die Zusammenarbeit mit der Europäischen Union berichtet. Die Variable „Verhältnis zu Russland“ hat aber vielfältige Informationen geliefert. So hat Van der Bellen wieder in 88% der Artikel kein Verhältnis zu Russland. In 10% der Beiträge wurde über Neutralität mit dem Land berichtet. Trump's Artikel hatten fast immer entweder kein Verhältnis zu Russland (40%), oder „Zusammenarbeit wird erwartet“ (54%). Es gab kein Artikel, in dem über erwartete Konfrontation mit Russland gesprochen wurde. Bei Macron handelte es sich am meisten um Neutralität (22%). Die Prozente über Zusammenarbeit (14%) oder Konfrontation (12%) haben sich fast gleich aufgeteilt.

Diese Frage wurde folgenden Hypothesen unterstützt: *Werden die Kandidaten in den Artikeln mit einem positiven Bezug auf Russland (V010) immer oder meistens vorwiegend positiv behandelt (V009)? Gibt es einen Zusammenhang zwischen der Erwartung der Zusammenarbeit mit Russland (V013b) und vorwiegend positiver Behandlung des Kandidaten im Beitrag? Kommen die negativen/neutralen Zitate bei den Artikeln (V017) mit einem „eher*

negativen/neutralen Bezug zu Russland“ (V010) häufiger vor, als bei den Artikeln mit einem positiven Bezug zu Russland? Es hat sich gezeigt, dass die Kandidaten in den Artikeln mit einem positiven Bezug zu Russland meistens auch entweder positiv oder neutral behandelt wurden. Der Zusammenhang zwischen der Erwartung der Zusammenarbeit mit Russland und vorwiegend positiver Behandlung des Kandidaten im Beitrag ließ sich auch beobachten. Bei den ersten zwei Hypothesen waren die Signifikanz der Variablen zwar hoch, aber der Cramer V Wert ziemlich niedrig, was für einen schwachen Zusammenhang zwischen diesen Variablen spricht. Der Grund dafür könnte unter anderem eine zu kleine Anzahl der Codierungen bei diesen Variablen sein.

Die dritte Hypothese hat sich aber mit einem mittelstarken Zusammenhang (Cramer V Wert = 0,431) bestätigt. Meistens kamen die negativen/neutralen Zitate bei den Artikeln mit einem „eher negativen/neutralen Bezug auf Russland“ vor, als bei den Artikeln mit einem positiven Bezug auf Russland.

5.2 Forschungsfrage 2

Die zweite forschungsleitende Fragestellung lautet:

Inwiefern stimmen die von russischen Medien ausgeprägten Images dieser Politiker mit den aktuellen politischen Beziehungen zwischen Russland und den USA, Frankreich und Österreich überein?

Wie es bei der Beantwortung der ersten Forschungsfrage schon mal erwähnt wurde, haben sich die Qualitätsmedien in Russland während der Wahlkampagnen von Trump, Macron und Van der Bellen darum bemüht, diese politischen Akteure nur im Sinne ihrer strategischen Pläne und ihres positiven/negativen oder neutralen Einflusses auf internationale Beziehung und auf das Land generell darzustellen. Es wurde festgestellt, dass russische Printmedien keine Medien-Images, im Sinne der Anwendung aller seiner Bestandteile, bzw. Komponenten, für die ausgewählten westlichen Politiker während ihrer Wahlkampagnen 2015-2017 konstruiert

haben. Doch hat sich deutlich bei jedem Politiker eine bestimmte Richtung und Konzentration bestimmter Urteile durch die ganze Analyse beobachten lassen.

Im Großen und Ganzen hat es sich deutlich gezeigt, dass für russische Journalisten strategische Pläne der Kandidaten, ihre politischen Einstellungen und vor allem ihr Verhältnis zu Russland von großem Interesse war. Sie haben sich vor allem auf den Einfluss dieser Politiker auf das Land und zukünftige Beziehungen zwischen den Ländern konzentriert.

Basierend auf den statistischen Ergebnissen kann festgestellt werden, dass Alexander Van der Bellen immer am neutralsten dargestellt wurde (78% der Artikel über ihn wurden als „neutral“ bewertet). Nur bei ihm hatten die Berichte in 88% der Fälle keine Emotionalisierung und in 66% einen nur mittelmäßigen Personalisierungsgrad, was auch keine oder nur schwache politische Inszenierung über den Kandidaten bestätigt.

Wie im dem Kapitel 3.2.5 „Aktuelle internationale Beziehungen zwischen Russland und den USA, Frankreich, Österreich“ beschrieben wurde, sind die politischen Beziehungen zwischen Russland und Österreich als positiv zu bewerten. Es läuft eine stetige und erfolgreiche wirtschaftliche Zusammenarbeit zwischen den beiden Ländern. Trotz momentan schwieriger Beziehungen zwischen Russland und der EU zeigt Österreich eine positive Haltung gegenüber Russland.

Aufgrund dessen kann behauptet werden, dass die Darstellung von Alexander Van der Bellen in den russischen Medien mit den internationalen Beziehungen zwischen Russland und Österreich übereinstimmt. Es gab und gibt momentan keine offensichtlichen Kontroversen und es werden auch keine neuen Richtungen der Interessenvertretung erwartet, die Beziehungen sind generell positiv und finden keine große Resonanz in der Berichterstattung. Über den Politiker wurde in der Zeit seiner Wahlkampagnen ausschließlich im Rahmen des Themas „Wahlen“ berichtet und in 66% der Artikel gab es sogar keinen Bezug auf Russland.

Bei Donald Trump und Emmanuel Macron haben sich hingegen deutliche Unterschiede

gezeigt. Bei den beiden Kandidaten waren auch jeweils der Personalisierungs- und Emotionalisierungsgrad hoch und auch viel höher als bei dem österreichischen Bundespräsidenten, was für die Präsenz von der politischen Medieninszenierung spricht.

Donald Trump war der einzige Kandidat, der am meisten entweder neutral (42%) oder positiv (32%), und nur in fünf Artikeln (10%) negativ behandelt wurde. Die drei am meisten vorkommenden Themen in seinen Artikeln waren „Russland (positiv)“ (34%), „Außenpolitik“ (22%), „Wahlen“ (30%). Dies bedeutet, dass Donald Trump ein großes Interesse bei der russischen Presse auslöst, nicht nur als der potenzielle Präsident der USA, sondern auch aufgrund seiner politischen Grundhaltungen und Strategien, auch im Bezug zu Russland. An dieser Stelle gab es bei 58% der Artikel einen positiven und nur bei 8% der Artikel einen negativen Bezug zu Russland.

Die Beziehungen zwischen Russland und Amerika waren immer kompliziert. Aber nach einer langen Periode schwieriger Beziehungen wurde zur Zeit des amerikanischen Wahlkampfes eine Verbesserung und Zusammenarbeit in der Zukunft von Russland erwartet. Diese positiven Änderungen wurden in den offiziellen russischen Mitteilungen aber unmittelbar mit der Wahl von Donald Trump verbunden. Es wurde oft in der Berichterstattung auf das Anliegen des neuen US-Präsidenten Donald Trump hinsichtlich dem gewünschten Beziehungsaufbau mit Russland hingewiesen. Auch bei diesem Kandidaten sind am öftesten Zitate mit einem positiven Bezug zu Russland vorgekommen: wie zum Beispiel.: *„Ich bin kein Freund und kein Feind zu Russland. Aber ich hoffe, dass ich eine gute Beziehung zu diesem Land und zu dem Präsidenten Putin schaffen kann“* oder *„Wie ich es weiß, die Krim's Bürger möchten lieber mit Russland bleiben und nicht dort, wo sie vorher waren. Das muss man berücksichtigen“*.

Aus diesem Grund kann man schlussfolgern, dass die journalistische Repräsentanz von Donald Trump in den russischen Printmedien mit den politischen Erwartungen und aktuellen Beziehungen übereinstimmen. Präsident Trump hat oft seine positive Haltung im Bezug auf

Russland und die Hoffnung auf Verbesserung der Beziehungen geäußert und wurde möglicherweise von diesem Hintergrund immer positiv dargestellt.

Früher waren die politischen Beziehungen zwischen Russland und Frankreich stabil und diplomatisch, ohne seriöse und direkte Konflikte. Immerhin ist Frankreich das größte Land der Europäischen Union, die ihre politischen Grundhaltungen, auch resolute Entscheidungen im Bezug zu Russland, unterstützt. 2014 hat Frankreich zusammen mit anderen EU-Ländern Russland mit Sanktionen belegt. Die Sanktionen wirken destruktiv auf die gegenseitigen Beziehungen, beschränken politische Kontakte und bremsen ökonomische und überregionale Kooperation. Auf diese Weise kann Frankreich im Bezug auf Russland nicht getrennt von der EU betrachtet werden, deren Politik bezüglich Russland in letzter Zeit eine eher negative Entwicklung hatte. Emmanuel Macron hat immer wieder seine strikte Position gegen Russland gezeigt, die auch in den russischen Medien veröffentlicht wurde: *„Ich will keinen Vertrag mit Putin abschließen“*, *„Es gibt keinen Grund, Russland das internationale Recht verletzen zu lassen“*.

Mit Hilfe dieser Aussagen lässt sich der große Unterschied zwischen den negativen (32%) und positiven (6%) Darstellungen von Macron in der russischen Presse mit den aktuell angespannten Beziehungen zwischen den beiden Ländern und Macrons' strikten Position gegen Russland erklären.

Zusammenfassend kann man sagen, dass die journalistischen Darstellungen der westlichen Politiker in den russischen Printmedien mit den aktuellen Beziehungen zwischen den Ländern und politischen Erwartungen auf zukünftige Beziehungen übereinstimmen. Die Medien haben keine bestimmten Vorstellungsbilder, bzw. Images, von den Kandidaten geprägt, aber deutlich ihre Positionen gegenüber Russland kenntlich gemacht, was wiederum die politische Haltung seitens Russlands zu den Kandidaten zeigt.

6 Schlussfolgerungen und Kritik

Das politische Image und Massenmedien sind heutzutage eng miteinander verbunden, genauer gesagt: ohne Medien wäre die Imagepolitik gar nicht möglich: „Die Entstehung von Massenmedien seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts war die Voraussetzung für eine gezielte Imagepolitik, die für immer mehr politische, kulturelle, ökonomische und gesellschaftliche Bereiche als Mittel der Vermarktung, der Selbstrepräsentation und Präsentation entdeckt wurde und breite gesellschaftliche Schichten erreichen wollte.“ (Münkel 2008: 2).

Schulz (2007) beschreibt den Prozess der Mediatisierung als den wichtigsten Hintergrund der medialen Realitätskonstruktion und meint, dass Medien auf spezifische Weise das politische Geschehen interpretieren und bewerten – neben Ereignissen und Themen, insbesondere auch politische Akteure. Medien-Images sind nicht konstant, sondern verändern sich mit der Zeit und unter dem Einfluss des politischen Geschehens und der politischen Beziehungen auf zielgerichtete Art und Weise.

Gerade der Gedanke, dass politische Medien-Images nicht statisch sind, sondern sich von dem politischen Geschehen beeinflussen lassen, hat die Motivation zum Verfassen dieser Arbeit erweckt. Es stellte sich die Frage, inwiefern Medien-Images westlicher Kandidaten im Laufe ihres Wahlkampfes in Russland, wo diese Wahlen für die Bürger keine direkte Auswirkung haben, konstruiert werden.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit war es festzustellen, wie die bedeutenden politischen Akteure Donald Trump, Emmanuel Jean-Michel Frédéric Macron und Alexander Van Der Bellen während ihrer Wahlkampagnen 2015-2017 in den russischen Medien präsentiert wurden, beziehungsweise inwiefern für sie bestimmte Medien-Images geprägt wurden und inwiefern sie mit den aktuellen internationalen Beziehungen zwischen Russland und den jeweiligen

Ländern übereingestimmt haben.

Darüber hinaus wurden in der Arbeit die wichtigsten theoretischen Grundlagen zur politischen Image- und Medienforschung dargestellt. Die Untersuchung basierte vor allem auf der konstruktivistischen- und der Handlungstheorie. Der konstruktivistische Ansatz ist dabei auf die Realitätskonstruktion fokussiert. So existieren laut dieser Theorie die „objektive“, „subjektive“ und „konstruierte“ politische Realität. Die Medien stellen die Vorstellungen beziehungsweise Images des politischen Geschehens, sowie von politischen Akteuren dar, entlang derer eine Orientierung stattfindet. Besonders wichtig war es detaillierte Kenntnisse über die Inhalte der durch die Massenmedien konstruierten Realität zu erhalten. Diese Kenntnisse bildeten die Grundlage für eine klare Darstellung der entsprechenden Ausprägungen politischer Images, sowie ihrer Untersuchung vor dem Hintergrund der aktuellen politischen Geschehnisse zwischen den USA, Frankreich, Österreich und Russland.

Die Handlungstheorie besagt, dass Akteure und Ereignisse eng miteinander verbunden sind, sowie einander beeinflussen können. Diese Annahme ist gut dafür geeignet, die Übereinstimmung der medialen Darstellungen mit den internationalen politischen Beziehungen zu untersuchen.

Mittels einer quantitativen Inhaltsanalyse wurden insgesamt 150 Artikel aus zehn russischen Qualitätszeitungen mit Hinblick auf die darin dargestellten Medien-Images analysiert. Die Kategorien für die Analyse wurden a priori erstellt und für die Untersuchung adaptiert. Sie basierten vor allem auf den Erkenntnissen bedeutender Studien aus der politischen Imageforschung. Die Kategorien wurden vor Beginn der ganzen Codierung mit Hilfe eines Pre-Tests auf ihre Reliabilität geprüft. Nach der statistischen Auswertung der gesammelten Daten im Programm „SPSS Statistics v.22“ haben sich interessante Ergebnisse bezüglich der Vermittlung politischer Images in den russischen Medien herauskristallisiert.

Die durchgeführte Analyse hat gezeigt, dass sich die Qualitätsmedien in Russland während der Wahlkampagnen von Trump, Macron und Van der Bellen darauf konzentriert haben, diese politischen Akteure ausschließlich hinsichtlich ihrer strategischen Pläne gegenüber Russland, sowie ihres positiven/negativen oder neutralen Einflusses auf Russland und die internationalen Beziehungen darzustellen. Es konnte festgestellt werden, dass die russischen Printmedien die Medien-Images für die ausgewählten westlichen Politiker während ihrer Wahlkampagnen 2015-2017 nicht unter Anwendung aller relevanten Bestandteile, konstruiert haben. Einzelne Merkmale des politischen Medien-Images, wie zum Beispiel die politischen Grundhaltungen der Kandidaten oder ihr Verhältnis zu anderen Ländern, haben sich durchaus finden lassen. Generell hat sich jedoch deutlich gezeigt, dass strategische Pläne der Kandidaten, ihre politischen Einstellungen und vor allem ihr Verhältnis zu Russland für russische Journalisten von größtem Interesse war. Dies lässt die Schlussfolgerung zu, dass russische Medien ihre Berichterstattung über die ausgewählten westlichen Politiker unter dem Einfluss ihrer eigenen Perspektive, sowie aus eigenem Interesse konstruiert, dabei aber unvollständige Medien-Images geprägt haben. Dies könnte als Indiz dafür gewertet werden, dass die 10 ausgewählten, bekanntesten russischen Qualitätsmedien nicht unabhängig berichten, sondern die Propaganda des Staatapparates unterstützen, um die Bevölkerung auf Kurs zu bringen. Diese Vermutung könnte in der Zukunft als ein weiteres Untersuchungsobjekt und als eine weitere Hypothese für die Erweiterung der Forschung über die russische politische Berichterstattung genutzt werden. Die Darstellungen der drei Kandidaten waren sehr unterschiedlich, wobei Donald Trump vorwiegend positiv, Emmanuel Macron vorwiegend negativ und Alexander Van der Bellen vorwiegend neutral präsentiert wurden. Aufgrund der Tatsache, dass keine vollständigen Medien-Images konstruiert worden sind, hat sich die Hypothese bestätigt, dass die medialen Darstellungen sich von den gegebenen internationalen Beziehungen ableiten lassen. Die unterschiedlichen Beurteilungen der Kandidaten stimmen mit den jeweils aktuellen

internationalen Beziehungen zwischen den betroffenen Ländern, welche in dieser Arbeit ebenfalls abgehandelt worden sind, stark überein.

Es muss einschränkend angemerkt werden, dass sich die quantitative Inhaltsanalyse auf einer Stichprobe von 150 Artikeln aufgebaut hat. Dies hat sich vereinzelt in den Ergebnissen der Auswertung gezeigt, welche hinsichtlich mancher Kategorien selten codiert wurde. Eine größere Stichprobe hätte das Vorkommen dieser Kategorien, beziehungsweise das Vorkommen weiterer Bestandteile des politischen Medien-Images potenziell in repräsentativerem Umfang ermöglicht. Des Weiteren haben sich die Ergebnisse einiger Hypothesen als nicht signifikant nachweisbar herausgestellt. Folglich wurden sie aus der weiteren Analyse ausgeschlossen. Dies könnte einerseits bedeuten, dass die Hypothesen, beziehungsweise Assoziationen, oder Antwortmöglichkeiten zu den Kategorien auf nicht passende Weise formuliert wurden. Es könnte jedoch ebenso bedeuten, dass in den betreffenden Artikeln zu wenig Informationen zu den Kategorien vorhanden waren.

Abschließend ist die Darstellung des Österreichischen Kandidaten Alexander Van der Bellen zu erwähnen, welcher im Vergleich zu den anderen beiden Kandidaten mit auffallend neutralen Image-Merkmalen besetzt wurde. Der Bundespräsident spielt in Österreich im Vergleich zu Russland oder Amerika eine weniger relevante Rolle. Er repräsentiert das Land auf internationaler Bühne, kann aber eigenständig keine wichtigen politischen Entscheidungen durchsetzen. Außerdem hat Österreich als Land im Vergleich zu den USA oder Frankreich einen geringeren Einfluss auf die Interessen russischer Politiker oder Medien. Die neutrale Darstellung Van der Bellens' im Vergleich zur positiven/negativen Darstellung anderer Kandidaten unterstützt daher ebenfalls die Hypothese, dass russische Medien bei der Imagekonstruktion von Eigeninteressen beeinflusst waren.

7 Literaturverzeichnis

Monographien, Sammelwerke und Aufsätze:

- Ayaß, R.** (1993). Auf der Suche nach dem verlorenen Zuschauer. In: Werner, H. & Püschel, U.: *Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 27–41.
- Bentele, G.** (1998). Image. In: Jarren, O., Sarcinelli, U. & Saxer, U. (Hrsg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil*. Opladen, 657.
- Berger, P. & Luckmann, T.** (1972). *The social construction of reality* (1st ed.). Harmondsworth: Penguin Books, 13.
- Beyme, K.** (2007). *Historische Entwicklung der Vergleichenden Politikwissenschaft. Zeitschrift für Vergleichende Politikwissenschaft*, 1(1), 28-42.
- Brand, A.** (2012). *Medien - Diskurs – Weltpolitik. Wie Massenmedien international Politik beeinflussen* (5. Aufl. ed.). Bielefeld: Transcript Verlag.
- Brandl, W.** (1997). Lernen als „konstruktiver“ Prozess: Trugbild oder Wirklichkeit?. In: *Schulmagazin*, 5, 1-11.
- Braunsteiner, B.** (2000). *Inszenierung des Politischen*. Dipl.-Arb., Univ.-Wien
- Bruns, T.** (2007). *Republik der Wichtigtuere. Ein Bericht aus Berlin*. Bonn: BPB.
- Burkart, R.** (2002). *Kommunikationswissenschaft* (4 Aufl.). Wien: Böhlau Verlag, 66-69.
- Chilcote, R.H.** (1994). *Theories of comparative politics*. Boulder: Westview.
- Cohen, B.** (1963). *The Press and the Foreign Policy*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Cohen, J.** (1960). A coefficient for agreement for nominal scales. In: *Education and Psychological Measurement*, 20, 37–46.
- Czempiel, E.** (2004). *Die Bedeutung internationaler Organisationen für die Ordnung der*

- Welt* (1. Aufl.). Dresden: Zentrum für Internationale Studien, 3.
- Dominicus, R.** (2010). *Radikaler Konstruktivismus versus Realismus: Apologie des Subjektivismus* (1Aufl.) Hamburg: Diplomica Verlag, 32-35.
- Emmer, M., Wolling, J. & Vowe, G.** (2012). Changing political communication in Germany: Findings from a longitudinal study on the influence of the internet on political information, discussion and the participation of citizens. In: *Communications: The European Journal of Communication Research*, 37(3), 233–252.
- Erikson, E.H.** (1966): Ich-Entwicklung und geschichtlicher Wandel. In: Erikson, E.H.: *Identität und Lebenszyklus. Drei Aufsätze.* Frankfurt a.M.
- Friedrich, C. J.** (1953). *Der Verfassungsstaat der Neuzeit.* Berlin: Springer.
- Früh, W.** (2015). *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis* (8. Auflage). Konstanz, Deutschland: UVK Verlagsgesellschaft, 152.
- Früh, W. & Schönbach, K.** (1982). Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkung. In: *Publizistik* 1-2/1982, 74-88.
- Gilboa, E.** (2005). The CNN Effects: The Research for a Communication Theory of International Relations. In: *Political Communication* 22, 27-44.
- Glaserfeld, E.** (1992). Konstruktion der Wirklichkeit und der Begriff der Objektivität. In: Heinz von Foerster u. a.: *Einführung in den Konstruktivismus.* München: Veröffentlichungen der Carl-Friedrich-von-Siemens-Stiftung, 29.
- Glaserfeld, E.** (1996). *Radikaler Konstruktivismus. Ideen, Ergebnisse, Probleme.* Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Graber, D.A.** (1972): Personal Qualities in Presidential Images: The Contribution of the Press, *Midwest Journal of Political Science*, Vol. 16, No. 1 (Feb., 1972), pp. 46-76.

- Grotz, F. & Müller-Rommel, F.** (2016). Präsidenten und Regierungen in der Vergleichenden Politikwissenschaft. In: Lauth, H.J. et al. (Hrsg.): *Handbuch Vergleichende Politikwissenschaft*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 483.
- Gurr, J.** (2011). *Freundschaft und politische Macht* (1.Aufl.). Göttingen, Niedersachsen: V & R Unipress, 54.
- Hallin, D.** (1986). *The Uncensored War: The Media and Vietnam*. New York: Oxford University press.
- Haßler, J.** (2017). *Mediatisierung der Klimapolitik. Eine vergleichende InputOutput-Analyse zur Übernahme der Medienlogik durch die Politik*. Mainz, Deutschland: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Herman, E. & Chomsky, N.** (2008). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. London: The Bodley Head.
- Hoffmann, J.** (2003). *Inszenierung und Interpenetration. Das Zusammenspiel von Eliten aus Politik und Journalismus*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 334.
- Hoffmann, J. & Raupp, J.** (2006). Politische Personalisierung. In: *Publizistik* 4(51), 456-478.
- Holtz-Bacha & C. & Kaid, L.L.** (1996). Wahlen und Wahlkampf in den Medien: Untersuchungen aus dem Wahljahr 1994. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Höttecke, D.** (2009). *Chemie- und Physikdidaktik für die Lehramtsausbildung*. Berlin: Lit Verlag, 141.
- Jahn, D.** (2013). *Einführung in die vergleichende Politikwissenschaft* (2. Aufl. ed.). Wiesbaden: Springer VS.
- Jarren, O. & Donges, P.** (2002). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, 61.
- Keppler, A.** (1994). *Tischgespräche. Über Formen kommunikativer Vergemeinschaftung am*

- Beispiel der Konversation in Familien*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Kepplinger, H.** (2008). *Politikvermittlung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/ GWV Fachverlage, 117-125.
- Kepplinger, H.M. & Obi, G.** (1980). Personalisierung und Selbstdarstellung im Wahlkampf 1976. Die Berichterstattung der überregionslen Abonnementzeitungen. In: *Die Feder* 29(10), 8-10.
- Kepplinger, H.M., Donsbach, W., Brosius, H.B. & Staab, J.F.** (1986). Medientenor und Bevölkerungsmeinung. Eine empirische Studie zum Image Helmut Kohls. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 38, 247- 279.
- Kindelmann, K.** (1994). *Kanzlerkandidaten in den Medien* (1. Aufl.). Opladen: Westdeutscher Verlag, 41-203.
- King, A.** (1975). Executives. In: Polsby, N. W. & Greenstein, F. I. (Hrsg.): *Handbook of political science*. Addison-Wesley, 173–256.
- Kromrey, H.** (2009). *Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung mit ausführlichen Annotationen aus der Perspektive qualitativ-interpretativer Methoden von Jörg Strübing* (12. Auflage). Stuttgart, Deutschland: Lucius & Lucius.
- Kuhn, H.W.** (2004). Basiskompetenz: Unterricht interpretieren. In: Arbeitskreis Interpretationswerkstatt PH Freiburg (Hrsg.): *Studieren und Forschen. Qualitative Methoden in der LehrerInnenausbildung*. Herbolzheim, 67–90.
- Landis, J. R. & Koch, G. G.** (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33, 159-174.
- Lazarsfeld, P.F., Berelson, B & Gaudet, H.** (1944). *The People's Choice. How the Voter Makes Up his Mind in a Presidential Campaign* (1.Aufl.). New York, NY: Columbia Univ. Press (weitere Auflagen: 1948 und 1968).

- Lippmann, W.** (1922). *Die öffentliche Meinung*. Reprint des Publizistik-Klassikers.
Bochum: Brockmeyer (Originalausgabe von 1922).
- Loewenstein, K.** (1969). *Verfassungslehre* (2. Aufl.). Tübingen: Mohr.
- Luhmann, N.** (1993). *Gesellschaftsstruktur und Semantik. Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft*. Frankfurt a.M: Suhrkamp Taschenbuch Verlag, 244f.
- Luhmann, N.** (1996): *Die Realität der Massenmedien* (2.Aufl.). Opladen: Westdeutscher Verlag, 9.
- Luhmann, N.** (2009). *Die Realität der Massenmedien* (4.Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 118-125.
- Maletzke, G.** (1963). *Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik*.
Hamburg: Verlag Hans Bredow-Institut, 32.
- Marmor-Lavie, G. & Weimann, G.** (2005). Measuring Emotional Appeals in Israeli Election Campaigns. In: *International Journal of Public Opinion Research*, 18, Issue 3, 318–339.
- Mast, C.** (2000). *ABC des Journalismus: ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit*. (9. überarb. Aufl.). Konstanz: UVK Medien, 44-215.
- Mayer, M.** (2008). *Vielfalt und Konsonanz in der Berichterstattung über Ereignisse und Akteure* (1. Aufl.). Berlin: Pro-Business-Verlag.
- Merten, K.** (1995). *Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis* (2. Aufl. ed.) Opladen.
- Merten, K., Weischenberg, S. & Schmidt, S.** (1994). *Die Wirklichkeit der Medien* (1.Aufl.). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Meyer, T., Ontrup, R. & Schicha, C.** (2000). *Die Inszenierung des Politischen. Zur Theatralität von Mediendiskursen*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Müller, A.** (1999). *Von der Parteiendemokratie zur Mediendemokratie. Beobachtungen zum*

- Bundestagswahlkampf 1998 im Spiegel früherer Erfahrungen*. Opladen: Leske & Budrich.
- Müller, J.** (2014). *Bild und Methode. Theoretische Hintergründe und methodische Verfahren der Bildwissenschaft*. Herrbert von Halem Verlag, 369.
- Münkel, D.** (2008). John F. Kennedy – Harold Wilson – Willy Brandt: „Modernes“ Image für „moderne“ Zeiten. In: Münkel, D., Seegers, L. (Hrsg.). *Medien und Imagepolitik im 20. Jahrhundert*. Frankfurt a. M., 25-46.
- Neumann, S.** (1957). Comparative Politics: A Half-Century Appraisal. In: *Journal of Politics* 19(3), 369-390.
- Neumann, K. & Charlton, M.** (1988). Massenkommunikation als Dialog. Zum aktuellen Stand der handlungstheoretisch orientierten Rezeptionsforschung. In: *Communications*, 14 (3), 7–37.
- Nolte, K.** (2005). *Der Kampf um Aufmerksamkeit. Wie Medien, Wirtschaft und Politik um eine knappe Ressource ringen*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Nye J.S.** (2004): *Soft Power. The Means to Success in World Polizics*. New York: Public Affairs.
- Pelzer, A.M.** (2009). *Geschlechterkonstruktion: Mädchen und Jungen in der Fernsehwerbung* (1.Aufl.). Hamburg: Diplomica Verlag, 17.
- Praag, P., Maud, A.L. & Vreese, C.H.** (2012). A mixed report: The effects of strategic and substantive news content on political cynicism and voting. In: *Communications: The European Journal of Communication Research*, 37(2), 153–172.
- Praag, P., Maud, A.L. & Vreese, C.H.** (2010). Substance matters: How news content can reduce political cynicism. In: *International Journal of Public Opinion Research*, 22(4), 433–457.
- Przeworski, A.** (1987). Methods of Cross-National Research, 1970-83. In: Dierkes, M. &

- Weiler, H. N. (Hrsg.) *Comparative Policy Research: Learning from Experience*. Aldershot: Gower, 31-49.
- Reichert, J.** (1997). Reservate kindlicher Gewaltphantasien: Überlegungen zur Fernsehserie Power Rangers. *Sonderheft Kriminologisches Journal*. Weinheim: Beltz, 136–159.
- Marmor-Lavie, G. & Weimann, G.** (2005). Measuring Emotional Appeals in Israeli Election Campaigns. In: *International Journal of Public Opinion Research*, 18, Issue 3, 318–339.
- Robinson, M.J.** (1981). A Statesman is A Dead Politician: Candidate Images on Network News. In: Abei, E. (Hrsg.): *What's News? The Media in American Society*. San Francisco: Institute for Contemporary Studies, 159-186.
- Robinson, P.** (2002). *The CNN Effect. The Myth of News, Foreign Policy and Intervention*. London, New York: Routledge.
- Rolke, L. & Wolff, W.** (1999). *Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selber gesteuert werden*. Opladen, Wiesbaden: Westdt. Verl.
- Ronnenberger, F.** (2002). Funktionen des Systems Massenkommunikation. In: Haas, H. & Otfried J. (Hrsg.): *Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien*. Wien: Studienbücher zur Publizistik und Kommunikationswissenschaft 12/2002, 5.
- Rödler, S.** (2005). *Das Buch des Lebens in der Presse. Die Darstellung der Entschlüsselung des menschlichen Erbguts in deutschen und britischen Medien*. München: Nomos.
- Römmele, A.** (2002). Parteien und Wahlkämpfe – gestern, heute, morgen. In: Machnig, M. (Hrsg.): *Politik – Medien – Wähler. Wahlkampf in Medienzeitalter*. Opladen: Leske + Budrich, 97-105.
- Rusch, G. & Schmidt, S.J.** (1999). *Konstruktivismus in der Medien- und Kommunikationswissenschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 166-170.

- Rusinková, E.** (2012). Klassischer Journalismus versus Online-Journalismus. *Doktorarbeit*.
Brno: Masaryk Universität, Philosophische Fakultät Institut für Germanistik und
Nordistik, 19-32.
- Rühl, M.** (1969). *Systemdenken in der Kommunikationswissenschaft*. In: *Publizistik* 14/1969,
185-206.
- Salcher, E.F.** (1978). *Psychologische Marktforschung*. Berlin, New York: de Gruyter.
- Schemer, C., Wirth, W. & Matthes, J.** (2008). Kognitive und affektive Einflüsse auf
Einstellungen in direktdemokratischen Kampagnen. *National Centre of Competence
in Research (NCCR) Challenges to Democracy in the 21st Century*, Working Paper
No. 21.
- Scherer, H.** (1998). Personalisierung. In: Jarren, O., Sarcinelli, U. & Saxer, U. (Hrsg.):
*Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit
Lexikonteil*. Opladen: Springer VS, 698-699.
- Schimank, U.** (2000). *Handeln und Strukturen. Einführung in die akteurstheoretische
Soziologie*. Weinheim, München: Juventa Verlag, 9.
- Schmidt, S. J.** (1982). *Grundriß der empirischen Literaturwissenschaft*. Wiesbaden:
Braunsschweig, 9.
- Schmidt, S. J.** (1994). Die Wirklichkeit des Beobachters. In: Merten, Schmidt &
Weischenberg (Hrsg.): *Die Wirklichkeit der Medien*. Opladen: Westdeutscher Verlag,
3-19.
- Schmidt, S. J. & Weischenberg, S.** (1994). Mediengattungen, Berichterstattungsmuster,
Darstellungsformen. In: Merten S., Schmidt S.J. & Weischenberg S. (Hrsg.): *Die
Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*.
Opladen: Westdeutscher Verlag, 212-236.

- Schulz, W.** (1976). *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung*. Freiburg i. B./München: Alber.
- Schulz, W.** (1989). Medienforschung. In: Noelle-Neumann, Schulz & Wilke (Hrsg.): *Fischer Lexikon. Publizistik-Massenkommunikation*. Frankfurt a.M., Fischer Taschenbuch Verlag, 133-156.
- Schulz, W.** (2007). *Politische Kommunikation: theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung zur Rolle der Massenmedien in der Politik*. Opladen, 47.
- Schulz, W.** (2008). *Politische Kommunikation* (2. überarbeitete Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 68-72.
- Schulz, W. & Zeh, R.** (2006). Die Kampagne im Fernsehen – Agens und Indikator des Wandels. In: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): *Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2005*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 277–305.
- Seimel, J.** (2008). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft* (1. Aufl.). Saarbrücken: VDM Verl. Müller, 24-26.
- Strömbäck, J. & Esser, F.** (2014). Mediatization of politics: Towards a theoretical framework. In: Esser, F. & Strömbäck, J. (Hrsg.): *Mediatization of politics. Understanding the transformation of western democracies*. Houndmills: Palgrave Macmillan, 3–28.
- Swanson, D.L.** (1991): Theoretical Dimensions of the U.S.-French Presidential Campaign Studies. In: Kaid, L. L., Gerstle, J. & Sanders, K. R. (Hrsg.): *Mediated Politics in Two Cultures. Presidential Campaigning in the United States and France*. New York, Westport, London: Praeger, 9- 24.
- Tenscher, J. & Russmann, U.** (2016). *Vergleichende Wahlkampfforschung*. Wiesbaden, 78.
- Tenscher, J. & Viehrig, H.** (2010). *Politische Kommunikation in internationalen Beziehungen* (1. Aufl.). Berlin: Lit, 7.

- Thiele, M.** (2005). Österreich im Spiegel, Deutschland im Profil. Die Berichterstattung der Nachrichtenmagazine über ihren Nachbarn. In: Thiele, M. (Hrsg.): *Konkurrenz der Wirklichkeiten*. Göttingen: Universitätsverlag, 189-216.
- Truman, D.** (1951). *The Governmental Process: Political Interests and Public Opinion*. New York, NY: Knopf.
- Vaňková, L. & Wolf, N.R.** (2010). Literarische Emotionen: Einleitende Hinweise zur emotionslinguistischen Analyse. In: *Aspekte der Emotionslinguistik*. 1. Ostrava: FF OU, 7-15.
- Weaver, D.H., Graber, D.A., McCombs, M.E. & Eyal, C.H.** (1981). *Media Agenda-Setting in A Presidential Election*. New York: Praeger.
- Weischenberg, S., Kleinsteuber, H.J. & Pörksen, B.** (2005). *Handbuch Journalismus und Medien*. Konstanz, 374.
- Wienold, H.** (1995). Theoretische Konstrukte. In: Wienold u.a.: *Lexikon zur Soziologie* (5.Aufl.). Springer Verlag.
- Wilke, J. & Reinemann, C.** (2000). *Kanzlerkandidaten in der Wahlkampfberichterstattung. Eine vergleichende Studie zu den Bundestagswahlen 1949–1998*. Köln: Böhlau.
- Zimmermann, D.** (1990). Das Image Österreichs in der britischen Presse 1986 – 1988: massenmediale Wirklichkeitsreduktion. Wien: Univ., Dipl.-Arb, 34.

Onlinequellen:

- Bracker, N.** (2001). Journalistisches Schreiben Teil I: Einleitung – Tatsachenbetonte Darstellungsformen. In: *Fachjournalist*, 1(2001), 18 – 25. Abgerufen am 7.10.2017, von http://www.fachjournalist.de/PDF-Dateien/2012/04/FJ_1_2001-Journalistisches-

Boeva N. (2016). Versicherung von Trump. In: *Kommersant*, 01.11.2016. Abgerufen am 7.10.2017, von <https://www.kommersant.ru/doc/3132352>

Hepp, A., Loosen, W., Hasebrink, U. & Reichertz, J. (2017). Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft. Über die Notwendigkeit einer (erneuten) Debatte. In: *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft*, Heft 2, 181 – 206. Abgerufen am 8.10.2017, von <https://www.nomos-elibrary.de/10.5771/1615-634X-2017-2-181/konstruktivismus-in-der-kommunikationswissenschaft-ueber-die-notwendigkeit-einer-erneuten-debatte-jahrgang-65-2017-heft-2>

Holtz-Bacha, C. (2006). Personalisiert und emotional. Strategien des modernen Wahlkampfes. In: *Politik und Zeitgeschichte*, 7/2006, 13. Abgerufen am 03.10.2017, von <http://www.bpb.de/apuz/29919/personalisiert-und-emotional-strategien-des-modernen-wahlkampfes?p=all>

Langer, W. (2000): Methoden der empirischen Sozialforschung. Abgerufen am 3.09.2017, von <https://langer.soziologie.uni-halle.de/pdf/meth1/inhaltan.pdf>

Monika D.P., Strömbäck, J. & Shehata A. (2012). The dynamics of political interest and news media consumption: A longitudinal perspective. In: *International Journal of Public Opinion Research*, Volume 25, Issue 4, 414–435. Abgerufen am 19.09.2017, von <https://academic.oup.com/ijpor/article-abstract/25/4/414/727364?redirectedFrom=fulltext>

Moser, M. (2017). Kurz auf Ausgleichskurs mit Russland. *Neue Zürcher Zeitung*, 4.1.2017. Abgerufen am 27.11.2017, von <https://www.nzz.ch/international/osze-vorsitz-kurz-auf-ausgleichskurs-mit-russland-ld.1290148>

- Paul, G.** (2009). Die (Medien-)Kanzlerin. Die vielen Gesichter der Angela Merkel. Flensburg. Abgerufen am 2.12.2017, von http://www.kas.de/upload/bildungswerke/eichholz/E50-260309-1_Paul-Merkel.pdf
- Wike, R., Stokes, B., Poushter, J., & Fetterolf, J.** (2017). U.S. Image Suffers as Publics Around World Question Trump's Leadership. *Pew Research Center's Global Attitudes Project*. Abgerufen am 5.06.2017, von <http://www.pewglobal.org/2017/06/26/u-s-image-suffers-as-publics-around-world-question-trumps-leadership/>
- ARD-Forschungsdienst (2013).** Nutzung und Wirkung politischer Kommunikation. In: *Media Perspektiven* Heft 1 - AS&S. Abgerufen am 5.10.2017, von <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/2013/heft-1/>
- Top-10 Russische Printmedien.** *Das statistische Internet-Portal Metodologia*. Abgerufen am 4.06.2017, von <http://www.mlg.ru/ratings/>
- Russia established Diplomatic Relations with USA.** *Official Internet Resources of the Presidential Library*. Abgerufen am 6.12.2017, von <https://www.prlib.ru/history/619690>
- Russian-American Relations.** *Official Internet Resources of the Embassy of The Russian Federation Washington DC*. Abgerufen am 1.12.2017, von <http://www.russianembassy.org/page/russian-american-relations>
- Telephone conversation with US President Donald Trump.** *Official Internet Resources of the President of Russia*. Abgerufen am 4.12.2017, von <http://en.kremlin.ru/events/president/news/53787>
- Persönliche Kommunikation.** *NBC*, Moscow, July 21, 2017. Abgerufen am 11.12.2017, von

http://www.mid.ru/web/guest/maps/us/-/asset_publisher/unVXBbj4Z6e8/content/id/2821758?p_p_id=101_INSTANCE_unVXBbj4Z6e8&_101_INSTANCE_unVXBbj4Z6e8_languageId=en_GB

Französisch-russische Beziehungen. *Offizielle Webseite der Russischen Botschaft in Frankreich.* Abgerufen am 19.12.2017, von

<http://ambassade-de-russie.fr/index.php/ru/rossiya-i-francia/politicheskiy-dialog-segodnya>

Französisch-Russische Beziehungen. *Offizielle Webseite des Außenministeriums der Russischen Föderation.* Abgerufen am 26.11.2017, von

<http://www.mid.ru/ru/maps/fr/?currentpage=main-country>

Foreign Policy News: Contours of Russo-France relations. Abgerufen am 20.11.2017, von

<http://foreignpolicynews.org/2017/06/17/contours-russo-france-relations/>

France and Russia: Political relations. *Offizielle Webseite der Französischen Diplomatie.*

Abgerufen am 18.11.2017, von

<https://www.diplomatie.gouv.fr/en/country-files/russia/france-and-russia/>

Die Republik Österreich: Nachrichten. *Offizielle Webseite des Außenministeriums der Russischen Föderation.* Abgerufen am 25.11.2017, von

<http://www.mid.ru/de/maps/at/?currentpage=main-country>

Bilaterale Wirtschaftsbeziehungen Osteuropa. *Offizielle Webseite des Bundesministeriums Österreich für Digitalisierung und Wirtschaft.* Abgerufen am 21.11.2017, von

<https://www.bmdw.gv.at/Aussenwirtschaft/oesterreichswirtschaftsbeziehungen/WirtschaftsausserhalbderEU/Seiten/Osteuropa.aspx>

8 Anhang

8.1 Abstract (Deutsch)

Die Relevanz politischer Medien-Images hinsichtlich der Beeinflussung von politischen und gesellschaftlichen Prozessen wird heutzutage immer bedeutender. Dies ist Ursache für immer breiter angelegte Untersuchungen in der modernen Kommunikationswissenschaft. Die Präsentation westlicher Politiker in nicht europäischen Ländern, welche eine konfliktgeladene Beziehung zu Europa oder den USA haben, wurde jedoch bisher nicht tiefgehend untersucht. Ziel der vorliegenden Arbeit war es festzustellen, inwiefern Medien-Images für die bedeutenden politischen Akteure Donald Trump, Emmanuel Macron und Alexander Van Der Bellen während ihrer Wahlkampagnen 2015-2017 in den russischen Medien geprägt wurden, sowie inwiefern diese mit den aktuellen internationalen Beziehungen zwischen Russland und den jeweiligen Ländern übereingestimmt haben. Die Untersuchung basiert auf dem Konstruktivismus, sowie der Handlungstheorie. Außerdem wurden das Medien-Image, als Bestandteil politischer Inszenierung, sowie grundlegende Aspekte der vergleichenden Politik näher betrachtet.

Mittels einer quantitativen Inhaltsanalyse sind insgesamt 150 Artikel aus zehn russischen Qualitätszeitungen mit Hinblick auf die darin dargestellten Medien-Images analysiert worden. Die Analyse hat gezeigt, dass sich die Qualitätsmedien in Russland darauf konzentriert haben, die politischen Akteure vorwiegend hinsichtlich ihrer strategischen Pläne gegenüber Russland darzustellen. Es wurde festgestellt, dass die russischen Printmedien die Medien-Images für die ausgewählten Politiker allerdings nicht unter Anwendung aller relevanten Bestandteile des Medien-Images konstruiert haben. Dies lässt die Schlussfolgerung zu, dass die russischen Medien Ihre Berichterstattung über die ausgewählten westlichen Politiker nicht ausbalanciert, sondern vorwiegend den eigenen Interessen folgend konstruiert haben, und daher unvollständige Medien-Images geprägt haben.

8.2 Abstract (English)

The importance of political media-images relating to the controlling of political, economic and social processes is growing constantly. This is building an extensive research field for modern communications science.

The representation of western politicians in non-European countries, which have a conflicting relationship to Europe and the USA, hasn't been studied in-depth.

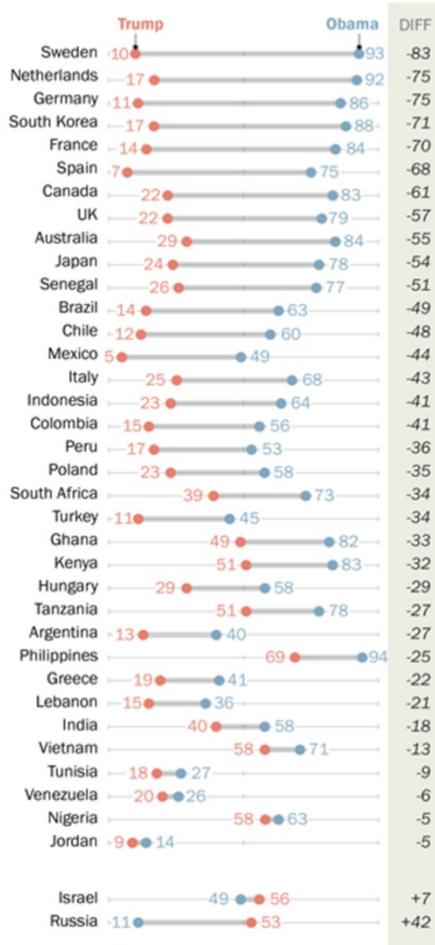
The aim of the thesis presented was to find out in which manner political media-images have been constructed in the Russian Media and how far these media-images agree with the actual international relationship between Russia and the three selected countries (USA, France and Austria). The research focused on the following important political figures: Donald Trump, Emmanuel Macron and Alexander Van Der Bellen during their election campaigns between 2015-2017. The research was set within a framework of Constructivism and Action Theory, as well as basic elements of Media-Image, as a part of political representation, and basic principles of Comparative Politics.

The study analysed the content of 150 articles published by ten credible Russian newspapers considered to contain political media-images. The results showed, that the print-media in Russia have mostly concentrated on the representation of the selected politicians only in terms of their strategic plans towards Russia and have constructed the media-images without using all the relevant component parts.

The thesis concludes that Russian media have constructed incomplete media-images about the selected western politicians under the influence of their own perspective and interest.

Pew Research Center, 26 June 2017 U.S. Image Suffers as Publics Around World Question Trump's Leadership

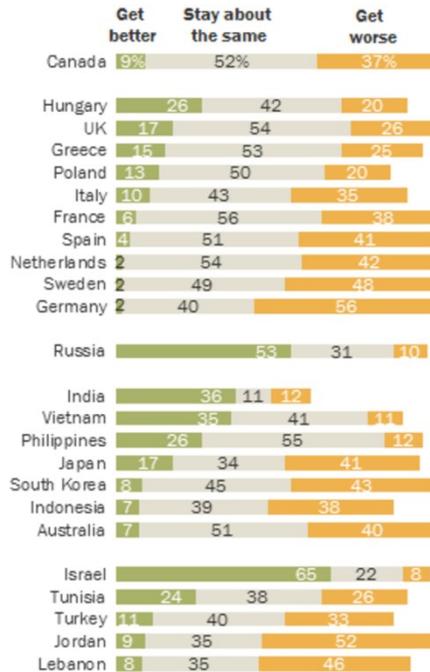
Confidence in the U.S. president to do the right thing regarding world affairs



Note: Obama figures are based on the most recently available data for each country between 2014 and 2016.

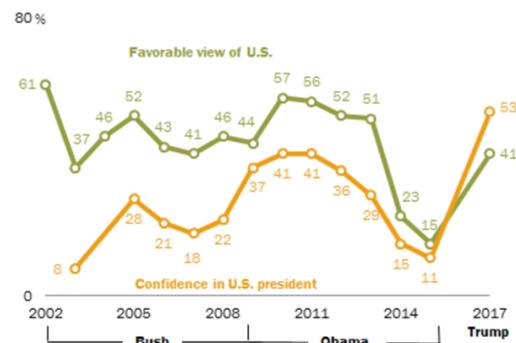
Many do not expect relations with U.S. to change during Trump's tenure

Now that Donald Trump is the U.S. president, over the next few years do you think that relations between our country and the U.S. will ___?



Russians give Trump higher marks than Obama or Bush ever received

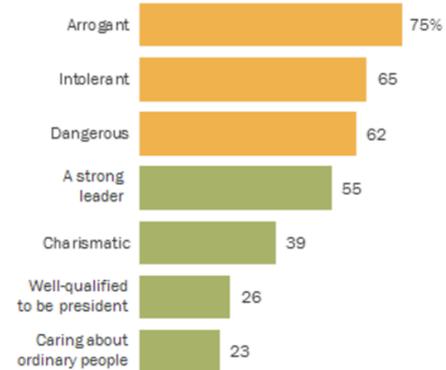
Among Russians ...



Source: Spring 2017 Global Attitudes Survey, Q12a & Q30a.
PEW RESEARCH CENTER

Global views of Trump's characteristics

% saying they think of President Donald Trump as ...



Note: Percentages are global medians based on 37 countries.
Source: Spring 2017 Global Attitudes Survey, Q37a-g.

PEW RESEARCH CENTER

Analyse

Codebuch

| |
|--|
| Formale Variablen |
| V 000. Link zum Artikel |
| www. _____ |
| V 001. Name der Zeitung/des Magazines |
| 1 Kommersant 2 Novaya Gazeta 3 Nesavisimaya Gazeta 4 Argumenti I Fakti 5 Izvestia 6 Rossiyskaya Gazeta 7 Moskovskiy Komsomolez 8 Vedomosti 9 Komsomolskaya Pravda 10 Parlamentskaya Gazeta |
| V 002. Erscheinungsdatum des Artikels |
| TT.MM.JJJJ |
| V 003. Darstellungsform des Artikels |
| 1 Bericht 2 Nachricht 3 Interview |
| Inhaltliche Variablen |
| V 004. Personen Bezug |
| 1 Donald Trump 2 Emmanuel Macron 3 Alexander Van der Bellen |
| V 005. Schreibform des Inhaltes |
| 1 Informationsbetonter Text 2 Meinungsbetonter Text 3 Unterhaltungsbetonter Text |
| V 006. Personalisierungsgrad des Artikels |
| 1 Kandidaten-Bezug bei weniger als die Hälfte des Artikels vorkommt 2 Kandidaten-Bezug und andere Bezüge gleichermaßen vorkommen 3 Kandidaten-Bezug den überwiegenden Teil des Artikels hat oder den gesamten Artikel durchläuft |
| V 007. Emotionalisierungsgrad des Artikels |
| 1 Keine Emotionalisierung 2 Emotionalisierung ist nur wenig erkennbar 3 Emotionalisierung ist im größten Teil des Artikels vorhanden |
| V 008. Hauptthema des Artikels |
| 1 Außenpolitik des Landes 2 Innenpolitik des Landes 3 Themen mit einem positiven Bezug auf Russland 4 Themen mit einem negativen Bezug auf Russland 5 Medien-Propaganda 6 Wahlen 7 Andere Themen |
| V 009. Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag |
| 1 vorwiegend negativ 2 vorwiegend positiv 3 beides, positiv und negativ 4 neutral |
| V 010. Bezug auf Russland im Artikel |
| 0 kein Bezug auf Russland 1 eher positiv |

| |
|---|
| 2 eher negativ 3 eher neutral |
| Urteilsvariablen |
| V 011. Professionelle Fähigkeiten |
| V 011.a Leader |
| 0 nicht vorhanden 1 schwacher Leader 2 starker Leader |
| V 011.b Qualifikation |
| 0 nicht vorhanden 1 nicht qualifiziert, um einen Präsident zu werden 2 qualifiziert, um einen Präsident zu werden |
| V 011.c Bevölkerung |
| 0 nicht vorhanden 1 kümmert sich nicht um die Bevölkerung 2 kümmert sich um die Bevölkerung |
| V 011.d Erfolg |
| 0 nicht vorhanden 1 beruflich erfolgreich/ambitiös |
| V 012. Persönliche Charakteristiken |
| V 012.a unentschieden |
| 0 nicht vorhanden 1 unentschieden |
| V 012.b hervorragend |
| 0 nicht vorhanden 1 hervorragend |
| V 012.c talentiert |
| 0 nicht vorhanden 1 talentiert |
| V 012.d heuchlerisch |
| 0 nicht vorhanden 1 heuchlerisch |
| V 012.e unbeständig |
| 0 nicht vorhanden 1 unbeständig |
| V 012.f inkonsequent |
| 0 nicht vorhanden 1 inkonsequent |
| V 012.g flegelhaft |
| 0 nicht vorhanden 1 flegelhaft |
| V 012.h glaubwürdig |
| 0 nicht vorhanden 1 glaubwürdig |
| V 012.i pragmatisch |
| 0 nicht vorhanden 1 pragmatisch |
| V 012.j rational/intelligent |
| 0 nicht vorhanden 1 rational/intelligent |
| V 012.k zurückhaltend |
| 0 nicht vorhanden 1 zurückhaltend |
| V 012.l tolerant |
| 0 nicht vorhanden 1 tolerant |
| V 012.m unvorhersehbar/unsystematisch |
| 0 nicht vorhanden 1 unvorhersehbar/unsystematisch |

| |
|--|
| V 012.n sympathisch/charismatisch |
| 0 nicht vorhanden 1 sympathisch/charismatisch |
| V 013 Verhältnis zu anderen Ländern |
| V 013.a zu Europa |
| 0 kein Verhältnis 1 Zusammenarbeit wird erwartet 2 Konfrontation wird erwartet 3 Neutralität wird erwartet |
| V 013.b zu Russland |
| 0 kein Verhältnis 1 Zusammenarbeit wird erwartet 2 Konfrontation wird erwartet 3 Neutralität wird erwartet |
| V 014 Äußeres/Stil |
| V 014.a Zurückhaltung |
| 0 nicht vorhanden 1 zurückhaltend |
| V 014.b Entschlossenheit |
| 0 nicht vorhanden 1 entschlossen |
| V 014.c aus dem Volke hervorgegangen |
| 0 nicht vorhanden 1 aus dem Volke hervorgegangen |
| V 014.d Kraft |
| 0 nicht vorhanden 1 kräftig |
| V 014 e. Anti-intellektuell |
| 0 nicht vorhanden 1 anti-intellektuell |
| V 015. Politische Grundhaltungen |
| V 015.a Republikaner |
| 0 nicht vorhanden 1 Republikaner |
| V 015b Populist |
| 0 nicht vorhanden 1 Populist |
| V 015c Rassist |
| 0 nicht vorhanden 1 Rassist |
| V 015d Zentrist |
| 0 nicht vorhanden 1 Zentrist |
| V 015e Rechtsgerechnet |
| 0 nicht vorhanden 1 rechtsgerechnet |
| V 015f Linksgerechnet |
| 0 nicht vorhanden 1 linksgerechnet |
| V 016. Vergleich mit Gegenkandidaten |
| 0 kein Vergleich 1 eher besser bewertet als der Gegenkandidaten 2 eher schlechter bewertet als der Gegenkandidaten |
| Zusätzliche Variablen |
| V 017. Zitat/direkte Rede im Bezug auf Russland |
| 0 kein Zitat vorhanden 1 hat einen positiven Bezug auf Russland 2 hat einen negativen Bezug auf Russland |

Codieranweisung

| Variable | Codieranweisung | Beispiel |
|----------|---|---|
| V 000. | Das Link zum Artikel reinkopieren | http://www. |
| V 001. | Zutreffende Nummer eintragen | siehe das Codebuch |
| V 002. | Zutreffende Nummer eintragen | siehe das Codebuch |
| V 003. | <p>Nachricht - Hauptinhalt sind aktuelle Ereignisse, politische Akteure und Sachverhalte, welche die journalistischen Grundfragen „Was-Wer-Wann-Wo“ behandeln. Maximale Länge 25 Zeilen.</p> <p>Bericht - orientiert sich ebenfalls an einem Thema, Geschehen oder Akteure, ist aber ausführlicher ausgearbeitet als die Nachricht.</p> <p>Interview - enthält einen Dialog mit einer Person und zwar, ihre Antworten auf gestellte Fragen.</p> <p>(vgl. Mast 2000:44)</p> | <p>Mehr Informationen zu den drei journalistischen Darstellungsformen im Artikel „Journalistisches Schreiben“ der Literaturwissenschaftlerin Dr. Nicole Bracker im Onlinemagazin „Fachjournalist“.</p> <p>(vgl. Bracker 2001)</p> |
| V 004. | <p>Hier wird die Hauptfigur des Artikels codiert. Für die Untersuchung gelten nur solche Beiträge als Analyseeinheit, die entweder in Überschrift, Vorspann, Zwischenüberschrift einen der Politiker nennen oder ihn auf dem Bild zum Artikel zeigen. Wird da einer der ausgewählten Akteure genannt, so ist dieser automatisch der Hauptakteur des Artikels.</p> <p>Für jeden Artikel muss maximal ein Personenbezug codiert werden.</p> | <p>Siehe den Beispielsartikel: (vgl. Boeva 2016)</p> <p>Überschrift: „<i>Страховка от Трампа. Как финансисты готовятся к выборам президента США</i>“ - „Versicherung von Trump. Wie bereiten sich Financier auf die Wahl des USA Präsidenten vor“</p> <p>Auf dem Bild zum Text ist auch Donald Trump deutlich erkennbar.</p> |
| V 005. | <p>Informationsbetonter Text - Starke Orientierung an Daten, Namen, Fakten oder Tagesgeschehen. Das Hauptziel ist die Informationsvermittlung. Meistens sind Nachrichten und Berichten informationsbetont.</p> <p>Meinungsbetonter Text - bringt eine Bewertung/ Beurteilung/ Meinung oder Kritik des Autors oder der interviewten Person zu einem bestimmten Thema zum Ausdruck. Meistens sind Interviews und Berichte meinungsbetont.</p> | <p>Mehr Informationen zu den drei journalistischen Schreibstilen in der Arbeit von Mag. Elena Rusinková.</p> <p>(vgl. Rusinková, 2012)</p> |

| | | |
|--------|---|--|
| | <p>Unterhaltungsbetonter Text zeichnet sich durch spannungsproduzierende Erzählmuster aus und dienen vorwiegend der Unterhaltung des Lesers. (vgl. Mast 2000: 215)</p> | |
| V 006. | <p>Bei dem Personalisierungsgrad (in diesem Sinne – Zentralität des Kandidaten-Bezugs) soll entschieden werden, ob: 1 Kandidaten-Bezug bei weniger als die Hälfte des Beitrags vorkommt – Schwache Personalisierung 2 Kandidaten-Bezug und andere Bezüge gleichermaßen vorkommen – Starke Personalisierung 3 Kandidaten-Bezug den überwiegenden Teil des Beitrags hat oder den gesamten Beitrag durchläuft – Sehr starke Personalisierung</p> <p>Die Zuordnung soll rein quantitativ über die relative Länge des Personenbezugs im Verhältnis zur Länge des gesamten Beitrags erfolgen.</p> <p>(vgl. Kindelmann 1994: 203)</p> | <p>Beispiel für schwache Personalisierung aus der Analyse: https://iz.ru/news/641298</p> <p>Beispiel für starke Personalisierung aus der Analyse: https://rg.ru/2016/10/31/nedelia-do-vyborov-klinton-v-favoritah-tramp-obeshchaet-novyj-breksit.html</p> <p>Beispiel für sehr starke Personalisierung aus der Analyse: https://www.novayagazeta.ru/news/2016/07/31/123695-tramp-zayavil-o-gotovnosti-rassmotret-vopros-o-prinadlezhnosti-kryma</p> <p>Die Links zu allen Artikeln befinden sich im Anhang.</p> |
| V 007. | <p>Zuerst ist zu entscheiden, ob emotionale Tendenzen zu erkennen sind. Hier wird codiert, wenn entweder Emotionen des Autors, bzw. der interviewten Person ausgedrückt werden oder über Emotionen des Kandidaten gesprochen wird.</p> <p>0 keine Emotionalisierung 1 Emotionalisierung ist nur wenig erkennbar 2 Emotionalisierung ist im ganzen/im größten Teil des Artikels vorhanden</p> | <p>Ausdruck von Emotionen wird entweder explizit - emotionsbezeichnende Wörter benannt (Verben: mögen, lieben usw.; Adjektive: lieb, nett, ängstlich usw. Nominative: Liebe, Angst usw.) Beispiel: „<i>Ich werde es Vladimir Putin direkt und radikal sagen</i>“</p> <p>.. oder implizit – durch emotionsausdrückende Sprachmittel (Schimpfwörter, direkte Rede, Metaphern, Wiederholungen usw., Superlative, rhetorische Fragen usw.) Beispiel: „<i>Wäre es nicht gut, wenn die USA und Russland zusammen ISIS zerschlagen?</i>“</p> <p>Zur Beschreibung von Emotionen der Kandidaten zählen auch emotionsbezeichnenden Wörter, Metaphern, direkte oder indirekte Rede, Beschreibungen des physischen/emotionellen Zustandes der Person usw. Beispiel: „<i>Er hat sehr freundlich auf die Fragen der Journalisten geantwortet</i>“</p> <p>(vgl. Vaňková & Wolf 2010)</p> |

| | | |
|--------|---|---|
| | | |
| V 008. | <p>Hier ist das Hauptthema des Artikels zu entscheiden und nach folgenden Kriterien zu codieren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Werden im Artikel zwei oder mehr Themen behandelt, wird das Thema codiert, dem einen größeren Teil des Artikels eingeräumt wird • Nehmen zwei oder mehr Themen behandelt und sind diese vom Umfang her gleichwertig, wird das erstgenannte Thema codiert. Es soll aus der Artikelüberschrift verständlich sein, welches das Hauptthema ist. | <p>„Trump bestätigt seine Bereitschaft, die Frage der Zugehörigkeit von Krim zu behandeln“ – Thema 1. Außenpolitik des Landes</p> <p>https://www.novayagazeta.ru/news/2016/07/31/123695-tramp-zayavil-o-gotovnosti-rassmotret-vopros-oprinadlezhnosti-kryma</p> <p>„Wer ist Emmanuel Macron: Rothschild's Puppe, Psychopath oder Mr. Nobody“ – Thema 7. Andere Themen (Privatleben, Herkunft, Karriere)</p> <p>https://www.kp.ru/daily/26675/3697218/</p> <p>Die Links zu allen Artikeln befinden sich im Anhang.</p> |
| V 009. | <p>Ankreuzen, was die überwiegende Grundtendenz des Artikels bezüglich dem Kandidaten, bzw. vorwiegende Behandlung des Kandidaten im Artikel ist. Bewertet wird der gesamte Artikel.</p> | <p>Folgende Fragen sollen hilfreich sein:</p> <p>Wird über den Kandidaten positiv, negativ oder neutral gesprochen? Wird der Kandidat als der mögliche zukünftige Präsident gut oder schlecht beurteilt? Wird über eine positive, negative oder neutrale Beziehung mit Russland erwähnt? Gibt es ein Vergleich mit dem Gegenkandidaten und zum wessen Vorteil?</p> |
| V 010. | <p>Markierung der überwiegenden Grundtendenz des Artikels bezüglich der Beziehung zu Russland. Positiv wird bewertet, wenn es im Artikel um eine mögliche Verbesserung der Beziehungen mit Russland oder eine zukünftige Zusammenarbeit geht. Negative, wenn eine Konfrontation oder Sanktionen erwartet werden. Neutral, wenn Neutralität erwartet wird. Bewertet wird der gesamte Artikel.</p> | <p>„Trump's Sieg wird die politischen Beziehungen zwischen Russland und des USA verbessern“ „Er hofft, in der Zukunft mit Putin zusammen zu arbeiten“ „Für Russland soll sich nichts ändern“</p> |
| V 011. | <p>Hier sollen alle im Artikel erwähnten professionellen Fähigkeiten des Kandidaten codiert werden.</p> <p>(vgl. Kepplinger et al. 1986)</p> | <p>starker Leader – „Und bezeichnet ihn als ein sehr starker Leader dieses Wahlkampfes“ schwacher Leader – „Er hat keine Chance zu einer starken politischen Figur zu werden“ erfahren/qualifiziert, um einen Präsident zu werden - „Er wurde als unqualifiziertester Kandidat bezeichnet“ nicht erfahren/nicht qualifiziert, um einen Präsident zu werden – „Es ist natürlich schlecht, dass das Land einen „Kater im Sack“ wählen musste“ („Kater im Sack“ ist eine russische Redewendung für einen unerfahrenen Menschen von dem man alles erwarten kann)</p> |

| | | |
|--------|---|--|
| | | <p>kümmert sich um die Bevölkerung – „Er repräsentiert Interessen des niederen Volks“, „Er unterstütz Positionen, die für seine Bevölkerung wichtig sind“</p> <p>kümmert sich nicht um die Bevölkerung - „Für ihn ist Außenpolitik wichtig und nicht seine Bürger“</p> <p>beruflich erfolgreich/ambitiös – „Er hat große Erfahrung und viele wichtige berufliche Positionen hinter sich“</p> |
| V 012. | <p>Hier sollen alle im Artikel erwähnten persönliche Charaktereigenschaften des Kandidaten codiert werden. Eine der Eigenschaften soll codiert werden, wenn sie entweder so wie in der Liste erwähnt wird, oder in Form eines deutlich bestimmten Synonyms. (z.B. „begabt“ wird als „talentiert“ codiert.</p> <p>(vgl. Kepplinger et al. 1986)</p> | <p>unentschieden - „Trump’s Auftreten im Weißen Haus bedeutet Anstieg der Ungewissheit“</p> <p>hervorragend „Trump ist ein hervorragender Mensch“</p> <p>talentiert - „er ist zweifellos ein sehr talentierter Kandidat“</p> <p>heuchlerisch – „Durch seine Heuchelei ist ein Loser zu übersehen“</p> <p>unbeständig – „Er kann nicht mit seinen Entscheidungen fest bleiben“</p> <p>inkonsequent – „Alle seine Aktionen sind einfach unlogisch“</p> <p>flegelhaft – „Trump ist ein Nachtmahr der USA, Flegel und Populist“</p> <p>glaubwürdig – „Viele Bürger finden ihn glaubwürdig“</p> <p>pragmatisch – „Sein pragmatisches Herangehen an seine Entscheidungen“</p> <p>rational/intelligent – „Seine Wahlkampagne ist konsequent und rational“</p> <p>zurückhaltend – „Er bleibt in diesem Wahlkampf zurückhaltend“</p> <p>tolerant – „Er zeigt keine Toleranz gegenüber anderen Menschen“</p> <p>unvorhersehbar/unsystematisch - „Man weiß nie, was man von so einem Menschen erwarten kann“, „Niemand weiß, was man von ihm erwarten kann“</p> <p>sympathisch/charismatisch – „Viele haben ihn als sympathisch bewertet“</p> |
| V 013. | <p>Die Variable wird codiert, wenn es im Artikel um ein Verhältnis vom Kandidaten zu Russland oder Europa gibt. Das Verhältnis wird hier auch als „Zusammenarbeit“, „Konfrontation“ oder „Neutralität“ bezeichnet. Das Verhältnis soll hier im Sinne der politischen Strategie oder politischen Plan des Kandidaten gegenüber anderen Ländern erwähnt werden.</p> <p>(vgl. Kepplinger et al.1986)</p> | <p>„Er betont die Notwendigkeit weiter im normannischen Format zusammen mit Deutschland zu arbeiten“</p> <p>„Er hat eine harte Position bezüglich Brexit und betont, dass niemand daraus gewinnen wird“</p> <p>„Trump hat seiner Hoffnung auf gute und konstruktive Beziehungen mit Moskau Ausdruck gegeben“</p> <p>„Er hat erwähnt, dass er mit Moskau kooperieren und gegen Terrorismus kämpfen möchte“</p> <p>„Ich habe keine Beziehung zu Russland. Ich bin für Russen kein Freund und kein Feind“</p> <p>„Sanktionen gegen Russland müssen bleiben“</p> |
| V 014. | <p>Hier wird der Stil des öffentlichen Auftretens von Kandidaten codiert: Zurückhaltung, Entschlossenheit, politische Herkunft, Intellektualität. (vgl. Graber 1972; Kepplinger et al. 1986)</p> | <p>„Schlangenhafter Macron, der immer allen zustimmt und sagt „da bin ich voll einverstanden“, beschönigt so seine schwammigen Positionen“</p> <p>„Man kann ihn nicht wirklich, als geistig hochstehend bezeichnen“ (=anti-intellektuell)</p> <p>„Sein Entscheidung scheint radikal zu sein“</p> |

| | | |
|--------|--|--|
| V 015. | Hier werden politische Grundhaltungen, politische Philosophie bzw. Parteiverbundenheit und Unterstützung bestimmter politischen Theorien von Kandidaten gemeint. (vgl. Kepplinger et al. 1986) | „Der Kandidat für USA Präsidenten von Republikanern“ „Er ist ein Nationalist und spricht gegen Migranten“ „Er hat sich von Anfang an, als zaristischer Politiker positioniert“ |
| V 016. | Hier soll codiert werden, wenn im Artikel ein Vergleich zwischen dem Kandidaten und seinem Gegenkandidaten gibt. Hier ist zu entscheiden, ob er besser oder schlechter als sein Gegenkandidat bewertet wird. Betrachtet wird der gesamte Beitrag. (vgl. Kepplinger et al. 1986) | „Jede andere Kandidatur an der Macht außer Clinton ist schädlich für die Wirtschaft“ |
| V 017. | Zusätzlich sollen auch Zitate von Kandidaten kodiert werden, die in sich einen Bezug zu Russland oder zu dem russischen Präsidenten haben. Dazu muss die direkte Rede eindeutig einem der Kandidaten zugeordnet werden können. Auch hier soll jedes Zitat als negativ, neutral, oder positiv kodiert werden. | „Clinton äußert sich sehr schlecht über Putin. Ich glaube, das ist nicht so klug“ „Es ist mir eine hohe Ehre, so ein Kompliment von dem Menschen zu hören, der nicht nur in seinem Land, sondern auch außer Russland starke Autorität besitzt“ – über Putin |

Themenliste

1. **Außenpolitik des Landes** (Brexit; Islamischer Staat/ Kampf gegen Terrorismus; Migrationspolitik; Ukraine/Krim; NATO und Kooperation mit europäischen Ländern)
2. **Innenpolitik des Landes** (Wirtschaft; Politische Kultur des Landes; Probleme des Landes)
3. **Positiver Bezug zu Russland** (Zusammenarbeit mit der russischen Regierung, bzw. Verbesserung der Beziehungen zu Russland; Positive Beziehung zu Russland/Putin; Positive Meinung Russen/Putins' über den Kandidaten, Persönliche Beziehung des Kandidaten zu Russland (z.B. Herkunft)
4. **Negativer Bezug auf Russland** (Konfrontation mit Russland; Negative Beziehung zu Russland/Putin; Sanktionen gegen Russland; Negative Meinung Russen/Putins' über den Kandidaten)
5. **Medien-Propaganda** (Russische Medien; Fake-News; Image Russlands in internationalen Medien)
6. **Wahlen** (Illegitimität der Teilnahme an der Wahl; Rolle des Kremls bei der Beeinflussung der Wahlergebnisse; Wahlkampagne des Kandidaten; Erwarteter

Wahlausgang; Wahlkampf zwischen den Kandidaten)

7. **Andere Themen** (Persönlichkeit/Privatleben des Kandidaten; Rechtliche Ermittlungen gegen den Kandidaten und anderes)

Pre-Test für die primären Variable

Alle Variablen:

| Variable | Cohens Kappa Wert | Signifikanz (p) | Übereinstimmung |
|----------|-------------------|-----------------|-----------------|
| V003 | 0,706 | 0,004 | beachtlich |
| V004 | - | - | - |
| V005 | 0,885 | 0,000 | fast vollkommen |
| V006 | 0,702 | 0,000 | beachtlich |
| V007 | 0,298 | 0,027 | ausreichend |
| V008a | 0,799 | 0,000 | beachtlich |
| V008b1 | 0,918 | 0,000 | fast vollkommen |
| V008b2 | 0,926 | 0,000 | fast vollkommen |
| V008b3 | 0,679 | 0,000 | beachtlich |
| V008b4 | 0,656 | 0,000 | beachtlich |
| V008b5 | 0,338 | 0,019 | ausreichend |
| V008b6 | - | - | - |
| V009 | 0,713 | 0,000 | beachtlich |
| V010 | 1,000 | 0,000 | vollkommen |
| V011a | 0,634 | 0,008 | beachtlich |
| V011b | 0,643 | 0,001 | beachtlich |
| V011c | - | - | - |
| V011d | 0,762 | 0,002 | beachtlich |
| V012a | - | - | - |
| V012b | - | - | - |
| V012c | - | - | - |
| V012d | - | - | - |
| V012e | - | - | - |
| V012f | - | - | - |
| V012g | - | - | - |
| V012h | - | - | - |
| V012i | - | - | - |
| V012j | - | - | - |
| V012k | - | - | - |
| V012l | - | - | - |
| V012m | 1,000 | 0,000 | vollkommen |
| V012n | 1,000 | 0,000 | vollkommen |
| V013a | - | - | - |
| V013b | 1,000 | 0,000 | vollkommen |
| V014 | 0,385 | 0,075 | ausreichend |
| V015a | 1,000 | 0,000 | vollkommen |
| V015b | - | - | - |
| V015c | 1,000 | 0,000 | vollkommen |
| V015d | - | - | - |
| V015e | - | - | - |
| V015f | - | - | - |
| V016 | 0,667 | 0,001 | beachtlich |
| V017 | 0,643 | 0,004 | beachtlich |

V003

Darstellungsform des Artikels * Darstellungsform des Artikels Crosstabulation

| | | Darstellungsform des Artikels | | Total |
|-------------------------------|------------|-------------------------------|-----------|--------|
| | | Bericht | Nachricht | |
| Darstellungsform des Artikels | Bericht | Count 9 | 2 | 11 |
| | | % of Total 60,0% | 13,3% | 73,3% |
| | Nachricht | Count 0 | 4 | 4 |
| | | % of Total 0,0% | 26,7% | 26,7% |
| Total | Count | 9 | 6 | 15 |
| | % of Total | 60,0% | 40,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,706 | ,185 | 2,860 | ,004 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

V004

Personen Bezug * Personen Bezug Crosstabulation

| | | Personen Bezug | | Total |
|----------------|--------------|----------------------|--------|--------|
| | | Donald Trump | | |
| Personen Bezug | Donald Trump | Count 15 | 15 | 15 |
| | | % of Total 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Total | Count | 15 | 15 | 15 |
| | % of Total | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

a. No statistics are computed because Personen Bezug and Personen Bezug are constants.

V005

Schreibform des Inhaltes * Schreibform des Inhaltes Crosstabulation

| | | | Schreibform des Inhaltes | | | Total |
|--------------------------|----------------------------|------------|---------------------------|-----------------------|----------------------------|--------|
| | | | Informationsbetonter Text | Meinungsbetonter Text | Unterhaltungsbetonter Text | |
| Schreibform des Inhaltes | Informationsbetonter Text | Count | 8 | 0 | 0 | 8 |
| | | % of Total | 53,3% | 0,0% | 0,0% | 53,3% |
| | Meinungsbetonter Text | Count | 0 | 4 | 0 | 4 |
| | | % of Total | 0,0% | 26,7% | 0,0% | 26,7% |
| | Unterhaltungsbetonter Text | Count | 1 | 0 | 2 | 3 |
| | | % of Total | 6,7% | 0,0% | 13,3% | 20,0% |
| Total | | Count | 9 | 4 | 2 | 15 |
| | | % of Total | 60,0% | 26,7% | 13,3% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,885 | ,110 | 4,670 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V006

Personalisierungsgrad des Artikels * Personalisierungsgrad des Artikels Crosstabulation

| | | | Personalisierungsgrad des Artikels | | | | Total |
|------------------------------------|---------------------------|------------|------------------------------------|---------------------------|-------------------------|------------------------------|--------|
| | | | schwache Personalisierung | mittlere Personalisierung | starke Personalisierung | sehr starke Personalisierung | |
| Personalisierungsgrad des Artikels | schwache Personalisierung | Count | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% |
| | mittlere Personalisierung | Count | 0 | 3 | 0 | 0 | 3 |
| | | % of Total | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% |
| | starke Personalisierung | Count | 0 | 1 | 2 | 1 | 4 |
| | | % of Total | 0,0% | 6,7% | 13,3% | 6,7% | 26,7% |
| sehr starke Personalisierung | Count | 0 | 0 | 1 | 6 | 7 | |
| | % of Total | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 40,0% | 46,7% | |
| Total | | Count | 1 | 4 | 3 | 7 | 15 |
| | | % of Total | 6,7% | 26,7% | 20,0% | 46,7% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,702 | ,153 | 4,260 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V007

Emotionalisierungsgrad des Artikels * Emotionalisierungsgrad des Artikels Crosstabulation

| | | | Emotionalisierungsgrad des Artikels | | | | Total |
|-------------------------------------|-----------------------------|------------|-------------------------------------|------------------------|------------------------|----------------------|--------|
| | | | sehr schwache Emotionalität | schwache Emotionalität | mittlere Emotionalität | starke Emotionalität | |
| Emotionalisierungsgrad des Artikels | sehr schwache Emotionalität | Count | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| | | % of Total | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% |
| | schwache Emotionalität | Count | 1 | 1 | 3 | 0 | 5 |
| | | % of Total | 6,7% | 6,7% | 20,0% | 0,0% | 33,3% |
| | mittlere Emotionalität | Count | 1 | 0 | 2 | 2 | 5 |
| | | % of Total | 6,7% | 0,0% | 13,3% | 13,3% | 33,3% |
| starke Emotionalität | Count | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 | |
| | % of Total | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 13,3% | |
| Total | | Count | 6 | 1 | 5 | 3 | 15 |
| | | % of Total | 40,0% | 6,7% | 33,3% | 20,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,298 | ,155 | 2,210 | ,027 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V008a

Hauptthema des Artikels * Hauptthema des Artikels Crosstabulation

| | | | Hauptthema des Artikels | | | Total |
|-------------------------|-------------------------|------------|-------------------------|--------------------|--------|--------|
| | | | Außenpolitik des Landes | Bezug auf Russland | Wahlen | |
| Hauptthema des Artikels | Außenpolitik des Landes | Count | 3 | 0 | 1 | 4 |
| | | % of Total | 20,0% | 0,0% | 6,7% | 26,7% |
| | Innenpolitik des Landes | Count | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 6,7% |
| | Bezug auf Russland | Count | 0 | 4 | 0 | 4 |
| | | % of Total | 0,0% | 26,7% | 0,0% | 26,7% |
| Wahlen | Count | 0 | 0 | 6 | 6 | |
| | % of Total | 0,0% | 0,0% | 40,0% | 40,0% | |
| Total | | Count | 3 | 4 | 8 | 15 |
| | | % of Total | 20,0% | 26,7% | 53,3% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,799 | ,128 | 4,700 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V008b1

| | | | V008b1_kodierer2 | | | | | | | | Total |
|------------------|-------|------------|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| | | | 1,00 | 7,00 | 14,00 | 16,00 | 17,00 | 28,00 | 31,00 | 32,00 | |
| V008b1_kodierer1 | 1,00 | Count | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 6,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 7,00 | Count | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| | | % of Total | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 14,00 | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 16,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 17,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 28,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 31,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 5 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 33,3% |
| | 32,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 6,7% |
| Total | | Count | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | 1 | 15 |
| | | % of Total | 6,7% | 20,0% | 6,7% | 13,3% | 6,7% | 6,7% | 33,3% | 6,7% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,918 | ,077 | 8,376 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V008b2

| | | Unterthemen des Artikels | | | | | | | | | | Total | |
|--------------------------|-------|--------------------------|-------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| | | ,00 | 2,00 | 3,00 | 8,00 | 11,00 | 16,00 | 22,00 | 29,00 | 31,00 | 32,00 | 34,00 | |
| Unterthemen des Artikels | ,00 | Count | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | | % of Total | 13,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 1,00 | Count | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 2,00 | Count | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 3,00 | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 8,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 13,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 11,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 16,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 22,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 29,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 31,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% |
| | 32,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 13,3% | 0,0% | 0,0% |
| | 34,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 6,7% |
| Total | | Count | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 15 |
| | | % of Total | 20,0% | 6,7% | 6,7% | 13,3% | 6,7% | 6,7% | 6,7% | 6,7% | 6,7% | 13,3% | 6,7% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,926 | ,071 | 11,151 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V008b3

| | | Unterthemen des Artikels | | | | | | | | | | Total |
|--------------------------|-------|--------------------------|-------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | ,00 | 1,00 | 3,00 | 8,00 | 12,00 | 16,00 | 20,00 | 30,00 | 31,00 | 32,00 | |
| Unterthemen des Artikels | ,00 | Count | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| | | % of Total | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 1,00 | Count | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 3,00 | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 8,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 12,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 20,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 2 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 13,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 22,00 | Count | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | 30,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% |
| | 31,00 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 6,7% |
| | 33,00 | Count | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Total | | Count | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 15 |
| | | % of Total | 33,3% | 6,7% | 6,7% | 6,7% | 6,7% | 6,7% | 13,3% | 6,7% | 6,7% | 6,7% |

Symmetric Measures

| | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement Kappa | ,697 | ,125 | 7,999 | ,000 |
| N of Valid Cases | 15 | | | |

V008b4

Unterthemen des Artikels * Unterthemen des Artikels Crosstabulation

| | | | Unterthemen des Artikels | | | | | Total |
|--------------------------|--|------------|--------------------------|-------------------|--|---|-----------------------------|--------|
| | | | nicht vorhanden | Islamischer Staat | Verbesserung der Beziehungen zu Russland | Persönliche Beziehung des Kandidaten zu Russland (z. B. Herkunft) | Wahlkampagne des Kandidaten | |
| Unterthemen des Artikels | nicht vorhanden | Count | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 9 |
| | | % of Total | 60,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 60,0% |
| | Islamischer Staat | Count | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% |
| | Verbesserung der Beziehungen zu Russland | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 6,7% |
| | Atomrüstung Russlands | Count | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 6,7% |
| | Positive Meinung Putins' über den Kandidaten | Count | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | | % of Total | 6,7% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 13,3% |
| | Wahlkampagne des Kandidaten | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 6,7% |
| Total | | Count | 10 | 2 | 1 | 1 | 1 | 15 |
| | | % of Total | 66,7% | 13,3% | 6,7% | 6,7% | 6,7% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement Kappa | ,656 | ,147 | 5,148 | ,000 |
| N of Valid Cases | 15 | | | |

V008b5

Unterthemen des Artikels * Unterthemen des Artikels Crosstabulation

| | | | Unterthemen des Artikels | | | Total |
|--------------------------|--|------------|--------------------------|----------------|---|--------|
| | | | nicht vorhanden | Ukraine / Krim | Persönliche Beziehung des Kandidaten zu Russland (z. B. Herkunft) | |
| Unterthemen des Artikels | nicht vorhanden | Count | 11 | 0 | 1 | 12 |
| | | % of Total | 73,3% | 0,0% | 6,7% | 80,0% |
| | Ukraine / Krim | Count | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 6,7% |
| | Verbesserung der Beziehungen zu Russland | Count | 2 | 0 | 0 | 2 |
| | | % of Total | 13,3% | 0,0% | 0,0% | 13,3% |
| Total | | Count | 13 | 1 | 1 | 15 |
| | | % of Total | 86,7% | 6,7% | 6,7% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement Kappa | ,338 | ,280 | 2,344 | ,019 |
| N of Valid Cases | 15 | | | |

V008b6

Unterthemen des Artikels * Unterthemen des Artikels Crosstabulation

| | | | Unterthemen des Artikels | Total |
|--------------------------|-----------------|------------|--------------------------|--------|
| | | | nicht vorhanden | |
| Unterthemen des Artikels | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | Value |
|----------------------------|----------------|
| Measure of Agreement Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | 15 |

a. No statistics are computed because Unterthemen des Artikels and Unterthemen des Artikels are constants.

V009

Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag Crosstabulation

| | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | Total | |
|--|-----------------------------|--|--------------------|-----------------------------|---------|--------|-------|
| | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | | |
| Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | vorwiegend negativ | Count | 2 | 0 | 0 | 1 | 3 |
| | | % of Total | 13,3% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 20,0% |
| | vorwiegend positiv | Count | 0 | 4 | 0 | 1 | 5 |
| | | % of Total | 0,0% | 26,7% | 0,0% | 6,7% | 33,3% |
| | beides, positiv und negativ | Count | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 6,7% | 13,3% |
| | neutral | Count | 0 | 0 | 0 | 5 | 5 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 33,3% |
| Total | Count | 2 | 4 | 1 | 8 | 15 | |
| | % of Total | 13,3% | 26,7% | 6,7% | 53,3% | 100,0% | |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,713 | ,144 | 4,602 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V010

Bezug zu Russland im Artikel * Bezug zu Russland im Artikel Crosstabulation

| | | Bezug zu Russland im Artikel | | | Total | |
|------------------------------|------------------------|------------------------------|--------------|--------------|--------|-------|
| | | kein Bezug zu Russland | eher positiv | eher neutral | | |
| Bezug zu Russland im Artikel | kein Bezug zu Russland | Count | 5 | 0 | 0 | 5 |
| | | % of Total | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 33,3% |
| | eher positiv | Count | 0 | 8 | 0 | 8 |
| | | % of Total | 0,0% | 53,3% | 0,0% | 53,3% |
| | eher neutral | Count | 0 | 0 | 2 | 2 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 13,3% | 13,3% |
| Total | Count | 5 | 8 | 2 | 15 | |
| | % of Total | 33,3% | 53,3% | 13,3% | 100,0% | |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | 1,000 | ,000 | 5,056 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V011a

Professionelle Fähigkeiten - Leader * Professionelle Fähigkeiten - Leader Crosstabulation

| | | Professionelle Fähigkeiten - Leader | | Total | |
|-------------------------------------|-----------------|-------------------------------------|------------------|--------|-------|
| | | nicht vorhanden | schwacher Leader | | |
| Professionelle Fähigkeiten - Leader | nicht vorhanden | Count | 13 | 0 | 13 |
| | | % of Total | 86,7% | 0,0% | 86,7% |
| | starker Leader | Count | 1 | 1 | 2 |
| | | % of Total | 6,7% | 6,7% | 13,3% |
| Total | Count | 14 | 1 | 15 | |
| | % of Total | 93,3% | 6,7% | 100,0% | |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,634 | ,329 | 2,639 | ,008 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V011b

Professionelle Fähigkeiten - qualifiziert * Professionelle Fähigkeiten - qualifiziert Crosstabulation

| | | | Professionelle Fähigkeiten - qualifiziert | | Total |
|---|--|------------|---|--|--------|
| | | | nicht vorhanden | qualifiziert, um einen Präsident zu werden | |
| Professionelle Fähigkeiten - qualifiziert | nicht vorhanden | Count | 13 | 0 | 13 |
| | | % of Total | 86,7% | 0,0% | 86,7% |
| | nicht qualifiziert, um einen Präsident zu werden | Count | 0 | 1 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 6,7% | 6,7% |
| | qualifiziert, um einen Präsident zu werden | Count | 1 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 6,7% | 0,0% | 6,7% |
| Total | | | Count | 1 | 15 |
| | | | % of Total | 93,3% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,643 | ,319 | 3,440 | ,001 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V011c

Professionelle Fähigkeiten - Bevölkerung * Professionelle Fähigkeiten - Bevölkerung Crosstabulation

| | | | Professionelle Fähigkeiten - Bevölkerung | | Total |
|--|-----------------|------------|--|---------------------------------------|--------|
| | | | nicht vorhanden | kümmert sich nicht um die Bevölkerung | |
| Professionelle Fähigkeiten - Bevölkerung | nicht vorhanden | Count | 14 | 1 | 15 |
| | | % of Total | 93,3% | 6,7% | 100,0% |
| Total | | | Count | 1 | 15 |
| | | | % of Total | 93,3% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^b | Approx. T ^c |
|----------------------|-------|-------------------|--------------------------------|------------------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,000 ^a | ,000 | . |
| N of Valid Cases | | 15 | | |

V011d

Persönliche Charakteristiken - heuchlerisch * Persönliche Charakteristiken - heuchlerisch Crosstabulation

| | | | Persönliche Charakteristiken - heuchlerisch | | Total |
|---|-----------------|------------|---|--------|--------|
| | | | nicht vorhanden | | |
| Persönliche Charakteristiken - heuchlerisch | nicht vorhanden | Count | 15 | | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | | 100,0% |
| Total | | | Count | 15 | 15 |
| | | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | , ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

a. No statistics are computed because Persönliche Charakteristiken - heuchlerisch and Persönliche Charakteristiken - heuchlerisch are constants.

V012a

Persönliche Charakteristiken - unentschieden * Persönliche Charakteristiken - unentschieden Crosstabulation

| | | Persönliche Charakteristiken - unentschieden | | Total |
|--|-----------------|--|--------|--------|
| | | nicht vorhanden | | |
| Persönliche Charakteristiken - unentschieden | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

a. No statistics are computed because Persönliche Charakteristiken - unentschieden and Persönliche Charakteristiken - unentschieden are constants.

V012b

Persönliche Charakteristiken - hervorragend * Persönliche Charakteristiken - hervorragend Crosstabulation

| | | Persönliche Charakteristiken - hervorragend | | Total |
|---|-----------------|---|--------|--------|
| | | nicht vorhanden | | |
| Persönliche Charakteristiken - hervorragend | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

a. No statistics are computed because Persönliche Charakteristiken - hervorragend and Persönliche Charakteristiken - hervorragend are constants.

V012c

Persönliche Charakteristiken - talentiert * Persönliche Charakteristiken - talentiert Crosstabulation

| | | Persönliche Charakteristiken - talentiert | | Total |
|---|-----------------|---|--------|--------|
| | | nicht vorhanden | | |
| Persönliche Charakteristiken - talentiert | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

a. No statistics are computed because Persönliche Charakteristiken - talentiert and Persönliche Charakteristiken - talentiert are constants.

V012d

Persönliche Charakteristiken - heuchlerisch * Persönliche Charakteristiken - heuchlerisch Crosstabulation

| | | | Persönliche Charakteristiken - heuchlerisch | |
|---|-----------------|------------|---|--------|
| | | | nicht vorhanden | Total |
| Persönliche Charakteristiken - heuchlerisch | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

a. No statistics are computed because Persönliche Charakteristiken - heuchlerisch and Persönliche Charakteristiken - heuchlerisch are constants.

V012e

Persönliche Charakteristiken - unbeständig * Persönliche Charakteristiken - unbeständig Crosstabulation

| | | | Persönliche Charakteristiken - unbeständig | |
|--|-----------------|------------|--|--------|
| | | | nicht vorhanden | Total |
| Persönliche Charakteristiken - unbeständig | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

a. No statistics are computed because Persönliche Charakteristiken - unbeständig and Persönliche Charakteristiken - unbeständig are constants.

V012f

Persönliche Charakteristiken - inkonsequent * Persönliche Charakteristiken - inkonsequent Crosstabulation

| | | | Persönliche Charakteristiken - inkonsequent | | Total |
|---|-----------------|------------|---|--------------|--------|
| | | | nicht vorhanden | inkonsequent | |
| Persönliche Charakteristiken - inkonsequent | nicht vorhanden | Count | 13 | 2 | 15 |
| | | % of Total | 86,7% | 13,3% | 100,0% |
| Total | | Count | 13 | 2 | 15 |
| | | % of Total | 86,7% | 13,3% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^b | Approx. T ^c | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------------------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,000 ^a | . | ,000 | 1,000 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

a. No statistics are computed because Persönliche Charakteristiken - inkonsequent is a constant.

b. Not assuming the null hypothesis.

c. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

V012g

**Persönliche Charakteristiken - fleghaft * Persönliche Charakteristiken - fleghaft
Crosstabulation**

| | | | Persönliche Charakteristiken - fleghaft | |
|---|-----------------|------------|---|--------|
| | | | nicht vorhanden | Total |
| Persönliche Charakteristiken - fleghaft | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

a. No statistics are computed because Persönliche Charakteristiken - fleghaft and Persönliche Charakteristiken - fleghaft are constants.

V012h

**Persönliche Charakteristiken - glaubwürdig * Persönliche Charakteristiken - glaubwürdig
Crosstabulation**

| | | | Persönliche Charakteristiken - glaubwürdig | |
|--|-----------------|------------|--|--------|
| | | | nicht vorhanden | Total |
| Persönliche Charakteristiken - glaubwürdig | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

a. No statistics are computed because Persönliche Charakteristiken - glaubwürdig and Persönliche Charakteristiken - glaubwürdig are constants.

V012i

**Persönliche Charakteristiken - seriös * Persönliche Charakteristiken - seriös
Crosstabulation**

| | | | Persönliche Charakteristiken - seriös | |
|---------------------------------------|-----------------|------------|---------------------------------------|--------|
| | | | nicht vorhanden | Total |
| Persönliche Charakteristiken - seriös | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

a. No statistics are computed because Persönliche Charakteristiken - seriös and Persönliche Charakteristiken - seriös are constants.

V012j

**Persönliche Charakteristiken - rational * Persönliche Charakteristiken - rational
Crosstabulation**

| | | | Persönliche Charakteristiken - rational | |
|---|-----------------|------------|---|--------|
| | | | nicht vorhanden | Total |
| Persönliche Charakteristiken - rational | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

a. No statistics are computed because Persönliche Charakteristiken - rational and Persönliche Charakteristiken - rational are constants.

V012k

**Persönliche Charakteristiken - zurückhaltend * Persönliche Charakteristiken - zurückhaltend
Crosstabulation**

| | | | Persönliche Charakteristiken - zurückhaltend | |
|--|-----------------|------------|--|--------|
| | | | nicht vorhanden | Total |
| Persönliche Charakteristiken - zurückhaltend | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

a. No statistics are computed because Persönliche Charakteristiken - zurückhaltend and Persönliche Charakteristiken - zurückhaltend are constants.

V012l

**Persönliche Charakteristiken - tolerant * Persönliche Charakteristiken - tolerant
Crosstabulation**

| | | | Persönliche Charakteristiken - tolerant | |
|---|-----------------|------------|---|--------|
| | | | nicht vorhanden | Total |
| Persönliche Charakteristiken - tolerant | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

a. No statistics are computed because Persönliche Charakteristiken - tolerant and Persönliche Charakteristiken - tolerant are constants.

V012m

Persönliche Charakteristiken - unvorhersehbar * Persönliche Charakteristiken - unvorhersehbar
Crosstabulation

| | | | Persönliche Charakteristiken - unvorhersehbar | | Total |
|---|-----------------|------------|---|----------------|--------|
| | | | nicht vorhanden | unvorhersehbar | |
| Persönliche Charakteristiken - unvorhersehbar | nicht vorhanden | Count | 13 | 0 | 13 |
| | | % of Total | 86,7% | 0,0% | 86,7% |
| | unvorhersehbar | Count | 0 | 2 | 2 |
| | | % of Total | 0,0% | 13,3% | 13,3% |
| Total | | Count | 13 | 2 | 15 |
| | | % of Total | 86,7% | 13,3% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | 1,000 | ,000 | 3,873 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

- a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

V012n

Persönliche Charakteristiken - sympatisch * Persönliche Charakteristiken - sympatisch
Crosstabulation

| | | | Persönliche Charakteristiken - sympatisch | | Total |
|---|-----------------|------------|---|------------|--------|
| | | | nicht vorhanden | sympatisch | |
| Persönliche Charakteristiken - sympatisch | nicht vorhanden | Count | 14 | 0 | 14 |
| | | % of Total | 93,3% | 0,0% | 93,3% |
| | sympatisch | Count | 0 | 1 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 6,7% | 6,7% |
| Total | | Count | 14 | 1 | 15 |
| | | % of Total | 93,3% | 6,7% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | 1,000 | ,000 | 3,873 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

- a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

V013a

Verhältnis zu Europa * Verhältnis zu Europa Crosstabulation

| | | | Verhältnis zu Europa | | Total |
|----------------------|-----------------|------------|----------------------|------------|--------|
| | | | Kein Verhältnis | Verhältnis | |
| Verhältnis zu Europa | Kein Verhältnis | Count | 15 | | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

- a. No statistics are computed because Verhältnis zu Europa and Verhältnis zu Europa are constants.

V013b

Verhältnis zu Russland * Verhältnis zu Russland Crosstabulation

| | | | Verhältnis zu Russland | | | Total |
|------------------------|------------------------------|------------|------------------------|------------------------------|---------------------------|-------|
| | | | Kein Verhältnis | Zusammenarbeit wird erwartet | Neutralität wird erwartet | |
| Verhältnis zu Russland | Kein Verhältnis | Count | 7 | 0 | 0 | 7 |
| | | % of Total | 46,7% | 0,0% | 0,0% | 46,7% |
| | Zusammenarbeit wird erwartet | Count | 0 | 7 | 0 | 7 |
| | | % of Total | 0,0% | 46,7% | 0,0% | 46,7% |
| | Neutralität wird erwartet | Count | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 6,7% |
| Total | Count | 7 | 7 | 1 | 15 | |
| | % of Total | 46,7% | 46,7% | 6,7% | 100,0% | |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | 1,000 | ,000 | 4,557 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V014

Auftreten * Auftreten Crosstabulation

| | | | Auftreten | | | Total |
|-----------|---|------------|---|---|---|-------|
| | | | vorwiegend negativ bewertet, Angriff, Kritik, Schaden, Aggression, Gewalt | vorwiegend positiv bewertet, Unterstützung, Bestätigung | neutral, keine positive/negative Bewertung des Auftretens | |
| Auftreten | vorwiegend negativ bewertet, Angriff, Kritik, Schaden, Aggression, Gewalt | Count | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 6,7% |
| | vorwiegend positiv bewertet, Unterstützung, Bestätigung | Count | 0 | 3 | 2 | 5 |
| | | % of Total | 0,0% | 20,0% | 13,3% | 33,3% |
| | neutral, keine positive/negative Bewertung des Auftretens | Count | 0 | 3 | 6 | 9 |
| | | % of Total | 0,0% | 20,0% | 40,0% | 60,0% |
| Total | Count | 1 | 6 | 8 | 15 | |
| | % of Total | 6,7% | 40,0% | 53,3% | 100,0% | |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,385 | ,238 | 1,781 | ,075 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V015a

Politische Grundhaltungen - Republikaner * Politische Grundhaltungen - Republikaner Crosstabulation

| | | | Politische Grundhaltungen - Republikaner | | Total |
|--|-----------------|------------|--|--------------|-------|
| | | | nicht vorhanden | Republikaner | |
| Politische Grundhaltungen - Republikaner | nicht vorhanden | Count | 2 | 0 | 2 |
| | | % of Total | 13,3% | 0,0% | 13,3% |
| | Republikaner | Count | 0 | 13 | 13 |
| | | % of Total | 0,0% | 86,7% | 86,7% |
| Total | Count | 2 | 13 | 15 | |
| | % of Total | 13,3% | 86,7% | 100,0% | |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | 1,000 | ,000 | 3,873 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V015b

**Politische Grundhaltungen - Populist * Politische Grundhaltungen - Populist
Crosstabulation**

| | | | Politische Grundhaltungen - Populist | |
|--------------------------------------|-----------------|------------|--------------------------------------|--------|
| | | | nicht vorhanden | Total |
| Politische Grundhaltungen - Populist | nicht vorhanden | Count | 14 | 14 |
| | | % of Total | 93,3% | 93,3% |
| | Populist | Count | 1 | 1 |
| | | % of Total | 6,7% | 6,7% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^b | Approx. T ^c |
|----------------------|-------|-------------------|--------------------------------|------------------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,000 ^a | ,000 | . |
| N of Valid Cases | | 15 | | |

V015c

**Politische Grundhaltungen - Rassist * Politische Grundhaltungen - Rassist
Crosstabulation**

| | | | Politische Grundhaltungen - Rassist | | Total |
|-------------------------------------|-----------------|------------|-------------------------------------|---------|--------|
| | | | nicht vorhanden | Rassist | |
| Politische Grundhaltungen - Rassist | nicht vorhanden | Count | 14 | 0 | 14 |
| | | % of Total | 93,3% | 0,0% | 93,3% |
| | Rassist | Count | 0 | 1 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 6,7% | 6,7% |
| Total | | Count | 14 | 1 | 15 |
| | | % of Total | 93,3% | 6,7% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | 1,000 | ,000 | 3,873 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V015d

**Politische Grundhaltungen - Zentrist * Politische Grundhaltungen - Zentrist
Crosstabulation**

| | | | Politische Grundhaltungen - Zentrist | |
|--------------------------------------|-----------------|------------|--------------------------------------|--------|
| | | | nicht vorhanden | Total |
| Politische Grundhaltungen - Zentrist | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

a. No statistics are computed because Politische Grundhaltungen - Zentrist and Politische Grundhaltungen - Zentrist are constants.

V015e

**Politische Grundhaltungen - Rechtsgerechnet * Politische Grundhaltungen -
Rechtsgerechnet Crosstabulation**

| | | | Politische Grundhaltungen - Rechtsgerechnet | |
|--|-----------------|------------|--|--------|
| | | | nicht vorhanden | Total |
| Politische Grundhaltungen - Rechtsgerechnet | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

a. No statistics are computed because Politische Grundhaltungen - Rechtsgerechnet and Politische Grundhaltungen - Rechtsgerechnet are constants.

V015f

**Politische Grundhaltungen - Linksgerechnet * Politische Grundhaltungen -
Linksgerechnet Crosstabulation**

| | | | Politische Grundhaltungen - Linksgerechnet | |
|---|-----------------|------------|---|--------|
| | | | nicht vorhanden | Total |
| Politische Grundhaltungen - Linksgerechnet | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

a. No statistics are computed because Politische Grundhaltungen - Linksgerechnet and Politische Grundhaltungen - Linksgerechnet are constants.

V016

Vergleich mit Gegenkandidaten * Vergleich mit Gegenkandidaten Crosstabulation

| | | | Vergleich mit Gegenkandidaten | | | Total |
|--|--|------------|-------------------------------|--|--|--------|
| | | | kein Vergleich | eher besser bewertet als der Gegenkandidaten | eher schlechter bewertet als der Gegenkandidaten | |
| Vergleich mit Gegenkandidaten | kein Vergleich | Count | 6 | 1 | 0 | 7 |
| | | % of Total | 40,0% | 6,7% | 0,0% | 46,7% |
| | eher besser bewertet als der Gegenkandidaten | Count | 2 | 4 | 0 | 6 |
| | | % of Total | 13,3% | 26,7% | 0,0% | 40,0% |
| eher schlechter bewertet als der Gegenkandidaten | Count | 0 | 0 | 2 | 2 | |
| | % of Total | 0,0% | 0,0% | 13,3% | 13,3% | |
| Total | | Count | 8 | 5 | 2 | 15 |
| | | % of Total | 53,3% | 33,3% | 13,3% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,667 | ,179 | 3,392 | ,001 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V017

Zitat/direkte Rede im Bezug auf Russland * Zitat/direkte Rede im Bezug auf Russland Crosstabulation

| | | | Zitat/direkte Rede im Bezug auf Russland | | Total |
|--|--|------------|--|--|--------|
| | | | kein Zitat vorhanden | hat einen positiven Bezug auf Russland | |
| Zitat/direkte Rede im Bezug auf Russland | kein Zitat vorhanden | Count | 11 | 0 | 11 |
| | | % of Total | 73,3% | 0,0% | 73,3% |
| | hat einen positiven Bezug auf Russland | Count | 1 | 2 | 3 |
| | | % of Total | 6,7% | 13,3% | 20,0% |
| | hat einen neutralen Bezug auf Russland | Count | 0 | 1 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 6,7% | 6,7% |
| Total | | Count | 12 | 3 | 15 |
| | | % of Total | 80,0% | 20,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,643 | ,196 | 2,885 | ,004 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

Post-Pre-Test für die veränderten Variable

V006

Personalisierungsgrad des Artikels * Personalisierungsgrad des Artikels Crosstabulation

| | | | Personalisierungsgrad des Artikels | | | Total |
|------------------------------------|---|------------|---|--|---|--------|
| | | | Kandidaten-Bezug bei weniger als die Hälfte des Artikels vorkommt | Kandidaten-Bezug und andere Bezüge gleichermaßen vorkommen | Kandidaten-Bezug den überwiegenden Teil des Artikels hat oder den gesamten Artikel durchläuft | |
| Personalisierungsgrad des Artikels | Kandidaten-Bezug bei weniger als die Hälfte des Artikels vorkommt | Count | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 6,7% |
| | Kandidaten-Bezug und andere Bezüge gleichermaßen vorkommen | Count | 1 | 2 | 0 | 3 |
| | | % of Total | 6,7% | 13,3% | 0,0% | 20,0% |
| | Kandidaten-Bezug den überwiegenden Teil des Artikels hat oder den gesamten Artikel durchläuft | Count | 0 | 0 | 11 | 11 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 73,3% | 73,3% |
| Total | | Count | 1 | 3 | 11 | 15 |
| | | % of Total | 6,7% | 20,0% | 73,3% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,681 | ,157 | 3,236 | ,001 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V007

Emotionalisierungsgrad des Artikels * Emotionalisierungsgrad des Artikels Crosstabulation

| | | | Emotionalisierungsgrad des Artikels | | | Total |
|-------------------------------------|--|------------|-------------------------------------|---|--|--------|
| | | | Keine Emotionalisierung | Emotionalisierung ist nur wenig erkennbar | Emotionalisierung ist im ganzen/im größten Teil des Artikels vorhanden | |
| Emotionalisierungsgrad des Artikels | Keine Emotionalisierung | Count | 2 | 1 | 0 | 3 |
| | | % of Total | 13,3% | 6,7% | 0,0% | 20,0% |
| | Emotionalisierung ist nur wenig erkennbar | Count | 1 | 6 | 0 | 7 |
| | | % of Total | 6,7% | 40,0% | 0,0% | 46,7% |
| | Emotionalisierung ist im ganzen/im größten Teil des Artikels vorhanden | Count | 0 | 0 | 5 | 5 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 33,3% |
| Total | | Count | 3 | 7 | 5 | 15 |
| | | % of Total | 20,0% | 46,7% | 33,3% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,789 | ,138 | 4,191 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V008

| Hauptthema des Artikels * Hauptthema des Artikels Crosstabulation | | | | | | | | |
|---|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------|--------|---------------|-------|--------|
| | | Hauptthema des Artikels | | | | | Total | |
| | | Außenpolitik des Landes | Innenpolitik des Landes | Russland (positiv) | Wahlen | Andere Themen | | |
| Hauptthema des Artikels | Außenpolitik des Landes | Count | 3 | 0 | 0 | 0 | 1 | 26,7% |
| | | % of Total | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | |
| | Innenpolitik des Landes | Count | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 6,7% |
| | | % of Total | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | |
| | Russland (positiv) | Count | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 | 26,7% |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 26,7% | 0,0% | 0,0% | |
| | Wahlen | Count | 0 | 0 | 0 | 6 | 0 | 40,0% |
| | | % of Total | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 40,0% | 0,0% | |
| Total | | Count | 3 | 1 | 4 | 6 | 1 | 15 |
| | | % of Total | 20,0% | 6,7% | 26,7% | 40,0% | 6,7% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement Kappa | ,906 | ,087 | 5,868 | ,000 |
| N of Valid Cases | 15 | | | |

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

V014a

Stil - Zurückhaltung * Stil - Zurückhaltung Crosstabulation

| | | Stil - Zurückhaltung | | Total |
|----------------------|-----------------|----------------------|-----------|--------|
| | | nicht vorhanden | vorhanden | |
| Stil - Zurückhaltung | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | Value |
|----------------------------|-------------------|
| Measure of Agreement Kappa | ,000 ^a |
| N of Valid Cases | 15 |

V014b

Stil - Entschlossenheit * Stil - Entschlossenheit Crosstabulation

| | | Stil - Entschlossenheit | | Total |
|-------------------------|-----------------|-------------------------|--------------|--------|
| | | nicht vorhanden | entschlossen | |
| Stil - Entschlossenheit | nicht vorhanden | Count | 14 | 14 |
| | | % of Total | 93,3% | 93,3% |
| | entschlossen | Count | 0 | 1 |
| | | % of Total | 0,0% | 6,7% |
| Total | | Count | 14 | 15 |
| | | % of Total | 93,3% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement Kappa | 1,000 | ,000 | 3,873 | ,000 |
| N of Valid Cases | 15 | | | |

V014c

Stil - aus dem Volke hervorgegangen * Stil - aus dem Volke hervorgegangen Crosstabulation

| | | | Stil - aus dem Volke hervorgegangen | | Total |
|-------------------------------------|------------------------------|------------|-------------------------------------|------------------------------|--------|
| | | | nicht vorhanden | aus dem Volke hervorgegangen | |
| Stil - aus dem Volke hervorgegangen | nicht vorhanden | Count | 12 | 0 | 12 |
| | | % of Total | 80,0% | 0,0% | 80,0% |
| | aus dem Volke hervorgegangen | Count | 1 | 2 | 3 |
| | | % of Total | 6,7% | 13,3% | 20,0% |
| Total | | Count | 13 | 2 | 15 |
| | | % of Total | 86,7% | 13,3% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,762 | ,223 | 3,038 | ,002 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V014d

Stil - Kraft * Stil - Kraft Crosstabulation

| | | | Stil - Kraft | | Total |
|--------------|-----------------|------------|-----------------|-------|--------|
| | | | nicht vorhanden | Kraft | |
| Stil - Kraft | nicht vorhanden | Count | 13 | 0 | 13 |
| | | % of Total | 86,7% | 0,0% | 86,7% |
| | Kraft | Count | 1 | 1 | 2 |
| | | % of Total | 6,7% | 6,7% | 13,3% |
| Total | | Count | 14 | 1 | 15 |
| | | % of Total | 93,3% | 6,7% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value | Asymp. Std. Error ^a | Approx. T ^b | Approx. Sig. |
|----------------------|-------|-------|--------------------------------|------------------------|--------------|
| Measure of Agreement | Kappa | ,634 | ,329 | 2,639 | ,008 |
| N of Valid Cases | | 15 | | | |

V014e

Stil - Anti-intellektuell * Stil - Anti-intellektuell Crosstabulation

| | | | Stil - Anti-intellektuell | Total |
|---------------------------|-----------------|------------|---------------------------|--------|
| | | | nicht vorhanden | |
| Stil - Anti-intellektuell | nicht vorhanden | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Count | 15 | 15 |
| | | % of Total | 100,0% | 100,0% |

Symmetric Measures

| | | Value |
|----------------------|-------|----------------|
| Measure of Agreement | Kappa | . ^a |
| N of Valid Cases | | 15 |

Auswertung

Deskriptive Tabellen

| Name der Zeitung / des Magazines | | | | | |
|----------------------------------|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Kommersant | 28 | 18,7 | 18,7 | 18,7 |
| | Novaya Gazeta | 8 | 5,3 | 5,3 | 24,0 |
| | Nesavisimaya Gazeta | 7 | 4,7 | 4,7 | 28,7 |
| | Argumenti i Fakti | 20 | 13,3 | 13,3 | 42,0 |
| | Izvestia | 25 | 16,7 | 16,7 | 58,7 |
| | Rossiyskaya Gazeta | 20 | 13,3 | 13,3 | 72,0 |
| | Moskovskiy Komsomolez | 9 | 6,0 | 6,0 | 78,0 |
| | Vedomosti | 10 | 6,7 | 6,7 | 84,7 |
| | Komsomolskaya Pravda | 9 | 6,0 | 6,0 | 90,7 |
| | Parlamentskaya Gazeta | 14 | 9,3 | 9,3 | 100,0 |
| | Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

| Darstellungsform des Artikels | | | | | |
|-------------------------------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Bericht | 88 | 58,7 | 58,7 | 58,7 |
| | Nachricht | 56 | 37,3 | 37,3 | 96,0 |
| | Interview | 6 | 4,0 | 4,0 | 100,0 |
| | Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

| Schreibform des Inhaltes | | | | | |
|--------------------------|----------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Informationsbetonter Text | 75 | 50,0 | 50,0 | 50,0 |
| | Meinungsbetonter Text | 35 | 23,3 | 23,3 | 73,3 |
| | Unterhaltungsbetonter Text | 40 | 26,7 | 26,7 | 100,0 |
| | Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

| Personalisierungsgrad des Artikels | | | | | |
|------------------------------------|---|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Kandidaten-Bezug bei weniger als die Hälfte des Artikels vorkommt | 11 | 7,3 | 7,3 | 7,3 |
| | Kandidaten-Bezug und andere Bezüge gleichermaßen vorkommen | 56 | 37,3 | 37,3 | 44,7 |
| | Kandidaten-Bezug den überwiegenden Teil des Artikels hat oder den gesamten Artikel durchläuft | 83 | 55,3 | 55,3 | 100,0 |
| | Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

| Emotionalisierungsgrad des Artikels | | | | | |
|-------------------------------------|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Keine Emotionalisierung | 98 | 65,3 | 65,3 | 65,3 |
| | Emotionalisierung ist nur wenig erkennbar | 21 | 14,0 | 14,0 | 79,3 |
| | Emotionalisierung ist im ganzen/im größten Teil des Artikels vorhanden | 31 | 20,7 | 20,7 | 100,0 |
| | Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

| Hauptthema des Artikels | | | | | |
|-------------------------|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Außenpolitik des Landes | 14 | 9,3 | 9,3 | 9,3 |
| | Innenpolitik des Landes | 4 | 2,7 | 2,7 | 12,0 |
| | Russland (positiv) | 20 | 13,3 | 13,3 | 25,3 |
| | Russland (negativ) | 6 | 4,0 | 4,0 | 29,3 |
| | Medien-Propaganda | 4 | 2,7 | 2,7 | 32,0 |
| | Wahlen | 95 | 63,3 | 63,3 | 95,3 |
| | Andere Themen | 7 | 4,7 | 4,7 | 100,0 |
| | Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid vorwiegend negativ | 22 | 14,7 | 14,7 | 14,7 |
| vorwiegend positiv | 27 | 18,0 | 18,0 | 32,7 |
| beides, positiv und negativ | 23 | 15,3 | 15,3 | 48,0 |
| neutral | 78 | 52,0 | 52,0 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Bezug zu Russland im Artikel

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid kein Bezug zu Russland | 66 | 44,0 | 44,0 | 44,0 |
| eher positiv | 42 | 28,0 | 28,0 | 72,0 |
| eher negativ | 17 | 11,3 | 11,3 | 83,3 |
| eher neutral | 25 | 16,7 | 16,7 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Professionelle Fähigkeiten - Leader

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid nicht vorhanden | 141 | 94,0 | 94,0 | 94,0 |
| schwacher Leader | 1 | ,7 | ,7 | 94,7 |
| starker Leader | 8 | 5,3 | 5,3 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Professionelle Fähigkeiten - qualifiziert

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid nicht vorhanden | 132 | 88,0 | 88,0 | 88,0 |
| nicht erfahren / nicht qualifiziert, um einen Präsident zu werden | 13 | 8,7 | 8,7 | 96,7 |
| erfahren / qualifiziert, um einen Präsident zu werden | 5 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Professionelle Fähigkeiten - Bevölkerung

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid nicht vorhanden | 133 | 88,7 | 88,7 | 88,7 |
| kümmert sich nicht um die Bevölkerung | 11 | 7,3 | 7,3 | 96,0 |
| kümmert sich um die Bevölkerung | 6 | 4,0 | 4,0 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Professionelle Fähigkeiten - erfolgreich

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid nicht vorhanden | 133 | 88,7 | 88,7 | 88,7 |
| beruflich erfolgreich/ambitiös | 17 | 11,3 | 11,3 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Persönliche Charakteristiken - unentschieden

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nicht vorhanden | 142 | 94,7 | 94,7 | 94,7 |
| | unentschieden | 8 | 5,3 | 5,3 | 100,0 |
| | Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Persönliche Charakteristiken - hervorragend

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nicht vorhanden | 148 | 98,7 | 98,7 | 98,7 |
| | hervorragend | 2 | 1,3 | 1,3 | 100,0 |
| | Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Persönliche Charakteristiken - talentiert

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nicht vorhanden | 147 | 98,0 | 98,0 | 98,0 |
| | talentiert | 3 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| | Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Persönliche Charakteristiken - heuchlerisch

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nicht vorhanden | 147 | 98,0 | 98,0 | 98,0 |
| | heuchlerisch | 3 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| | Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Persönliche Charakteristiken - unbeständig

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nicht vorhanden | 142 | 94,7 | 94,7 | 94,7 |
| | unbeständig | 8 | 5,3 | 5,3 | 100,0 |
| | Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Persönliche Charakteristiken - inkonsequent

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nicht vorhanden | 143 | 95,3 | 95,3 | 95,3 |
| | inkonsequent | 7 | 4,7 | 4,7 | 100,0 |
| | Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Persönliche Charakteristiken - fleghaft

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nicht vorhanden | 147 | 98,0 | 98,0 | 98,0 |
| | flegelhaft | 3 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| Total | | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Persönliche Charakteristiken - glaubwürdig

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nicht vorhanden | 144 | 96,0 | 96,0 | 96,0 |
| | glaubwürdig | 5 | 3,3 | 3,3 | 99,3 |
| | 3,00 | 1 | ,7 | ,7 | 100,0 |
| Total | | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Persönliche Charakteristiken - pragmatisch

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nicht vorhanden | 146 | 97,3 | 97,3 | 97,3 |
| | pragmatisch | 4 | 2,7 | 2,7 | 100,0 |
| Total | | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Persönliche Charakteristiken - rational

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nicht vorhanden | 133 | 88,7 | 88,7 | 88,7 |
| | rational | 17 | 11,3 | 11,3 | 100,0 |
| Total | | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Persönliche Charakteristiken - zurückhaltend

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nicht vorhanden | 149 | 99,3 | 99,3 | 99,3 |
| | zurückhaltend | 1 | ,7 | ,7 | 100,0 |
| Total | | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Persönliche Charakteristiken - tolerant

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nicht vorhanden | 139 | 92,7 | 92,7 | 92,7 |
| | tolerant | 11 | 7,3 | 7,3 | 100,0 |
| Total | | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Persönliche Charakteristiken - unvorhersehbar

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|------------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nicht vorhanden | 136 | 90,7 | 90,7 | 90,7 |
| | unvorhersehbar / unsystematisch | 14 | 9,3 | 9,3 | 100,0 |
| Total | | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Persönliche Charakteristiken - sympathisch

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nicht vorhanden | 138 | 92,0 | 92,0 | 92,0 |
| | sympathisch / charismatisch | 12 | 8,0 | 8,0 | 100,0 |
| Total | | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Verhältnis zu Europa

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Kein Verhältnis | 121 | 80,7 | 80,7 | 80,7 |
| | Zusammenarbeit wird erwartet | 27 | 18,0 | 18,0 | 98,7 |
| | Konfrontation wird erwartet | 2 | 1,3 | 1,3 | 100,0 |
| Total | | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Verhältnis zu Russland

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Kein Verhältnis | 90 | 60,0 | 60,0 | 60,0 |
| | Zusammenarbeit wird erwartet | 35 | 23,3 | 23,3 | 83,3 |
| | Konfrontation wird erwartet | 6 | 4,0 | 4,0 | 87,3 |
| | Neutralität wird erwartet | 19 | 12,7 | 12,7 | 100,0 |
| Total | | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Stil - Zurückhaltung

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nicht vorhanden | 143 | 95,3 | 95,3 | 95,3 |
| | zurückhaltend | 7 | 4,7 | 4,7 | 100,0 |
| Total | | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Stil - Entschlossenheit

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | nicht vorhanden | 125 | 83,3 | 83,3 | 83,3 |
| | entschlossen | 25 | 16,7 | 16,7 | 100,0 |
| Total | | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Stil - aus dem Volke hervorgegangen

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid nicht vorhanden | 141 | 94,0 | 94,0 | 94,0 |
| aus dem Volke hervorgegangen | 9 | 6,0 | 6,0 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Stil - Kraft

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid nicht vorhanden | 143 | 95,3 | 95,3 | 95,3 |
| Kraft | 7 | 4,7 | 4,7 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Stil - Anti-intellektuell

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid nicht vorhanden | 145 | 96,7 | 96,7 | 96,7 |
| Anti-intellektuell | 5 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Politische Grundhaltungen - Republikaner

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid nicht vorhanden | 110 | 73,3 | 73,3 | 73,3 |
| Republikaner | 40 | 26,7 | 26,7 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Politische Grundhaltungen - Populist

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid nicht vorhanden | 145 | 96,7 | 96,7 | 96,7 |
| Populist | 5 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Politische Grundhaltungen - Rassist

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid nicht vorhanden | 147 | 98,0 | 98,0 | 98,0 |
| Rassist | 3 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Politische Grundhaltungen - Zentrist

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid nicht vorhanden | 134 | 89,3 | 89,3 | 89,3 |
| Zentrist | 16 | 10,7 | 10,7 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Politische Grundhaltungen - Rechtsgerechnet

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid nicht vorhanden | 149 | 99,3 | 99,3 | 99,3 |
| Rechtsgerechnet | 1 | ,7 | ,7 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Politische Grundhaltungen - Linksgerechnet

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid nicht vorhanden | 147 | 98,0 | 98,0 | 98,0 |
| Linksgerechnet | 3 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Vergleich mit Gegenkandidaten

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid kein Vergleich | 102 | 68,0 | 68,0 | 68,0 |
| eher besser bewertet als der Gegenkandidaten | 23 | 15,3 | 15,3 | 83,3 |
| eher schlechter bewertet als der Gegenkandidaten | 25 | 16,7 | 16,7 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Zitat/direkte Rede im Bezug auf Russland

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid kein Zitat vorhanden | 128 | 85,3 | 85,3 | 85,3 |
| hat einen positiven Bezug auf Russland | 9 | 6,0 | 6,0 | 91,3 |
| hat einen neutralen/negativen Bezug auf Russland | 13 | 8,7 | 8,7 | 100,0 |
| Total | 150 | 100,0 | 100,0 | |

Kandidaten-Kreuztabellen

V009 Vorwiegende Behandlung + V004 Kandidaten

Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag * Personen Bezug Crosstabulation

| | | | Personen Bezug | | | |
|--|-----------------------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | Total |
| Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | vorwiegend negativ | Count | 5 | 16 | 1 | 22 |
| | | % of Total | 3,3% | 10,7% | 0,7% | 14,7% |
| | vorwiegend positiv | Count | 16 | 3 | 8 | 27 |
| | | % of Total | 10,7% | 2,0% | 5,3% | 18,0% |
| | beides, positiv und negativ | Count | 8 | 13 | 2 | 23 |
| | | % of Total | 5,3% | 8,7% | 1,3% | 15,3% |
| | neutral | Count | 21 | 18 | 39 | 78 |
| | | % of Total | 14,0% | 12,0% | 26,0% | 52,0% |
| Total | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

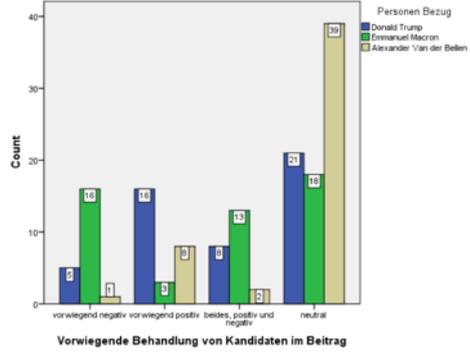
Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 43,846 | 6 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 45,540 | 6 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 8,940 | 1 | ,003 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,541 | ,000 |
| Cramer's V | ,382 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | |

Bar Chart

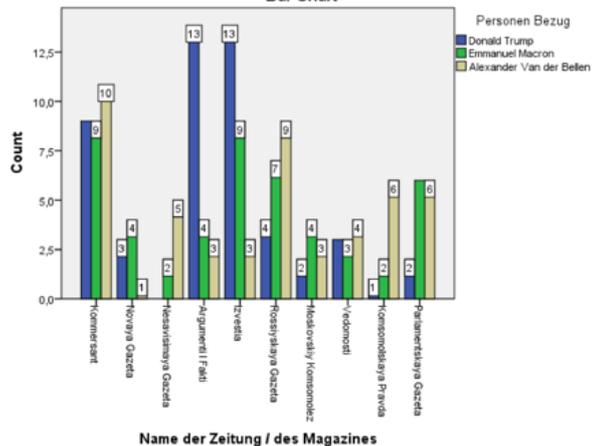


V 004 Personenbezug + V001 Name der Zeitung

Name der Zeitung / des Magazines * Personen Bezug Crosstabulation

| | | Personen Bezug | | | Total |
|----------------------------------|------------|------------------|------------------|--------------------------|-------------------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Name der Zeitung / des Magazines | Kommersant | Count: 9 | Count: 9 | Count: 10 | Count: 28 |
| | | % of Total: 6,0% | % of Total: 6,0% | % of Total: 6,7% | % of Total: 18,7% |
| Novaya Gazeta | Count | 3 | 4 | 1 | 8 |
| | % of Total | 2,0% | 2,7% | 0,7% | 5,3% |
| Nesavisimaya Gazeta | Count | 0 | 2 | 5 | 7 |
| | % of Total | 0,0% | 1,3% | 3,3% | 4,7% |
| Argumenti i Fakti | Count | 13 | 4 | 3 | 20 |
| | % of Total | 8,7% | 2,7% | 2,0% | 13,3% |
| Izvestia | Count | 13 | 9 | 3 | 25 |
| | % of Total | 8,7% | 6,0% | 2,0% | 16,7% |
| Rossijskaya Gazeta | Count | 4 | 7 | 9 | 20 |
| | % of Total | 2,7% | 4,7% | 6,0% | 13,3% |
| Moskovskiy Komsomolez | Count | 2 | 4 | 3 | 9 |
| | % of Total | 1,3% | 2,7% | 2,0% | 6,0% |
| Vedomosti | Count | 3 | 3 | 4 | 10 |
| | % of Total | 2,0% | 2,0% | 2,7% | 6,7% |
| Komsomolskaya Pravda | Count | 1 | 2 | 6 | 9 |
| | % of Total | 0,7% | 1,3% | 4,0% | 6,0% |
| Parlamentskaya Gazeta | Count | 2 | 6 | 6 | 14 |
| | % of Total | 1,3% | 4,0% | 4,0% | 9,3% |
| Total | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

Bar Chart



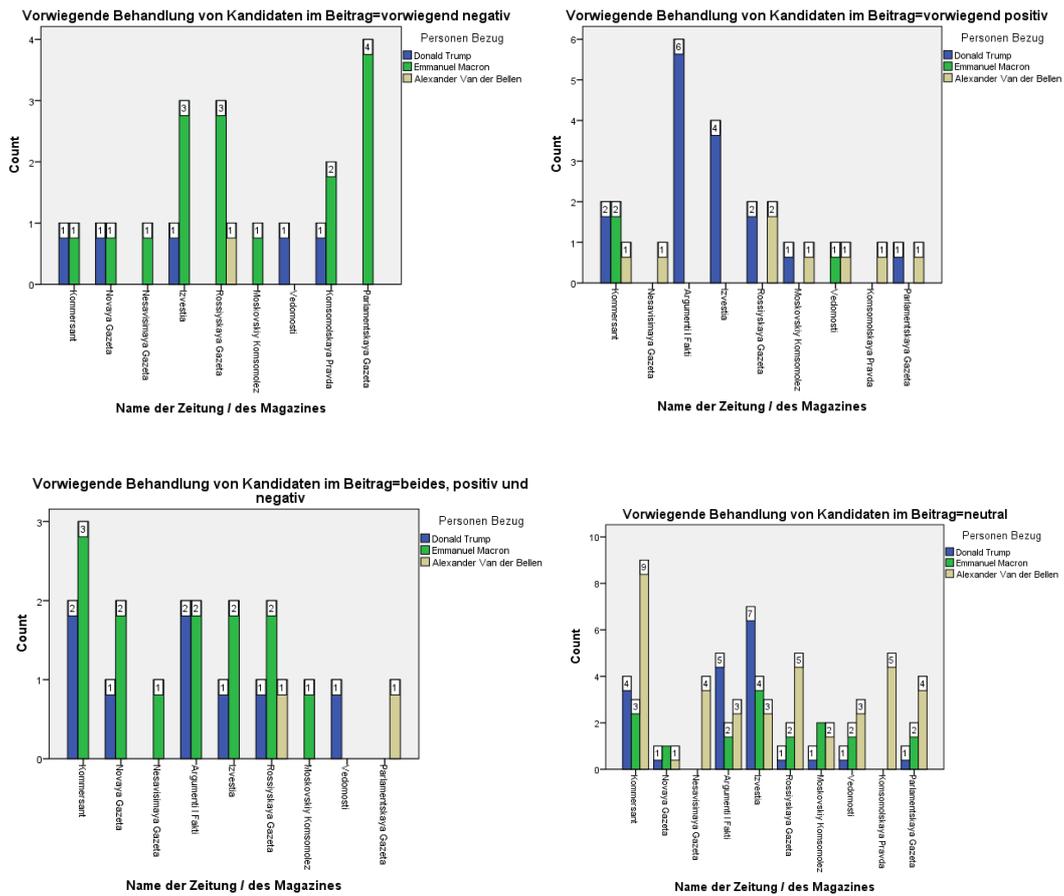
Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 32,149 ^a | 18 | ,021 |
| Likelihood Ratio | 34,381 | 18 | ,011 |
| Linear-by-Linear Association | 3,336 | 1 | ,068 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,463 | ,021 |
| Cramer's V | ,327 | ,021 |
| N of Valid Cases | 150 | |

V001 Name Der Zeitung + V004 Kandidat + V009 Vorwiegende Behandlung



V004 Personenbezug + V003 Darstellungsform des Artikels

Darstellungsform des Artikels * Personen Bezug Crosstabulation

| | | Personen Bezug | | | Total | |
|-------------------------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|--------|-------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Darstellungsform des Artikels | Bericht | Count | 28 | 23 | 37 | 88 |
| | | % of Total | 18,7% | 15,3% | 24,7% | 58,7% |
| | Nachricht | Count | 21 | 22 | 13 | 56 |
| | | % of Total | 14,0% | 14,7% | 8,7% | 37,3% |
| | Interview | Count | 1 | 5 | 0 | 6 |
| | | % of Total | 0,7% | 3,3% | 0,0% | 4,0% |
| Total | Count | 50 | 50 | 50 | 150 | |
| | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% | |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 13,039 | 4 | ,011 |
| Likelihood Ratio | 13,935 | 4 | ,008 |
| Linear-by-Linear Association | 3,030 | 1 | ,082 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

Symmetric Measures

| | | Value | Approx. Sig. |
|--------------------|------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,295 | ,011 |
| | Cramer's V | ,208 | ,011 |
| N of Valid Cases | | 150 | |

V004 Kandidat + V006 Personalisierungsgrad

Personalisierungsgrad des Artikels * Personen Bezug Crosstabulation

| | | | Personen Bezug | | | Total |
|------------------------------------|---|---------------------|----------------|-----------------|--------------------------|---------------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Personalisierungsgrad des Artikels | Kandidaten-Bezug bei weniger als die Hälfte des Artikels vorkommt | Count % of Total | 1 0,7% | 1 0,7% | 9 6,0% | 11 7,3% |
| | Kandidaten-Bezug und andere Bezüge gleichermaßen vorkommen | Count % of Total | 10 6,7% | 13 8,7% | 33 22,0% | 56 37,3% |
| | Kandidaten-Bezug den überwiegenden Teil des Artikels hat oder den gesamten Artikel durchläuft | Count % of Total | 39 26,0% | 36 24,0% | 8 5,3% | 83 55,3% |
| Total | | Count % of Total | 50 33,3% | 50 33,3% | 50 33,3% | 150 100,0% |

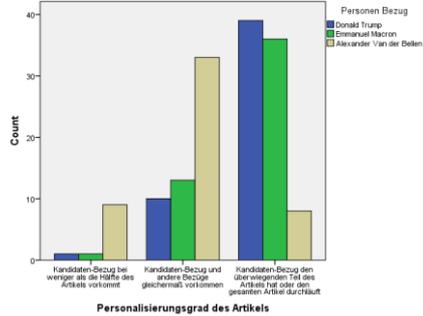
Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 49,519 | 4 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 52,565 | 4 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 38,127 | 1 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,575 | ,000 |
| Cramer's V | ,406 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | |

Bar Chart



V004 Kandidat + V007 Emotionalisierungsgrad

Emotionalisierungsgrad des Artikels * Personen Bezug Crosstabulation

| | | | Personen Bezug | | | Total |
|-------------------------------------|--|---------------------|----------------|-----------------|--------------------------|---------------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Emotionalisierungsgrad des Artikels | Keine Emotionalisierung | Count % of Total | 19 12,7% | 35 23,3% | 44 29,3% | 98 65,3% |
| | Emotionalisierung ist nur wenig erkennbar | Count % of Total | 14 9,3% | 3 2,0% | 4 2,7% | 21 14,0% |
| | Emotionalisierung ist im ganzen/im größten Teil des Artikels vorhanden | Count % of Total | 17 11,3% | 12 8,0% | 2 1,3% | 31 20,7% |
| Total | | Count % of Total | 50 33,3% | 50 33,3% | 50 33,3% | 150 100,0% |

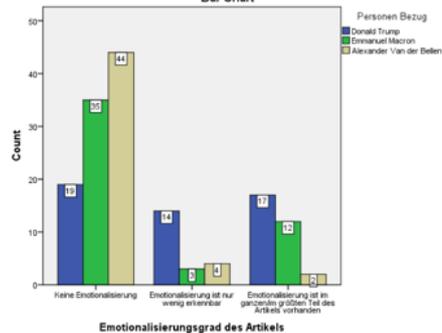
Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 31,678 | 4 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 34,240 | 4 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 24,063 | 1 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,460 | ,000 |
| Cramer's V | ,325 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | |

Bar Chart



V004 Kandidat + V009 Vorwiegende Behandlung

Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag * Personen Bezug Crosstabulation

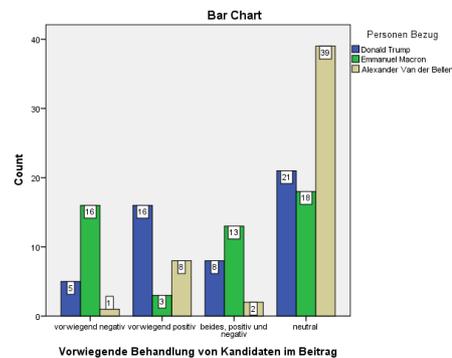
| | | | Personen Bezug | | | Total | |
|--|--------------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|-------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | vorwiegend negativ | Count | 5 | 16 | 1 | 22 | |
| | | % of Total | 3,3% | 10,7% | 0,7% | 14,7% | |
| | vorwiegend positiv | Count | 16 | 3 | 8 | 27 | |
| | | % of Total | 10,7% | 2,0% | 5,3% | 18,0% | |
| beides, positiv und negativ | Count | 8 | 13 | 2 | 23 | | |
| | % of Total | 5,3% | 8,7% | 1,3% | 15,3% | | |
| neutral | Count | 21 | 18 | 39 | 78 | | |
| | % of Total | 14,0% | 12,0% | 26,0% | 52,0% | | |
| Total | | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 43,846 | 6 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 45,540 | 6 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 8,940 | 1 | ,003 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. | |
|--------------------|------------|--------------|------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,541 | ,000 |
| | Cramer's V | ,382 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | | |



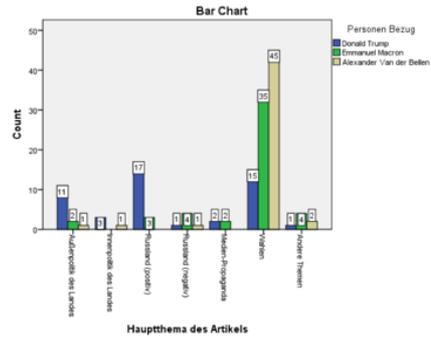
V004 Kandidat + V008 Hauptthema

Hauptthema des Artikels * Personen Bezug Crosstabulation

| | | | Personen Bezug | | | Total | |
|-------------------------|-------------------------|-------------------------|----------------|-----------------|--------------------------|-------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Hauptthema des Artikels | Außenpolitik des Landes | Count | 11 | 2 | 1 | 14 | |
| | | % of Total | 7,3% | 1,3% | 0,7% | 9,3% | |
| | | Innenpolitik des Landes | Count | 3 | 0 | 1 | 4 |
| | | % of Total | 2,0% | 0,0% | 0,7% | 2,7% | |
| | Russland (positiv) | Count | 17 | 3 | 0 | 20 | |
| | | % of Total | 11,3% | 2,0% | 0,0% | 13,3% | |
| | Russland (negativ) | Count | 1 | 4 | 1 | 6 | |
| | | % of Total | 0,7% | 2,7% | 0,7% | 4,0% | |
| | Medien-Propaganda | Count | 2 | 2 | 0 | 4 | |
| | | % of Total | 1,3% | 1,3% | 0,0% | 2,7% | |
| | Wahlen | Count | 15 | 35 | 45 | 95 | |
| | | % of Total | 10,0% | 23,3% | 30,0% | 63,3% | |
| | Andere Themen | Count | 1 | 4 | 2 | 7 | |
| | | % of Total | 0,7% | 2,7% | 1,3% | 4,7% | |
| Total | | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 62,937 | 12 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 67,952 | 12 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 39,866 | 1 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

| | Value | Approx. Sig. |
|--------------------|------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,648 |
| | Cramer's V | ,458 |
| N of Valid Cases | 150 | |

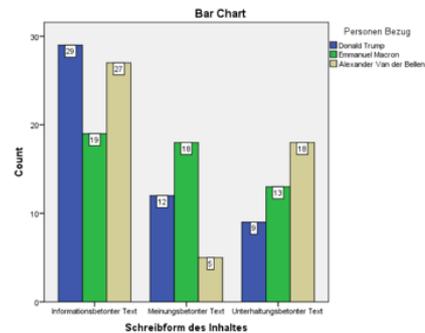


V004 Kandidat + V005 Schreibform des Inhaltes

| | | Personen Bezug | | | Total |
|----------------------------|---------------------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-------------------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Schreibform des Inhaltes | Informationsbetonter Text | Count: 29 | Count: 19 | Count: 27 | Count: 75 |
| | | % of Total: 19,3% | % of Total: 12,7% | % of Total: 18,0% | % of Total: 50,0% |
| | Total | | | | |
| Meinungsbetonter Text | Count | 12 | 18 | 5 | 35 |
| | % of Total | 8,0% | 12,0% | 3,3% | 23,3% |
| | Total | | | | |
| Unterhaltungsbetonter Text | Count | 9 | 13 | 18 | 40 |
| | % of Total | 6,0% | 8,7% | 12,0% | 26,7% |
| | Total | | | | |
| Total | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 12,547 | 4 | ,014 |
| Likelihood Ratio | 13,220 | 4 | ,010 |
| Linear-by-Linear Association | 1,688 | 1 | ,194 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

| | Value | Approx. Sig. |
|--------------------|------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,289 |
| | Cramer's V | ,205 |
| N of Valid Cases | 150 | |

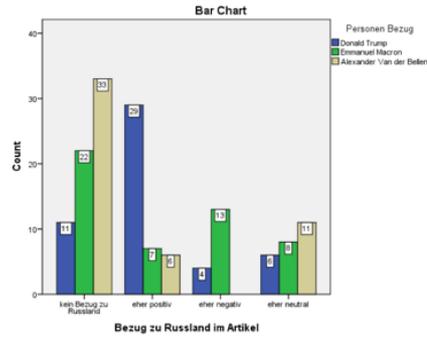


V004 Kandidat + V010 Bezug zu Russland

| | | Personen Bezug | | | Total |
|------------------------------|------------------------|------------------|-------------------|--------------------------|-------------------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Bezug zu Russland im Artikel | kein Bezug zu Russland | Count: 11 | Count: 22 | Count: 33 | Count: 66 |
| | | % of Total: 7,3% | % of Total: 14,7% | % of Total: 22,0% | % of Total: 44,0% |
| | Total | | | | |
| | eher positiv | Count: 29 | Count: 7 | Count: 6 | Count: 42 |
| | % of Total: 19,3% | % of Total: 4,7% | % of Total: 4,0% | % of Total: 28,0% | |
| | Total | | | | |
| eher negativ | Count | 4 | 13 | 0 | 17 |
| | % of Total | 2,7% | 8,7% | 0,0% | 11,3% |
| | Total | | | | |
| eher neutral | Count | 6 | 8 | 11 | 25 |
| | % of Total | 4,0% | 5,3% | 7,3% | 16,7% |
| | Total | | | | |
| Total | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

| Chi-Square Tests | | | |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
| Pearson Chi-Square | 52,310 | 6 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 54,193 | 6 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 2,084 | 1 | ,149 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

| Symmetric Measures | | | |
|--------------------|------------|--------------|------|
| | Value | Approx. Sig. | |
| Nominal by Nominal | Phi | ,591 | ,000 |
| | Cramer's V | ,418 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 150 | |



V004 Kandidat + V011 Professionelle Fähigkeiten

Die Chi-Quadrat Ergebnisse wurde nicht einkopiert, weil sie wegen der kleinen Anzahl von vorgekommenen Eigenschaften uninterpretierbar waren.

| | | Personen Bezug | | | |
|-------------------------------------|-----------------|------------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | Total |
| Professionelle Fähigkeiten - Leader | nicht vorhanden | Count 46 | 46 | 49 | 141 |
| | vorhanden | % of Total 30,7% | 30,7% | 32,7% | 94,0% |
| | Total | | | | |
| schwacher Leader | Count | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | % of Total | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 0,7% |
| starker Leader | Count | 4 | 3 | 1 | 8 |
| | % of Total | 2,7% | 2,0% | 0,7% | 5,3% |
| Total | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

| | | Personen Bezug | | | |
|---|-----------------|------------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | Total |
| Professionelle Fähigkeiten - qualifiziert | nicht vorhanden | Count 43 | 39 | 50 | 132 |
| | vorhanden | % of Total 28,7% | 26,0% | 33,3% | 88,0% |
| | Total | | | | |
| nicht erfahren / nicht qualifiziert, um einen Präsident zu werden | Count | 3 | 10 | 0 | 13 |
| | % of Total | 2,0% | 6,7% | 0,0% | 8,7% |
| erfahren / qualifiziert, um einen Präsident zu werden | Count | 4 | 1 | 0 | 5 |
| | % of Total | 2,7% | 0,7% | 0,0% | 3,3% |
| Total | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

| | | Personen Bezug | | | |
|--|-----------------|------------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | Total |
| Professionelle Fähigkeiten - Bevölkerung | nicht vorhanden | Count 44 | 41 | 48 | 133 |
| | vorhanden | % of Total 29,3% | 27,3% | 32,0% | 88,7% |
| | Total | | | | |
| kümmt sich nicht um die Bevölkerung | Count | 2 | 7 | 2 | 11 |
| | % of Total | 1,3% | 4,7% | 1,3% | 7,3% |
| kümmt sich um die Bevölkerung | Count | 4 | 2 | 0 | 6 |
| | % of Total | 2,7% | 1,3% | 0,0% | 4,0% |
| Total | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

V004 Kandidat + V012 Persönliche Charakteristika

Die Chi-Quadrat Ergebnisse wurde nicht einkopiert, weil sie wegen der kleinen Anzahl von vorgekommenen Eigenschaften uninterpretierbar waren.

| | | Personen Bezug | | | |
|--|-----------------|------------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | Total |
| Persönliche Charakteristiken - feigehaft | nicht vorhanden | Count 47 | 50 | 50 | 147 |
| | vorhanden | % of Total 31,3% | 33,3% | 33,3% | 98,0% |
| | Total | | | | |
| feigehaft | Count | 3 | 0 | 0 | 3 |
| | % of Total | 2,0% | 0,0% | 0,0% | 2,0% |
| Total | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

| | | Personen Bezug | | | |
|---|-----------------|------------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | Total |
| Persönliche Charakteristiken - hervorragend | nicht vorhanden | Count 48 | 50 | 50 | 148 |
| | vorhanden | % of Total 32,0% | 33,3% | 33,3% | 98,7% |
| | Total | | | | |
| hervorragend | Count | 2 | 0 | 0 | 2 |
| | % of Total | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 1,3% |
| Total | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total | |
|--|-----------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|-------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Persönliche Charakteristiken - unentschieden | nicht vorhanden | Count | 50 | 42 | 50 | 142 | |
| | | % of Total | 33,3% | 28,0% | 33,3% | 94,7% | |
| | unentschieden | Count | 0 | 8 | 0 | 8 | |
| | | % of Total | 0,0% | 5,3% | 0,0% | 5,3% | |
| Total | | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total | |
|---|-----------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|-------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Persönliche Charakteristiken - talentiert | nicht vorhanden | Count | 48 | 49 | 50 | 147 | |
| | | % of Total | 32,0% | 32,7% | 33,3% | 98,0% | |
| | talentiert | Count | 2 | 1 | 0 | 3 | |
| | | % of Total | 1,3% | 0,7% | 0,0% | 2,0% | |
| Total | | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total | |
|---|-----------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|-------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Persönliche Charakteristiken - heuchlerisch | nicht vorhanden | Count | 50 | 47 | 50 | 147 | |
| | | % of Total | 33,3% | 31,3% | 33,3% | 98,0% | |
| | heuchlerisch | Count | 0 | 3 | 0 | 3 | |
| | | % of Total | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 2,0% | |
| Total | | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total | |
|--|-----------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|-------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Persönliche Charakteristiken - unbeständig | nicht vorhanden | Count | 47 | 46 | 49 | 142 | |
| | | % of Total | 31,3% | 30,7% | 32,7% | 94,7% | |
| | unbeständig | Count | 3 | 4 | 1 | 8 | |
| | | % of Total | 2,0% | 2,7% | 0,7% | 5,3% | |
| Total | | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total | |
|---|-----------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|-------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Persönliche Charakteristiken - inkonsequent | nicht vorhanden | Count | 47 | 46 | 50 | 143 | |
| | | % of Total | 31,3% | 30,7% | 33,3% | 95,3% | |
| | inkonsequent | Count | 3 | 4 | 0 | 7 | |
| | | % of Total | 2,0% | 2,7% | 0,0% | 4,7% | |
| Total | | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total | |
|---|-----------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|-------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Persönliche Charakteristiken - tolerant | nicht vorhanden | Count | 48 | 49 | 42 | 139 | |
| | | % of Total | 32,0% | 32,7% | 28,0% | 92,7% | |
| | tolerant | Count | 2 | 1 | 8 | 11 | |
| | | % of Total | 1,3% | 0,7% | 5,3% | 7,3% | |
| Total | | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total | |
|--|-----------------------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|-------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Persönliche Charakteristiken - sympathisch | nicht vorhanden | Count | 48 | 43 | 47 | 138 | |
| | | % of Total | 32,0% | 28,7% | 31,3% | 92,0% | |
| | sympathisch / charismatisch | Count | 2 | 7 | 3 | 12 | |
| | | % of Total | 1,3% | 4,7% | 2,0% | 8,0% | |
| Total | | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total | |
|---|---------------------------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|-------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Persönliche Charakteristiken - unvorhersehbar | nicht vorhanden | Count | 47 | 40 | 49 | 136 | |
| | | % of Total | 31,3% | 26,7% | 32,7% | 90,7% | |
| | unvorhersehbar / unsystematisch | Count | 3 | 10 | 1 | 14 | |
| | | % of Total | 2,0% | 6,7% | 0,7% | 9,3% | |
| Total | | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total | |
|--|-----------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|-------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Persönliche Charakteristiken - pragmatisch | nicht vorhanden | Count | 50 | 46 | 50 | 146 | |
| | | % of Total | 33,3% | 30,7% | 33,3% | 97,3% | |
| | pragmatisch | Count | 0 | 4 | 0 | 4 | |
| | | % of Total | 0,0% | 2,7% | 0,0% | 2,7% | |
| Total | | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total | |
|---|-----------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|-------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Persönliche Charakteristiken - rational | nicht vorhanden | Count | 46 | 45 | 42 | 133 | |
| | | % of Total | 30,7% | 30,0% | 28,0% | 88,7% | |
| | rational | Count | 4 | 5 | 8 | 17 | |
| | | % of Total | 2,7% | 3,3% | 5,3% | 11,3% | |
| Total | | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total |
|--|-----------------|------------------------|------------------------|-----------------|--------------------------|--------------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Persönliche Charakteristiken - zurückhaltend | nicht vorhanden | Count % of Total | 50 33,3% | 50 33,3% | 49 32,7% | 149 99,3% |
| | zurückhaltend | Count % of Total | 0 0,0% | 0 0,0% | 1 0,7% | 1 0,7% |
| Total | | | Count % of Total | 50 33,3% | 50 33,3% | 50 33,3% |

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total |
|--|-----------------|------------------------|------------------------|-----------------|--------------------------|--------------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Persönliche Charakteristiken - glaubwürdig | nicht vorhanden | Count % of Total | 48 32,0% | 50 33,3% | 46 30,7% | 144 96,0% |
| | glaubwürdig | Count % of Total | 2 1,3% | 0 0,0% | 3 2,0% | 5 3,3% |
| 3,00 | | | Count % of Total | 0 0,0% | 0 0,0% | 1 0,7% |
| Total | | | Count % of Total | 50 33,3% | 50 33,3% | 50 33,3% |

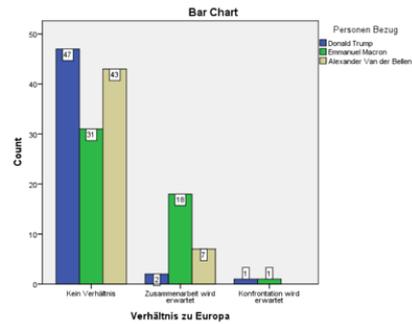
V004 Kandidat + V013a Verhältnis zu Europa

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total | |
|----------------------|-----------------|------------------------------|------------------------|-----------------|--------------------------|-------------|---------------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Verhältnis zu Europa | Kein Verhältnis | Count | 47 | 31 | 43 | 121 | |
| | | % of Total | 31,3% | 20,7% | 28,7% | 80,7% | |
| | | Zusammenarbeit wird erwartet | Count | 2 | 18 | 7 | 27 |
| | | | % of Total | 1,3% | 12,0% | 4,7% | 18,0% |
| | | | Count | 1 | 1 | 0 | 2 |
| | | | % of Total | 0,7% | 0,7% | 0,0% | 1,3% |
| Total | | | Count % of Total | 50 33,3% | 50 33,3% | 50 33,3% | 150 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 19,327 ^a | 4 | ,001 |
| Likelihood Ratio | 20,608 | 4 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | ,469 | 1 | ,493 |
| N of Valid Cases | 150 | | |



Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,359 | ,001 |
| Cramer's V | ,254 | ,001 |
| N of Valid Cases | 150 | |

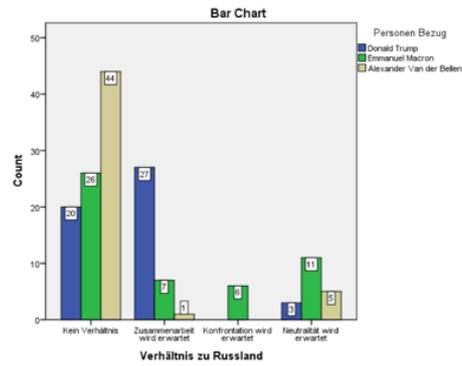
V004 Kandidat + V013b Verhältnis zu Russland

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total | |
|------------------------|-----------------|------------------------------|------------------------|-----------------|--------------------------|-------------|---------------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Verhältnis zu Russland | Kein Verhältnis | Count | 20 | 26 | 44 | 90 | |
| | | % of Total | 13,3% | 17,3% | 29,3% | 60,0% | |
| | | Zusammenarbeit wird erwartet | Count | 27 | 7 | 1 | 35 |
| | | | % of Total | 18,0% | 4,7% | 0,7% | 23,3% |
| | | | Count | 0 | 6 | 0 | 6 |
| | | | % of Total | 0,0% | 4,0% | 0,0% | 4,0% |
| | | | Count | 3 | 11 | 5 | 19 |
| | | | % of Total | 2,0% | 7,3% | 3,3% | 12,7% |
| Total | | | Count % of Total | 50 33,3% | 50 33,3% | 50 33,3% | 150 100,0% |

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 59,645 | 6 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 61,772 | 6 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 3,775 | 1 | ,052 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,631 | ,000 |
| Cramer's V | ,446 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | |



V004 Kandidat + V014 Äußeres/Stil

Die Chi-Quadrat Ergebnisse wurde nicht reinkopiert, weil sie wegen der kleinen Anzahl von vorgekommenen Eigenschaften uninterpretierbar waren.

| | | Personen Bezug | | | Total |
|-------------------------|-----------------|------------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Stil - Entschlossenheit | nicht vorhanden | Count 40 | 41 | 44 | 125 |
| | | % of Total 26,7% | 27,3% | 29,3% | 83,3% |
| | entschlossen | Count 10 | 9 | 6 | 25 |
| | | % of Total 6,7% | 6,0% | 4,0% | 16,7% |
| Total | | Count 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | % of Total 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

| | | Personen Bezug | | | Total |
|----------------------|-----------------|------------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Stil - Zurückhaltung | nicht vorhanden | Count 50 | 47 | 46 | 143 |
| | | % of Total 33,3% | 31,3% | 30,7% | 95,3% |
| | zurückhaltend | Count 0 | 3 | 4 | 7 |
| | | % of Total 0,0% | 2,0% | 2,7% | 4,7% |
| Total | | Count 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | % of Total 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

| | | Personen Bezug | | | Total |
|-------------------------------------|------------------------------|------------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Stil - aus dem Volke hervorgegangen | nicht vorhanden | Count 46 | 48 | 47 | 141 |
| | | % of Total 30,7% | 32,0% | 31,3% | 94,0% |
| | aus dem Volke hervorgegangen | Count 4 | 2 | 3 | 9 |
| | | % of Total 2,7% | 1,3% | 2,0% | 6,0% |
| Total | | Count 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | % of Total 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

| | | Personen Bezug | | | Total |
|---------------------------|--------------------|------------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Stil - Anti-intellektuell | nicht vorhanden | Count 48 | 47 | 50 | 145 |
| | | % of Total 32,0% | 31,3% | 33,3% | 96,7% |
| | Anti-intellektuell | Count 2 | 3 | 0 | 5 |
| | | % of Total 1,3% | 2,0% | 0,0% | 3,3% |
| Total | | Count 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | % of Total 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total |
|--------------|-----------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Stil - Kraft | nicht vorhanden | Count | 46 | 48 | 49 | 143 |
| | | % of Total | 30,7% | 32,0% | 32,7% | 95,3% |
| | Kraft | Count | 4 | 2 | 1 | 7 |
| | | % of Total | 2,7% | 1,3% | 0,7% | 4,7% |
| Total | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

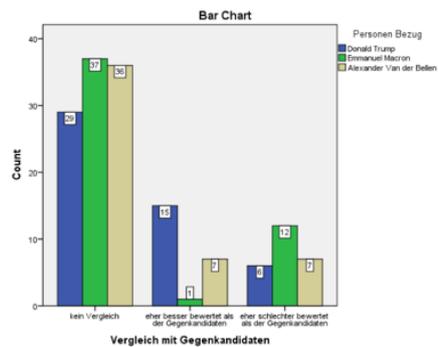
V004 Kandidat + V016 Vergleich mit Gegenkandidaten

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total |
|-------------------------------|--|------------|----------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Vergleich mit Gegenkandidaten | kein Vergleich | Count | 29 | 37 | 36 | 102 |
| | | % of Total | 19,3% | 24,7% | 24,0% | 68,0% |
| | | Total | | | | |
| | eher besser bewertet als der Gegenkandidaten | Count | 15 | 1 | 7 | 23 |
| | | % of Total | 10,0% | 0,7% | 4,7% | 15,3% |
| | | Total | | | | |
| | eher schlechter bewertet als der Gegenkandidaten | Count | 6 | 12 | 7 | 25 |
| | | % of Total | 4,0% | 8,0% | 4,7% | 16,7% |
| | | Total | | | | |
| Total | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 16,467 | 4 | ,002 |
| Likelihood Ratio | 18,303 | 4 | ,001 |
| Linear-by-Linear Association | ,613 | 1 | ,434 |
| N of Valid Cases | 150 | | |



Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. |
|--------------------|------------|--------------|
| Nominal by Nominal | ,331 | ,002 |
| | Cramer's V | ,234 |
| N of Valid Cases | 150 | |

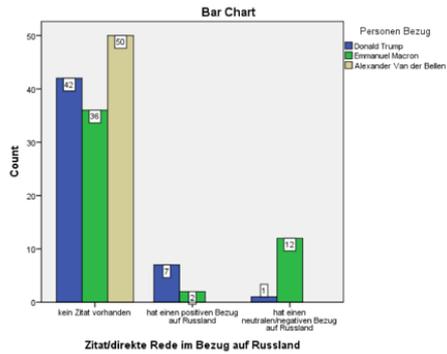
V004 Kandidat + V017 Zitat

Crosstab

| | | | Personen Bezug | | | Total |
|--|--|------------|----------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Zitat/direkte Rede im Bezug auf Russland | kein Zitat vorhanden | Count | 42 | 36 | 50 | 128 |
| | | % of Total | 28,0% | 24,0% | 33,3% | 85,3% |
| | | Total | | | | |
| | hat einen positiven Bezug auf Russland | Count | 7 | 2 | 0 | 9 |
| | | % of Total | 4,7% | 1,3% | 0,0% | 6,0% |
| | | Total | | | | |
| | hat einen neutralen/negativen Bezug auf Russland | Count | 1 | 12 | 0 | 13 |
| | | % of Total | 0,7% | 8,0% | 0,0% | 8,7% |
| | | Total | | | | |
| Total | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 31,441 | 4 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 34,058 | 4 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 2,284 | 1 | ,131 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

| | Value | Approx. Sig. |
|--------------------|------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,458 |
| | Cramer's V | ,324 |
| N of Valid Cases | | 150 |



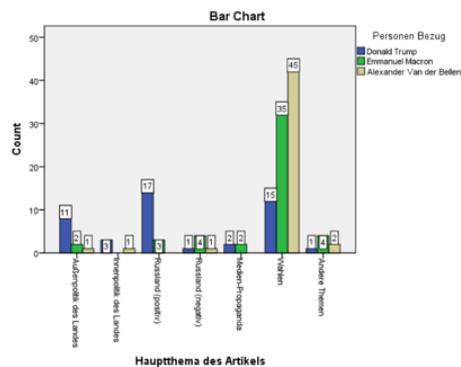
Auswertung der Forschungsfragen

1.1 Welche Themen werden in der Berichterstattung mit diesen Politikern verbunden und wie werden diese behandelt?

| | | Personen Bezug | | | Total |
|-------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Hauptthema des Artikels | Außenpolitik des Landes | Count: 11 % of Total: 7,3% | Count: 2 % of Total: 1,3% | Count: 1 % of Total: 0,7% | Count: 14 % of Total: 9,3% |
| | Innenpolitik des Landes | Count: 3 % of Total: 2,0% | Count: 0 % of Total: 0,0% | Count: 1 % of Total: 0,7% | Count: 4 % of Total: 2,7% |
| Russland (positiv) | Count: 17 % of Total: 11,3% | Count: 3 % of Total: 2,0% | Count: 0 % of Total: 0,0% | Count: 20 % of Total: 13,3% | |
| | Russland (negativ) | Count: 1 % of Total: 0,7% | Count: 4 % of Total: 2,7% | Count: 1 % of Total: 0,7% | Count: 6 % of Total: 4,0% |
| Medien-Propaganda | Count: 2 % of Total: 1,3% | Count: 2 % of Total: 1,3% | Count: 0 % of Total: 0,0% | Count: 4 % of Total: 2,7% | |
| | Wahlen | Count: 15 % of Total: 10,0% | Count: 35 % of Total: 23,3% | Count: 45 % of Total: 30,0% | Count: 95 % of Total: 63,3% |
| Andere Themen | Count: 1 % of Total: 0,7% | Count: 4 % of Total: 2,7% | Count: 2 % of Total: 1,3% | Count: 7 % of Total: 4,7% | |
| | Total | Count: 50 % of Total: 33,3% | Count: 50 % of Total: 33,3% | Count: 50 % of Total: 33,3% | Count: 150 % of Total: 100,0% |

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 62,937 | 12 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 67,952 | 12 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 39,866 | 1 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

| | Value | Approx. Sig. |
|--------------------|------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,648 |
| | Cramer's V | ,458 |
| N of Valid Cases | | 150 |



1.2 Was ist die Personalisierungs- und Emotionalisierungsgrad der Berichterstattung bei jedem Politiker

H1.2.1: Gibt es einen Zusammenhang zwischen Emotionalisierungsgrad (V007) und vorwiegenden Behandlung des Kandidaten im Artikel (V009)?

Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag * Emotionalisierungsgrad des Artikels

Crosstabulation

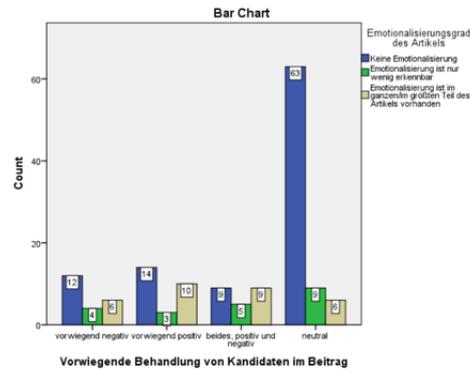
| | | Emotionalisierungsgrad des Artikels | | | Total |
|--|---------------------|-------------------------------------|---|--|----------------------|
| | | Keine Emotionalisierung | Emotionalisierung ist nur wenig erkennbar | Emotionalisierung ist im ganzen/im größten Teil des Artikels vorhanden | |
| Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | vorwiegend negativ | Count 12 | Count 4 | Count 6 | Count 22 |
| | | % of Total 8,0% | % of Total 2,7% | % of Total 4,0% | % of Total 14,7% |
| | Total | | | | |
| Kandidaten im Beitrag | vorwiegend positiv | Count 14 | Count 3 | Count 10 | Count 27 |
| | | % of Total 9,3% | % of Total 2,0% | % of Total 6,7% | % of Total 18,0% |
| | Total | | | | |
| beides, positiv und negativ | Count 9 | Count 5 | Count 9 | Count 23 | |
| | % of Total 6,0% | % of Total 3,3% | % of Total 6,0% | % of Total 15,3% | |
| | Total | | | | |
| neutral | Count 63 | Count 9 | Count 6 | Count 78 | |
| | % of Total 42,0% | % of Total 6,0% | % of Total 4,0% | % of Total 52,0% | |
| | Total | | | | |
| Total | | Count 98 | Count 21 | Count 31 | Count 150 |
| | | % of Total 65,3% | % of Total 14,0% | % of Total 20,7% | % of Total 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 22,275 | 6 | ,001 |
| Likelihood Ratio | 22,946 | 6 | ,001 |
| Linear-by-Linear Association | 11,196 | 1 | ,001 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. |
|--------------------|--------------------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi ,385 | ,001 |
| | Cramer's V ,272 | ,001 |
| N of Valid Cases | 150 | |



H1.2.2: Haben meinungsbetonte Artikel (V005) einen höheren Emotionalisierungsgrad (V007), als andere Arten von Beiträgen?

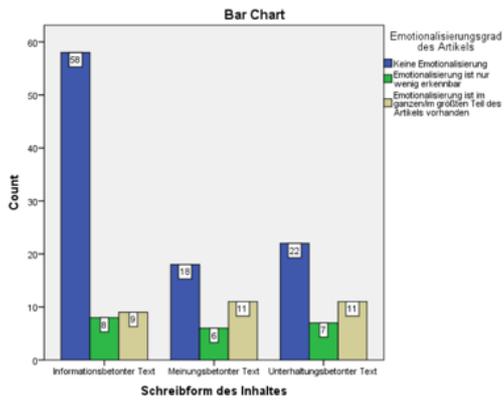
Schreibform des Inhaltes * Emotionalisierungsgrad des Artikels

Crosstabulation

| | | | Emotionalisierungsgrad des Artikels | | | Total |
|--------------------------|----------------------------|------------|-------------------------------------|---|--|--------|
| | | | Keine Emotionalisierung | Emotionalisierung ist nur wenig erkennbar | Emotionalisierung ist im ganzen/im größten Teil des Artikels vorhanden | |
| Schreibform des Inhaltes | Informationsbetonter Text | Count | 58 | 8 | 9 | 75 |
| | | % of Total | 38,7% | 5,3% | 6,0% | 50,0% |
| | | Total | | | | |
| Schreibform des Inhaltes | Meinungsbetonter Text | Count | 18 | 6 | 11 | 35 |
| | | % of Total | 12,0% | 4,0% | 7,3% | 23,3% |
| | | Total | | | | |
| Schreibform des Inhaltes | Unterhaltungsbetonter Text | Count | 22 | 7 | 11 | 40 |
| | | % of Total | 14,7% | 4,7% | 7,3% | 26,7% |
| | | Total | | | | |
| Total | | Count | 98 | 21 | 31 | 150 |
| | | % of Total | 65,3% | 14,0% | 20,7% | 100,0% |

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 10,126 | 4 | ,038 |
| Likelihood Ratio | 10,295 | 4 | ,036 |
| Linear-by-Linear Association | 7,042 | 1 | ,008 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,260 | ,038 |
| Cramer's V | ,184 | ,038 |
| N of Valid Cases | 150 | |



1.3 Werden die Kandidaten negativ, positiv oder neutral dargestellt?

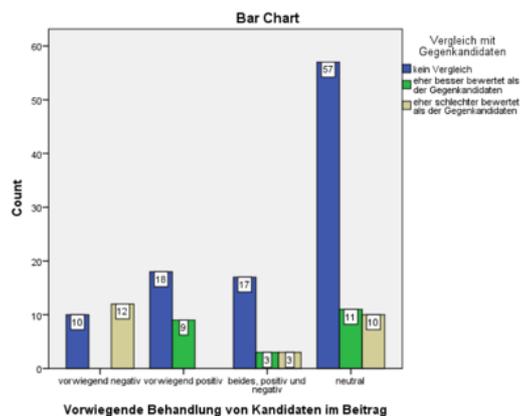
H1.3.1: Wird der Kandidat, der im Artikel als „vorwiegend positiv“ behandelt wird (V009), auch immer „eher besser als der Gegenkandidat“ (V016) bewertet?

Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag * Vergleich mit Gegenkandidaten Crosstabulation

| | | | Vergleich mit Gegenkandidaten | | | Total |
|--|-----------------------------|------------|-------------------------------|--|--|--------|
| | | | kein Vergleich | eher besser bewertet als der Gegenkandidaten | eher schlechter bewertet als der Gegenkandidaten | |
| Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | vorwiegend negativ | Count | 10 | 0 | 12 | 22 |
| | | % of Total | 6,7% | 0,0% | 8,0% | 14,7% |
| | vorwiegend positiv | Count | 18 | 9 | 0 | 27 |
| | | % of Total | 12,0% | 6,0% | 0,0% | 18,0% |
| | beides, positiv und negativ | Count | 17 | 3 | 3 | 23 |
| | | % of Total | 11,3% | 2,0% | 2,0% | 15,3% |
| | neutral | Count | 57 | 11 | 10 | 78 |
| | | % of Total | 38,0% | 7,3% | 6,7% | 52,0% |
| Total | | Count | 102 | 23 | 25 | 150 |
| | | % of Total | 68,0% | 15,3% | 16,7% | 100,0% |

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 35,613 | 6 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 35,178 | 6 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 7,645 | 1 | ,006 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,487 | ,000 |
| Cramer's V | ,345 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | |



H1.3.2: Gibt es einen Zusammenhang zwischen Vorkommen einer positiven/negativen Zitat des Kandidaten (V017) und seiner Behandlung im Beitrag (V009)?

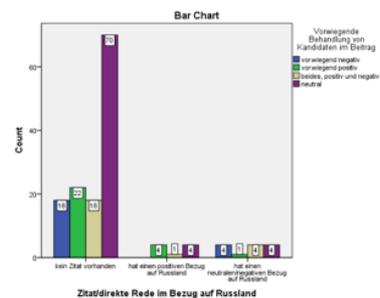
Zitat/direkte Rede im Bezug auf Russland * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag

Crosstabulation

| | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | Total |
|--|-------------------------------|--|--------------------|-----------------------------|---------|--------|
| | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | |
| Zitat/direkte Rede im Bezug auf Russland | kein Zitat vorhanden | Count | 18 | 22 | 18 | 70 |
| | | % of Total | 12,0% | 14,7% | 12,0% | 46,7% |
| | | Total | | | | 128 |
| hat einen positiven Bezug auf Russland | hat einen positiven | Count | 0 | 4 | 1 | 4 |
| | | % of Total | 0,0% | 2,7% | 0,7% | 2,7% |
| | | Total | | | | 9 |
| hat einen neutralen/negativen Bezug auf Russland | hat einen neutralen/negativen | Count | 4 | 1 | 4 | 4 |
| | | % of Total | 2,7% | 0,7% | 2,7% | 2,7% |
| | | Total | | | | 13 |
| Total | Count | 22 | 27 | 23 | 78 | 150 |
| | % of Total | 14,7% | 18,0% | 15,3% | 52,0% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 11,624 | 6 | ,071 |
| Likelihood Ratio | 11,325 | 6 | ,079 |
| Linear-by-Linear Association | 1,981 | 1 | ,159 |
| N of Valid Cases | 150 | | |



Das Cramer's V wird nicht einkopiert, weil das Chi-Quadrat Test Ergebnis nicht signifikant ist.

1.4 Welche persönliche/professionelle Eigenschaften werden hervorgehoben?

H.1.4.1: Gibt es einen Zusammenhang zwischen den professionellen Fähigkeiten „starker Leader“/“nicht erfahren/qualifiziert um ein Präsident zu werden“/“kümmert sich um die Bevölkerung“/“erfolgreich/ambitiös“ (V011a/011b,011c,011d) und der „vorwiegend positiven“ Behandlung des Kandidaten im Artikel (V009)?

V011a – V009

Professionelle Fähigkeiten - Leader * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag

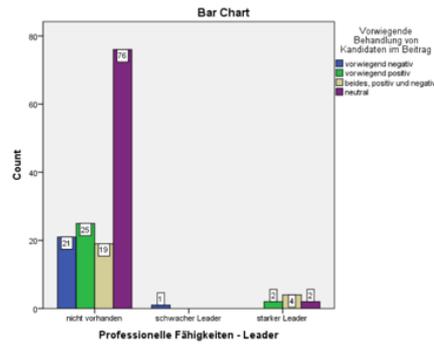
Crosstabulation

| | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | Total |
|-------------------------------------|------------------|--|--------------------|-----------------------------|---------|--------|
| | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | |
| Professionelle Fähigkeiten - Leader | nicht vorhanden | Count | 21 | 25 | 19 | 76 |
| | | % of Total | 14,0% | 16,7% | 12,7% | 50,7% |
| | | Total | | | | 141 |
| schwacher Leader | schwacher Leader | Count | 1 | 0 | 0 | 0 |
| | | % of Total | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | | Total | | | | 1 |
| starker Leader | starker Leader | Count | 0 | 2 | 4 | 2 |
| | | % of Total | 0,0% | 1,3% | 2,7% | 1,3% |
| | | Total | | | | 8 |
| Total | Count | 22 | 27 | 23 | 78 | 150 |
| | % of Total | 14,7% | 18,0% | 15,3% | 52,0% | 100,0% |

| Chi-Square Tests | | | |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
| Pearson Chi-Square | 15,027 ^a | 6 | ,020 |
| Likelihood Ratio | 12,118 | 6 | ,059 |
| Linear-by-Linear Association | ,194 | 1 | ,659 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

a. 8 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,15.

| Symmetric Measures | | | |
|--------------------|------------|--------------|------|
| | Value | Approx. Sig. | |
| Nominal by Nominal | Phi | ,317 | ,020 |
| | Cramer's V | ,224 | ,020 |
| N of Valid Cases | | 150 | |



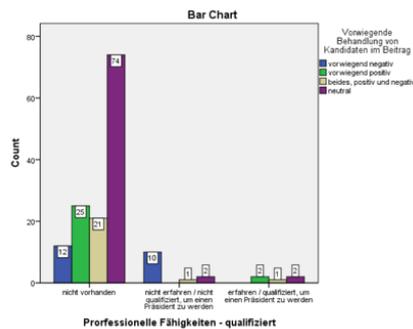
V011b – V009

Professionelle Fähigkeiten - qualifiziert * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag

| | | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | |
|---|---|------------|--|--------------------|-----------------------------|---------|--------|
| | | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | Total |
| Professionelle Fähigkeiten - qualifiziert | nicht vorhanden | Count | 12 | 25 | 21 | 74 | 132 |
| | | % of Total | 8,0% | 16,7% | 14,0% | 49,3% | 88,0% |
| | nicht erfahren / nicht qualifiziert, um einen Präsident zu werden | Count | 10 | 0 | 1 | 2 | 13 |
| | % of Total | 6,7% | 0,0% | 0,7% | 1,3% | 8,7% | |
| | erfahren / qualifiziert, um einen Präsident zu werden | Count | 0 | 2 | 1 | 2 | 5 |
| | % of Total | 0,0% | 1,3% | 0,7% | 1,3% | 3,3% | |
| Total | | Count | 22 | 27 | 23 | 78 | 150 |
| | | % of Total | 14,7% | 18,0% | 15,3% | 52,0% | 100,0% |

| Chi-Square Tests | | | |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
| Pearson Chi-Square | 46,138 | 6 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 33,310 | 6 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 9,545 | 1 | ,002 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

| Symmetric Measures | | | |
|--------------------|------------|--------------|------|
| | Value | Approx. Sig. | |
| Nominal by Nominal | Phi | ,555 | ,000 |
| | Cramer's V | ,392 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 150 | |



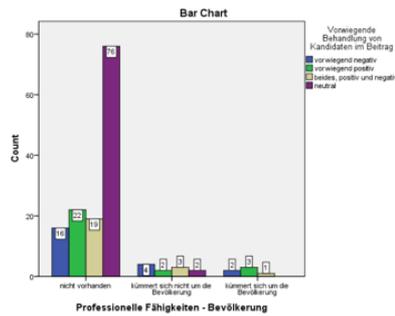
V011c – V009

Professionelle Fähigkeiten - Bevölkerung * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag

| | | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | |
|--|---------------------------------------|------------|--|--------------------|-----------------------------|---------|--------|
| | | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | Total |
| Professionelle Fähigkeiten - Bevölkerung | nicht vorhanden | Count | 16 | 22 | 19 | 76 | 133 |
| | | % of Total | 10,7% | 14,7% | 12,7% | 50,7% | 88,7% |
| | kümmert sich nicht um die Bevölkerung | Count | 4 | 2 | 3 | 2 | 11 |
| | % of Total | 2,7% | 1,3% | 2,0% | 1,3% | 7,3% | |
| | kümmert sich um die Bevölkerung | Count | 2 | 3 | 1 | 0 | 6 |
| | % of Total | 1,3% | 2,0% | 0,7% | 0,0% | 4,0% | |
| Total | | Count | 22 | 27 | 23 | 78 | 150 |
| | | % of Total | 14,7% | 18,0% | 15,3% | 52,0% | 100,0% |

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 16,498 | 6 | ,011 |
| Likelihood Ratio | 17,723 | 6 | ,007 |
| Linear-by-Linear Association | 13,081 | 1 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,332 | ,011 |
| Cramer's V | ,235 | ,011 |
| N of Valid Cases | 150 | |



V011d – V009

Professionelle Fähigkeiten - erfolgreich * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag

| | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | Total |
|--|-------------------|--|--------------------|-----------------------------|--------------------|-------------------|
| | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | |
| Professionelle Fähigkeiten - erfolgreich | nicht vorhanden | Count: 21 | Count: 20 | Count: 18 | Count: 74 | 133 |
| | | % of Total: 14,0% | % of Total: 13,3% | % of Total: 12,0% | % of Total: 49,3% | % of Total: 88,7% |
| beruflich erfolgreich/ambitiös | Count: 1 | Count: 7 | Count: 5 | Count: 4 | 17 | |
| | % of Total: 0,7% | % of Total: 4,7% | % of Total: 3,3% | % of Total: 2,7% | % of Total: 11,3% | |
| Total | Count: 22 | Count: 27 | Count: 23 | Count: 78 | 150 | |
| | % of Total: 14,7% | % of Total: 18,0% | % of Total: 15,3% | % of Total: 52,0% | % of Total: 100,0% | |

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 12,197 | 3 | ,007 |
| Likelihood Ratio | 11,350 | 3 | ,010 |
| Linear-by-Linear Association | 1,722 | 1 | ,189 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

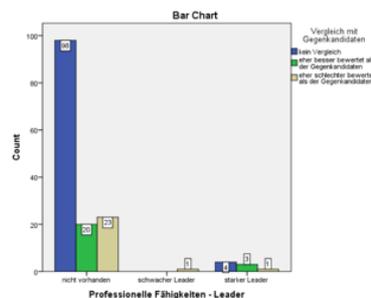
| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,285 | ,007 |
| Cramer's V | ,285 | ,007 |
| N of Valid Cases | 150 | |

H1.4.2: Gibt es einen Zusammenhang zwischen den professionellen Fähigkeiten „starker Leader“/“nicht erfahren/qualifiziert um ein Präsident zu werden“/“kümmert sich um die Bevölkerung“/“erfolgreich/ambitiös“ (V011a/011b,011c,011d) und der besseren Bewertung der Person als der Gegenkandidat?

V011a – V016

Professionelle Fähigkeiten - Leader * Vergleich mit Gegenkandidaten Crosstabulation

| | | Vergleich mit Gegenkandidaten | | | Total |
|-------------------------------------|-------------------|-------------------------------|--|--|-------------------|
| | | kein Vergleich | eher besser bewertet als der Gegenkandidaten | eher schlechter bewertet als der Gegenkandidaten | |
| Professionelle Fähigkeiten - Leader | nicht vorhanden | Count: 98 | Count: 20 | Count: 23 | 141 |
| | vorhanden | % of Total: 65,3% | % of Total: 13,3% | % of Total: 15,3% | % of Total: 94,0% |
| | schwacher Leader | Count: 0 | Count: 0 | Count: 1 | 1 |
| | % of Total: 0,0% | % of Total: 0,0% | % of Total: 0,7% | % of Total: 0,7% | |
| | Count: 4 | Count: 3 | Count: 1 | 8 | |
| | % of Total: 2,7% | % of Total: 2,0% | % of Total: 0,7% | % of Total: 5,3% | |
| Total | Count: 102 | Count: 23 | Count: 25 | 150 | |
| | % of Total: 68,0% | % of Total: 15,3% | % of Total: 16,7% | % of Total: 100,0% | |



| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 8,207 | 4 | ,084 |
| Likelihood Ratio | 6,096 | 4 | ,192 |
| Linear-by-Linear Association | ,761 | 1 | ,383 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

V011b – V016

Professionelle Fähigkeiten - qualifiziert * Vergleich mit Gegenkandidaten Crosstabulation

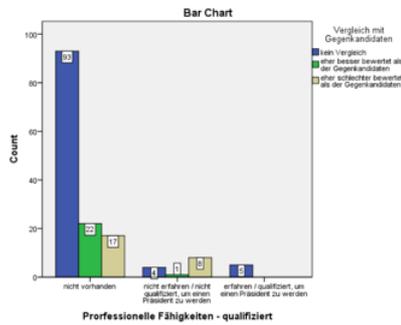
| | | | Vergleich mit Gegenkandidaten | | | Total |
|---|---|---------------------|-------------------------------|--|--|---------------|
| | | | kein Vergleich | eher besser bewertet als der Gegenkandidaten | eher schlechter bewertet als der Gegenkandidaten | |
| Professionelle Fähigkeiten - qualifiziert | nicht vorhanden | Count % of Total | 93 62,0% | 22 14,7% | 17 11,3% | 132 88,0% |
| | nicht erfahren / nicht qualifiziert, um einen Präsident zu werden | Count % of Total | 4 2,7% | 1 0,7% | 8 5,3% | 13 8,7% |
| | erfahren / qualifiziert, um einen Präsident zu werden | Count % of Total | 5 3,3% | 0 0,0% | 0 0,0% | 5 3,3% |
| Total | | Count % of Total | 102 68,0% | 23 15,3% | 25 16,7% | 150 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 22,609 ^a | 4 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 18,531 | 4 | ,001 |
| Linear-by-Linear Association | 1,949 | 1 | ,163 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,388 | ,000 |
| Cramer's V | ,275 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | |



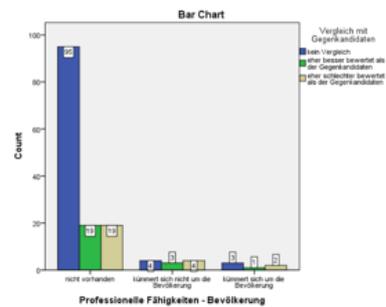
V011c – V016

Professionelle Fähigkeiten - Bevölkerung * Vergleich mit Gegenkandidaten Crosstabulation

| | | | Vergleich mit Gegenkandidaten | | | Total |
|--|---------------------------------------|---------------------|-------------------------------|--|--|---------------|
| | | | kein Vergleich | eher besser bewertet als der Gegenkandidaten | eher schlechter bewertet als der Gegenkandidaten | |
| Professionelle Fähigkeiten - Bevölkerung | nicht vorhanden | Count % of Total | 95 63,3% | 19 12,7% | 19 12,7% | 133 88,7% |
| | kümmert sich nicht um die Bevölkerung | Count % of Total | 4 2,7% | 3 2,0% | 4 2,7% | 11 7,3% |
| | kümmert sich um die Bevölkerung | Count % of Total | 3 2,0% | 1 0,7% | 2 1,3% | 6 4,0% |
| Total | | Count % of Total | 102 68,0% | 23 15,3% | 25 16,7% | 150 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 7,273 | 4 | ,122 |
| Likelihood Ratio | 6,583 | 4 | ,160 |
| Linear-by-Linear Association | 5,205 | 1 | ,023 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

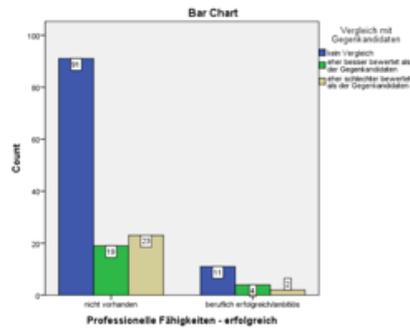


Professionelle Fähigkeiten - erfolgreich * Vergleich mit Gegenkandidaten Crosstabulation

| | | | Vergleich mit Gegenkandidaten | | | Total |
|--|--------------------------------|------------|-------------------------------|--|--|--------|
| | | | kein Vergleich | eher besser bewertet als der Gegenkandidaten | eher schlechter bewertet als der Gegenkandidaten | |
| Professionelle Fähigkeiten - erfolgreich | nicht vorhanden | Count | 91 | 19 | 23 | 133 |
| | | % of Total | 60,7% | 12,7% | 15,3% | 88,7% |
| | beruflich erfolgreich/ambitiös | Count | 11 | 4 | 2 | 17 |
| | | % of Total | 7,3% | 2,7% | 1,3% | 11,3% |
| Total | | Count | 102 | 23 | 25 | 150 |
| | | % of Total | 68,0% | 15,3% | 16,7% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 1,147 | 2 | ,564 |
| Likelihood Ratio | 1,072 | 2 | ,585 |
| Linear-by-Linear Association | ,008 | 1 | ,927 |
| N of Valid Cases | 150 | | |



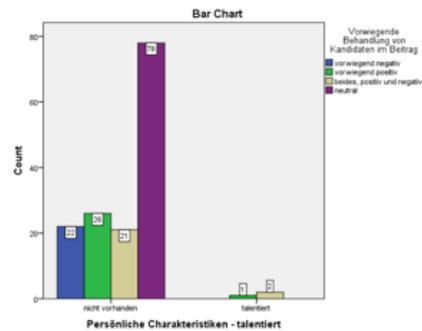
H.1.4.3: Werden die Kandidaten, die als „talentiert“/ „pragmatisch“/ „intelligent“/ „tolerant“/ „sympathisch“ (V012c,012i,012j, 012l, 012n) bewertet sind, immer als „eher positiv“ im Beitrag behandeln (V009)?

Persönliche Charakteristiken - talentiert * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag Crosstabulation

| | | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | Total |
|---|-----------------|------------|--|--------------------|-----------------------------|---------|--------|
| | | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | |
| Persönliche Charakteristiken - talentiert | nicht vorhanden | Count | 22 | 26 | 21 | 78 | 147 |
| | | % of Total | 14,7% | 17,3% | 14,0% | 52,0% | 98,0% |
| | talentiert | Count | 0 | 1 | 2 | 0 | 3 |
| | | % of Total | 0,0% | 0,7% | 1,3% | 0,0% | 2,0% |
| Total | | Count | 22 | 27 | 23 | 78 | 150 |
| | | % of Total | 14,7% | 18,0% | 15,3% | 52,0% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 7,702 | 3 | ,053 |
| Likelihood Ratio | 7,267 | 3 | ,064 |
| Linear-by-Linear Association | ,342 | 1 | ,559 |
| N of Valid Cases | 150 | | |



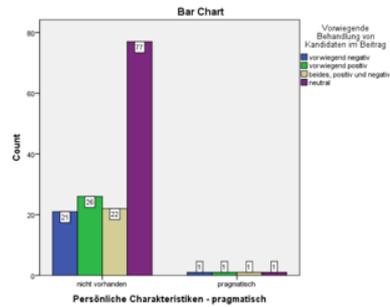
Persönliche Charakteristiken - pragmatisch * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag

Crosstabulation

| | | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | Total |
|--|-----------------|------------|--|--------------------|-----------------------------|---------|--------|
| | | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | |
| Persönliche Charakteristiken - pragmatisch | nicht vorhanden | Count | 21 | 26 | 22 | 77 | 146 |
| | | % of Total | 14,0% | 17,3% | 14,7% | 51,3% | 97,3% |
| | pragmatisch | Count | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| | | % of Total | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 2,7% |
| Total | | Count | 22 | 27 | 23 | 78 | 150 |
| | | % of Total | 14,7% | 18,0% | 15,3% | 52,0% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 1,238 | 3 | ,744 |
| Likelihood Ratio | 1,270 | 3 | ,736 |
| Linear-by-Linear Association | ,950 | 1 | ,330 |
| N of Valid Cases | 150 | | |



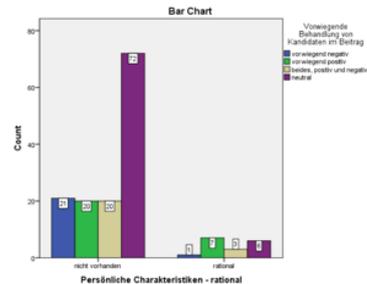
Persönliche Charakteristiken - rational * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag

Crosstabulation

| | | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | Total |
|---|-----------------|------------|--|--------------------|-----------------------------|---------|--------|
| | | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | |
| Persönliche Charakteristiken - rational | nicht vorhanden | Count | 21 | 20 | 20 | 72 | 133 |
| | | % of Total | 14,0% | 13,3% | 13,3% | 48,0% | 88,7% |
| | rational | Count | 1 | 7 | 3 | 6 | 17 |
| | | % of Total | 0,7% | 4,7% | 2,0% | 4,0% | 11,3% |
| Total | | Count | 22 | 27 | 23 | 78 | 150 |
| | | % of Total | 14,7% | 18,0% | 15,3% | 52,0% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 7,826 | 3 | ,050 |
| Likelihood Ratio | 6,872 | 3 | ,076 |
| Linear-by-Linear Association | ,738 | 1 | ,390 |
| N of Valid Cases | 150 | | |



Persönliche Charakteristiken - tolerant * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag

Crosstabulation

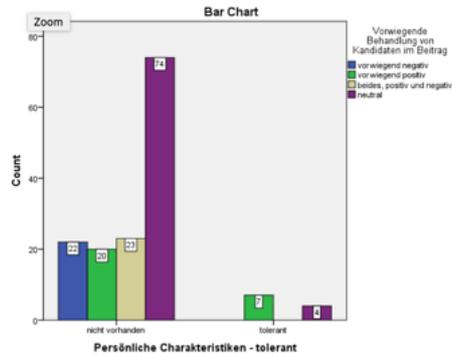
| | | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | Total |
|---|-----------------|------------|--|--------------------|-----------------------------|---------|--------|
| | | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | |
| Persönliche Charakteristiken - tolerant | nicht vorhanden | Count | 22 | 20 | 23 | 74 | 139 |
| | | % of Total | 14,7% | 13,3% | 15,3% | 49,3% | 92,7% |
| | tolerant | Count | 0 | 7 | 0 | 4 | 11 |
| | | % of Total | 0,0% | 4,7% | 0,0% | 2,7% | 7,3% |
| Total | | Count | 22 | 27 | 23 | 78 | 150 |
| | | % of Total | 14,7% | 18,0% | 15,3% | 52,0% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 17,854 | 3 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 16,195 | 3 | ,001 |
| Linear-by-Linear Association | ,936 | 1 | ,333 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,345 | ,000 |
| Cramer's V | ,345 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | |



Persönliche Charakteristiken - sympatisch * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag

Crosstabulation

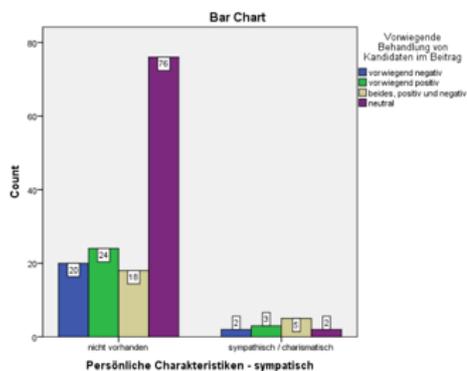
| | | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | Total |
|---|----------------------------|------------|--|--------------------|-----------------------------|---------|--------|
| | | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | |
| Persönliche Charakteristiken - sympatisch | nicht vorhanden | Count | 20 | 24 | 18 | 76 | 138 |
| | | % of Total | 13,3% | 16,0% | 12,0% | 50,7% | 92,0% |
| | sympatisch / charismatisch | Count | 2 | 3 | 5 | 2 | 12 |
| | | % of Total | 1,3% | 2,0% | 3,3% | 1,3% | 8,0% |
| Total | | Count | 22 | 27 | 23 | 78 | 150 |
| | | % of Total | 14,7% | 18,0% | 15,3% | 52,0% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 9,421 | 3 | ,024 |
| Likelihood Ratio | 8,702 | 3 | ,034 |
| Linear-by-Linear Association | 2,165 | 1 | ,141 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,251 | ,024 |
| Cramer's V | ,251 | ,024 |
| N of Valid Cases | 150 | |



H.1.4.4: Werden die Kandidaten, die als „unentschieden“/ „unbeständig“/ „inkonsequent“/ „flegelhaft“/ „unvorhersehbar/unsympathisch“ (V012a,012e,012f, 012g, 012m) bewertet sind, immer als „eher negativ“ im Beitrag behandeln (V009)?

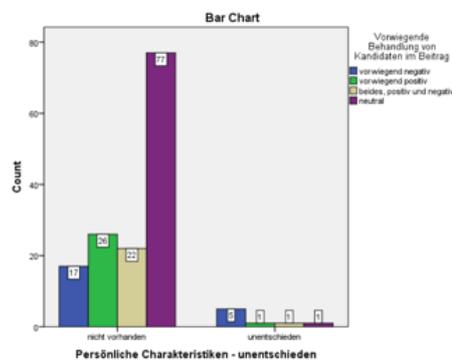
V012a – V009

Persönliche Charakteristiken - unentschieden * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag

| | | | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | Total |
|--|-----------------|------------|-------|--|--------------------|-----------------------------|---------|-------|
| | | | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | |
| Persönliche Charakteristiken - unentschieden | nicht vorhanden | Count | 17 | 26 | 22 | 77 | 142 | |
| | vorhanden | % of Total | 11,3% | 17,3% | 14,7% | 51,3% | 94,7% | |
| | unentschieden | Count | 5 | 1 | 1 | 1 | 8 | |
| | | % of Total | 3,3% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 5,3% | |
| Total | | Count | 22 | 27 | 23 | 78 | 150 | |
| | | % of Total | 14,7% | 18,0% | 15,3% | 52,0% | 100,0% | |

| Chi-Square Tests | | | |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
| Pearson Chi-Square | 15,905 | 3 | ,001 |
| Likelihood Ratio | 11,401 | 3 | ,010 |
| Linear-by-Linear Association | 10,988 | 1 | ,001 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

| Symmetric Measures | | | |
|--------------------|------------|--------------|------|
| | Value | Approx. Sig. | |
| Nominal by Nominal | Phi | ,326 | ,001 |
| | Cramer's V | ,326 | ,001 |
| N of Valid Cases | 150 | | |



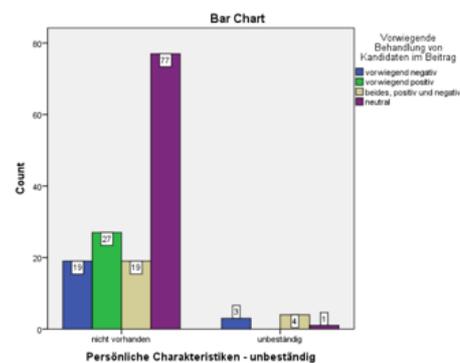
V012e – V009

Persönliche Charakteristiken - unbeständig * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag

| | | | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | Total |
|--|-----------------|------------|-------|--|--------------------|-----------------------------|---------|-------|
| | | | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | |
| Persönliche Charakteristiken - unbeständig | nicht vorhanden | Count | 19 | 27 | 19 | 77 | 142 | |
| | vorhanden | % of Total | 12,7% | 18,0% | 12,7% | 51,3% | 94,7% | |
| | unbeständig | Count | 3 | 0 | 4 | 1 | 8 | |
| | | % of Total | 2,0% | 0,0% | 2,7% | 0,7% | 5,3% | |
| Total | | Count | 22 | 27 | 23 | 78 | 150 | |
| | | % of Total | 14,7% | 18,0% | 15,3% | 52,0% | 100,0% | |

| Chi-Square Tests | | | |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
| Pearson Chi-Square | 13,684 | 3 | ,003 |
| Likelihood Ratio | 12,985 | 3 | ,005 |
| Linear-by-Linear Association | 2,948 | 1 | ,086 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

| Symmetric Measures | | | |
|--------------------|------------|--------------|------|
| | Value | Approx. Sig. | |
| Nominal by Nominal | Phi | ,302 | ,003 |
| | Cramer's V | ,302 | ,003 |
| N of Valid Cases | 150 | | |



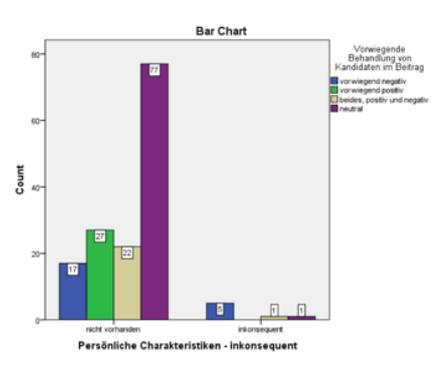
Persönliche Charakteristiken - inkonsequent * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag

Crosstabulation

| | | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | Total | |
|---|-----------------|------------|--|--------------------|-----------------------------|---------|-------|--------|
| | | | Beitrag | | | | | |
| | | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | | |
| Persönliche Charakteristiken - inkonsequent | nicht vorhanden | Count | 17 | 27 | 22 | 77 | 143 | |
| | | % of Total | 11,3% | 18,0% | 14,7% | 51,3% | 95,3% | |
| | inkonsequent | Count | 5 | 0 | 1 | 1 | 7 | |
| | | % of Total | 3,3% | 0,0% | 0,7% | 0,7% | 4,7% | |
| Total | | | Count | 22 | 27 | 23 | 78 | 150 |
| | | | % of Total | 14,7% | 18,0% | 15,3% | 52,0% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 19,465 | 3 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 14,065 | 3 | ,003 |
| Linear-by-Linear Association | 10,080 | 1 | ,001 |
| N of Valid Cases | 150 | | |



Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,360 | ,000 |
| Cramer's V | ,360 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | |

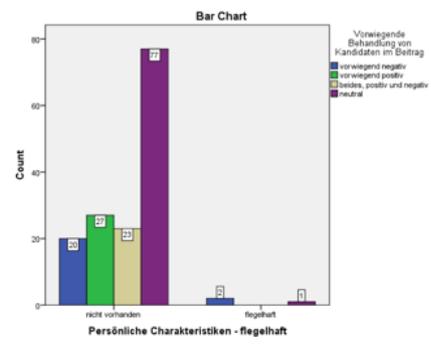
Persönliche Charakteristiken - flegehaft * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag

Crosstabulation

| | | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | Total | |
|--|-----------------|------------|--|--------------------|-----------------------------|---------|-------|--------|
| | | | Beitrag | | | | | |
| | | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | | |
| Persönliche Charakteristiken - flegehaft | nicht vorhanden | Count | 20 | 27 | 23 | 77 | 147 | |
| | | % of Total | 13,3% | 18,0% | 15,3% | 51,3% | 98,0% | |
| | flegehaft | Count | 2 | 0 | 0 | 1 | 3 | |
| | | % of Total | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 2,0% | |
| Total | | | Count | 22 | 27 | 23 | 78 | 150 |
| | | | % of Total | 14,7% | 18,0% | 15,3% | 52,0% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 6,869 | 3 | ,076 |
| Likelihood Ratio | 5,307 | 3 | ,151 |
| Linear-by-Linear Association | 2,593 | 1 | ,107 |
| N of Valid Cases | 150 | | |



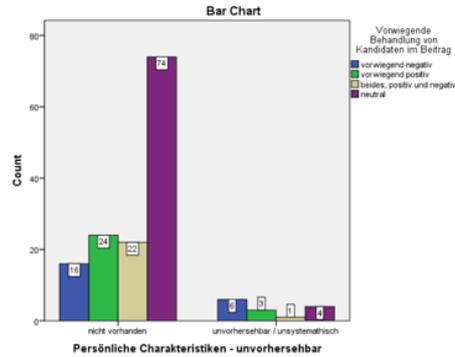
Persönliche Charakteristiken - unvorhersehbar * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag

Crosstabulation

| | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | Total |
|---|---------------------------------|--|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | |
| Persönliche Charakteristiken - unvorhersehbar | nicht vorhanden | Count 16 % of Total 10,7% | Count 24 % of Total 16,0% | Count 22 % of Total 14,7% | Count 74 % of Total 49,3% | Count 136 % of Total 90,7% |
| | unvorhersehbar / unsystematisch | Count 6 % of Total 4,0% | Count 3 % of Total 2,0% | Count 1 % of Total 0,7% | Count 4 % of Total 2,7% | Count 14 % of Total 9,3% |
| Total | | Count 22 % of Total 14,7% | Count 27 % of Total 18,0% | Count 23 % of Total 15,3% | Count 78 % of Total 52,0% | Count 150 % of Total 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 10,773 | 3 | ,013 |
| Likelihood Ratio | 8,655 | 3 | ,034 |
| Linear-by-Linear Association | 8,274 | 1 | ,004 |
| N of Valid Cases | 150 | | |



Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,268 | ,013 |
| Cramer's V | ,268 | ,013 |
| N of Valid Cases | 150 | |

1.5. Welche strategischen Grundhaltungen der Kandidaten werden beleuchtet?

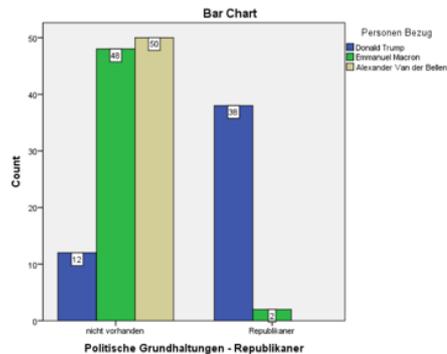
Politische Grundhaltungen - Republikaner * Personen Bezug Crosstabulation

Crosstabulation

| | | Personen Bezug | | | Total |
|--|-----------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Politische Grundhaltungen - nicht Republikaner | nicht vorhanden | Count 12 % of Total 8,0% | Count 48 % of Total 32,0% | Count 50 % of Total 33,3% | Count 110 % of Total 73,3% |
| | Republikaner | Count 38 % of Total 25,3% | Count 2 % of Total 1,3% | Count 0 % of Total 0,0% | Count 40 % of Total 26,7% |
| Total | | Count 50 % of Total 33,3% | Count 50 % of Total 33,3% | Count 50 % of Total 33,3% | Count 150 % of Total 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 93,545 | 2 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 102,072 | 2 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 73,349 | 1 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

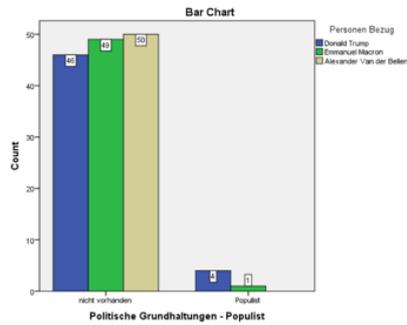


Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,790 | ,000 |
| Cramer's V | ,790 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | |

Politische Grundhaltungen - Populist * Personen Bezug Crosstabulation

| | | | Personen Bezug | | | Total |
|--------------------------------------|-----------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Politische Grundhaltungen - Populist | nicht vorhanden | Count | 46 | 49 | 50 | 145 |
| | | % of Total | 30,7% | 32,7% | 33,3% | 96,7% |
| | Populist | Count | 4 | 1 | 0 | 5 |
| | | % of Total | 2,7% | 0,7% | 0,0% | 3,3% |
| Total | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |



Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 5,379 ^a | 2 | ,068 |
| Likelihood Ratio | 6,163 | 2 | ,046 |
| Linear-by-Linear Association | 4,932 | 1 | ,026 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

Politische Grundhaltungen - Rassist * Personen Bezug Crosstabulation

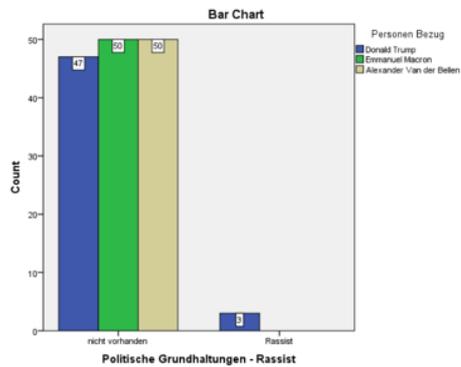
| | | | Personen Bezug | | | Total |
|-------------------------------------|-----------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Politische Grundhaltungen - Rassist | nicht vorhanden | Count | 47 | 50 | 50 | 147 |
| | | % of Total | 31,3% | 33,3% | 33,3% | 98,0% |
| | Rassist | Count | 3 | 0 | 0 | 3 |
| | | % of Total | 2,0% | 0,0% | 0,0% | 2,0% |
| Total | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 6,122 ^a | 2 | ,047 |
| Likelihood Ratio | 6,715 | 2 | ,035 |
| Linear-by-Linear Association | 4,561 | 1 | ,033 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. | |
|--------------------|------------|--------------|------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,202 | ,047 |
| | Cramer's V | ,202 | ,047 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

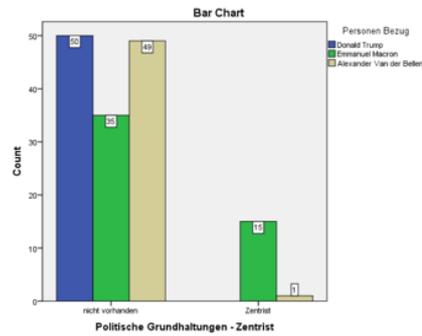


Politische Grundhaltungen - Zentrist * Personen Bezug Crosstabulation

| | | Personen Bezug | | | Total | |
|--------------------------------------|-----------------|----------------|-----------------|--------------------------|-------|--------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Politische Grundhaltungen - Zentrist | nicht vorhanden | Count | 50 | 35 | 49 | 134 |
| | vorhanden | % of | 33,3% | 23,3% | 32,7% | 89,3% |
| | | Total | | | | |
| Zentrist | nicht vorhanden | Count | 0 | 15 | 1 | 16 |
| | vorhanden | % of | 0,0% | 10,0% | 0,7% | 10,7% |
| | | Total | | | | |
| Total | nicht vorhanden | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | vorhanden | % of | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |
| | | Total | | | | |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 29,524 ^a | 2 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 30,956 | 2 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | ,104 | 1 | ,747 |
| N of Valid Cases | 150 | | |



Symmetric Measures

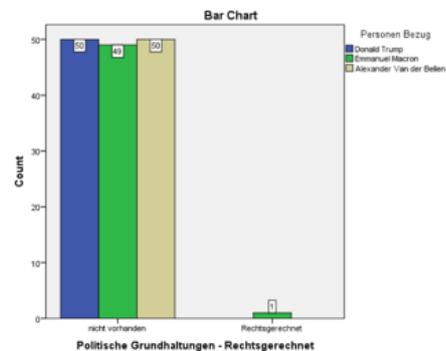
| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,444 | ,000 |
| Cramer's V | ,444 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | |

Politische Grundhaltungen - Rechtsgerechnet * Personen Bezug Crosstabulation

| | | Personen Bezug | | | Total | |
|---|-----------------|----------------|-----------------|--------------------------|-------|--------|
| | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | | |
| Politische Grundhaltungen - Rechtsgerechnet | nicht vorhanden | Count | 50 | 49 | 50 | 149 |
| | vorhanden | % of | 33,3% | 32,7% | 33,3% | 99,3% |
| | | Total | | | | |
| Rechtsgerechnet | nicht vorhanden | Count | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | vorhanden | % of | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 0,7% |
| | | Total | | | | |
| Total | nicht vorhanden | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | vorhanden | % of | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |
| | | Total | | | | |

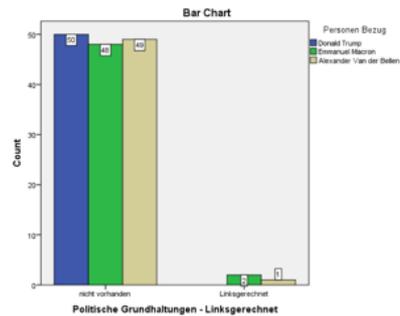
Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 2,013 ^a | 2 | ,365 |
| Likelihood Ratio | 2,211 | 2 | ,331 |
| Linear-by-Linear Association | ,000 | 1 | 1,000 |
| N of Valid Cases | 150 | | |



Politische Grundhaltungen - Linksgerechnet * Personen Bezug Crosstabulation

| | | | Personen Bezug | | | Total |
|--|-----------------|------------|----------------|-----------------|--------------------------|--------|
| | | | Donald Trump | Emmanuel Macron | Alexander Van der Bellen | |
| Politische Grundhaltungen - Linksgerechnet | nicht vorhanden | Count | 50 | 48 | 49 | 147 |
| | | % of Total | 33,3% | 32,0% | 32,7% | 98,0% |
| | Linksgerechnet | Count | 0 | 2 | 1 | 3 |
| | | % of Total | 0,0% | 1,3% | 0,7% | 2,0% |
| Total | | Count | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | % of Total | 33,3% | 33,3% | 33,3% | 100,0% |



Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|-------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 2,041 | 2 | ,360 |
| Likelihood Ratio | 2,813 | 2 | ,245 |
| Linear-by-Linear Association | ,507 | 1 | ,477 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

1.6 Wie werden die Kandidaten im Bezug auf Russland dargestellt?

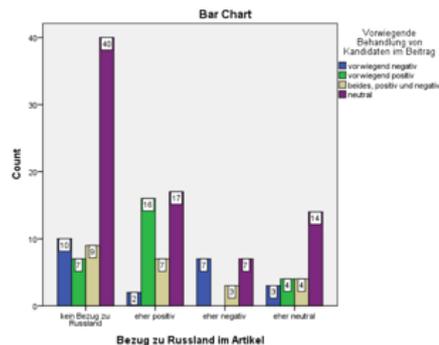
H1.6.1: Werden die Kandidaten in den Artikeln mit einem positiven Bezug auf Russland (V010) immer oder meistens vorwiegend positiv behandelt (V009)?

Bezug zu Russland im Artikel * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag Crosstabulation

| | | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | Total |
|------------------------------|------------------------|------------|--|--------------------|-----------------------------|---------|--------|
| | | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | |
| Bezug zu Russland im Artikel | kein Bezug zu Russland | Count | 10 | 7 | 9 | 40 | 66 |
| | | % of Total | 6,7% | 4,7% | 6,0% | 26,7% | 44,0% |
| | eher positiv | Count | 2 | 16 | 7 | 17 | 42 |
| | | % of Total | 1,3% | 10,7% | 4,7% | 11,3% | 28,0% |
| | eher negativ | Count | 7 | 0 | 3 | 7 | 17 |
| | | % of Total | 4,7% | 0,0% | 2,0% | 4,7% | 11,3% |
| | eher neutral | Count | 3 | 4 | 4 | 14 | 25 |
| | | % of Total | 2,0% | 2,7% | 2,7% | 9,3% | 16,7% |
| Total | | Count | 22 | 27 | 23 | 78 | 150 |
| | | % of Total | 14,7% | 18,0% | 15,3% | 52,0% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 28,341 | 9 | ,001 |
| Likelihood Ratio | 27,824 | 9 | ,001 |
| Linear-by-Linear Association | ,613 | 1 | ,434 |
| N of Valid Cases | 150 | | |



Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,435 | ,001 |
| Cramer's V | ,251 | ,001 |
| N of Valid Cases | 150 | |

H1.6.2: Gibt es einen Zusammenhang zwischen der Erwartung der Zusammenarbeit mit Russland (V013b) und vorwiegend positiver Behandlung des Kandidaten im Beitrag?

Verhältnis zu Russland * Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag Crosstabulation

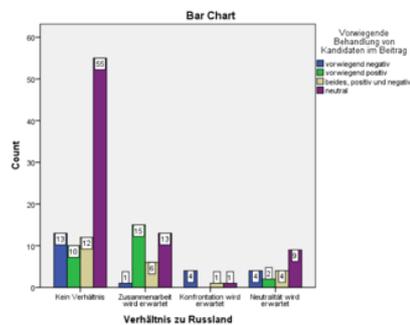
| | | Vorwiegende Behandlung von Kandidaten im Beitrag | | | | Total |
|------------------------|------------------------------|--|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| | | vorwiegend negativ | vorwiegend positiv | beides, positiv und negativ | neutral | |
| Verhältnis zu Russland | Kein Verhältnis | Count 13 % of Total 8,7% | Count 10 % of Total 6,7% | Count 12 % of Total 8,0% | Count 55 % of Total 36,7% | Count 90 % of Total 60,0% |
| | Zusammenarbeit wird erwartet | Count 1 % of Total 0,7% | Count 15 % of Total 10,0% | Count 6 % of Total 4,0% | Count 13 % of Total 8,7% | Count 35 % of Total 23,3% |
| | Konfrontation wird erwartet | Count 4 % of Total 2,7% | Count 0 % of Total 0,0% | Count 1 % of Total 0,7% | Count 1 % of Total 0,7% | Count 6 % of Total 4,0% |
| | Neutralität wird erwartet | Count 4 % of Total 2,7% | Count 2 % of Total 1,3% | Count 4 % of Total 2,7% | Count 9 % of Total 6,0% | Count 19 % of Total 12,7% |
| Total | | Count 22 % of Total 14,7% | Count 27 % of Total 18,0% | Count 23 % of Total 15,3% | Count 78 % of Total 52,0% | Count 150 % of Total 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 36,141 | 9 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 31,310 | 9 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 3,274 | 1 | ,070 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,491 | ,000 |
| Cramer's V | ,283 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | |



H1.6.3: Kommen die negativen/neutralen Zitate bei den Artikeln (V017) mit einem „eher negativen/neutralen Bezug auf Russland“ (V010) häufiger vor, als bei den Artikeln mit einem positiven Bezug auf Russland?

Zitat/direkte Rede im Bezug auf Russland * Bezug zu Russland im Artikel Crosstabulation

| | | Bezug zu Russland im Artikel | | | | Total |
|--|--|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| | | kein Bezug zu Russland | eher positiv | eher negativ | eher neutral | |
| Zitat/direkte Rede im Bezug auf Russland | kein Zitat vorhanden | Count 66 % of Total 44,0% | Count 28 % of Total 18,7% | Count 10 % of Total 6,7% | Count 24 % of Total 16,0% | Count 128 % of Total 85,3% |
| | hat einen positiven Bezug auf Russland | Count 0 % of Total 0,0% | Count 9 % of Total 6,0% | Count 0 % of Total 0,0% | Count 0 % of Total 0,0% | Count 9 % of Total 6,0% |
| | hat einen neutralen/negativen Bezug auf Russland | Count 0 % of Total 0,0% | Count 5 % of Total 3,3% | Count 7 % of Total 4,7% | Count 1 % of Total 0,7% | Count 13 % of Total 8,7% |
| Total | | Count 66 % of Total 44,0% | Count 42 % of Total 28,0% | Count 17 % of Total 11,3% | Count 25 % of Total 16,7% | Count 150 % of Total 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 55,843 | 6 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 51,684 | 6 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 4,865 | 1 | ,027 |
| N of Valid Cases | 150 | | |

Symmetric Measures

| | Value | Approx. Sig. |
|------------------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal Phi | ,610 | ,000 |
| Cramer's V | ,431 | ,000 |
| N of Valid Cases | 150 | |

Analysematerial (Links zu den Artikeln)

- A1:**<https://www.kommersant.ru/doc/3132352>
A2:<https://www.novayagazeta.ru/news/2016/07/31/123695-tramp-zayavil-o-gotovnosti-rassmotret-vopros-o-prinadlezhnosti-kryma>
A3:http://www.aif.ru/politics/world/belyy_dom_ili_biznes-imperiya_chno_vyberet_tramp_v_sluchae_pobedy_na_vyborah
A4:http://www.aif.ru/politics/world/tramp_povtoril_svoe_zayavlenie_o_priznanii_kryma_ros-siyskim
A5:<https://iz.ru/news/641298>
A6:<https://rg.ru/2016/08/31/smi-shtab-klinton-podbiraet-imitatora-trampa-dlia-podgotovki-k-debatam.html>
A7:<https://www.kommersant.ru/doc/3132448>
A8:<https://www.kommersant.ru/doc/3126358>
A9:<https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2016/10/18/661356-trampa-lyubyat-tolko-rossii>
A10:<https://rg.ru/2016/10/31/nedelia-do-vyborov-klinton-v-favoritah-tramp-obeshchaet-novyj-breksit.html>
A11:http://www.aif.ru/politics/world/tramp_putin_ne_vosprinimaet_klinton_vserez
A12:<https://iz.ru/news/618668>
A13:<https://iz.ru/news/624976>
A14:<https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2016/08/10/652379-vidnie-respublikantsi-schitayut-donalda-trampa-nekompetentnim-opasnim>
A15:<https://iz.ru/news/643540>
A16:<https://www.kommersant.ru/doc/3132010>
A17:<https://www.kommersant.ru/doc/3131687>
A18:http://www.aif.ru/politics/world/rossiyskaya_karta_pochemu_tramp_vse_chashche_govorit_o_vzaimodeystvii_s_moskvoy
A19:<https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/07/23/69347-oni-narod>
A20:<https://iz.ru/news/642261>
A21:<https://www.kommersant.ru/doc/3127460>
A22:http://www.aif.ru/politics/world/tramp_zayavil_chno_vzaimodeystvie_s_rossiey_poydet_ssha_na_polzu
A23:<https://iz.ru/news/618238>
A24:<https://www.kommersant.ru/doc/3127306>
A25:<https://rg.ru/2016/09/07/filipp-kirkorov-vystupil-na-bbc-v-podderzhku-donalda-trampa.html>
A26:<https://www.vedomosti.ru/politics/news/2016/07/27/650738-tramp-rossii>
A27:http://www.aif.ru/politics/world/tramp_popytka_ssha_otobrat_krym_mozhet_privesti_k_trety_mirovoy_voyne
A28:<https://www.kommersant.ru/doc/3130902>
A29:<https://www.kp.ru/daily/26592.7/3607696/>
A30:<https://www.kommersant.ru/doc/3131888>
A31:http://www.aif.ru/politics/world/putin_raskritikoval_predvybornye_kampanii_trampa_i_klinton_za_epatazhnost
A32:<https://iz.ru/news/618545>
A33:<https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/10/24/70287-lopnuvshiy-mediapuzyr>
A34:<https://iz.ru/news/640751>
A35:http://www.aif.ru/politics/world/peskov_putin_nikogda_ne_obschalsya_s_trampom
A36:<https://iz.ru/news/623031>

A37:http://www.aif.ru/politics/world/tramp_uveren_chno_poladit_s_putinym
A38:<https://rg.ru/2016/10/02/tramp-zaiavil-chno-smozhet-usovershenstvovat-nalogovuiu-sistemu-ssha.html>
A39:<https://iz.ru/news/629163>
A40:http://www.aif.ru/politics/world/ten_otca_trampa_pochemu_v_ssha_teper_tak_mnogo_govoryat_o_rossii
A41:<https://iz.ru/news/623447>
A42:http://www.aif.ru/politics/world/tramp_predstavil_svoy_antiterroristicheskiy_plan
A43:<https://iz.ru/news/624971>
A44:http://www.aif.ru/politics/world/tramp_nadeetsya_chno_putin_budet_ego_uvazhat
A45:http://www.aif.ru/politics/world/tramp_poobeshchal_postroit_v_ssha_velikuyu_pograni_chnuyu_stenu
A46:<https://iz.ru/news/631721>
A47:<http://www.mk.ru/politics/2016/09/11/tramp-rasskazal-o-krupneyshey-oshibke-klinton-v-prezidentskoy-gonke.html>
A48:<http://www.mk.ru/politics/2016/09/09/tramp-i-klinton-chno-oni-konkretno-predlagayut-svoim-izbiratelyam.html>
A49:<https://www.pnp.ru/in-world/2016/07/31/donald-tramp-zhiteli-kryma-khotyat-byt-s-rossiey.html>
A50:<https://www.pnp.ru/in-world/2016/11/08/poslednyaya-nadezhda-donalda-trampa-taynye-izbirateli.html>
A51:<https://iz.ru/news/701456>
A52:<https://iz.ru/news/701231>
A53:<https://iz.ru/news/672462>
A54:<https://iz.ru/news/685031>
A55:<https://iz.ru/news/691718>
A56:<https://www.kommersant.ru/doc/321849257>
A57:<https://www.kommersant.ru/doc/3242043>
A58:<https://www.kommersant.ru/doc/3281094>
A59:<https://www.kommersant.ru/doc/3280929>
A60:<https://www.kommersant.ru/doc/3254778>
A61:<https://www.kommersant.ru/doc/3280987>
A62:http://www.aif.ru/politics/world/i_vsyo-taki_makron_chno_zhdet_ot_lidera_prezidentskih_vyborov_vo_francii
A63:<https://www.vedomosti.ru/politics/news/2017/04/15/685822-makron-zastavit-putina>
A64:http://www.ng.ru/world/2017-02-06/3_6921_kartblansh.html
A65:<https://rg.ru/2017/04/24/makrona-podderzhal-politicheskij-bomond-francii-i-evropy.html>
A66:<https://www.kommersant.ru/doc/3273679>
A67:http://www.aif.ru/politics/world/molodoy_i_neordinarnyy_kto_takoy_emmanuel_makron
A68:<https://www.kp.ru/daily/26675/3697218/>
A69:<http://www.mk.ru/politics/2017/04/14/eksperty-ocenili-kakoy-kandidat-v-prezidenty-francii-luchshe-dlya-rossii.html>
A70:<https://www.kommersant.ru/doc/3248137>
A71:<https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/04/24/72262-emmanyuel-makron-nichego-luchshe-frantsiya-poluchit-ne-mogla>
A72:http://www.aif.ru/politics/world/razum_ili_chuvstva_pochemu_makron_lidiruet_na_prezidentskoy_gonke_vo_francii
A73:<https://rg.ru/2017/04/24/smi-le-pen-budet-bit-po-slabym-mestam-makrona.html>

A74:<https://www.kommersant.ru/doc/3285346>
A75:<http://www.ng.ru/news/566235.html>
A76:<https://rg.ru/2017/05/03/brizhit-bardo-prizvala-golosovat-protiv-emmanuelia-makrona.html>
A77:<https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2017/04/25/687217-prezidentom-frantsii-makron>
A78:<https://www.samara.kp.ru/daily/26676.7/3698530/>
A79:<https://rg.ru/2017/03/21/makron-posovetoval-francii-ne-sblizhatsia-s-rossiej.html>
A80:http://www.ng.ru/world/2017-02-28/7_6937_macron.html
A81:<https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/04/22/72255-velika-frantsiya-a-vybirat-nekogo>
A82:<http://www.mk.ru/politics/2017/04/24/shou-eksperty-rasskazali-pochemu-francuzyvybralimakrona.html>
A83:<https://rg.ru/2017/04/26/pochemu-makron-ustraivaet-i-pravyh-i-levyh-politikov-francii.html>
A84:http://www.aif.ru/politics/world/miledi_i_tri_mushketera_glavnye_kandidaty_na_post_prezidenta_francii
A85:http://www.ng.ru/world/2017-04-27/7_6983_france.html
A86:<https://www.vedomosti.ru/politics/news/2017/03/21/682042-makron>
A87:<https://www.pnp.ru/politics/klinevich-makron-grozya-vykhodom-francii-iz-es-khochet-peretyanut-golosa-u-le-pen.html>
A88:<https://www.pnp.ru/politics/2017/04/25/vladimir-dzhabarov-makron-ne-reshit-problem-francii.html>
A89:<https://www.pnp.ru/politics/le-pen-u-makrona-net-plana-po-zashhite-francii-ot-islamistskoy-ugrozy.html>
A90:<https://www.pnp.ru/politics/2017/03/21/kreml-otvetil-na-predosterezhenie-makrona-o-sblizhenii-s-rossiej.html>
A91:<http://www.mk.ru/social/2017/04/24/psikholog-obyasnila-zhenitbu-makrona-na-francuzhenke-24-godami-starshe.html>
A92:<http://www.mk.ru/photo/gallery/12323-202505.html>
A93:<https://iz.ru/news/691481>
A94:<https://iz.ru/news/673578>
A95:<https://iz.ru/news/691361>
A96:<https://iz.ru/news/700664>
A97:<https://www.pnp.ru/politics/2017/02/22/makron-nadeetsya-na-podderzhku-zhivushhikh-za-rubezhom-francuzskikh-izbirateley.html>
A98:<https://www.pnp.ru/politics/2017/02/16/opponenty-raskritikovali-makrona-za-prizyvyk-pokayaniyu-za-istoricheskoe-proshloe.html>
A99:<https://rg.ru/2017/04/16/makron-zaiavil-o-zhelanii-dobitsia-uvazheniia-putina.html>
A100:<https://rg.ru/2017/05/04/marin-le-pen-i-emmanuel-makron-proveli-vazhnejshie-teledebaty.html>
A101:<https://www.kommersant.ru/doc/2993578>
A102:<https://www.kommersant.ru/doc/2972857>
A103:<https://rg.ru/2016/03/14/reg-szfo/pskovskij-dvorianin-prezident-avstrii.html>
A104:<https://iz.ru/news/614987>
A105:<https://www.kommersant.ru/doc/2994850>
A106:<https://www.kommersant.ru/doc/2984297>
A107:<https://www.kommersant.ru/doc/2996509>
A108:<https://www.kommersant.ru/doc/2994352>
A109:<https://rg.ru/2016/05/23/v-avstrii-sostoialis-istoricheskie-vybory-prezidenta.html>

A110:<https://rg.ru/2016/12/04/hofer-pozdravil-van-der-bellena-s-pobedoj-na-vyborah-v-avstrii.html>
A111:<https://rg.ru/2016/07/01/konstitucionnyj-sud-avstrii-otmeli-itogi-prezidentskih-vyborov.html>
A112:<https://rg.ru/2016/05/23/prezident-avstrii-priostanovit-chlenstvo-v-partii-zelenyh.html>
A113:<https://www.kp.ru/online/news/2589517/>
A114:<https://www.kp.ru/daily/26612.7/3632407/>
A115:<https://www.vedomosti.ru/politics/news/2016/05/23/642063-prezidentom>
A116:<https://www.vedomosti.ru/politics/characters/2016/05/30/642884-vliyat-proishodyashee-prezident>
A117:<https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/05/23/68710-tresk-edinoy-evropy-predstavitel-pravyh-chut-ne-stal-prezidentom-avstrii>
A118:<http://www.mk.ru/politics/2016/05/23/prezidentom-avstrii-stal-kandidat-rossiyskogo-proiskhozhdeniya-oboshedshiy-nacionalista-khoferu.html>
A119:<https://www.pnp.ru/politics/2016/12/05/avstriytsy-vnov-predpochli-zelyonyy-cvet.html>
A120:<https://www.pnp.ru/in-world/2016/05/23/avstriytsy-vybrali-prezidentom-byvshego-lidera-zelyonykh.html>
A121:http://www.aif.ru/politics/world/na_prezidentskih_vyborah_v_avstrii_lidiruet_kandidat_ot_zelenyh
A122:http://www.aif.ru/politics/world/stal_izvesten_pobeditel_prezidentskih_vyborov_v_avstrii
A123:http://www.ng.ru/dipkurer/2016-11-28/9_6870_austria.html
A124:http://www.ng.ru/world/2016-05-24/7_austria.html
A125:<https://www.kommersant.ru/doc/3161873>
A126:<https://iz.ru/news/632062>
A127:<https://iz.ru/news/615058>
A128:<https://kp.ua/politics/540002-novym-prezidentom-avstryi-stal-ekonomyst-aleksandr-van-der-bellen>
A129:http://www.aif.ru/politics/world/pravyi_marshall_v_2017_godu_evropu_zhdet_triumpf_nacionalistov-evroskeptikov
A130:<https://www.kp.ru/daily/26529/3549942/>
A131:<https://www.pnp.ru/politics/2016/12/04/v-avstrii-prokhodit-vtoroy-tur-prezidentskikh-vyborov.html>
A132:<https://www.pnp.ru/in-world/2016/05/22/avstriya-vybiraet-novogo-prezidenta.html>
A133:<https://www.pnp.ru/in-world/2016/04/25/na-vyborakh-prezidenta-avstrii-pobezhdaet-evroskepticizm.html>
A134:<https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2016/05/24/642154-pravii-populist-edva-pobedil-vyborah-prezidenta-avstrii>
A135:<https://rg.ru/2016/12/04/liberal-van-der-bellen-vyshel-v-lidery-na-vyborah-prezidenta-avstrii.html>
A136:<https://rg.ru/2016/05/23/pochemu-ultrapravyy-kandidat-byl-v-shage-ot-pobedy-na-vyborah-v-avstrii.html>
A137:<https://rg.ru/2016/05/23/prezidentom-avstrii-stal-deiatel-zelenyh-van-der-bellen.html>
A138:<http://www.ng.ru/news/564468.html>
A139:<http://www.ng.ru/news/543111.html>
A140:<https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2016/07/06/648121-avstriiskii-natsionalist-poluchil-vtoroi-shans-prezidentstvo>
A141:<https://www.pnp.ru/politics/2016/12/05/na-vyborakh-v-avstrii-lidiruet-van-der-bellen.html>
A142:http://www.ng.ru/world/2016-12-06/1_6877_austria.html

A143:<http://www.mk.ru/politics/2016/12/05/prezidentom-avstrii-stal-ekszelenyy-c-rossiyskimi-kornyami.html>

A144:<https://rg.ru/2016/12/06/van-der-bellen-oboshel-sopernika-na-300-tysiach-golosov-na-vyborah.html>

A145:<http://www.mk.ru/politics/2016/05/23/faktor-strakha-pochemu-na-vyborakh-prezidenta-avstrii-lidiruet-nacionalist.html>

A146:<https://www.kommersant.ru/doc/3175629>

A147:<https://www.kommersant.ru/doc/3163109>

A148:<https://www.kommersant.ru/doc/3161924>

A149:<https://www.kp.ru/online/news/2589546/>

A150:<https://www.hab.kp.ru/online/news/2595997/>