MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

Europäische Öffentlichkeit im Wahlkampf?

Die Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 der Tageszeitungen *Der Standard*, *Österreich* und *Kronen Zeitung* im Vergleich.

Verfasserin

Melanie Jungwirth Bakk. phil.

Angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Juli 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt:	066/841
Studienrichtung lt. Studienblatt:	Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Betreuerin:	Mag. Dr. Cornelia Brantner

Hiermit bestätige ich, die vorliegende Arbeit eigenständig verfasst zu haben und entsprechend der Richtlinien redlichen wissenschaftlichen Arbeitens der Universität Wien (veröffentlicht im Mitteilungsblatt vom 31.01.2006) sorgfältig überprüft zu haben. Diese Arbeit wurde nicht bereits in anderen Lehrveranstaltungen von mir oder anderen zur Erlangung eines Leistungsnachweises vorgelegt.

Datum: Unterschrift:

Abstract

Vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Entstehung bzw. dem Bestehen einer Europäischen Öffentlichkeit in Österreich. Anhand einer Untersuchung der Berichterstattung der letzten zwei Wochen vor der EU-Parlamentswahl 2009 in den Tageszeitungen *Der Standard*, *Österreich* und *Kronen Zeitung*, sollen Anzeichen einer Europäisiertheit der Medienberichterstattung in Österreich festgestellt werden.

Die drei Hauptkritikpunkte, die bezüglich der EU immer wieder genannt werden, beziehen sich auf einen Bürokratieüberschuss, ein Demokratiedefizit und eine fehlende europäische Öffentlichkeit (vgl. Kleinsteuber 2006, S. 231). Für die BürgerInnen der EU ist es schwer beim Politikprozess in der EU mitzuwirken und gleichzeitig schwierig diese Politik zu kontrollieren (vgl. Eder/Hellmann/Trenz 1998, S. 321). Die EU-Parlamentswahlen gelten als besonders wichtig, da sie das Europäische Parlament als einziges Organ der EU demokratisch legitimieren (vgl. Holtz-Bacha 2005a, S. 30f). Damit die BürgerInnen der EU sich ein Bild über die Politikprozesse in der EU bilden können, sind Massenmedien unerlässlich. Ohne Berichterstattung in den Massenmedien gibt es keine öffentliche Sichtbarkeit der Politikprozesse und somit keine Meinungs- und Willensbildung der BürgerInnen (vgl. Tobler 2006, S. 161).

Die vorliegende Arbeit soll untersuchen, ob die Berichterstattung in den drei unterschiedlichen Tageszeitungen diese Öffentlichkeit für die EU-Parlamentswahlen 2009 herstellt bzw. wie EU-bezogen und wie europäisiert diese Berichterstattung ist.

Für die Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit gibt es zwei theoretische Zugänge. Einerseits die Entwicklung einer pan-europäischen Öffentlichkeit, welche durch ein gemeinsames bzw. einheitliches Mediensystem innerhalb der EU von statten gehen soll, oder die Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten (vgl. Latzer/Saurwein 2006, S. 16). Bei der Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten kann man zwischen horizontaler Europäisierung – in der nationalen Berichterstattung werden Themen und/oder AkteurInnen aus anderen EU-Mitgliedsländern angesprochen bzw. kommen darin vor – und vertikaler Europäisierung – in der nationalen Berichterstattung sprechen nationale AkteurInnen europäische Themen und/oder AkteurInnen an, oder supranationale AkteurInnen sprechen nationale Themen an – unterscheiden. Idealtypisch wäre eine supranationale europäische Öffentlichkeit – europäische AkteurInnen sprechen in der nationalen Berichterstattung europäische AkteurInnen oder Institutionen an (vgl. Koopmans/Erbe 2003). Forschungen in Richtung einer Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten konzentrieren sich vor allem darauf, wie häufig in der nationalen

Berichterstattung über europäische Themen berichtet wird, aber auch ob Themen von europäischen AkteurInnen kommentiert werden (vgl. Gerhards 2006, S. 293ff).
Den EU-Parlamentswahlen wird sehr häufig unterstellt nur eine Art nationale Zusatzwahl, eine Nebenwahl, eine second-order election zu sein (vgl. Holtz-Bacha 2005a; Tenscher 2005a; Reif/Schmitt 1980). Bei EU-Parlamentswahlen treten nationale Parteien an, jedes Mitgliedsland hat sein eigenes Wahlsystem, es gibt nationale KandidatInnen und sehr oft werden auch nationale Themen im Wahlkampf verwendet (vgl. Holtz-Bacha/Leidenberger 2010, S. 22). Parteien betreiben zudem weniger Aufwand als bei nationalen Wahlen, nachdem auch die mediale Aufmerksamkeit geringer ist. Hier kommt die Agenda-Setting Forschung zum Tragen (vgl. Tenscher 2005a). Diese besagt, dass die Massenmedien die RezipientInnen dahingehend beeinflussen worüber sie nachdenken, also welche Themen sie als wichtig empfinden (vgl. McCombs/Shaw 1972).

Das Untersuchungsziel der vorliegenden Arbeit richtet sich auf eine eventuell vorhandene Europäisiertheit der österreichischen Öffentlichkeit in der Wahlberichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 und die Herausfilterung von Unterschieden innerhalb dieser Berichterstattung zwischen Qualitäts- und Boulevardmedien. Folgende Fragestellungen sollen beantwortet werden: Welche Zeitung berichtet am umfangreichsten über die EU-Parlamentswahl 2009? Welche Themen und AkteurInnen werden in der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 behandelt? Wie werden die EU-Parlamentswahl 2009 und die jeweiligen darin vorkommenden AkteurInnen bewertet? Welche Rolle spielt Hans-Peter Martin in der Berichterstattung der *Kronen Zeitung*? Aus welcher Perspektive erfolgt die Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009?

Um empirische Erkenntnisse zu erlangen erfolgte eine Untersuchung der Berichterstattung der letzten zwei Wochen vor der EU-Parlamentswahl 2009 in *Der Standard*, *Österreich* und *Kronen Zeitung* mithilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse. Insgesamt konnten 451 Artikel, die die Keywords „Europäische Union“ oder „EU“ enthielten, untersucht werden. 230 Artikel davon, beschäftigten sich mit der EU-Parlamentswahl 2009 als Haupt- oder Nebenthema.

Zunächst einmal konnte durch die Untersuchung festgestellt werden, dass die Qualitätszeitung *Der Standard* die meisten und auch die umfangreichsten Artikel zur EU-Parlamentswahl 2009 enthielt. In allen drei untersuchten Zeitungen herrschte eine Berichterstattung aus nationaler Perspektive vor. Der *Standard* berichtete allerdings häufiger aus einer europäischen

Perspektive als die beiden Boulevardzeitung. In der *Kronen Zeitung* kamen die meisten supranationalen AkteurInnen vor, *Der Standard* berichtete weitaus häufiger über AkteurInnen aus den EU-Mitgliedsländern, als die beiden Boulevardzeitungen. Bei der *Kronen Zeitung* herrscht also eine vertikale Europäisiertheit der Berichterstattung vor, während im *Standard* eher eine horizontale Europäisiertheit vorhanden ist. Obwohl die *Kronen Zeitung* häufiger über supranationale AkteurInnen, als die anderen beiden Zeitungen berichtete, wurden diese in der Berichterstattung im Vergleich weitaus negativer bewertet.
Hans-Peter Martin kam in der Berichterstattung häufiger in der Tageszeitung *Österreich*, als in der *Kronen Zeitung* vor. Allerdings wurde Hans-Peter Martin in der *Kronen Zeitung* besser bewertet, als in den beiden anderen Zeitungen.

Grundsätzlich sind sowohl in der Qualitätszeitung, als auch in den beiden Boulevardmedien gewisse Europäisierungstendenzen vorhanden. Besonderer Aufholbedarf in Bezug auf eine Europäisierung nationaler Öffentlichkeit besteht bei der Berichterstattungsperspektive.

I. Inhaltsverzeichnis

II. Vorwort 5
III. Einleitung 7
1. Öffentlichkeit 11
1.1. Der Begriff Öffentlichkeit 11
1.2. Massenmedien und Öffentlichkeit 14
1.3. Funktionen von Öffentlichkeit 15
1.4. Ebenen von Öffentlichkeit 16
1.5. Öffentliche Meinung 18
2. Europäische Öffentlichkeit 20
2.1. Normative Öffentlichkeitskonzepte in Bezug auf Europäische Öffentlichkeit 24
2.1.1. Pluralistische/partizipative Demokratietheorien 24
2.1.2. Deliberative Demokratietheorien 25
2.1.3. Liberal-repräsentative Demokratietheorien 26
2.2. Entstehung europäischer Öffentlichkeit 27
2.2.1. Pan-europäische Öffentlichkeit 27
2.2.2. Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten 30
2.2.3. Studien zur Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten in Bezug auf Österreich 32
2.3. EU-Parlamentswahlen 35
2.3.1. Statistiken und Fakten zu EU-Parlamentswahlen 36
2.3.2. EU-Parlamentswahlen als Hersteller europäischer Öffentlichkeit? 39
2.3.3. Studien zur Medienberichterstattung über die EU-Parlamentswahlen in Österreich 42
3. Agenda-Setting und Medieneffekte 46
3.1. Agenda-Setting 46
3.2. Priming und Framing 47
3.2.1.Priming 47
3.2.2. Framing 48
3.3. News Bias 48
3.4. Medialisierung 49

3.5. Studien zu Medieneffekten in Österreich 51
4. Österreichischer Printmedienmarkt 53
4.1. Printmedien- und Medienmarkt in Österreich 53
4.2. Qualitäts- vs. Boulevardzeitungen 55
4.3. EU-Berichterstattung in Österreich 56
4.4. Untersuchte Zeitungen 58
4.4.1. Der Standard 58
4.4.2. Österreich 59
4.4.3. Kronen Zeitung 59
4.4.3.1. Hans-Peter Martin 60
5. Analyse 62
5.1. Untersuchungsgegenstand und -ziele 62
5.2. Forschungsfragen und Hypothesen 63
5.3. Untersuchungsaufbau 64
5.3.1. Die Methode der Inhaltsanalyse 64
5.3.2. Vorgehen der Inhaltsanalyse 66
5.3.3. Aufbau der Inhaltsanalyse der vorliegenden Untersuchung 67
5.3.3.1. Auswahleinheit 68
5.3.3.2. Analyseeinheit 68
5.3.3.3. Codiereinheiten 69
5.3.3.4. Erhebung und Auswertung 71
5.4. Untersuchungsergebnisse 72
5.4.1. Analysierte Medien, Artikel und Merkmale der Berichterstattung 72
5.4.2. Geographischer Zugang und Perspektiven der Berichterstattung 79
5.4.3. AkteurInnen der Berichterstattung 81
5.4.3.1. Hans-Peter Martin 85
5.4.4. Bewertungen innerhalb der Berichterstattung 86
5.4.4.1. Bewertung EU und EU-Parlamentswahl 2009 86
5.4.4.2. Bewertung passive AkteurInnen 88
5.4.4.3. Bewertung Hans-Peter Martin 90
6. Conclusio 92

6.1. Beantwortung der Forschungsfragen 92
6.1.1. Allgemeine Unterschiede zwischen den Medien 92
6.1.2. Europäisiertheit in der Berichterstattung 93
6.1.3. Sichtbarkeit und Bewertung der EU und ihrer AkteurInnen 94
6.1.4. Hans-Peter Martin 95
6.2. Zusammenfassung, Kritik und Ausblick 96
7. Tabellen- und Abbildungsverzeichnis 99
8. Quellenverzeichnis 101
Anhang I: Codebuch 113
Anhang II: Lebenslauf 131

II. Vorwort

Ein Vorwort ist immer eine Möglichkeit, um einerseits zurückzublicken und sich andererseits zu bedanken. Beides möchte ich nun tun.

Zuerst einmal verabschiede ich mich von diesem Studium, das länger gedauert hat als gedacht, das mir aber die Möglichkeiten gegeben hat in so viele Lebensbereiche Einblick zu bekommen, so viele interessante Menschen kennenzulernen und so viele Freiheiten gegeben hat, dass ich auf all diese Verzögerungen und Hindernisse, mit Freude zurückblicke.

Bedanken möchte ich mich zuerst bei meiner Betreuerin Cornelia Brantner, die wirklich viel Zeit investiert hat, um mich so gut wie möglich zu unterstützen. Ich habe es nicht für möglich gehalten, dass Betreuung im heutigen Universitätssystem so persönlich und gut funktionieren kann.

Dann bedanke ich mich bei meinen Eltern, Gabriele und Christian Jungwirth, die mir ermöglicht haben diesen Weg zu gehen und die nicht auf andere gehört haben, um mich etwas erleben zu lassen, was ihnen selber verwehrt geblieben ist. Danke für eure Hilfe und Unterstützung!

Ein großes DANKE geht an meine Schwester Lisa Jungwirth, die mich in den letzten Wochen immer wieder gepusht und motiviert hat.

Damit sie nicht vergessen werden, schreibe ich hier auch einen Gruß an meinen Bruder Philipp Jungwirth und meine Schwester Emily Jungwirth.

Verena S. hat mir in den letzten Jahren ihr Ohr geliehen, mir durch viele Hochs und Tiefs geholfen und mir neue Sichtweisen ermöglicht.

Meiner Freundin Lena P. danke ich für unsere fehlgeschlagenen SPSS-Versuche und ihre Bibliotheks- und Jammerunterstützung. Marie-Thérèse F. danke ich für ihre Hilfe beim Korrekturlesen. Bei Sabine N. bedanke ich mich für die Endspurt-Unterstützung, in jeglicher Hinsicht.

Zu guter Letzt möchte ich diese Diplomarbeit meiner Uroma widmen, die von nun an im Altersheim endlich auch damit angeben kann, dass ihre Urenkelin einen akademischen Titel besitzt.

III. Einleitung

„Wer glaubt, etwas zu sein, hat aufgehört, etwas zu werden.“ (Sokrates)

Öffentlichkeitsdefizit. Legitimationsdefizit. Demokratiedefizit. Mit diesen Schlagwörtern, in Bezug auf die Europäische Union (im Folgenden als EU bezeichnet), bin ich zum ersten Mal vor ein paar Jahren in meinem Politikwissenschaftsstudium konfrontiert worden. Die EU war bis dahin für mich nur als Staatenbund bekannt, über den ich nicht viel wusste, außer, dass er nun einmal da ist, dass Österreich Mitglied ist und dass ich die ganzen Entwicklungen, angefangen vom Euro bis hin zur Öffnung des Grenzraumes, sehr positiv fand.
Wenn es um das Öffentlichkeitsdefizit der EU in der Politikwissenschaft ging, wurden in den von mir besuchten Seminaren und in vielen wissenschaftlichen Texten immer wieder auch die Medien hervor geholt und als Schuldige für, oder auch als Heilsbringer gegen dieses Öffentlichkeitsdefizit bezeichnet und zusätzlich die Schwächen des Europäischen Parlaments aufgezeigt, genauso wie die eigentliche Nationalisierung der EU-Parlamentswahlen (vgl. Follesdal/Hix 2005). Da ich neben meinem Studium der Politikwissenschaften auch bzw. in erster Linie, Publizistik- und Kommunikationswissenschaften studiere, lag nichts näher, als die Vorwürfe an die EU anhand der Medienberichterstattung - und spezieller noch anhand der Medienberichterstattung zu einer EU-Parlamentswahl - zu untersuchen.

„Die EU ist kein Staat, kein Superstaat, sondern ein Gebilde sui generis, das völkerrechtlich den Namen ‚Union‘ trägt.“ (Schmale 2001, S. 245)
Die EU ist also einzigartig und sie **ist** nicht nur, sondern sie befindet sich, durch immer neue Beitritte neuer Länder, durch Gesetzesänderungen und den Versuchen neue Verfassungen zu entwerfen, immer noch im **Werden**. Wie Sokrates im alten Griechenland schon zu sagen pflegte, solange etwas sich nicht damit abgefunden hat zu sein, kann es immer noch werden. Die Entwicklungsprozesse, die Kritiken und die Dynamiken, auf welche weiter unten näher eingegangen wird, in der EU zeigen, dass die Entstehungsgeschichte der EU noch lange nicht abgeschlossen ist.

Diese Arbeit soll durch eine quantitative Inhaltsanalyse der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 in den drei Tageszeitungen *Der Standard*, *Österreich* und *Kronen Zeitung* zwei Dinge aufzeigen. Erstens, inwieweit von einer Europäisiertheit der österreichischen Öffentlichkeit innerhalb der EU-Wahlberichterstattung gesprochen werden

kann. Zweitens, inwieweit sich die untersuchte Qualitätszeitung und die beiden Boulevardmedien in der Thematisierung und auch innerhalb der Berichterstattung über die EU-Parlamentswahl 2009 unterscheiden. Grundsätzlich werden bei einer Untersuchung der europäischen Öffentlichkeit Prozesse der Europäisierung untersucht, da vorliegende Untersuchung sich aber nur mit einem bestimmten Zeitraum beschäftigt und nicht mit einem Vergleich zu anderen Zeiträumen arbeitet, kann nur eine gewisse Europäisiertheit der Berichterstattung im untersuchten Zeitraum festgestellt werden.

Die Hauptkritikpunkte an der EU fassen sich in drei Punkten zusammen: Bürokratieüberschuss, Demokratiemangel (vor allem auch durch das schwache EU-Parlament) und die nicht vorhandene europäische Öffentlichkeit (vgl. Kleinsteuber 2006, S. 231).
Für die EU-BürgerInnen tritt das Demokratiedefizit gleich in zweifacher Form auf: als Gestaltungs- und als Kontrolldefizit. Einerseits ist es schwierig für die BürgerInnen beim Politikprozess in der EU mitzuwirken, andererseits ist es für sie auch schwierig Politik und Macht zu kontrollieren. Beides ist auf das Öffentlichkeitsdefizit der EU zurückzuführen (vgl. Eder/Hellmann/Trenz 1998, S. 321). Daher gelten EU-Parlamentswahlen auch als besonders wichtig, „weil das Europäische Parlament das einzige durch den demokratischen Souverän legitimierte Organ der Europäischen Union darstellt." (Holtz-Bacha 2005a, S. 30) Sie gelten als Symbol für das vereinte Europa, als Symbol des Zusammenhalts der verschiedenen EU-Mitgliedsländer. Diese doch sehr große Bedeutung der EU-Parlamentswahlen gilt somit auch als Grundlage der Erforschung ebendieser (vgl. Holtz-Bacha 2005a, S. 30f).

BürgerInnen hängen von den Massenmedien ab, um sich Meinungen zu politischen Themen zu bilden. Besonders wenn die Themen sehr abstrakt sind, oder keine direkten Erfahrungen damit vorhanden sind, ist die Berichterstattung der Massenmedien wichtig für die Meinungsbildung. Dass dies besonders bei der Meinungsbildung der BürgerInnen über die EU, die weit entfernt vom Nationalstaat liegt und die ein ganz eigenes Gebilde darstellt, der Fall ist, stellen zahlreiche AutorInnen außer Frage (vgl. Tobler 2006, S. 161). „Die Frage, ob die EU auch demokratisierungsfähig ist, hängt allerdings wesentlich davon ab, ob Meinungs- und Willensbildung der Staatsbürger Europas zu europäischen Angelegenheiten auch möglich ist." (Tobler 2006, S. 161) Meinungs- und Willensbildung erfordert öffentliche Sichtbarkeit, also Öffentlichkeit der Politikprozesse. Dies kann durch nationale Massenmedien vonstattengehen (vgl. Tobler 2006, S. 161).

Das Meiste, was die EU-BürgerInnen über die EU wissen, wissen sie aus Fernsehen oder Zeitungen, wie das Eurobarometer immer wieder aufzeigt (vgl. Vliegenthart et. al. 2008, S. 416f, Europäische Kommission 2007a). In Österreich standen Tageszeitungen 2007, mit 53% aller Nennungen, an zweiter Stelle der Quellen, über die sich die ÖsterreicherInnen ihre Informationen über die EU holen, mit 60% aller Nennungen lag das Fernsehen hier an erster Stelle[1] (vgl. Europäische Kommission 2007a).

Im Zuge dieser Arbeit sollen nun zuerst der Begriff und die Thematik der Öffentlichkeit näher definiert werden (Kapitel 1), um anschließend genauer auf die Problematik und Definition der europäischen Öffentlichkeit (Kapitel 2) einzugehen. Zusätzlich dazu werden bisherige Forschungen zu europäischer Öffentlichkeit und der Berichterstattung zu EU-Parlamentswahlen näher beleuchtet. Danach wird auf die Agenda-Setting-Theorie und verschiedene Medieneffekte näher eingegangen (Kapitel 3). Im Anschluss findet sich ein kurzer Abriss über den österreichischen Medienmarkt und die drei untersuchten Zeitungen (Kapitel 4). Es folgt der empirische Teil dieser Arbeit (Kapitel 5), in dem die verwendete Methode der Inhaltsanalyse und die Auswertung der Untersuchung erläutert werden. Am Ende (Kapitel 6) befinden sich eine Zusammenfassung der Ergebnisse dieser Arbeit und ein Ausblick auf eventuelle weitere Untersuchungsmöglichkeiten.

[1] Dies sind die Daten der letzten Eurobarometer-Untersuchung, die sich vor der EU-Parlamentswahl 2009 mit den Informationsquellen der EuropäerInnen beschäftigt. 2009 liegen keine aufgeschlüsselten Daten für Österreich vor. Die Frage nach den Quellen für Informationen über die EU wurde nach 2007 erst wieder 2010 gestellt. (vgl. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb_arch_en.htm)

1. Öffentlichkeit

Im Vordergrund dieser Arbeit stehen Fragen nach europäischer Öffentlichkeit in Bezug auf die EU-Parlamentswahlen 2009. Bevor allerdings auf den Begriff der europäischen Öffentlichkeit näher eingegangen wird, sollen zuerst der allgemeine Begriff der Öffentlichkeit und die verschiedenen Öffentlichkeitstheorien thematisiert werden, um ein besseres Verständnis für die Thematik der europäischen Öffentlichkeit zu bekommen.
Warum die Öffentlichkeit, oder das Verstehen der Öffentlichkeit in Hinblick auf Wahlen grundlegend wichtig ist, haben Gerhards und Neidhardt schon festgestellt, da

> „…ohne Öffentlichkeit das Funktionieren von Wahlen und von Parteikonkurrenz um Regierungspositionen nicht vorstellbar ist und die Spezifika des Wahlakts nur begrenzt eine Vermittlung von Themen, Interessen und Meinungen an das politische System ermöglichen. Der Wahlakt selbst ist ein individueller und nicht öffentlicher Akt. Die Wahlpräferenzen bilden sich im Bereich der Öffentlichkeit." (Gerhards/Neidhardt 1990, S. 10)

Hier wird klar herausgearbeitet, dass Wahlen ohne Öffentlichkeit nicht möglich sind. Die WählerInnen und BürgerInnen brauchen Informationen, um Wahlentscheidungen treffen zu können. Diese Informationen bekommen sie nur bei einer gegebenen (medialen) Öffentlichkeit. Auch Weßels geht deutlich auf die Bedeutung von Wahlen und Wahlkämpfen ein, allerdings in Bezug auf die Herstellung der Öffentlichkeit, die ja, wie in der Einleitung erwähnt wurde, in der EU oft als nicht existent oder nur schwach herausgebildet angenommen wird. Wahlkämpfe sind laut ihm wie geschaffen dafür, Öffentlichkeit herzustellen, indem Politiker gezwungen sind, ihre Anliegen zu artikulieren, Parteien und Massenmedien deren Anliegen vermitteln, bzw. darüber berichten und Wähler gezwungen sind dem Ganzen Aufmerksamkeit zu schenken, um Wahlentscheidungen treffen zu können, sich aber auch selber aktiv um Information bemühen können (vgl. Weßels 2005, S. 87).
Imhof bezieht sich in seiner Öffentlichkeitsdefinition auf die Moderne und hebt folgendes hervor: „…die Legitimität des Handlungssystems Politik setzt Öffentlichkeit voraus." (Imhof 2008, S. 65)
Um also politisch wirken, Wahlen abzuhalten und Wahlentscheidungen treffen zu können, braucht es Öffentlichkeit. Das nächste Kapitel gibt Aufschluss darüber, was denn nun genau unter Öffentlichkeit verstanden werden kann und wie der Begriff entstanden ist.

1.1. Der Begriff Öffentlichkeit

Aufgrund der Demokratisierungsprozesse und strukturellen Veränderungen entstand der Begriff Öffentlichkeit im 18. Jahrhundert und wurde vor allem von politischer

Kommunikation und Philosophie aufgegriffen. Die Vorstellungen von freien BürgerInnen, die die Herrschaft der Politik legitimieren, sich eigene Vorstellungen und Meinungen zur staatlichen Herrschaft bilden können und die politische Herrschaft somit von ihnen abhängig machen, verhalfen dem Begriff zu rascher Verbreitung (vgl. Gerhards 2002, S. 128). Imhof und andere streichen hier konkret die Rolle des Staates hervor:

> „In der Forderung nach ‚Öffentlichkeit' verdichten sich diese Werte des Aufklärungsliberalismus, deren Umsetzung letztlich die Verfassung, die Bürgerrechte und die rechtsstaatlichen Institutionen der demokratischen Meinungs- und Entscheidungsbildung sowie deren Autonomie gegenüber der exekutiven und judikativen Gewalt erfordern." (Imhof et.al. 2006, S. 11)

Der Begriff von Öffentlichkeit selbst blieb damals allerdings eher unklar – einerseits drückte man damit die Gesamtheit der Meinungen der einzelnen BürgerInnen einer Gesellschaft aus, andererseits „meint Öffentlichkeit ein wie immer auch genau zu bestimmendes Kollektiv, das gleichsam der Souverän politischer Entscheidungen sein soll." (Gerhards 2002, S. 128) Zusätzlich dazu hat die deskriptive Bedeutung von Öffentlichkeit immer auch ein normatives Element – es ist viel von „sollen" die Rede[2] (vgl. Gerhards/Neidhardt 1990, S. 4).

In den Sozialwissenschaften tauchte der Begriff Öffentlichkeit erst sehr spät auf. Jürgen Habermas hat ihm 1962 mit seinem Werk „Strukturwandel der Öffentlichkeit" zum Eingang in die Sozialwissenschaften verholfen (vgl. Gerhards 2002, S. 129). Heutzutage gilt Öffentlichkeit als einer der am häufigsten gebrauchten Begriffe in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung (vgl. Wimmer 2007, S. 21).
In seinem grundlegenden Werk beschäftigt sich Habermas mit dem Modell beziehungsweise der Entstehung einer bürgerlichen Öffentlichkeit. Habermas grenzt Öffentlichkeit dabei von Privatheit ab und stellt sie als Sphäre dar:

> „Die Öffentlichkeit selbst stellt sich als Sphäre dar – dem privaten steht der öffentliche Bereich gegenüber. Manchmal erscheint er einfach als die Sphäre der öffentlichen Meinung, die der öffentlichen Gewalt gerade entgegengesetzt ist. Je nachdem rechnet man zu den ‚Organen der Öffentlichkeit' die Staatsorgane oder aber die Medien, die, wie die Presse, der Kommunikation im Publikum dienen." (Habermas 1990, zuerst 1962, S. 55)

[2] „Die aufklärerische Rede von Öffentlichkeit meint immer auch, die Dinge des Staates sollen offen, d.h. einer Allgemeinheit zugänglich sein, sie sollen an das Räsonnement der Bürger, an deren Meinungen gebunden werden." (Gerhards/Neidhardt 1990, S. 4)

Habermas Werk regte und regt[3] zwar die Diskussion über Öffentlichkeit an, ist aber auch Kritik ausgesetzt. Sehr oft wird ihm Utopie vorgeworfen (vgl. u.a. Gerhards/Neidhardt 1990, S. 5; Wimmer 2007, S. 71 u. 87f). Gerhards und Neidhardt kritisieren an Habermas vor allem die Vermischung empirischer und normativer Elemente, die für Schwierigkeiten in der Forschung sorgt. Sie selbst greifen in ihrer Erklärung von Öffentlichkeit auf einen systemtheoretischen Ansatz zurück und begreifen Öffentlichkeit als intermediäres System. Sie haben Funktionen von Öffentlichkeit herausgearbeitet, auf die in Kapitel 1.3. näher eingegangen wird. Öffentlichkeit stellt hier das System dar, in dem die politischen Entscheidungen und Themen mitgestaltet werden können und das zur Vermittlung zwischen Gesellschaft und Politik dient. Öffentlichkeit hat somit eine Demokratiefunktion (vgl. Gerhards/Neidhardt 1990, S. 5f, S. 11f).
Neidhardt sieht die Auseinandersetzung mit Öffentlichkeit überhaupt erst durch den Erfolg der DemokratInnen bzw. Demokratien zu Stande gekommen und gerade jetzt, mit der Frage nach europäischer Öffentlichkeit, wird die Debatte wieder durch Fragen nach einer Demokratie bzw. der Demokratisierung der EU aufs Neue angeheizt (vgl. Neidhardt 2006, S. 46). Für Imhof et. al. gilt die Demokratie als der „zentrale Wert der Moderne“ (Imhof et.al. 2006, S. 11) und auch sie heben die Öffentlichkeit hervor: „Der Geltungsanspruch Demokratie impliziert damit auch, dass dieses politische System nicht in seinem parlamentarischen, d.h. deliberativen Kern isoliert bleibt, sondern mit der öffentlichen, politischen Kommunikation verkoppelt ist.“ (Imhof et.al. 2006, S. 13) Die Vorstellung von politischer Öffentlichkeit als Produkt der Aufklärung und wiederum als Produkt der Demokratisierungsprozesse Europas kann mit dem Leitgedanken Eders, dass alle BürgerInnen gleich sind und dass durch diskursive Auseinandersetzungen ein kollektiver Wille der BürgerInnen entsteht, erklärt werden (vgl. Eder 2003, S. 87).

Eder definiert Öffentlichkeit als „Freiraum zwischen Staat und Gesellschaft, in dem Institutionen thematisiert werden“, als ein „Drittes zwischen Staat und Gesellschaft“ und als einen „ausdifferenzierter Bereich politischer Kommunikation, in dem sich Sprecher an ein Publikum wenden, sowie Medien, die dieses Sprechen hörbar machen.“ (Eder 2003, S. 85) Bevor nun auf die Funktionen der Öffentlichkeit näher eingegangen wird, soll als nächstes die Bedeutung der von Eder angesprochenen Medien, der oft betitelten vierten Gewalt im Staat (vgl. Bergsdorf 1980), für die Herstellung von Öffentlichkeit hervorgehoben werden.

[3] Nachdem Habermas‘ Werk 1989 ins Englische übersetzt wurde, erfuhr der Begriff „public sphere“ und die Diskussion darüber europaweit einen neuen Aufschwung. (vgl. Kleinsteuber 2004, S. 29ff)

1.2. Massenmedien und Öffentlichkeit

Waren für Habermas die ersten Formen der Öffentlichkeit noch Versammlungen oder Kaffeehäuser, wurde durch die technische Weiterentwicklung der Gesellschaften, hier vor allem durch die Entstehung der Massenmedien, eine Institutionalisierung der Öffentlichkeit möglich. Durch die Massenmedien hat sich öffentliche Kommunikation verändert – in der westlichen Welt kann nahezu jedeR an öffentlicher Kommunikation teilnehmen und das an jedem einzelnen Tag. Wir können heute von öffentlicher Kommunikation als medial vermittelter Kommunikation sprechen (vgl. Gerhards 2002a, S. 131f). So stellt Gerhards auch fest: „Öffentlichkeit in gegenwärtigen Gesellschaften bedeutet in erster Linie massenmediale Öffentlichkeit." (Gerhards 2002a, S. 132) Burkart fasst Öffentlichkeit und die Herstellung von Öffentlichkeit folgendermaßen zusammen: „Öffentlichkeit entsteht und besteht heute im wesentlichen dadurch, daß Informationen via Massenmedien veröffentlicht, also öffentlich zugänglich gemacht werden." (Burkart 2002, S. 391) Ähnlich konstatiert auch Jäckel: „Öffentlichkeit ist nicht an die Ortsgebundenheit von Akteuren und Zuschauern gekoppelt, sondern wird durch die Zwischenschaltung von Massenmedien einem dispersen Publikum zugänglich gemacht." (Jäckel 2008, S. 235). Er streicht auch hervor, dass „…eine mehr und mehr von Massenmedien dominierte Öffentlichkeit das Kriterium der Publizität in den Vordergrund stellt." (Jäckel 2008, S. 236) Auch Wimmer hebt hervor, dass „…Öffentlichkeit zeitgenössisch nicht mehr ohne Massenmedien zu denken…" (Wimmer 2007, S. 43) ist.
Zur Herstellung von Öffentlichkeit bedarf es dreier AkteurInnen: SprecherInnen, VermittlerInnen und Publikum:

> „Öffentlichkeit stellt sich nicht von alleine her. Sie ist ein Kommunikationsforum, das dreier Klassen von Akteuren bedarf: der Sprecher oder Quellen als Urheber bestimmter Themen und Informationen; der Vermittler oder Medien, die die Themen und Informationen aufgreifen und weitervermitteln, und schließlich des Publikums, an das Themen und Informationen vermittelt werden." (Weßels 2005, S. 87)

Neidhardt spricht davon, inwiefern sich diese Wichtigkeit der Massenmedien für die Öffentlichkeit auch auf die Forschung nach beziehungsweise über Öffentlichkeit auswirkt. Da massenmediale Öffentlichkeit zu einer bestimmenden gesellschaftlichen als auch politischen Größe wurde, sei es „deshalb unvermeidlich, daß Öffentlichkeitsforschung sich auch und ganz wesentlich als Massenmedienforschung verstehen muß…" (Neidhardt 1994, S. 10)
In Bezug auf die europäische Öffentlichkeit spielen nach Latzer und Saurwein die Massenmedien daher eine große, wenn nicht die größte Rolle: „…empirische Analysen

europäischer Öffentlichkeit konzentrieren sich vor allem auf massenmediale Öffentlichkeit, speziell auf die Leitmedien der öffentlichen Kommunikation.“ (Latzer/Saurwein 2006, S. 12)

All diese Zitate und Aussagen begründen, wie wichtig Massenmedien für die Herstellung von Öffentlichkeit sind. Duffek bezeichnet die Herstellung von Öffentlichkeit sogar als die Kernfunktion der Massenmedien:

> „Zu welchem Zweck existieren Medien? Ihre Kernfunktion ist die Herstellung von Öffentlichkeit. In komplexer werdenden Gesellschaften ist es deren Mitgliedern zunehmend unmöglich, auf Basis unmittelbaren Erlebens am Geschehen teilzuhaben. Medien konstituieren maßgeblich jenen öffentlichen Raum, der die Bedingung der Möglichkeit schafft, jenseits der individuellen Erfahrungswelt zu agieren.“ (Duffek 2007, S. 37)

Massenmedien haben also die Funktion Öffentlichkeit herzustellen. Doch welche Funktionen hat Öffentlichkeit?

1.3. Funktionen von Öffentlichkeit

> „Entstehung und gesellschaftliche Funktionen eines Systems Öffentlichkeit sind eng mit der Entwicklung moderner Gesellschaften verbunden. Will man die Struktur und Funktion von Öffentlichkeit in modernen Gesellschaften angemessen verstehen, muß man einen Blick auf die Grundstruktur moderner Gesellschaften werfen und die Sonderstellung des politischen Systems innerhalb dieser Struktur beachten.“ (Gerhards/Neidhardt 1990, S. 7)

Die Primärfunktion von Öffentlichkeit wird von Wessler darin beschrieben, „andere Teilsysteme zu beobachten und diese Beobachtungen allen Teilsystemen zur Verfügung zu stellen.“ (Wessler 2004, S. 13) Hier stehen für Wessler wiederum die Massenmedien im Mittelpunkt, die diese Beobachtungen tätigen und sichtbar machen (vgl. Wessler 2004, S. 13). Gerhards und Neidhardt betrachten Öffentlichkeit allgemein als Kommunikationssystem und stellen verschiedene Funktionen dieses Systems fest:

> „Öffentlichkeit bildet ein intermediäres System, dessen politische Funktion in der Aufnahme (Input) und Verarbeitung (Throughput) bestimmter Themen und Meinungen sowie in der Vermittlung der aus dieser Verarbeitung entstehenden öffentlichen Meinungen (Output) einerseits an die Bürger, andererseits an das politische System besteht.“ (Gerhards/Neidhardt 1990, S. 6)

Öffentlichkeit gilt also als intermediäres System – über Öffentlichkeit beobachten einerseits politische AkteurInnen die Meinung der BürgerInnen und kommunizieren durch veröffentlichte Meinungen mit ihnen, sowie auch umgekehrt (vgl. Gerhards 2002, S. 130f).

Zu den oben benannten Funktionen von Öffentlichkeit – Input, Throughput und Output wurden zuerst allgemeiner von Etzioni 1969 formuliert (vgl. Etzioni 1969, S. 157ff) – stellt Neidhardt verschiedene normative Ansprüche und Prinzipien (vgl Neidhardt 1994 S. 8ff):

- Beim Input geht es um ein Offenheitsprinzip. Öffentlichkeit soll für alle zugänglich sein und für alle Meinungen offen sein. Hier wird durch Öffentlichkeit eine Transparenzfunktion erfüllt.
- Beim Throughput geht es um ein Diskursivitätsprinzip. Die AkteurInnen, die in der Öffentlichkeit auftreten, „sollen mit den Themen und Meinungen anderer diskursiv umgehen und ihre eigenen Themen und Meinungen unter dem Druck der Argumente anderer gegebenenfalls revidieren." (Neidhardt 1994, S. 8) Hier wird durch öffentliche Kommunikation eine Validierungsfunktion erfüllt.
- Beim Output geht es um die durch die öffentliche Kommunikation erzeugte öffentliche Meinung. Das Ergebnis öffentlicher Kommunikation von AkteurInnen ist öffentliche Meinung, bzw. auch öffentliche Meinungen. Kommunizierte Meinungen können natürlich von der Summe der einzelnen Meinungen der BürgerInnen abweichen (vgl. Gerhards 2002a, S. 130). (zu öffentlicher Meinung s. Kapitel 1.5.)

Öffentlichkeit wird heute oft auf politische Öffentlichkeit reduziert, wobei es dann vor allem um die demokratischen Funktionen von Öffentlichkeit geht: „Informationsvermittlung, Transparenz, Kritik, Kontrolle, Meinungsaustausch und Meinungsbildung." (Latzer/Saurwein 2006, S. 12) Hier dient Öffentlichkeit der Legitimation und der Sicherung der Demokratiequalität des politischen Systems. Je nach Demokratievorstellung gibt es hier verschiedene Modelle, wie Öffentlichkeit strukturiert sein soll bzw. welche Funktionen diese Öffentlichkeit erfüllen soll (vgl. Latzer/Saurwein 2006, S. 12). Auf diese wird später in Kapitel 2.1. eingegangen, um diese verschiedenen Vorstellungen gleich mit der Erforschung von Europäischer Öffentlichkeit in Verbindung zu bringen.

1.4. Ebenen von Öffentlichkeit

Insgesamt werden drei Ebenen von Öffentlichkeit unterschieden (vgl. Latzer/Saurwein 2006, S. 12), die anhand ihrer unterschiedlichen erfüllbaren Funktionen wie folgt dargestellt werden:

1) Einfache Encounter-Öffentlichkeiten

Hier spielen einfache Interaktionssysteme eine Rolle. Menschen unterschiedlicher Herkunft treffen sich und kommunizieren miteinander. Deshalb auch „Kommunikation au trottoir" (Gerhards/Neidhardt 1990, S. 5) genannt. Es bildet sich eine „kleine" Öffentlichkeit. Das Prinzip der Offenheit ist hier ausreichend gegeben, Output und Throughput werden allerdings verhindert. In Bezug auf die drei AkteurInnen zur Herstellung von Öffentlichkeit – SprecherInnen, Publikum, VermittlerInnen (s. Kapitel 1.2.) – gibt es auf dieser einfachen Encounter-Ebene keine VermittlerInnen und auch keine Differenzierung zwischen SprecherInnen- und Publikumsrollen. (vgl. Gerhards/Neidhardt 1990, S. 20ff; Neidhardt 1994)

2) Mittlere Versammlungs- bzw. Themen-Öffentlichkeiten

Bei Veranstaltungen stellt sich die Thematik so dar, dass sie zwar öffentlich und somit meist gut zugänglich sind, andererseits sind sie aber in Hinblick auf die Themen sehr konzentriert. Es findet sich zwar ein Publikum, allerdings wird dieses einerseits von der Auswahl des Themas der Versammlung und andererseits vom jeweiligen Referenten/der jeweiligen Referentin beeinflusst. Der Input ist durch die Themenauswahl selektiert, durch diese Themenauswahl besteht meist auch eine relativ öffentliche Meinung. Hier gibt es bezüglich der Rollen eine Differenzierung zwischen SprecherInnen und Publikumsrollen. Die Medien und JournalistInnen können als VermittlerInnen auftreten, wenn sie über die Themen der Veranstaltungen berichten. (vgl. Gerhards/Neidhardt 1990, S. 22f; Neidhardt 1994)

3) Komplexe, massenmedial vermittelte Öffentlichkeiten

Auf diese Form der Öffentlichkeit wurde in Kapitel 1.2. schon näher eingegangen. Hier spricht man von der Ebene der modernen Gesellschaften. Massenkommunikation gilt als wirksamste öffentliche Kommunikation. Offenheit ist gegeben, auch wenn das Publikum eher selten zu Wort kommt, sofern man über die Nicht-Anwesenheit der Kommunizierenden hinwegsieht. Themen und Meinungen werden massenmedial verbreitet und finden dadurch erst Gehör. Die AkteurInnenrollen sind hier am differenziertesten. Medien und JournalistInnen können sowohl als VermittlerInnen, als auch als SprecherInnen auftreten. (vgl. Gerhards/Neidhardt 1990, S. 23ff; Neidhardt 1994)

Elisabeth Klaus geht davon aus, dass durch diese drei Ebenen aufgrund gegenseitiger Beeinflussung Öffentlichkeit entsteht. Sie versucht dieses Modell auf europäische Öffentlichkeiten umzulegen und hat dafür für jede Ebene mehrere Beispiele definiert, in denen diese Öffentlichkeiten im Hinblick auf europäische Öffentlichkeit zum Vorschein kommen. Als Beispiel für einfache Öffentlichkeit führt sie Urlaubsbekanntschaften oder Sprachreisen an, auf der mittleren Ebene zivilgesellschaftliche Organisationen und auf der komplexen Ebene sieht sie u.a. das Europäische Parlament verankert. Obwohl Klaus europäische Gegebenheiten in ihrem Modell verwirklicht sieht, sind sie ihr zu wenig normativ ausgeprägt, um das Demokratiedefizit der EU weg zu argumentieren. (vgl. Klaus 2006, S. 95ff)

1.5. Öffentliche Meinung

Gerhards und Neidhardt stellen fest, dass Öffentlichkeit „als eine handelnde Größe öffentliche Meinungen erzeugt, die für den Status von Personen, Gruppen und Institutionen folgenreich sind." (Gerhards/Neidhardt 1990, S. 3) Öffentlichkeit bedingt also die Entstehung von öffentlicher Meinung.

Öffentliche Meinung ist, wie auch Öffentlichkeit selbst, vielfältig definiert. Man unterscheidet hier zwischen vier Konzepten öffentlicher Meinung – dem mystischen, historischen, deskriptiven und systemtheoretischen Konzept. Zusätzlich dazu gibt es noch eine fünfte Ansicht von Gerhards und Neidhardt zu diesem Thema, welche ein Zusammenspiel von deskriptiven und systemtheoretischen Konzept ist (vgl. Wimmer 2007, S. 51ff).
Während beim mystischen Konzept öffentlicher Meinung eine nicht kalkulierbare Wirkung zugeschrieben wird, sieht das historische Konzept öffentliche Meinung als wichtige Legitimationsgrundlage für moderne Demokratien, ohne diese es der Demokratie an Wahrheit fehlen würde. Das deskriptive Konzept sieht öffentliche Meinung als moralisch aufgeladene Meinungen, welche man in der Öffentlichkeit vertreten muss, wenn man sich nicht isolieren will. Beim systemtheoretischen Konzept geht es darum, dass öffentliche Meinung in modernen Gesellschaften die Themen der politischen Kommunikation festlegt. Bei Gerhards und Neidhardt wird aus dem, was das System der Öffentlichkeit hervorbringt, der Input des politischen Systems. Das Ergebnis davon ist öffentliche Meinung. Hier kann öffentliche Meinung aber nicht mit den spezifischen Meinungen des Publikums gleichgesetzt werden, sondern ist auf die massenmedial vermittelten Meinungen der SprecherInnen vor einem Publikum bezogen (vgl. Wimmer 2007, S. 51ff).

Neidhardt konstatiert hierzu, dass öffentliche Meinung in Demokratien eine Orientierungsfunktion leisten kann, wenn diese Meinungen vom Publikum als überzeugend wahrgenommen und akzeptiert werden. Öffentliche Meinungen gelten ihm als „herrschende Meinungen unter den Öffentlichkeitsakteuren“ (Neidhardt 1994, S. 7), welche vom Publikum wahrgenommen werden. Sozusagen eine veröffentlichte Meinung. Ob diese Meinungen auch mit den Meinungen des Publikums übereinstimmen ist für ihn eine empirische Frage (vgl. Neidhardt 1994, S. 7ff).

Zusammenfassend kann hier nochmals hervorgehoben werden, dass Öffentlichkeit für demokratische Gesellschaften unerlässlich ist, dass Massenmedien die Funktion haben, Öffentlichkeit in demokratischen Gesellschaften herzustellen und das Öffentlichkeit, vor allem in Bezug auf Wahlen, Politik und Meinungsbildung extrem wichtig ist.
Die vorgestellten Modelle beziehen sich auf die nationale Öffentlichkeit. Eine Umlegung auf die in dieser Arbeit behandelte europäische Öffentlichkeit ist kompliziert. Die Gründe dafür, werden in Kapitel 2 beschrieben. Außerdem wird erörtert, was man sich unter einer europäischen Öffentlichkeit vorstellen kann und wie diese untersucht werden kann.

2. Europäische Öffentlichkeit

> „Dieses Europa muss erst einmal in den Köpfen seiner Bürger wachsen … Sie müssen sich untereinander von ihrem Europa erzählen, weil nur dadurch eine funktionierende Öffentlichkeit entstehen wird. Und die europäischen Medien müssen dabei eine zentrale Rolle spielen, denn nur sie schaffen das Wissen zu den Realitäten Europas und sie fungieren heute als die großen Erzähler." (Kleinsteuber 2006, S. 226)

Kleinsteuber konstatiert mit dieser Aussage zum einen, dass es noch keine funktionierende europäische Öffentlichkeit gibt und fordert zum anderen eine Bringschuld der Medien, die die Aufgabe, eine europäische Öffentlichkeit herzustellen, übernehmen müssen. Europäische Öffentlichkeit gilt vor allem als Mittel zur Kontrolle der EU-Institutionen und als Stifterin einer europäischen Identität (vgl. Woelke/Steininger/Maurer 2010, S. 41).
Holtz-Bacha beschreibt die wichtige Rolle der Massenmedien für die EU, die von Kleinsteuber oben angesprochen wurde, konkret: „Die EU ist auf die Vermittlungsleistung der Massenmedien angewiesen, sie braucht die Medien zu ihrer Legitimation." (Holtz-Bacha 2006, S. 19) Obwohl einerseits die EU in fast alle Lebensbereiche der EU-Mitgliedsstaaten hinein wirkt und Kompetenzen der EU-Mitgliedsstaaten an die EU abgegeben wurden, ist von der Bringschuld der Medien, Öffentlichkeit für EU-Themen zu schaffen, wenig zu bemerken. Bezüglich der Medien kann man bei der Thematisierung der EU sogar von einem „Schattendasein" sprechen (vgl. Hagen 2004, S. 7f). Den Nachteil einer massenmedialen Vermittlung von Öffentlichkeit innerhalb der EU sieht Holtz-Bacha vor allem darin, dass die EU nun einmal kein gemeinsames europäisches Mediensystem besitzt. Außerdem entspricht die EU als mediales Thema bei der Nachrichtenselektion der Medien der EU-Mitgliedsländer oft nicht den entsprechenden Nachrichtenkriterien, bzw. Nachrichtenfaktoren, wie räumliche Nähe oder Betroffenheit, und hat somit einen Nachteil bezüglich einer massenmedialen Thematisierung (vgl. Holtz-Bacha 2006, S. 19f).

Doch sind es nur die Medien, die für die Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit zuständig sein sollen? Auch bei der Herstellung einer europäischen Öffentlichkeit wird, wie schon bei der Öffentlichkeit, wieder von drei dafür notwendigen AkteurInnen gesprochen. Neben den Massenmedien und JournalistInnen als VermittlerInnen, braucht es wiederum zusätzlich Publikum und SprecherInnen. Latzer und Saurwein heben dies konkret hervor:

> „Für die Entstehung europäischer Öffentlichkeit und für die Demokratisierung der Europäischen Union zeichnen Politik durch institutionelle Reformen und Responsivität, Medien durch Aufmerksamkeit, Kritik und Kontrolle sowie Bürgerinnen und Bürger durch Interesse und Beteiligung gemeinsam verantwortlich.“ (Latzer/Saurwein 2006, S. 10)

Zusammengefasst sollen diese drei AkteurInnen gemeinsam, zueinander in Beziehung stehend, für eine europäische Öffentlichkeit sorgen. Medien können, wie oft konstatiert wird (siehe z.B.: Brettschneider/Rettich 2005; Hagen 2004; Holtz-Bacha 2006; Machill/Beiler/Fischer 2006), ihre Rolle für die Herstellung einer europäischen Öffentlichkeit nicht gut oder nicht gut genug erfüllen. Doch wie sieht es auf der Ebene der Politik und auf der Ebene der BürgerInnen aus?

Die EU selber konzentriert sich sehr auf die Öffentlichkeitsarbeit für sich selbst, jedoch weniger auf die Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. Von Vorteil ist, dass alle Dokumente in allen Sprachen der EU-Mitgliedsländer im Internet abrufbar sind. Trotzdem bleibt der Vorwurf, dass die Politik in der EU nicht transparent genug vorgeht, bestehen. In den 1980ern begann die EU auch ihre eigene Medienpolitik voranzutreiben, um einen gemeinsamen Fernsehmarkt zu errichten. Die Richtlinien und Bestimmungen halfen allerdings eher dabei, dass es private TV-Anstalten einfacher haben und sich deshalb ausbreiten. Diese arbeiten jedoch eher wenig mit dem Anspruch etwas für Europa zu schaffen bzw. eine europäisierte Berichterstattung voranzutreiben (vgl. Kleinsteuber 2006, S. 232ff). Die Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit scheint in dieser Hinsicht also eher still zu stehen, als sich weiterzuentwickeln.

In Bezug auf die Ebene der BürgerInnen, können vor allem die zweimal jährlich erhobenen und veröffentlichten Eurobarometer[4]-Daten Aufschluss geben.[5] Das letzte Eurobarometer vor der EU-Parlamentswahl 2009 für Österreich wurde im Herbst 2008 durchgeführt. Im Gegensatz zur Befragung im Frühjahr 2008, konnte ein deutlicher Anstieg in der Frage, ob Österreich von der EU profitiert habe, verzeichnet werden. 47% stimmten dieser Aussage zu,

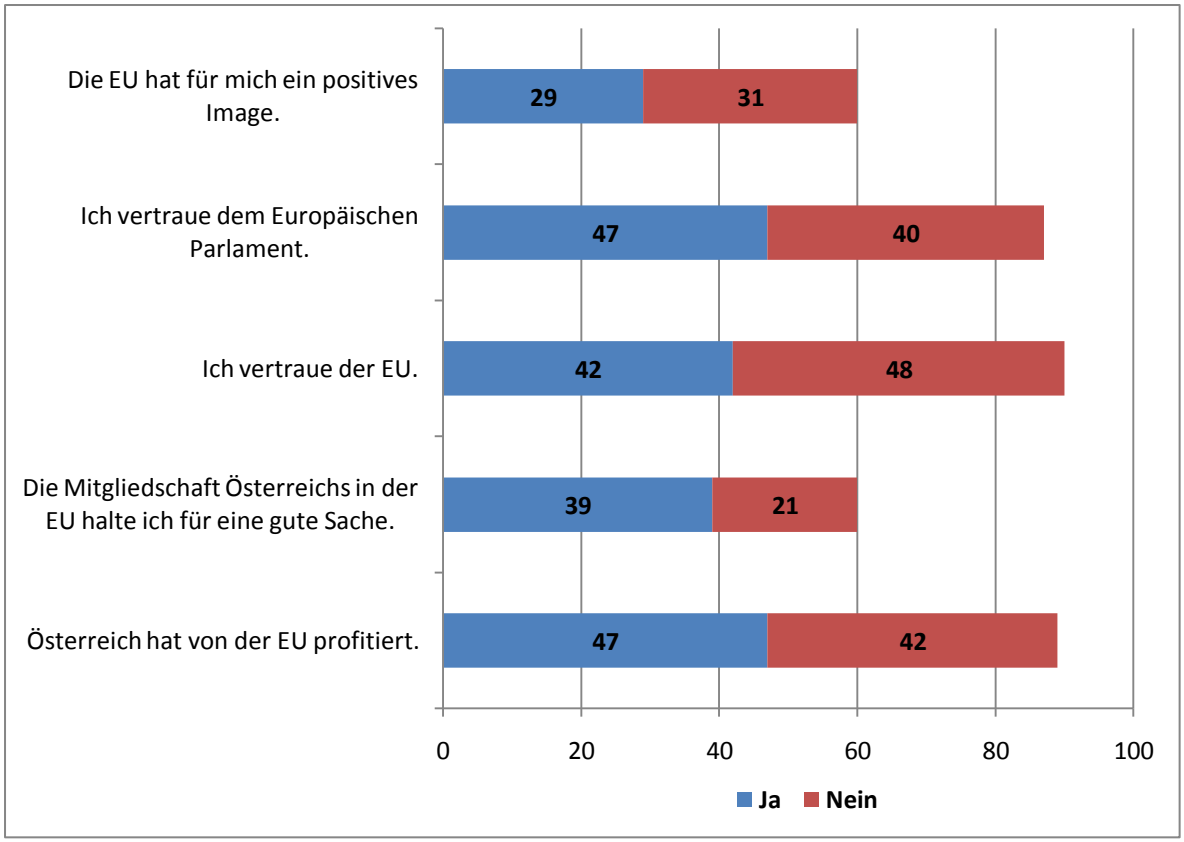
[4] Ein Standard-Eurobarometer wird seit 1973 jedes halbe Jahr, einmal im Frühling und einmal im Herbst durchgeführt. Die Umfragen dazu, werden in face-to-face Interviews in den verschiedenen Mitgliedsländern der EU durchgeführt. Diese Kontinuität ermöglicht gute langfristige Vergleiche der Stimmungslagen in den EU-Mitgliedsländern. Zusätzlich dazu gibt es noch Spezial-Eurobarometer, die sich auf diverse Themenschwerpunkte spezialisieren. Alle Eurobarometer sind unter der Seite http://ec.europa.eu/public_opinion abrufbar. (vgl. Europäische Kommission o.J.)

[5] Durch die Eurobarometer Daten ist es möglich etwas über die öffentliche Meinung in der EU zu erfahren. Cornelia Brantner weist in ihrer Dissertation darauf hin, dass es von verschiedenen Seiten Kritik an solchen Umfragen gibt, wie etwa Probleme mit keiner Antwortangabe, Antworten die aufgrund sozialer Erwünschtheit gegeben werden, oder dass Antworten nicht einfach so in die Einstellungen der Probanden übersetzt werden können. Sie, wie auch die Verfasserin dieser Arbeit, sehen die Eurobarometer-Daten jedoch als Hinweise bezüglich der öffentlichen Meinung in der EU an. (vgl. Brantner 2008, S. 162f)

im Frühjahr 2008 waren dies noch 36%. Trotzdem lagen die ÖsterreicherInnen mit dieser Anzahl noch immer unter dem EU-Durchschnitt. Dazu kommt, dass nur 39% der ÖsterreicherInnen die Mitgliedschaft in der EU als gut ansahen. Auch hier liegt Österreich unter dem EU-Durchschnitt. 66% der ÖsterreicherInnen haben zudem die Ansicht, dass ihre persönliche Stimme in der EU nichts bringe und 49%, dass die Stimme Österreichs in der EU nichts wert sei. 65% meinten, dass die EU ihre Sichtweise Österreich aufzwinge. Der EU vertrauten 42% der ÖsterreicherInnen und für nur 29% hatte die EU ein positives Image. Dem EU-Parlament vertrauten ganze 47%, während 40% ihm misstrauten. (vgl. Europäische Kommission 2008a)

In folgender Abbildung sind einige der hier aufgeführten Zahlen anschaulich zusammengefasst.

Abbildung 1: Eurobarometer-Daten - Herbst 2008 für Österreich



Quelle: Europäische Kommission 2008a. Eigene Darstellung. Fehlende Werte auf 100%: entweder „keine Angabe“, „weiß nicht“, oder „neutrale Meinung“.

Nach Rathkolb kann die oben angezeigte EU-Skepsis der ÖsterreicherInnen vor allem auch darin begründet werden, dass die ÖsterreicherInnen einen extrem hohen Nationalstolz und zusätzlich auch einen hohen negativ konnotierten Patriotismus, welcher von nationaler Überlegenheit ausgeht, aufweisen (vgl. Rathkolb 2005, S. 17ff). Das Interesse der österreichischen BürgerInnen an der EU scheint also nicht überaus ausgeprägt zu sein. Es gibt

zumindest viele ÖsterreicherInnen, die der EU und ihren Institutionen noch immer äußerst skeptisch und negativ gegenüberstehen.

Über die Entstehung von europäischer Öffentlichkeit und die Anforderungen an eine solche besteht in der Literatur keine Einigkeit. Unterschiedliche Demokratietheorien und unterschiedliche Öffentlichkeitsmodelle machen es schwierig, so etwas wie einen transnationalen Konsens zur europäischen Öffentlichkeit zu erzielen. Das Problem liegt vor allem auch daran, dass zunehmend kritisiert wird, dass man das Modell einer nationalen Öffentlichkeit nicht ohne Weiteres auf ein Modell einer europäischen Öffentlichkeit umlegen kann (vgl. Latzer/Saurwein 2006, S. 15). Man kann also feststellen, dass für die Entstehung europäischer Öffentlichkeit, das Zusammenspiel bzw. die Zuständigkeitsbereiche der Ebenen von Politik, Medien und BürgerInnen einiges an Komplexität entsteht. Andererseits besteht Kritik an einer Umlegung des nationalstaatlichen Öffentlichkeitsmodells auf ein europäisches Öffentlichkeitsmodell, auf die nun näher eingegangen werden soll.
Besonders Trenz hebt hervor, dass das nationalstaatliche Demokratiemodell nicht einfach so auf die EU angewendet werden kann. Um die Legitimität der EU zu garantieren „…bedarf es der Ausbildung eines transnationalen Handlungs- und Kommunikationsraums, der von aktiven politischen Bürgerinnen und Bürgern gefüllt wird…“ (Trenz 2006, S. 377). Die BürgerInnen der EU sollen vor allem drei Dinge erfüllen, um bei der Entstehung bzw. dem Ausbau einer europäischen Öffentlichkeit eine aktive Rolle zu spielen – sie sollen mobilisieren, sich kommunikativ beteiligen und an einem „kollektiven Identitätsbildungsprozess“ (Trenz 2006, S. 377) teilnehmen. Um die politische Öffentlichkeit der EU zu garantieren, ist das Publikmachen politischer Vorgänge – von Verfahren, bzw. die Veröffentlichung von Dokumenten – nicht ausreichend. Die aktive Rolle der EU-BürgerInnen und eine „richtige“ politische Öffentlichkeit schaffen jedoch noch keine europäische Öffentlichkeit. Trenz plädiert hier dafür, das Modell der nationalstaatlichen Öffentlichkeiten nicht einfach auf die EU zu übertragen. Dadurch, dass die EU eine eigene Herrschaftsordnung besitzt, könnte sich auch die Konstituierung politischer Öffentlichkeit verändern (vgl. Trenz 2006, S. 381ff).

Peters und Weßler (2006) betonen bei diesem Thema, dass es neben den nationalen Öffentlichkeiten auch immer schon regionale und lokale Öffentlichkeiten gab. Also gliedert sich die europäische Öffentlichkeit in ein System mehrerer Ebenen von Öffentlichkeiten ein. Sie haben ein Modell der Transnationalisierung von Öffentlichkeit entworfen, wobei es hier

nicht nur um die EU, sondern um ein grundlegendes transnationales Modell geht. Sie plädieren dabei für ein normatives Konzept in dem sowohl vertikale Transparenz, horizontale Transparenz[6], diskursiver Austausch zwischen den verschiedenen Ländern, als auch eine kollektive Identität erfüllt ist. Bei den bisherigen Ergebnissen, die zu einer Europäisierung von nationalen Öffentlichkeiten vorliegen, sehen sie seit den 80er Jahren vor allem die vertikale Transparenz erhöht, evtl. auch einen geringen Trend zu einer kollektiven Identität. Die anderen beiden Ebenen – horizontale Transparenz und diskursiver Austauch zwischen den Ländern - sind nicht europäisierter geworden. (vgl. Peters/Weßler 2006)

Sozialwissenschaftliche Analysen und Ansätze zu einer europäischen Öffentlichkeit sprechen also zu einem großen Teil von einem Öffentlichkeitsdefizit der EU. Allerdings gibt es auch einige Gegner dieser These. Gerhards sieht die vielen unterschiedlichen Sichtweisen in den verschiedenen normativen Öffentlichkeitskonzepten begründet (vgl. Gerhards 2002, S. 1f). Bevor die zwei grundlegenden Theorien zur Herstellung von europäischer Öffentlichkeit näher behandelt und erklärt werden, wird zuerst auf diese schon vielfach erwähnten normativen Öffentlichkeitskonzepte eingegangen – vor allem auch darauf, was diese, in Hinblick auf eine europäische Öffentlichkeit, empfehlen.

2.1. Normative Öffentlichkeitskonzepte in Bezug auf Europäische Öffentlichkeit

Die verschiedenen normativen Öffentlichkeitskonzepte, die im Folgenden beschrieben werden, unterscheiden sich vor allem in der Stärke der Betonung der verschiedenen Funktionen (politische, soziale, gesellschaftliche), die der Öffentlichkeit zugeschreiben werden. Sie dienen der Analyse öffentlicher politischer Kommunikation und den verschiedenen Forschungszugängen zu europäischer Öffentlichkeit als Hilfe. (vgl. Latzer/Saurwein 2006, S. 12)

2.1.1. Pluralistische/partizipative Demokratietheorien

In Konzept der pluralistischen/partizipativen Demokratietheorien geht es darum, dass möglichst alle AkteurInnen (sowohl politische, als auch zivile) die gleichen Chancen haben, ihre Meinung zu artikulieren und somit grundsätzlich an der Meinungsbildung zu partizipieren. Nicht nur die massenmediale Öffentlichkeit steht hier im Vordergrund, sondern

[6] Für Begriffserklärung zu vertikaler und horizontaler Transparenz siehe Kapitel 2.2. zu vertikaler und horizontaler Europäisierung.

auch alle anderen Ebenen von Öffentlichkeit, die Eingang in größere Ebenen von Öffentlichkeit finden können, wenn sie genügend Zustimmung bekommen. (vgl. Latzer/Saurwein 2006, S. 13)

Empirische Untersuchungen zur Europäischen Öffentlichkeit, die nach einer pluralistischen/partizipativen Demokratietheorie vorgehen, interessieren sich vor allem für die AkteurInnen, welche am Kommunikationsraum Europa beteiligt sind, sowie für die Artikulationschancen, die den verschiedenen AkteurInnen zur Verfügung stehen und fragen nach Macht- und Dominanzverteilung. Hier wird nicht nur massenmediale Öffentlichkeit untersucht, sondern auch andere Formen von Öffentlichkeit, welche eine hohe AkteurInnenbeteiligung haben. Es geht hier ebenfalls nicht nur um politische AkteurInnen, sondern auch um BürgerInnen und um zivilgesellschaftliche AkteurInnen und Organisationen. (vgl. Latzer/Saurwein 2006, S. 13)

Pluralistisch/partizipative Ansätze sind also hauptsächlich auf den/die AkteurIn ausgerichtet und konzentrieren sich auf mehr als nur auf die massenmediale Berichterstattung und politische TeilnehmerInnen am Kommunikationsraum.

2.1.2. Deliberative Demokratietheorien

Deliberative Demokratietheorien greifen zum Teil auf den pluralistisch/partizipativen Ansatz zurück, erweitern diesen jedoch dahingehend, dass hier auch der Qualität des Kommunikationsprozesses Bedeutung zugesprochen wird. Kollektive Lernprozesse stehen im Mittelpunkt. Durch die öffentliche Kommunikation der SprecherInnen im Kommunikationsraum entsteht entweder „diskursiv geprüfter Konsens“ oder das Ergebnis stellt sich als „koordinierter Dissens“ dar. (Latzer/Saurwein 2006, S. 14) Die Idee des Konsens stammt von Gerhards, die des Dissens von Eder und Kantner (vgl. Gerhards 2002b, S. 4, sowie Eder/Kantner 2000, S. 308).

Gerhards definiert deliberative Demokratietheorien als anspruchsvoller in Bezug auf die Funktionen, für die die Öffentlichkeit zuständig sein soll. Öffentlichkeit schließt ebenfalls zivilgesellschaftliche Organisationen mit ein und entsteht im Dialog, durch Argumentationsaustausch. Allerdings stehen hier nicht nur die AkteurInnen im Vordergrund, sondern es geht auch darum, *wie* kommuniziert wird. (vgl. Gerhards 2002, S. 3f)

Empirische Untersuchungen zur europäischen Öffentlichkeit, die mit deliberativen Demokratietheorien arbeiten, untersuchen Struktur und Praxis „transnationaler Kommunikationsprozesse und Diskurse zu europapolitischen Themen“ und berücksichtigen

auch, ob diese die entsprechenden Qualitätsmerkmale der Kommunikation aufweisen (vgl. Latzer/Saurwein 2006, S. 14).

In Bezug auf die Untersuchung zur europäischen Öffentlichkeit hat Tobler am deliberativen Ansatz vor allem kritisiert, dass Deliberation in der EU schwer möglich ist. Vor allem wenn innerhalb der nationalen Öffentlichkeiten europäische Themen, AkteurInnen und Institutionen wenig bis gar nicht vorkommen. Er hat aufgrund dieser Kritik ein Modell entworfen, welches die Vorstellung der öffentlichen Deliberation nicht einfach vom Nationalstaat auf die EU umlegt, sondern neue Wege sucht (vgl. Tobler 2006, 161f). Dieses Modell bezeichnet er als Arenamodell demokratischer Öffentlichkeit, welches einerseits fordert, dass öffentlicher Diskurs stattfinden muss, andererseits europäische Öffentlichkeit aber nur dann vorliegt, wenn horizontale oder vertikale Europäisierung in den nationalen Öffentlichkeitsarenen vorkommen. Er sieht europäische Öffentlichkeit immer in Kombination mit öffentlicher Kommunikation in Hinblick auf politische Entscheidungsprozesse in Europa. Hier steht eine prozessuale Dimension im Vordergrund. (vgl. Tobler 2006)

2.1.3. Liberal-repräsentative Demokratietheorien

Bei liberal-repräsentativen Demokratietheorien geht es vor allem darum, dass Transparenz hergestellt wird, um Beobachtung und Kontrolle zu ermöglichen. Eine Offenheit der Öffentlichkeit, eine Offenheit von wahlwerbenden Parteien, sowie eine Offenheit von Meinungen werden gefordert, um so eine Meinungsbildung der BürgerInnen überhaupt zustande zu bringen (vgl. Latzer/Saurwein 2006, S. 13).

Die Entstehung politischer Entscheidungen ist mit den Interessen, Meinungen und Willensbildungen der StaatsbürgerInnen verbunden – durch Wahlen kommt diese Verbindung zum Ausdruck. Um aber eine Wahlentscheidung treffen zu können, müssen die StaatsbürgerInnen ausreichend über das Angebot der zur Wahl stehenden Personen und Parteien informiert werden und auch während der wahlfreien Zeit Informationen über politische Vorgänge erhalten. Nur so können die StaatsbürgerInnen erneut eine Wahlentscheidung treffen. Öffentlichkeit stellt sich in dieser Theorie als Beobachtung dar. Die gewählten Personen an der Macht wissen aber von dieser Beobachtung und können darauf reagieren. Öffentlichkeit entsteht hier vor allem durch massenmediale Öffentlichkeit, da die Massenmedien diese Beobachtung garantieren können (vgl. Gerhards 2002, S. 2f).

Empirische Untersuchungen zur europäischen Öffentlichkeit, die mit liberal-repräsentativen Demokratietheorien arbeiten, untersuchen die massenmediale Sichtbarkeit von EU-

AkteurInnen bzw. der EU generell. Je mehr massenmediale Sichtbarkeit vorhanden ist, desto eher ist für Transparenz und Kontrolle gesorgt. (vgl. Latzer/Saurwein 2006, S. 13)

Die empirische Untersuchung in dieser Arbeit konzentriert sich vor allem auf die massenmediale Sichtbarkeit der EU-Parlamentswahl 2009 und innerhalb dieser speziell auch auf die Sichtbarkeit von EU, europäischen AkteurInnen und europäischen Themen in den gewählten österreichischen Medien und ist somit dem Ansatz der liberal-repräsentativen Demokratietheorie zuordenbar.

2.2. Entstehung europäischer Öffentlichkeit

Um die Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit zu gewährleisten, gibt es zwei unterschiedliche Denkansätze. Einerseits gibt es die VerfechterInnen einer pan-europäischen Öffentlichkeit, die an die Entwicklung eines gemeinsamen bzw. eines einheitlichen Mediensystems glauben, andererseits gibt es jene, die die Europäisierung der nationalen Öffentlichkeiten in den Vordergrund stellen, welche zu einer europäischen Öffentlichkeit führen soll (vgl. Latzer/Saurwein 2006, S. 16). Beide Konzepte sollen im Folgenden mit ihren Vor- und Nachteilen genau dargestellt werden.

2.2.1. Pan-europäische Öffentlichkeit

Unter einer pan-europäischen Öffentlichkeit wird ein einheitliches europäisches Mediensystem verstanden, welches alle EU-Mitgliedsländer einbezieht und in allen EU-Mitgliedsländern rezipiert wird (vgl. Gerhards 2000, S. 288).
Um die Entstehungsbedingungen solch einer Öffentlichkeit zu verstehen, definiert Gerhards die fünf wichtigsten Entstehungsbedingungen der nationalen politischen und massenmedial vermittelten Öffentlichkeit - politische Rahmenbedingungen, technische Rahmenbedingungen, Publikumsbedingungen, Medienunternehmens- und Journalismusbedingungen und kollektive Akteursbedingungen. Die politischen Rahmenbedingungen, die eine Meinungs- und Pressefreiheit voraussetzen, sind in Bezug auf die europäische Öffentlichkeit vollends erfüllt, da es in den EU-Mitgliedsländern keine Zensur gibt. Auch die technischen Rahmenbedingungen sind für eine europäische Öffentlichkeit erfüllt, da die technische Informationsverbreitung in den EU-Mitgliedsländern gut entwickelt ist. Bei den Publikumsbedingungen geht es um die Alphabetisierung der Bevölkerung, die zwar in Europa erfüllt ist, jedoch gibt es nun einmal keine einheitliche europäische Sprache und man kann nicht davon ausgehen, dass die Mehrheit der europäischen

Bevölkerung in naher Zukunft eine einheitliche europäische Sprache sprechen wird. Die Spezialisierung von Medienunternehmen und Journalisten ist innerhalb der EU zwar ebenfalls gegeben, jedoch kommt es auch hier wieder zum Sprachenproblem der RezipientInnen. Europäische Informationen müssten in verschiedene Sprachen übersetzt werden, was ein Kostenproblem darstellen würde. Durch den Kampf von Vereinen, Parteien und Interessensgruppen um die Demokratie, wurde die nationale Öffentlichkeit verstärkt. In Bezug auf eine europäische Öffentlichkeit scheint dies in Bezug auf ein vorhandenes Demokratiedefizit der EU schwer umlegbar. (vgl. Gerhards 2000, S. 288ff)

Gerhards sieht bereits 1993 die Chance, eine pan-europäische Öffentlichkeit eher im Fernsehen zu verwirklichen, als in der Presse, da dies zumindest technisch einfacher wäre und eine Tageszeitung in vielen unterschiedlichen Sprachen herauszubringen wohl kostenmäßig zu aufwändig wäre. Allerdings steht auch beim Fernsehen die Sprache wiederum im Mittelpunkt des Problems, welches man lösen müsste. Zusätzlich dazu haben die BürgerInnen der verschiedenen EU-Mitgliedsländer auch noch unterschiedliche Rezeptionsgewohnheiten, welche berücksichtigt werden müssen. (vgl. Gerhards 1993, S. 100ff)

Die Entstehung eines europäischen Mediensystems, vielmehr die Idee eines gemeinsamen europäischen Fernsehsenders, nahm in den 80er Jahren seinen Ausgang. Die bisherigen Versuche einen solchen europäischen Fernsehsender zu etablieren schlugen jedoch fehl[7] (vgl. Holtz-Bacha 2006, S. 303f). Einzig und allein der Sender Euronews wurde von öffentlich-rechtlichen RundfunkanbieterInnen gegründet und hält sich bis heute, allerdings mit geringer Reichweite und ohne ModeratorInnen (vgl. Kleinsteuber 2006, S. 232). In Hinblick auf die Printmedien gibt es die Wochenzeitung „European Voice“, die über die Politik in Brüssel berichtet, allerdings mit sehr geringer Auflage (vgl. Kleinsteuber 2006, S. 232). Beide Versuche scheinen also nicht unbedingt zu fruchten, wenn man betrachtet, wie wenige Menschen damit eigentlich erreicht werden. Es scheinen eher Elitenprojekte zu sein.

[7] Zum einen wurde Anfang der 80er das Versuchsprogramm „Eurikon“ getestet, welches die Möglichkeiten und Schwierigkeiten bei der Gründung eines gemeinsamen europäischen Fernsehsenders testen sollte. Hier waren vor allem die unterschiedlichen Sprachen der Mitgliedsländer ein Problem und die Nachrichtenaktualität. Andererseits „Europa TV“, bei dem es vor allem finanzielle Probleme, aber auch abermals sprachliche Probleme und Verbreitungsprobleme gab (vgl. Holtz-Bacha 2006, S. 71ff). Hans-Peter Siebenhaar bezeichnet „Europa TV“ gar als Fiasko, nach dem der Traum vom vollständigen gemeinsamen europäischen Sender aufgegeben wurde und man sich von da an auf Spartenprogramme, z.B. „Eurosport“, konzentrierte (vgl. Siebenhaar 2005, 189ff).

Als Angebot des Europäischen Parlaments gibt es EuroparlTV, einen Internet-Fernsehsender, dessen Sendungen zum Teil auch auf CNN ausgestrahlt werden (vgl. EuroparlTV o.J.).
Einige Untersuchungen und Artikel zum Thema einer pan-europäischen Öffentlichkeit sehen pop-kulturelle Sendungen und Formate, wie die Fußballeuropameisterschaften oder den Eurovision-Songcontest, also Unterhaltungsformate, für die Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit als äußerst wichtig an und plädieren dafür diese Formate in der Forschung mehr zu berücksichtigen. (vgl. u.a. Saxer 2005, S. 53; Klaus 2006, S. 98)

Abromeit und Schmidt sehen das Sprachenproblem, welches oben angesprochen wird, noch als viel tiefgreifender. Nicht nur in der massenmedialen Vermittlung erscheinen die unterschiedlichen Sprachen innerhalb der EU als großes Problem. Auch bei der rein spontanen Kommunikation von anwesenden Individuen und bei der öffentlichen Kommunikation innerhalb der EU, stellen die vielen verschiedenen Sprachen oft ein Hindernis dar. Allerdings kritisieren die beiden auch, dass Sprache allein nicht alles ist und die europäischen Länder mitunter sehr ähnliche Bedeutungssysteme besitzen. Die Schwierigkeiten transnationaler Kommunikation hängen für sie deshalb viel mehr mit technischen Problemen zusammen, da durch technische Hilfsmittel, die Schwierigkeiten der Sprachen überwunden werden könnten (vgl. Abromeit/Schmidt 1998, S. 307ff). Die wenigen Medien die transnational agieren und erscheinen, sind entweder extrem fachspezifisch/elitär, das heißt, sie erreichen nur einige Wenige, oder aber, sie werden von Medienkonzernen gesteuert, die Eigeninteressen verfolgen (vgl. Abromeit/Schmidt 1998, S. 316).

Auch Grimm sieht Medien, die eine europäische Diskussion herstellen könnten, alleinig in Fachpublikationen, die nur einem gewissen Publikum zugänglich sind, verwirklicht. Das Problem der Sprachenbarrieren sieht er sogar noch im Anwachsen. (vgl. Grimm 2003, S. 35) Kielmannsegg sieht Europa ebenfalls nicht als Kommunikationsgemeinschaft, obwohl aus einer solchen, gemeinsam mit Erfahrungs- und Erinnerungsgemeinschaften kollektive Identitäten entstehen könnten. Doch auch eine Erfahrungs- und Erinnerungsgemeinschaft sieht er in Europa kaum verwirklicht (vgl. Kielmansegg 1996, S. 55)

Wenn man obige Punkte betrachtet, fällt auf, dass vor allem drei Punkte dem Konzept einer pan-europäischen Öffentlichkeit im Weg stehen – die unterschiedlichen Sprachen, das Demokratiedefizit der EU und das Fehlen einer Kommunikationsgemeinschaft.

Als empirisch wahrscheinlicher gilt das zweite Modell zur Entstehung europäischer Öffentlichkeit, die Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten (vgl. Latzer/Saurwein 2006, S. 16).

2.2.2. Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten

Die Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten sieht einerseits die Beschäftigung nationaler Öffentlichkeiten mit europäischen Themen und AkteurInnen vor und andererseits eine Bewertung der europäischen Themen und AkteurInnen aus einem europäischen Blickwinkel. Für viele AutorInnen ist dies das weitaus realistischere Modell, verglichen mit einer pan-europäischen Öffentlichkeit (vgl. u.a. Gerhards 2002, S. 293; Koopmanns/Erbe 2003, S. 3).
Einerseits wird bei Untersuchungen bezüglich einer Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten die Quantität der Berichterstattung über europäische Themen untersucht. Andererseits blicken Forschungen, die in diese Richtung gehen, auch darauf, ob Themen, über die in nationalen Medien berichterstattet wird, von europäischen Sprechern kommentiert werden und wie oft sie von diesen kommentiert werden (vgl. Gerhards 2000, S. 293ff). Je häufiger über europäische Themen in nationalen Medien berichterstattet wird und je häufiger europäische Themen von europäischen SprecherInnen kommentiert werden, desto eher kann man also von einer Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten sprechen.
Gerhards definiert auch KorrespondentInnen in Brüssel als VermittlerInnen zwischen nationalen Öffentlichkeiten und der EU (vgl. Gerhards 1993, S. 102). Wenn man die Anzahl von KorrespondentInnen in Brüssel für Österreich betrachtet, sieht es eher mager aus[8] (vgl. Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten 2011). Bei einem persönlichen Gespräch[9] mit verschiedenen MedienkorrespondentInnen aus Österreich im Jahr 2007, im Zuge eines politikwissenschaftlichen Seminars in Brüssel, wurde von den KorrespondentInnen vor allem darauf hingewiesen, dass sie oft um jede einzelne Zeile in heimischen Medien kämpfen müssen. Sie beklagten sich über fehlende Unterstützung von ihren österreichischen ArbeitgeberInnen und die Schwierigkeit europäische Themen mit einem Österreich-Bezug zu finden, bzw. europäische Themen zu finden, die österreichische LeserInnen wirklich interessieren könnten. Polan beschäftigte sich in einer Untersuchung mit

[8] Bei den in der Analyse untersuchten Tageszeitungen hat nur *Der Standard* einen fixen Korrespondenten in Brüssel. Unter den Print-KorrespondentInnen gibt es mit Stand vom 1. Jänner 2011 nur insgesamt 7 österreichische Brüssel-KorrespondentInnen. (vgl Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten 2011)

[9] Diskussion zum Thema „Die EU Dimension in den österreichischen Medien“ mit Mag. Paul Schiefer (ORF), Mag. Thomas Schmidt (APA) und Michael Moravec (*Der Standard*) am 22. November 2007.

der Rolle österreichischer EU-KorrespondentInnen und kommt zum Schluss, dass es vor allem an Kapazitäten für eine EU-Berichterstattung fehle und das österreichische KorrespondentInnen aufgrund von Zeit- und Ressourcenmangel nicht so arbeiten können, wie sie gerne würden. (vgl. Polan 2006, S. 87ff)

Europäische Themen, die von nationalen Medien behandelt werden und die in diesen von europäischen AkteurInnen kommentiert werden – so stellt man sich eine Europäisierung der nationalen Öffentlichkeiten also vor. Doch ist eine Europäisierung der nationalen Öffentlichkeiten auch schon im Gange?
Bei vielen Studien in den unterschiedlichsten EU-Mitgliedsländern wurde bereits eine teilweise Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten festgestellt, manchmal aber eine so geringe, das sie schon wieder als nicht relevant angesehen werden kann. Es gibt hier extrem viele widersprüchliche Ergebnisse, die sicherlich auch ein Erzeugnis der unterschiedlichen Forschungszu- und -vorgänge sind, die verschiedenste Massenmedien untersuchen und mit unterschiedlichen Beschreibungen und Codiereinheiten arbeiten (vgl. Neidhardt 2006, S. 47). Zwar gibt es in allen Mitgliedsländern der EU ausgeprägte Mediensysteme und Massenmedien, die über alle möglichen nationalen Themen berichten, jedoch kommen Europa bzw. die EU darin allerdings eher selten vor. Wenige Medien haben eigene EU-Ressorts, oder EU-Themenseiten. Meist wird über die EU aus einer nationalen Perspektive berichtet. KorrespondentInnen in Brüssel kommen von nationalen Medien, eine eigene europäische Journalismusausbildung oder gar so etwas wie einen europäischen Journalismus scheint es kaum zu geben (vgl. Kleinsteuber 2006, S. 231ff).

Obwohl die Beschäftigung nationaler Medien mit europäischen Themen als äußerst wichtig angesehen wird, gilt dies nicht allein als Allheilmittel für die Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. Viele Wissenschaftler sehen zusätzlich eine „transnationale Verschränkung“ als nötig an (Latzer/Saurwein 2006, S. 17). Von einer Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten, kann man dann sprechen, wenn entweder in den EU-Mitgliedsländern die EU-Berichterstattung in den Medien ansteigt und über diese Themen aus einer europäischen Perspektive berichtet wird, oder wenn in „verschiedenen nationalen Arenen zur gleichen Zeit über die gleichen Themen unter den gleichen Frames diskutiert wird.“ (Brantner 2008, S. 61)

Eder geht von der Annahme aus, dass Europa kein politischer Kommunikationsraum fehlt, sondern eine „demokratische Codierung dieses Kommunikationsraums, die Verbindung eines

Raums politischer Kommunikation mit der Idee eines Souveräns, der in diesem Raum politischer Kommunikation zum Herrn seiner selbst wird.“ (Eder 2003, S. 89) Dadurch dass die EU nicht als Nationalstaat angessehen werden kann, kann die demokratische Codierung, die bei nationalen Öffentlichkeiten funktioniert, hier nicht funktionieren (vgl. Eder 2003, S. 88f). Die Vertreter dieser These befürworten die Entstehung einer europäischen Zivilgesellschaft, die Herstellung eines gemeinsamen Rechts- und Erinnerungsraumes (vgl. Eder 2003).

Koopmans und Erbe sprechen bei der Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten zwei unterschiedliche Ebenen von Europäisierung an – einerseits eine horizontale Europäisierung und andererseits eine vertikale Europäisierung. Horizontale Europäisierung ist gegeben, wenn in der Berichterstattung Themen und/oder AkteurInnen aus anderen EU-Mitgliedsstaaten vorkommen bzw. direkt angesprochen werden. Vertikale Europäisierung ist gegeben, wenn entweder nationale AkteurInnen europäische Themen und/oder AkteurInnen ansprechen, oder wenn supranationale AkteurInnen bei nationalen Themen zu Wort kommen. Allerdings können hier auch Mischformen auftreten (vgl. Koopmans/Erbe 2003). Idealtypisch wäre natürlich eine supranationale europäische Öffentlichkeit, bei der europäische AkteurInnen und Institutionen andere europäische AkteurInnen und Institutionen ansprechen, ohne irgendwelche nationalen Verweise, so wie es normalerweise bei nationaler politischer Öffentlichkeit vonstattengeht. Wenn man aber berücksichtigt, dass die EU, wie schon erwähnt, ein ganz eigenes Gebilde ist, welches nicht mit einem Nationalstaat verglichen werden kann, muss man sich andere Wege, als die nationaler Öffentlichkeit, wie eben vertikale oder horizontale Europäisierung suchen (vgl. Koopmanns/Erbe 2003, S. 9f).

Die Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten scheint also als die wahrscheinlichere Möglichkeit für eine Herstellung von europäischer Öffentlichkeit und kann zum Teil bei manchen Studien auch nachgewiesen werden, in Kapitel 2.2.3. wird näher auf Studien zur Europäisierung und ihre Ergebnisse in Hinblick auf Österreich eingegangen.

2.2.3. Studien zur Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten in Bezug auf Österreich

Studien zur Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten beschäftigen sich, wie im Folgenden zu sehen sein wird, sehr oft mit der Berichterstattung über die EU in Qualitätsmedien. Außerdem behandeln sie oft, über einen längeren Zeitraum, die Berichterstattung in mehreren

Medien aus unterschiedlichen EU-Mitgliedsländern. Einige Ergebnisse sollen im Folgenden dargelegt werden.

Holger Sievert erforschte 1998 mithilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse die Berichterstattung von Print-Nachrichtenmagazinen aus fünf verschiedenen Ländern im ersten Halbjahr 1996. Aus Österreich wurden *profil* und *News* untersucht. Ihn interessierte vor allem wie die EU in den nationalen Medien dargestellt wurde, sowie die Synchronität und Asynchronität der Medienberichterstattung im Vergleich. Das Nachrichtenmagazin *profil* berichtete im untersuchten Zeitraum am zweithäufigsten, mit insgesamt 33 EU-Artikeln über die EU. Der Anteil der EU-Artikel in der Gesamtberichterstattung lag beim *profil* bei 5,3%, bei *News* bei 2,2%. Allgemein stellt Sievert fest, dass die Berichterstattung über die EU nur eine geringe internationale Synchronität aufweist, er sieht somit keine Europäisierung im Sinn von internationaler und transnationaler Synchronität. Allerdings sieht er die EU-Berichterstattung in den einzelnen Nachrichtenmagazinen als hoch qualitativ an. Auch wird über keine andere internationale Organisation so häufig berichtet, wie über die EU. Einen Nachteil stellt er dahingehend fest, dass die Berichterstattung über die EU hauptsächlich bei den Themen Politik und Wirtschaft erfolgt. (vgl. Sievert 1998)

Hans-Jörg Trenz untersuchte 2005 anhand einer formal-deskriptiven Inhaltsanaylse europapolitische Kommunikationsmuster in der Qualitätspresse des Jahres 2000 aus sechs EU-Mitgliedsländern. Für Österreich wurden *Der Standard* und *Die Presse* untersucht. Er kam zu dem Ergebnis, dass der Anteil der europäischen Artikel (behandelten schwerpunktmäßig europäische Themen) in allen untersuchten Zeitungen bei über acht Prozent, der Mittelwert sogar bei 15,6% lag. Wenn man die europäisierten Artikel (behandelten mindestens ein Thema, das mit europäischer Politik in Zusammenhang gebracht werden konnte) dazu rechnet, kam er auf einen Europäisierungsgrad von mehr als 21%, mit den Artikeln, die einen europäischen Verweisungskontext (verwiesen auf Europa, oder europäische Ereignisse) aufwiesen, konnte jeder dritte Artikel einen europäischen Kontext herstellen. Im *Standard* fanden sich 21,6% europäische Artikel, 5,3% europäisierte Artikel und 19,5% Artikel mit europäischem Verweisungskontext der gesamten untersuchten politischen Berichterstattung. In der *Presse* lag der Wert der europäischen Artikel bei 23,1%, der der europäisierten Artikel bei 4,3% und der der Artikel mit Verweisungskontext bei 9,5%. Bei den Agenda-SetterInnen gab es eine klare Dominanz der RegierungsakteurInnen. Unter

den EU-Institutionen waren Ministerrat und Europäische Kommission klar am sichtbarsten. (vgl. Trenz 2005)

Brüggemann et. al. analysierten 2006 mithilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse die Europäisierung nationaler Medienöffentlichkeiten in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Österreich und Dänemark von 1982 bis 2003 anhand der Politikteile ausgewählter Zeitungen. Für Österreich wurde *Die Presse* untersucht. Insgesamt unterschieden sie zwischen vier Dimensionen der Europäisierung von nationalen Medienöffentlichkeiten – Regieren unter öffentlicher Beobachtung, gegenseitige Beobachtung, diskursiver Austausch und kollektive Identität. Sie kamen zum Schluss, dass sich eine signifikante Tendenz einer Europäisierung nationaler Medienöffentlichkeiten nur in der Dimension Regieren unter öffentlicher Beobachtung, für die als Indikator die Berichterstattung über EU-Politiken genommen wurde, zeigte. Bei den Dimensionen gegenseitige Beobachtung, wo der Indikator beim geographischen Fokus der Berichterstattung lag und bei der Dimension diskursiver Austausch, wo der Indikator bei diskursiven Referenzen in der Berichterstattung lag, zeigten sich leicht negative Europäisierungstrends. Bei der Dimension der kollektiven Identität, bei dem als Indikator Wir-Bezugnahmen in der Berichterstattung galten, zeigte sich eine schwache Europäisierungstendenz. (vgl. Brüggemann et. al. 2006)

Machill, Beiler und Fischer kommen 2006 in einer Metaanalyse von 17 Medienanalysen zur Europäischen Öffentlichkeit zum Schluss, dass die EU-Berichterstattung immer dann zunimmt, wenn EU-politisch große Ereignisse anstehen, wie z.B. EU-Parlamentswahlen oder Euro-Einführung. Allerdings gibt es hier nationale Unterschiede, so gab es nahezu keine Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 1999 in den Niederlanden, da zu dieser Zeit nationale politische Ereignisse innerhalb der Medienberichterstattung im Vordergrund standen. In Bezug auf eine Europäisierung durch Synchronisierung zeigte sich, dass es in den Nationalstaaten starke Unterschiede in der Berichterstattung über EU-Themen gab. Bei der vertikalen Europäisierung ließ sich feststellen, dass nationale AkteurInnen viel häufiger als EU-AkteurInnen in der Berichterstattung vorkamen. In Hinblick auf eine horizontale Europäisierung konnten weniger Ergebnisse festgestellt werden, da die meisten Studien diese nicht untersuchten. Allerdings sind die bevölkerungsreichsten EU-Mitgliedsländer – Deutschland, Frankreich und Großbritannien – am häufigsten Thema in der Berichterstattung anderer EU-Mitgliedsländer. In die Metaanalyse von Machill/Beiler und Fischer flossen zwei Studien mit ein, die auch Österreich zum Thema hatten. Österreich zeigte insgesamt einen

mittelmäßigen Europäisierungsgrad im Vergleich zu anderen EU-Staaten. Der höchste Europäisierungsgrad wurde in Deutschland, Dänemark, Finnalnd, den Niederlanden und Schweden festgestellt. (vgl. Machill/Beiler/Fischer 2006)

Cornelia Brantner untersuchte 2008 anhand der Berichterstattung in *Kronen Zeitung* und Der *Standard* den öffentlichen Diskurs zur EU-Osterweiterung mit Berücksichtigung des EU-Beitritts der Tschechischen Republik und der damit einhergehenden Debatte um das Atomkraftwerk Temelin. Sie stellte fest, dass die Debatten über die EU-Osterweiterung zur Europäisierung der österreichischen Öffentlichkeit beitragen, allerdings nicht zur transnationalen Verschränkung der nationalen Öffentlichkeiten Europas beiträgt, da der öffentliche Diskurs stark nationalisiert und von nationalen, österreichischen SprecherInnen dominiert wird. In Bezug auf die Unterschiede zwischen Qualitäts- und Boulevardpresse kommt sie zum Schluss, dass die Meinungen zu EU-Osterweiterung, tschechischem EU-Beitritt und Temelin in der *Kronen Zeitung* weitaus negativer ausfallen als im *Standard*. (vgl. Brantner 2008)

Die vorgelegten Studien kommen also zu recht unterschiedlichen Ergebnissen, wie schon in Kapitel 2.2. angemerkt wurde. Österreich schneidet in den meisten dieser Studien nicht allzu schlecht ab, wenn es hier auch Unterschiede zwischen den Europäisierungsgraden der Qualitäts- und Boulevardpresse zu geben scheint. In Bezug auf die Synchronität scheint eine Europäisierung der nationalen Öffentlichkeiten eher wenig fortgeschritten.

Wie in Kapitel 1 schon beschrieben wurde, gelten Wahlen als gutes Mittel um Öffentlichkeit herzustellen. Die einzigen Wahlen, die in der EU abgehalten werden, sind die EU-Parlamentswahlen, die im empirischen Teil dieser Arbeit Thema sind. Auf ihre Rolle für eine europäische Öffentlichkeit soll nun im nächsten Abschnitt näher eingegangen werden.

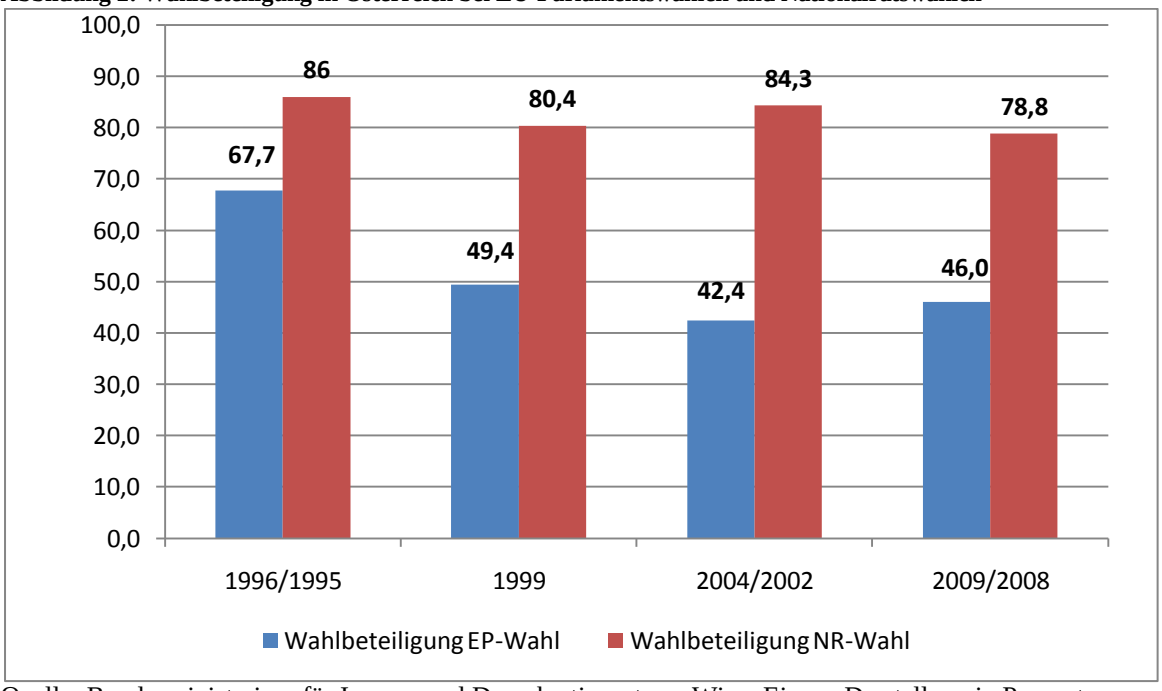
2.3. EU-Parlamentswahlen

Bevor auf die Rolle der EU-Parlamentswahlen bezüglich Öffentlichkeits- und Demokratiedefizit näher eingegangen wird, werden zunächst einige Statistiken und Fakten aufgezeigt, die sich mit den EU-Parlamentswahlen im Allgemeinen und in Österreich beschäftigen. Außerdem werden die Einstellungen der ÖsterreicherInnen zur EU und zum Europäischen Parlament hervorgehoben.

2.3.1. Statistiken und Fakten zu EU-Parlamentswahlen

Die Direktwahl zum Europäischen Parlament gibt es seit 1979. 2009 gab es die bislang niedrigste Wahlbeteiligung, nur 43% aller EU-BürgerInnen nützten die Chance ihre Stimme abzugeben[10] (vgl. Europäisches Parlament 2009). In Österreich, wo 1996 zum ersten Mal eine EU-Parlamentswahl stattgefunden hat, startete die Wahlbeteiligung bei 67,73%, sank 1999 auf 49,40%, 2004 auf 42,43% und konnte 2009 wieder auf 46% ansteigen (vgl. Bundesministerium für Inneres o.J.).

Abbildung 2: Wahlbeteiligung in Österreich bei EU-Parlamentswahlen und Nationalratswahlen



Quelle: Bundesministerium für Inneres und Demokratiezentrum Wien. Eigene Darstellung in Prozent.

Die Wahlbeteiligung scheint also durchaus niedrig, verglichen mit Wahlbeteiligungen bei nationalen Wahlen. (siehe Abbildung 2) Die Gründe dafür lassen sich aus diversen Nachwahlbefragungen herauslesen:

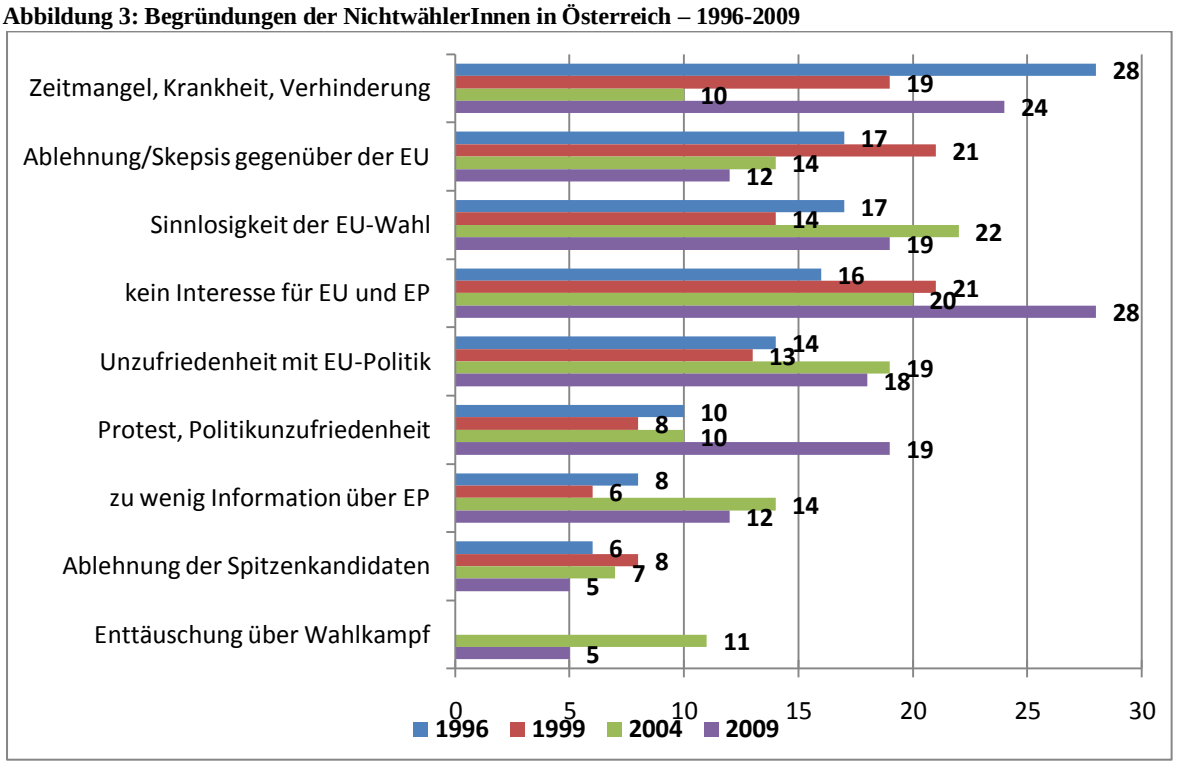
Bei einer Nachwahlbefragung durch ein Spezial-Eurobarometer 2009 in allen europäischen Mitgliedsländern zeigte sich, dass sich 41% der NichtwählerInnen in Österreich schon einige Monate oder Wochen vorher entschieden haben, nicht zur Wahl zu gehen 31% haben sich allerdings erst einige Tage zuvor, oder am Wahltag selbst dazu entschieden nicht wählen zu gehen. Grundsätzlich waren viele der österreichischen NichtwählerInnen (35%) der Meinung, dass ihre Stimme in der EU nichts bewirkt. Außerdem nennen 17% der österreichischen

[10] Die Wahlbeteiligung zu den Wahlen zum Europäischen Parlament sinkt kontinuierlich seit Einführung der Direktwahl des Europäischen Parlaments. Waren es 1979 noch 61,9% aller EU-BürgerInnen, die ihre Stimmen abgaben, sank der Wert 1989 schon auf 58,41% und 1999 auf nur mehr 49,51%. (vgl. Europäisches Parlament o.J.)

NichtwählerInnen fehlende Informationen über die EU, das Europäische Parlament bzw. die EU-Parlamentswahlen als Grund für ihr Nichtwählen. 62% der ÖsterreicherInnen gaben an, alle nötigen Informationen für eine Wahlentscheidung bekommen zu haben. 31% der ÖsterreicherInnen haben vor allem deshalb gewählt, weil sie eine politische Partei unterstützen wollten, der sie nahe stehen und 35%, weil Wählen für sie grundsätzlich eine BürgerInnenpflicht darstellt. (vgl. Europäische Kommission 2009)

Eine Analyse der EU-Parlamentswahl 2009 von Plasser und Ulram (2009) bescheinigt ähnliche Ergebnisse für Österreich – 19% der österreichischen NichtwählerInnen hatten den Eindruck die EU-Parlamentswahl 2009 wäre sinnlos, zwölf Prozent nannten einen Informationsmangel über das Europäische Parlament als Grund. Besonders eklatant ist der Anstieg des Desinteresses an der EU und am Europäischen Parlament – 28% der österreichischen NichtwählerInnen gaben dies als Grund an, 2004, waren dies „nur" 20%. Die Ablehnung der SpitzenkandidatInnen, bzw. eine Enttäuschung über den Wahlkampf wurden nur sehr selten als Gründe für das Nichtwählen angegeben. Mehrfachnennungen waren bei dieser Befragung möglich.
Unten angeführte Abbildung 3 zeigt die Gründe für ein Nichtwählen der ÖsterreicherInnen im Zeitraum von der ersten EU-Parlamentswahl in Österreich 1996, bis zur EU-Parlamentswahl 2009.

Abbildung 3: Begründungen der NichtwählerInnen in Österreich – 1996-2009

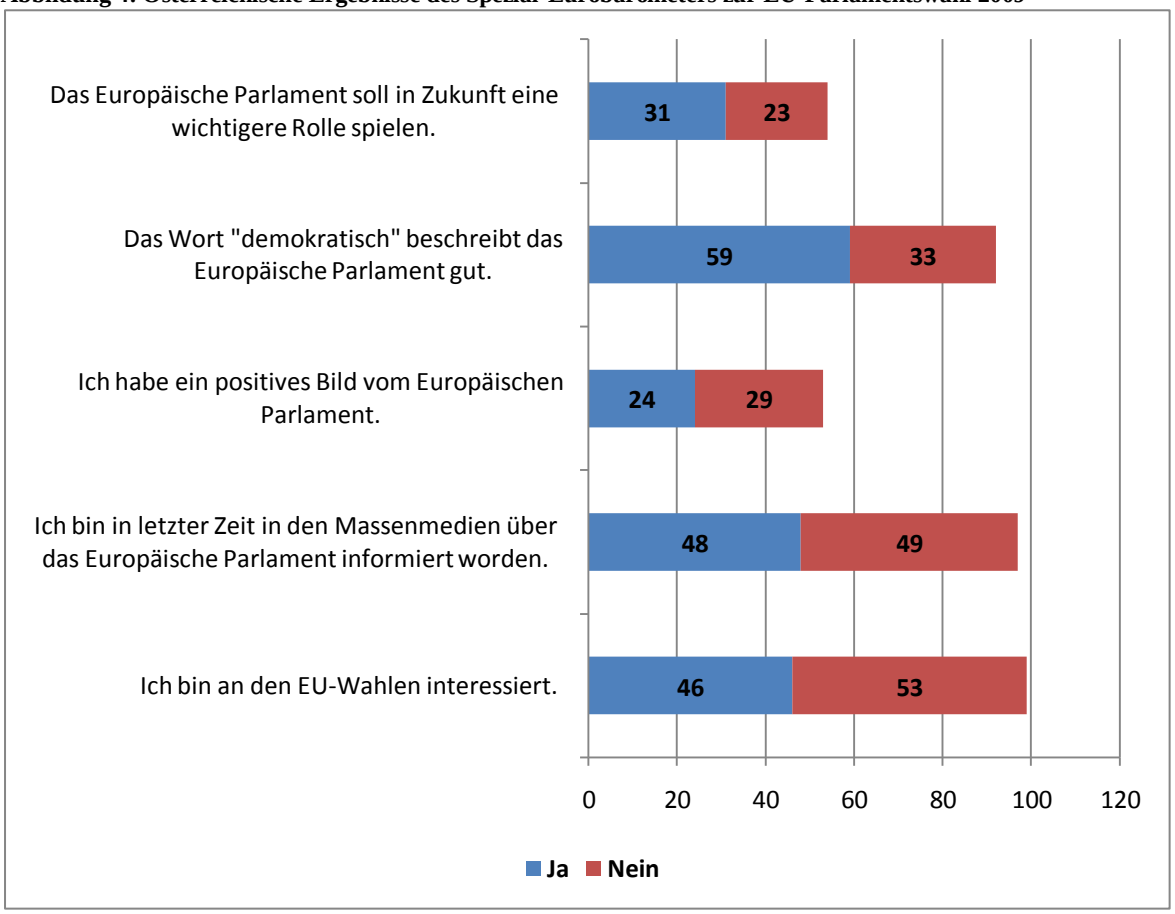


Quelle: Plasser/Ulram 2009; Mehrfachnennungen waren möglich; Eigene Darstellung in Prozent.

Plasser und Ulram, sowie Plasser und Seeber untersuchten auch, welche Tageszeitungen die Befragten lesen und stellten diese Ergebnisse den jeweiligen Parteien gegenüber, von denen die Befragten angaben, sie gewählt zu haben. So erklärten 70% derjenigen, die Hans-Peter Martin gewählt haben, regelmäßig die *Kronen Zeitung* zu lesen. Nur 8% der Hans-Peter Martin WählerInnen sind LeserInnen der Tageszeitung *Österreich* und 15% des *Standards*, oder der *Presse*. Insgesamt haben *Kronen Zeitungs*-LeserInnen zu 56% entweder Hans-Peter Martin, FPÖ, oder BZÖ gewählt und zu 43% SPÖ, ÖVP oder Grüne. Bei den LeserInnen anderer Tageszeitungen in Österreich haben insgesamt 21% Hans-Peter Martin, FPÖ oder BZÖ gewählt, allerdings 78% eine der drei anderen Parteien. (Zur Rolle von Hans-Peter Martin wird genauer in Kapitel 4.4.3.1. eingegangen.) Im Vergleich zu den LeserInnen anderer Tageszeitungen stellten sich die Befragten *Kronen Zeitung*sleserInnen auch als unzufriedener mit der EU, bzw. dem EU-Beitritt Österreichs heraus. (vgl. Plasser/Ulram 2009; Plasser/Seeber 2010)

Vor der EU-Parlamentswahl 2009 wurde auch ein Spezial-Eurobarometer durchgeführt. Für die ÖsterreicherInnen war dabei besonders wichtig, dass sich der Wahlkampf mit dem Thema Inflation beschäftigen sollte. Nur 42% der ÖsterreicherInnen wussten zum Zeitpunkt der Befragung, dass die nächste EU-Parlamentswahl im Jahr 2009 stattfinden würde. Die Mehrheit der ÖsterreicherInnen (53%) war zum Zeitpunkt der Befragung weniger oder gar nicht an der EU-Parlamentswahl 2009 interessiert und nur 21% erklärten damals, dass sie sicher wählen gehen würden. Des Weiteren gaben nur 48% der ÖsterreicherInnen damals an, in letzter Zeit in einem Medium etwas über das Europäische Parlament gelesen, gehört oder gesehen zu haben. Über die Arbeit des Europäischen Parlaments fühlten sich 31% der ÖsterreicherInnen gut informiert. Die ÖsterreicherInnen hatten neben Großbritannien als einziges Land ein mehrheitlich negatives Bild vom Europäischen Parlament, auch wenn die Mehrheit der ÖsterreicherInnen (43%) ein neutrales Bild davon hatte. 59% der befragten ÖsterreicherInnen fanden, dass das Wort demokratisch das Europäische Parlament gut beschreibt, allerdings fanden auch 42%, dass das Wort ineffizient, das Europäische Parlament gut beschreibt. Die Rolle des Europäischen Parlaments in der EU beschrieben 63% der ÖsterreicherInnen als wichtig und liegen mit diesem Wert EU-weit an vorletzter Stelle. Die ÖsterreicherInnen sehen hier aber mehrheitlich auch keinen Veränderungsbedarf. 37% gaben spontan an, dass die Rolle des Europäischen Parlaments gleich bleiben sollte. (vgl. Europäische Kommission 2008b)

Abbildung 4: Österreichische Ergebnisse des Spezial-Eurobarometers zur EU-Parlamentswahl 2009



Quelle: Europäische Kommission 2008b; Eigene Darstellung. Fehlende Werte auf 100%; entweder „keine Angabe“, „weiß nicht“, oder „neutrale Meinung“

Alles in allem scheint das Bild, welches die ÖsterreicherInnen von den EU-Parlamentswahlen haben, kein allzu gutes zu sein. Zwar konnte die Wahlbeteiligung in Österreich 2009 wieder etwas ansteigen, allerdings scheint es bedenklich, dass sich so viele ÖsterreicherInnen so wenig über EU und Europäisches Parlament informiert fühlen und glauben, so wenig Einfluss in der EU zu haben. Inwieweit über die EU-Parlamentswahl 2009 in österreichischen Printmedien berichtet wurde, wird die empirische Untersuchung dieser Arbeit zeigen. Zunächst geht es im Folgenden um die Bedeutung der EU-Parlamentswahlen allgemein und deren Rolle in Bezug auf Demokratisierung und Europäische Öffentlichkeit.

2.3.2. EU-Parlamentswahlen als Hersteller europäischer Öffentlichkeit?

Mit den EU-Parlamentswahlen gehen große Erwartungen an die EU einher: die EU greifbarer zu machen, die Mitgliedsländer und deren BürgerInnen stärker zu integrieren und eine demokratische Legitimation innerhalb der EU zu schaffen. Diese Erwartungen haben sich durch die niedrigen Wahlbeteiligungen und den immer wiederkehrenden Vorwurf, dass die EU-Parlamentswahlen viel zu sehr auf nationale Themen ausgelegt und viel zu wenig europäisch seien, nicht erfüllt. Gründe dafür liegen vor allem im Regelwerk der EU-

Parlamentswahlen: Es treten nationale und keine europäischen Parteien an, jedes EU-Mitgliedsland wählt nach seinem eigenen Wahlsystem, auch wenn alle im Zuge der Verhältniswahl abstimmen. Zusätzlich gibt es nationale und keine europäischen KandidatInnen. So stellt sich bei jeder EU-Parlamentswahl für die Forschung erneut die Frage, wie europäisch bzw. wie national die Themen sind, die im Wahlkampf thematisiert werden. (vgl. Holtz-Bacha/Leidenberger 2010, S. 22)

Obwohl Wahlen in der Demokratietheorie als die wichtigste Partizipationsform des Demos (=Volkes) gelten, wird einerseits das Demokratiedefizit der EU immer wieder bemängelt und hervorgehoben, andererseits gibt es auch Zweifel über das Bestehen eines europäischen Demos (vgl. Weßels 2005, S. 88).
Jens Tenscher bezeichnet die EU-Parlamentswahlen als eine „Zusatzwahl" (Tenscher 2005a, S. 9) und geht davon aus, dass bei EU-Parlamentswahlen vorwiegend nationalstaatliche Politik bewertet und abgestraft wird und dass die geringe Wahlbeteiligung nur eine allgemeine Tendenz der Wahlbeteiligung wiederspiegelt, die auch bei nationalen Wahlen in vielen Demokratien immer mehr sinkt (vgl. Tenscher 2005a, S. 8f). Holtz-Bacha sieht den Grund für die niedrige Wahlbeteiligung einerseits ebenfalls in einem Nebenwahl-Charakter der EU-Parlamentswahlen und andererseits in einer „europaspezifischen Folgenlosigkeit der Stimmabgabe". (Holtz-Bacha 2005a, S. 7) Mit dieser Aussage wird also der in Kapitel 2.3.1. angesprochene Eindruck des Nicht-Bewirken-Könnens einer Stimmabgabe bei EU-Parlamentswahlen bestätigt.
Tenscher spricht außerdem davon, dass für die WählerInnen EU-Parlamentswahlen einfach weniger Bedeutung als nationale Wahlen haben und spricht den EU-BürgerInnen weniger Interesse an der EU-Politik als an der nationalen Politik zu (vgl. Tenscher 2005a, S. 9f).

Die EU-Parlamentswahlen werden so einerseits von den WählerInnen als *Second-Order Elections* (der Begriff wurde zuerst verwendet und geprägt durch: Reif/Schmitt 1980) wahrgenommen, andererseits auch von den Medien so vermittelt, obwohl Wahlkämpfe eigentlich als Zeitraum für viel und vor allem auch für massenmedial sichtbare politische Kommunikation gelten. Man kann auch annehmen, dass die Parteien die EU-Parlamentswahlen als weniger wichtig betrachten und weniger Aufwand betreiben, nachdem die mediale Aufmerksamkeit eher gering ist (vgl. Tenscher 2005a, S.10f;

Brettschneider/Rettich 2005, S. 136f)[11]. Tenscher bezieht letzteres auf die Erkenntnisse der Agenda-Setting-Forschung. (Bezüglich Agenda-Setting-Forschung und Medialisierungseffekte siehe Kapitel 3) Um die fortschreitende Deklassierung der EU-Parlamentswahlen aufzuhalten, schlägt Tenscher auch europaweite massenmediale Informationskampagnen zur Europäischen Union vor (vgl. Tenscher 2005a, S. 12f).
Wie bei den Entstehungsbedingungen für Öffentlichkeit sieht Tenscher auch bei einer europäischen Öffentlichkeit drei AkteurInnen als Hauptträger für solch eine Entwicklung, die den BürgerInnen die Europäische Union erklären und dauerhaft vor Augen halten sollen: Massenmedien, Parteien und Interessensgruppen (vgl. Tenscher 2005a, S. 12ff). Im Zuge der Wahlkampfkommunikation stehen ebenfalls drei AkteurInnen im Mittelpunkt: Parteien, Medien und Publikum, also die WählerInnen. Diese drei sollen gleich stark sein, um erfolgreich zu sein. „Das Publikum wird aufmerksam, wenn Medien und Politik aufdringlich genug sind, um Interesse zu wecken." (Holtz-Bacha 2005a, S.26) Nachdem bei EU-Parlamentswahlen aber für alle AkteurInnen weniger auf dem Spiel steht (es wird z.B. auch keine Regierung gewählt), investieren alle drei meist um einiges weniger in den Wahlkampf, als bei nationalen Wahlen. Wenn Politik und Medien jedoch nicht investieren, wird das Publikum auch nicht stark genug angesprochen, um wählen zu gehen (vgl. Holtz-Bacha 2005a, S. 25ff). Dies ist nicht vergleichbar mit nationalen Parlamentswahlen, die bei den jeweiligen nationalen Massenmedien schon Wochen vorher extrem viel Aufmerksamkeit und Gehör finden. Nationale politische Entscheidungen sind mit der nationalen Öffentlichkeit untrennbar verbunden (vgl. Machill/Beiler/Fischer 2006, S. 132f).

Das Parlament gilt in Demokratien grundsätzlich als wichtiger Ort, in dem Politik öffentlich diskutiert wird, das Europäische Parlament gilt jedoch als langweilig und als kompliziert, was auch aufgrund der vielen verschiedenen Sprachen und Übersetzungen zustande kommt. Dem Europäischen Parlament wird wenig öffentliche Bedeutung zugemessen, was laut Kleinsteuber aber nicht die Schuld von ebendiesem ist (vgl. Kleinsteuber 2004, S. 37). Zur Kritik am Europäischen Parlament siehe auch die Statistiken in Kapitel 2.3.1.
Die EU-BürgerInnen bestimmen bei der EU-Parlamentswahl zwar indirekt die Regierungen, die sie bei der EU vertreten und die über die Exekutive, also die EU-Kommission, entscheiden, allerdings sind nationale Regierungen, die im Rat der Europäischen Union

[11] Brettschneider und Rettich sprechen hier von einem mangelnden Eingeständnis der JournalistInnen, welche oft nur die Schuld bei den BürgerInnen und PolitikerInnen, als auch Parteien suchen. (vgl. 2005, S. 137f)

vertreten sind, nun einmal national gewählt und bei nationalen Wahlen geht es nahezu immer um nationale Themen (vgl. Hix 2003, S. 176).

> „Da das Hauptziel der nationalen Parteien auch im europäischen politischen System der Erwerb oder Erhalt nationaler Regierungsmacht ist, sind die Europawahlen nationale Nebenwahlen und eben keine Entscheidungen über politische Alternativen oder die Ausübung politischer Macht auf der EU-Ebene." (Hix 2003, S. 176)

Hix schlägt vor, dass bei EU-Parlamentswahlen europaweit-agierende Parteien antreten sollten, hierfür solle das bisherige Wahlverfahren der EU-Parlamentswahl reformiert werden, um einerseits nationalen AkteurInnen weniger Macht zu geben und andererseits dem EU-Parlament wiederum größere Mitsprache bei der Gesetzgebung und bei KommissionspräsidentInnen zu geben (vgl. Hix 2003, 176f).
EU-Parlamentswahlen gelten gemeinhin auch als Gradmesser für die Identifizierung der EU-BürgerInnen mit der europäischen Union. Gerade aber EU-Parlamentswahlen werden oft mit europafeindlichen Parolen geschlagen und mit nationalen Themen, wodurch vor so einer Sicht gewarnt wird (vgl. Holtz-Bacha 2005a, S. 31).

Wie bisher dargelegt wurde, gelten Wahlen eigentlich als überaus wichtig in Demokratien und auch die EU-Parlamentswahlen sollten der EU einen Demokratisierungsschub bringen. Die EU-Parlamentswahlen finden in den Mitgliedsländern aber nicht den Anklang, den man sich in der EU erwartet hätte. Sie gelten als Wahlen mit nationalem Charakter, als Nebenwahlen und als *second-order elections*. Auch in der massenmedialen Berichterstattung werden sie nicht in großem Maße wahrgenommen.

Im folgenden Abschnitt werden nun einige Studien behandelt, die sich mit der Medienberichterstattung zu den EU-Parlamentswahlen in Österreich beschäftigen.

2.3.3. Studien zur Medienberichterstattung über die EU-Parlamentswahlen in Österreich

Haben die EU-Parlamentswahlen einen „second-order" Charakter, so gilt dies auch für die Forschung zu den EU-Parlamentswahlen. Im Gegensatz zu den Studien zu nationalen Wahlen, die oft unüberschaubar sind, werden EU-Parlamentswahlen sehr wenig untersucht. Die meisten Studien zu EU-Parlamentswahlen gibt es in der Politikwissenschaft, hier werden die Medien allerdings kaum behandelt (vgl. Holtz-Bacha 2005a, S. 7f). 2005 erschienen gleich zwei deutschsprachige kommunikationswissenschaftliche Sammelbände zu den EU-

Parlamentswahlen 2004, wobei Österreich in diesen Studien und Analysen oft keine Rolle spielte (vgl. Holtz-Bacha 2005b, Tenscher 2005b). Einige wenige Studien, die sich mit den EU-Parlamentswahlen und über deren Berichterstattung in den Printmedien in Österreich beschäftigen werden im Anschluss kurz vorgestellt und deren Ergebnisse zusammengefasst.

Ruth Picker und Eva Zeglovits analysierten den EU-Parlamentswahlkampf 2004 in Österreich anhand von Umfragen, Medienanalysen und einer Nachwahlstudie zu NichtwählerInnen-Motivationen und EU-Einstellungen, im Kontext von damaligen und grundsätzlichen politischen und medialen Rahmenbedingungen und der EU-Skepsis der ÖsterreicherInnen. Sie konstatieren den EU-Parlamentswahlen 2004 in Österreich viele Merkmale von Second-Order Elections und einen vorwiegend national geführten Wahlkampf, der mit einem häufig negativen Zugang zur Europäischen Union arbeitete. (vgl. Picker/Zeglovits 2005, S. 234ff)

Andreas Birner beschäftigt sich 2005 in seiner Diplomarbeit mit der Berichterstattung über die EU-Parlamentswahlen in den Jahren 1999 bis 2004 in den Tageszeitungen *Kronen Zeitung*, *Der Standard* und *Kurier* und versucht damit eine Entwicklung einer europäischen Öffentlichkeit in Österreich zu analysieren. Anhand einer quantitativen Inhaltsanalyse untersucht er in der Berichterstattung jeweils die heiße Phase der beiden Wahlkämpfe (immer vier Wochen vor der Wahl bis zum Wahltermin). Er kommt zu folgenden Schlüssen: Zum einen gibt es in allen drei Tageszeitungen 2004 eine Zunahme der Berichterstattung zu den EU-Parlamentswahlen im Vergleich zu 1999. Die meiste Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl erfolgt im *Standard*. Zusätzlich stellt Birner im *Standard* die größte formale Europäisierung im Zeitverlauf fest. Auch die Berichterstattung über andere Mitgliedsländer und deren Wahlkämpfe nimmt im Zeitverlauf zu, genauso wie das Vorkommen von europäischen AkteurInnen in der Berichterstattung. Er konstatiert der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2004 einen Qualitätsverlust gegenüber der von 1999. Hans-Peter Martin war vorherrschendes Thema, genauso wie Jörg Haider vs. Hannes Swoboda und die niedrige Wahlbeteiligung. Er definiert die Berichterstattung in den drei Tageszeitungen als sehr nationalstaatlich und den Wahlkampf grundsätzlich als innenpolitisch geprägt. (vgl. Birner 2005, S. 89ff)

Peter Filzmaier analysiert in einem Beitrag nach der EU-Wahl 2004 das „Hans-Peter Martin-Phänomen“. Er versucht zu erklären, warum es einer Partei, die neu gegründet wurde, nahezu kein Kapital hatte und vom Fernsehen mehr oder weniger ignoriert wurde, möglich war,

drittstärkste Partei zu werden. Er geht in seiner Untersuchung auch speziell auf die Rolle der *Kronen Zeitung* ein und findet – anhand von verschiedenen Umfragen – heraus dass z.B. beim Alter und beim Beschäftigungsniveau der Hans-Peter Martin-WählerInnen ein großer Zusammenhang zu den *Kronen Zeitung*s-LeserInnen besteht. Weiters wirft er auf, dass 77% aller Hans-Peter Martin-WählerInnen, regelmäßige LeserInnen der Kronen Zeitung waren. Die Gründe des Erfolgs von Hans-Peter Martin sieht er aber auch im Versagen der FPÖ, der ihre WählerInnen mehrheitlich zur Liste Martins abgewandert sind, im EU-Informationsdefizit der ÖsterreicherInnen und in der Thematisierung des Zusammenhangs von Hans-Peter Martin und der-*Kronen Zeitung* durch alle anderen Zeitungen. Als einen weiteren Indikator für die große Rolle der *Kronen Zeitung* gibt er eine Umfrage an, die die Menschen nach den Hauptinformationsquellen für die EU-Wahl befragt hat. Obwohl bei normalen Wahlen das Fernsehen als wichtigste Informationsquelle immer weit voraus liegt, gaben die WählerInnen bei der EU-Wahl 2004 vermehrt auch die Zeitungen als wichtigste Informationsquellen an. (vgl. Filzmaier 2006)

Nach der EU-Parlamentswahl 2009 untersuchte Peter Filzmaier gemeinsam mit Gilg Seeber das Wahlverhalten der ÖsterreicherInnen. Sie stellen hierbei, wie schon in Kapitel 2.3.1. erwähnt auffallende Unterschiede im Wahlverhalten von regelmäßigen *Kronen Zeitungs*leserInnen und LeserInnen anderer Tageszeitungen fest. Außerdem konnten sie eine hohe Korrespondenz zwischen Zeitungslektüre, Einstellungen zur EU und Wahlverhalten bei der EU-Parlamentswahl feststellen. So wählten LeserInnen der *Kronen Zeitung*, die den EU-Beitritt Österreich im Nachhinein als falsche Entscheidung ansehen zum Großteil die Liste Hans-Peter Martin und FPÖ. (vgl. Filzmaier/Seeber 2010)

Lauf und Peter untersuchten 2004 die Präsenz von EU-RepräsentantInnen – sowohl direkte VertreterInnen von EU-Institutionen, als auch KandidatInnen für das Europäische Parlament - in den Fernsehnachrichten von dreizehn EU-Mitgliedsländern bei der EU-Parlamentswahl 1999. Die Sekundäranalyse, die auf der European Election Study 1999 basierte, untersuchte alle politischen Beiträge in den Hauptabendnachrichtensendungen des jeweils reichweitenstärksten öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Fernsehsenders in den letzten zwei Wochen vor der EU-Parlamentswahl 1999. Obwohl die EU-RepräsentantInnen in Österreich nicht die deutliche Mehrheit der HauptakteurInnen darstellten, war ihr Anteil mit 20% an der gesamten politischen Berichterstattung der höchste in der ganzen Studie. In Österreich gab es zudem, mit Italien, die prozentuell (30%) meisten Beiträge mit Bezug zur

EU und die prozentuell (18%) drittmeisten Beiträge mit Bezug zur EU-Wahl in der gesamten politischen Berichterstattung. Grundsätzlich zeigte sich durch die Analyse, dass neue Anti-EU Parteien und zunehmende Anti-EU Positionen bestehender Parteien, zu einer größeren Präsenz der EU-RepräsentantInnen führt, was sich auch in Österreich bemerkbar machte. (vgl. Lauf/Peter 2004)

3. Agenda-Setting und Medieneffekte

Die Aufmerksamkeit der Menschen für politische Themen hängt mit der Medienberichterstattung zusammen. Wenn Themen medial Aufmerksamkeit geschenkt wird, nehmen Menschen sie auch als wichtiger wahr (vgl. Brettschneider/Rettich 2005, S. 138). Dies gilt natürlich auch für die EU-Berichterstattung. Im Folgenden soll nun auf verschiedene Medieneffekte, allen voran die Agenda-Setting-Funktion, eingegangen werden.

3.1. Agenda-Setting

Die Agenda-Setting-Funktion der Massenmedien, die Anfang der 70er Jahre erstmals untersucht wurde, besagt, dass die RezipientInnen von Massenmedien nicht darin beeinflusst werden, was sie denken bzw. wie sie über etwas denken, jedoch in der Hinsicht beeinflusst werden, worüber sie nachdenken (vgl. McCombs/Shaw 1972). Zusätzlich zum Agenda-Setting, also zur Themensetzungsfunktion von Massenmedien, spricht man in den 80ern auch von einem Agenda-Building-Ansatz. Sowohl politische AkteurInnen, als auch mediale AkteurInnen wirken aktiv auf die Agenda, die in den Massenmedien thematisiert wird, ein (vgl. Lang/Lang 1981). Die Agenda-Building Forschung konzentriert sich hauptsächlich darauf, über welchen Kommunikationsprozess politische AkteurInnen versuchen ihre Themen in den Medien unterzubringen (vgl. Melischek/Rußmann/Seethaler 2010, S. 104).
Die Theorie des Agenda-Settings behauptet in Bezug auf die Medienwirkungen, dass das Publikum die Medien-Agenda (also das worüber die Medien berichten) als soziale Wirklichkeit übernimmt. Die Themen über die hauptsächlich berichtet wird, werden vom Publikum auch als wichtig wahrgenommen (vgl. Bonfadelli/Wirth 2005, S. 580).

Die Agenda-Setting-These gilt vor allem auch für die politische Kommunikation bzw. für Wahlen, weil das Publikum hierzu einen besonders emotionalen Zugang hat (vgl. Schranz 2007, S. 211). JournalistInnen brauchen für ihre Berichterstattung Quellen, PolitikerInnen eignen sich gut dafür. Allerdings wissen PolitikerInnen wie Medien funktionieren und wählen oft schon vorher aus, was gesagt wird, was wichtig ist, was aktuell ist und nehmen der Information die sie weiter geben einen Teil ihrer Komplexität. Zusätzlich gibt es auch noch gezieltes Agenda-Setting – hier sind vor allem die Public Relations zu nennen (vgl. Schranz 2007, S. 214f).
Professionelles Agenda-Setting zielt zum einen auf eine „systematische Medienpräsenz der Akteure“ und zum anderen auf eine „systematische Medienpräsenz der hilfreichen Themen“

ab. (Schranz 2007, S. 216) Im besten Falle tritt eine Kombination aus beiden auf. Um diese Ziele zu erreichen stützt man sich auf Meinungsforschung und Medienanalyse (vgl. Schranz 2007, S. 216).

Zusätzlich zum Agenda-Setting gibt es beim Zusammenhang von Politik und Medien auch noch die Modelle des Agenda-Surfing und Agenda-Cutting. Wobei ersteres dafür steht, dass Themen, die in den Medien aufkommen, von PolitkerInnen und Parteien sehr schnell in politische Plakate, bzw. politische Information umgesetzt werden. Zweiteres bezeichnet die Versuche der Politik, nachdem ein Thema abgehandelt wurde, stattdessen andere wichtige Themen in die Öffentlichkeit zu bringen (vgl. Schranz 2007, S. 213).

Unter Second-Level Agenda-Setting werden Bezüge zum Framing (s. Kapitel 3.2.2) hergestellt. Medien berichten auf einer ersten Ebene mehr oder weniger intensiv über ein Thema, auf einer zweiten Ebene allerdings auch mehr oder weniger intensiv über diverse Charaktaristika der Themengegenstände. Somit wird hier auch davon ausgegangen, dass Medien den Menschen auch vermitteln, *wie* man *über* etwas denken soll (vgl. Bonfadelli/Wirth 2005, S. 582).

Nach jahrelanger empirischer Forschung kann davon ausgegangen werden, dass Themen, die in der Medien-Agenda ganz oben stehen, auch vom Publikum als sehr wichtig wahrgenommen werden und die Bewertungen der AkteurInnen der Medien-Agenda beeinflussen können. Dies gilt dann, wenn individuelle und situationale Faktoren des Publikums berücksichtigt werden (vgl. Melischek/Rußmann/Seethaler 2010, S. 103). Schranz ist der Meinung, dass eine Professionalisierung des Agenda-Setting auch in der österreichischen Politik immer weiter zunehmen wird (vgl. Schranz 2005, S. 225).

3.2. Priming und Framing

Priming und Framing gelten als Weiterentwicklungen des Agenda-Setting Ansatzes und werden im Folgenden kurz dargestellt.

3.2.1.Priming

Beim Priming-Effekt wird angenommen, dass die Agenda-Setting-Funktion der Massenmedien innerhalb eines Wahlkampfes „zusätzlich indirekte Effekte auf der affektiven

Ebene erzeugt.“ (Bonfadelli/Wirth 2005, S. 582) Priming bedeutet so viel wie „wichtig machen“. Das Image der WahlkandidatInnen wird unterschiedlich wahrgenommen, je nachdem, welche Wahlkampfthemen im Vordergrund stehen. Manche Images der KandidatInnen stechen hervor, während andere nur eine untergeordnete Rolle spielen. Da nicht alle Informationen für eine Bewertung der WahlkandidatInnen verfügbar sind, kann die Medien-Agenda entscheidend dafür sein, wie die WahlkandidatInnen bewertet werden (vgl. Bonfadelli/Wirth 2005, S. 582). Massenmedien können also die Merkmale, nach denen KandidatInnen bewertet werden beeinflussen (vgl. Plasser/Seeber 2010, S. 276). Die Themen, die in der Medien-Agenda vorherrschen, bestimmen auch, unter welcher Perspektive Parteien und KandidatInnen beurteilt werden (vgl. Melischek/Rußmann/Seethaler 2010, S. 102).

3.2.2. Framing

Der Framing-Ansatz wird meist als Agenda-Setting auf einer zweiten Ebene gehandelt (vgl. Plasser/Seeber 2010, S. 276). Die Framing-Theorie geht weiter als der Agenda-Setting Ansatz und untersucht nicht nur worüber gesprochen wird, sondern *wie* über etwas gesprochen wird (vgl. Schranz 2007, S. 213). „Frames bestimmen, welche Geschehnisse ein Journalist – im Rahmen der redaktionsspezifischen Arbeitsprogramme – als Ereignis begreift, welche Aspekte eines Ereignisses für die Berichterstattung ausgewählt werden, in welchen thematischen Kontext ein Ereignis gestellt wird und wie der Nachrichtenwert eines Ereignisses bestimmt wird.“ (Wyss/Pühringer/Meier 2005, S. 312)
Man geht davon aus, dass in der Medienberichterstattung immer nur gewisse Aspekte eines Themas ausgewählt und hervorgehoben werden, somit wird einem eine bestimmte Sichtweise über ein Thema nahegelegt und zusätzlich noch Ursachen, Bewertungen und Problemlösungen in Bezug auf ein Thema vermittelt (vgl. Bonfadelli/Wirth 2005, S. 583).

Im Zuge der Berichterstattung über die EU entsteht Framing – wird aus nationaler, oder europäischer Perspektive berichtet, hat dies auch Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Menschen (vgl. Brettschneider/Rettich 2005, S. 138).

3.3. News Bias

Framing sowie Priming beschäftigen sich damit, dass die Massenmedien Möglichkeiten haben, um die Aufmerksamkeit des Publikums auf bestimmte Themen zu lenken. Die News-Bias Forschung kommt dann zum Einsatz, wenn hinter der Konzentration auf bestimmte Themen eine Absicht, oder ein Konzept der jeweiligen Redaktion, oder des jeweiligen

Verlags stehen (vgl. Plasser/Seeber 2010, S. 276). Bei der News-Bias Forschung geht es darum „Unausgewogenheiten, Einseitigkeiten und politische Tendenzen in der Medienberichterstattung zu messen sowie Aufschluss über deren Ursachen zu erlangen." (Staab 1990, S. 27, zitiert nach Burkart 2002, S. 278)

News-Bias besteht oft bei Wahlempfehlungen in den Medien, die allerdings nicht als solche gekennzeichnet sind. Eine Partei, oder einE PolitikerIn wird in der Wahlberichterstattung bevorzugt. Dieser News Bias bei der Wahlkampfberichterstattung wurde in der deutschen *Bild* und der britischen *Sun* nachgewiesen. Er bedient sich redaktioneller Strategien, wie zum Beispiel einer großen medialen Präsenz mancher AkteurInnen, oder durch besonders positive Bewertungen der bevorzugten Parteien und/oder besonders negativen Bewertungen ihrer Konkurrenzparteien. Eine weitere Strategie ist die instrumentelle Aktualisierung. Dabei geht es um die Hervorhebung, oder Unterdrückung diverser Themen und Themenaspekte, was bis zum Kampagnenjournalismus führen kann. Die Wirkung des News Bias erhöht sich mit der Machtwirkung des jeweiligen Mediums. (Plasser/Seeber 2010, S. 276ff)

3.4. Medialisierung

Der heutigen Mediengesellschaft wird unter anderem das Merkmal einer Medialisierung der Gesellschaft zugeschrieben. Dies bedeutet, dass besonders Organisationen mit andauernder Berichterstattung durch die Medien rechnen und sich deshalb auf konsequentes Nachfragen des Publikums nach Information einstellen müssen (vgl. Eisenegger 2005, S. 62).

Der Übergang der Formen von direkter Kommunikation zu Formen indirekter, durch Medien vermittelter Kommunikation, wird als Medialisierung, zum Teil auch als Mediatisierung bezeichnet (vgl. Schade 2005, S. 49f). Forschungen zu diesem Gegenstand interessiert besonders welche Folgen die Medialisierung der öffentlichen Kommunikation für die Gesellschaft hat (vgl. Schade 2005, S. 50)

Mit dem Vormarsch der Massenmedien im 20. Jahrhundert, durch die gleichzeitige Entstehung der Massenpresse, des Films und der bebilderten Illustrierten konnte eine Fundamentalpolitisierung in den westlichen Ländern festgestellt werden, welche demokratische und mitwirkende Strukturen förderte. Auch durch Einführung des Radios und des Fernsehens kam es zu einer zunehmenden Politisierung. Hier wird ein Zusammenhang zwischen der Medialisierung der Gesellschaft und den Veränderungen in der Politik angenommen. Andererseits gab es in Bezug auf die Demokratisierungsprozesse auch gegensätzliche Entwicklungen, Propaganda, Ausbreitung der Boulevardzeitungen und des

kommerziellen Fernsehens, welche als Gefährdung der Demokratie angesehen werden (vgl. Bösch/Frei 2006, S. 7).
Medialisierung bedeutet nicht nur eine Modernisierung der Gesellschaften, sondern einen offenen und politisch ambivalenten Prozess (vgl. Bösch/Frei 2006, S. 7) Sie geht über den Zusammenhang zwischen Veränderungen in den Medien und Veränderungen in der Gesellschaft hinaus. Zusätzlich kommt es zu „einer zunehmenden Selbstbeobachtung der Gesellschaft durch die Medien." (Bösch/Frei 2006, S. 11f) Medien übernehmen diese Selbstbeobachtung für die Gesellschaft als Teil der Öffentlichkeit (vgl. Bösch/Frei 2006, S. 12)

Beim Begriff der Medialisierung „zielt der kommunikationswissenschaftliche Zugang zur Mediengesellschaft damit über das Mediensystem hinaus und thematisiert gesellschaftliche Steuerungs-, Beeinflussungs- und Anpassungsphänomene sozialer Teilsysteme auf der Makro-, der Meso- und der Mikroebene, die sich nur mit den Folgen des Mediensystems erklären lassen." (Eisenegger 2005, S. 62)
Bei der Makroebene geht es in Bezug auf Medialisierung, um die Steuerung der Gesellschaft insgesamt. „Es wird ein grundsätzlicher Wandel der Sozialintegration moderner Gesellschaften postuliert,…" (Eisenegger 2005, S. 63) Die Bedeutung der Massenmedien als KonstrukteurInnen der Wirklichkeit wird hier hervorgehoben. Andererseits geht es hier auch darum, dass Medien aufgrund des Agenda-Settings andere Systeme wie Politik oder Wirtschaft zu Reaktionen zwingen (vgl. Eisenegger 2005, S. 63).
In Bezug auf die Mesoebene geht es bei der Medialisierung um die Anpassung von Organisationen und Institutionen an die kommunikativen Anforderungen der Mediengesellschaft. Daraus ergeben sich eine Professionalisierung der Kommunikation und eine Ausdifferenzierung von Kommunikationsabteilungen. Auch in Hinblick auf die Jobvergabe von Führungspositionen wirkt sich dies aus, Charisma gilt als wichtige Voraussetzung, um öffentliche Aufmerksamkeit zu bekommen (vgl. Eisenegger 2005, S. 63f).
In Bezug auf die Mikroebene geht es bei der Medialisierung um die Anpassung von AkteurInnen an das Mediensystem. Zunehmend gibt es Events oder Inszenierungen, die an die Bedürfnisse der Medien angepasst sind. Medienwirksame Darstellungsformen gelten für Organisationen und Institutionen als unerlässlich (vgl. Eisenegger 2005, S. 64).

Zum Zusammenhang zwischen Medialisierung und Demokratie sind vier Prozesse zu beobachten: Extension, Substitution, Amalgamation, Akkomodation. Die Extension bezieht

sich darauf, dass es durch die Medialisierung immer mehr Beteiligung an Information und Diskussion, bzw. Schaffung ebendieser gibt. Hier fließt wieder die Agenda-Setting Funktion (s. Kapitel 3.1.) der Massenmedien mit ein, dass Medien die Menschen dahingehend beeinflussen, worüber sie sprechen. Substitution meint, dass Medien im Stande sind gewisse soziale Handlungen zu ersetzen, z.B. die Übertragung einer Debatte aus dem Nationalrat im TV. Bei der Amalgamation kommt es zur Vermischung von Medienrezeption und sozialen Handlungen, z.B. eine Demonstration, die auf die anwesenden Medien ausgerichtet ist. Bei der Akkomodation geht es um die Anpassung an Medienfunktionen, z.B. wenn das Interesse an Politik schwindet, weil der Unterhaltungsanteil in den Medien steigt. (vgl. Bösch/Frei 2006, S. 17f)

3.5. Studien zu Medieneffekten in Österreich

In letzter Zeit gab es vor allem zwei Studien, die sich mit Medieneffekten in Österreich, vor allem denen der *Kronen Zeitung* auseinander gesetzt haben. Die Ergebnisse dieser beiden Studien werden im Folgenden dargestellt.

Plasser und Seeber untersuchten 2010 die Berichterstattung der *Kronen Zeitung* und wie diese auf Wahlen Einfluss nimmt, bzw. welche Effekte die Themensetzung in der *Kronen Zeitung* auf die Einstellungen und das Wahlverhalten ihrer LeserInnen hat. Ausschlaggebend für die Untersuchung waren vor allem die direkten und indirekten Wahlempfehlungen der *Kronen Zeitung* für Werner Faymann im Nationalratswahlkampf 2008 und die Unterstützung der *Kronen Zeitung* von Hans-Peter Martin im EU-Parlamentswahlkampf 2009, dessen WählerInnen sich zu 70% aus regelmäßigen *Krone*-LeserInnen zusammensetzten. (s. auch Kapitel 2.3.1.) Gestützt auf den Agenda-Setting-Ansatz wurde mittels biavriaten und multivariaten Analysen versucht, Priming-Effekte in der Kronen Zeitung, bezüglich der Wahlentscheidungen bei der EU-Parlamentswahl 2009 und der Nationalratswahl 2008, nachzuweisen. Plasser und Seeber konnten mit ihrer Untersuchung eine reale Einflussmacht der *Kronen Zeitung* auf Wahlentscheidungen empirisch nachweisen. Sie sprechen der Berichterstattung in der *Kronen Zeitung* substanzielle Medienwirkungen auf den Wahlausgang zu. Besonders bei der Nationalratswahl 2008 hat die Berichterstattung in der *Kronen Zeitung* Einfluss ausgeübt, was sich in den Wahlentscheidungen ihrer LeserInnen wiederspiegelte. Auch Hinweise von Agenda-Setting-Effekten wurden gefunden. Regelmäßige LeserInnen der *Kronen Zeitung* weisen habitualisierte Einstellungen bezüglich einer EU-Skepsis auf, die durch die EU-kritische Berichterstattung der Kronen Zeitung immer

wieder verstärkt und neu aktiviert werden. Zusammenhänge zwischen den Einstellungen zur EU, Wahlverhalten und Zeitungsrezeption zeigten sich sowohl bei der Nationalratswahl 2008, als auch bei der EU-Parlamentswahl 2009. (vgl. Plasser/Seeber 2010)

Schoen untersuchte ebenfalls 2010 den Einfluss von Einstellungen zur EU-Politik auf das Wahlverhalten bei der Nationalratswahl 2008. Im ersten Teil seiner Untersuchung analysierte er, inwieweit Einstellungen zur EU-Mitgliedschaft Österreichs von Eliten beeinflusst werden. Auch er kommt zum Schluss, dass die ausschließliche Rezeption der *Kronen Zeitung* dazu beiträgt, dass die LeserInnen EU-kritische Haltungen entwickeln. ÖsterreicherInnen die die Kronen Zeitung nicht lesen, sind EU-freundlicher eingestellt. Mit Hilfe des multinomalen logistischen Regressionsverfahrens wurde schließlich untersucht, ob die Einstellungen zur EU das Wahlverhalten beeinflusst hat. Hier zeigte sich, dass regelmäßige *Kronen Zeitung*sleserInnen weniger häufig die Grünen wählten, dafür SPÖ und FPÖ mit Stimmen belohnten. Sie stellten also einen Einfluss der Zeitungsrezeption auf das Wahlverhalten fest. Würden alle ÖsterreicherInnen ausschließlich die Kronen Zeitung lesen, so hätten die Grünen bei der Nationalratswahl 2008 mit zehn Prozentpunkten weniger zu rechnen gehabt. Zugewinne würden dann vor allem SPÖ und ÖVP erreichen. Würde keinE ÖsterreicherIn die Kronen Zeitung lesen, würden die Grünen am meisten davon profitieren, die SPÖ würde verlieren. (vgl. Schoen 2010)

Zusammenfassend lassen sich in Österreich, vor allem bei der *Kronen Zeitung* gewisse Medieneffekte feststellen. Im folgenden Kapitel wird nun auf den österreichischen Printmedienmarkt, mit besonderem Augenmerk auf die Unterschiede zwischen Qualitäts- und Boulevardmedien, sowie der österreichischen EU-Berichterstattung näher eingegangen.

4. Österreichischer Printmedienmarkt

Nachdem im empirischen Teil dieser Arbeit drei unterschiedliche österreichische Tageszeitungen untersucht werden, wird nun auf die Besonderheiten des österreichischen Printmedenmarktes eingegangen, die Unterschiede zwischen Qualitäts- und Boulevardzeitungen kurz beleuchtet und die drei untersuchten Tageszeitungen mit ihren jeweiligen Spezifika beschrieben.

4.1. Printmedien- und Medienmarkt in Österreich

Im Jahr 2009 stellten sich die Nettoreichweiten (NRW), der von mir in der Studie miteinbezogenen Tageszeitungen wie folgt dar: Die *Kronen Zeitung* lag im Tageszeitungssektor weit voran und konnte laut Mediaanalyse eine NRW von 40,4% aufweisen, *Österreich* eine NRW von 9,5% und *Der Standard* eine NRW von 5,6%. Speziell für Wien aufgeschlüsselt sahen die Werte folgendermaßen aus: Hier hat die *Kronen Zeitung* „nur" eine NRW von 37,5%, *Österreich* eine NRW von 21,9% und *Der Standard* eine NRW von 10,6%. Insgesamt wiesen Tageszeitungen eine NRW von 75% österreichweit und eine NRW von 78% in Wien auf. (vgl. Media-Analyse 2009a und Media-Analyse 2009b)

Man sieht an diesen Zahlen konkret die Vormachtstellung der *Kronen Zeitung* in ganz Österreich. Österreich besitzt allgemein die stärkste Medienkonzentration aller westlichen Demokratien. Innerhalb von 30 Jahren, zwischen 1970 und 2000, entstanden nur drei neue Tageszeitungen, u.a. auch *Der Standard* 1988. 2005 und 2006 kamen die Gratiszeitungen – vor allem die U-Bahn-Zeitung *Heute*[12] - nach Österreich, zusätzlich gab es auch eine weitere Neugründung, die der Tageszeitung *Österreich* (vgl. Filzmaier 2007, S. 133ff). Parteizeitungen gibt es in Österreich heute nur mehr zwei – das *Neue Volksblatt* und die *Neue Kärntner Tageszeitung*, diese beiden spielen am österreichischen Printmarkt aber kaum eine Rolle (vgl. Plasser/Lengauer 2010, S. 36).

Die österreichische Medienlandschaft gilt also als hochgradig konzentriert, nicht nur aufgrund der Dominanz der *Kronen Zeitung*, sondern auch wegen der Dominanz des *ORF* im Rundfunksektor, sowie diversen erfolgreichen Regionalzeitungen. Die Transparenz der Politikberichterstattung ist im Vergleich zu anderen Ländern relativ hoch, allerdings gibt es

[12] Zuvor gab es bereits die von der *Kronen Zeitung* gegründete U-Bahn Zeitung *U-Express*, die 2004 eingestellt wurde. (vgl. http://www.webheimat.at/magazin/Arbeit-Beruf-Pension/Archiv-Arbeit-Beruf-Pension/U-Express-UBahn-Express.html)

hohe Förderungen aus öffentlichen Mitteln für die Massenmedien, wodurch politische Einflussnahme passieren kann. (vgl. Filzmaier 2007, S. 18ff)
Rathkolb sieht diese Medienkonzentration als bedenklich für eine Demokratie, da sie vor Eingriffen nicht geschützt sei:

> „Die Enge des Marktes und die starke Medienkonzentration haben in Österreich eine Situation geschaffen, die es für unabhängige Journalist/innen extrem schwer macht; fallweise können sie ihrer demokratiepolitischen Aufgabe nur unter existenzbedrohenden Umständen nachkommen." (Rathkolb 2006, S. 261)

Alles in allem kann also festgehalten werden, dass der österreichische Medienmarkt allgemein, aber auch der österreichische Printmedienmarkt äußerst konzentriert ist und wie oben erkennbar ist, warnen einige AutorInnen vor Eingriffen in die Berichterstattung. Wie wirken sich diese Konzentration und die Befürchtungen auf das Vertrauen der ÖsterreicherInnen in die Printmedien aus?
Im Herbst 2007 wurde vom Eurobarometer das letzte Mal vor der EU-Parlamentswahl die Rolle und das Vertrauen in die Medien der EU-BürgerInnen abgefragt. Das Vertrauen in die Massenmedien lag bei den ÖsterreicherInnen mit 62% am höchsten unter allen EU-Mitgliedsländern, das Vertrauen in die Printmedien lag immerhin bei 44% (vgl. Europäische Kommission 2007b). Insgesamt nutzten 2008 72,9%, das sind 5,1 Millionen ÖsterreicherInnen, täglich mindestens eine Tageszeitung. Nur das Radio hatte mit 82,1%, was 5,8 Millionen ÖsterreicherInnen entspricht, eine höhere tägliche Nutzung (vgl. Plasser/Lengauer 2010, S. 23). Am glaubwürdigsten sind für die ÖsterreicherInnen grundsätzlich politische Informationen, die sie aus dem Fernsehen beziehen. Das Vertrauen in die Printmedien sinkt in den letzten Jahrzehnten immer mehr (vgl. Filzmaier 2007, S. 16 und Plasser/Lengauer 2010, S. 26f).

Bevor nun näher auf ein paar Fakten zum EU-Journalismus in Österreich eingegangen wird und die Besonderheiten der drei im empirischen Teil untersuchten Tageszeitungen hervorgehoben werden, sollen die Unterschiede zwischen Qualitäts- und Boulevardzeitungen aufgezeigt werden. Die in der empirischen Analyse untersuchten Tageszeitungen können jeweils unterschiedlichen Zeitungsgattungen zugeordnet werden. Die Unterschiede, bzw. Gemeinsamkeiten, in der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009, sollen besonders auch in Hinblick auf die Unterschiede zwischen Qualitätszeitung und Boulevardmedien in Österreich hervorgehoben werden.

4.2. Qualitäts- vs. Boulevardzeitungen

Qualitätsjournalismus hält sich laut Schröter an folgende Regeln: Quellenangaben, Hintergrundinformationen, strikte Trennung von Meinung und Nachricht und Antworten auf die W-Fragen. (vgl. Schröter 1995 S. 44f) Tabelle 1 zeigt die diversen Unterschiede zwischen Qualitäts- und Boulevardjournalismus anhand der wichtigsten Merkmale einer Zeitung – Gestalt und Text – auf.

Tabelle 1: Unterschiede zwischen Qualitäts- und Boulevardjournalismus in Gestaltung und Textmerkmalen

	Qualitätsjournalismus	**Boulevardjournalismus**
Gestaltung	• Themen auf der Titelseite nicht vorrangig ‚human interest' • wenige Bilder • Schlagzeile weniger schrill und emotionsgeladen	• Komposition von Unterhaltung und Information; Bildfänger meist ein Thema aus dem Bereich ‚human interest' • Viele Bilder • Visuell auffällig
Text	• Information vor Unterhaltung • Hintergrundberichte • Kontinuierliche Berichterstattung • Meinungsvielfalt • Strikte Trennung von Nachricht und Meinung • Komplexe Satzstrukturen • Mehr Fremdwörter	• Themen: ‚human interest', Sport und Unterhaltung • Kürzere Texte • Sieben Erzählstrukturen: „Familialisierung, Simplifizierung, Wiederholung, Personalisierung, Melodramatisierung, Visualisierung und Sensationalisierung" (nach Bruck/Stocker 1996, 224ff, zitiert nach Neissl 2001, S. 99) • V.a. meinungsorientiert und Mischung von Meinung und Nachricht • Kurze Einfachsätze • Reizwörter • Einfache Sprache • Adjektivgebrauch höher • Metaphernreichtum • Mehr Augenblickkomposita

Quelle: Neissl 2001, S. 101

Wenn man diese Merkmale alle berücksichtigt, kann man bei den in der Analyse verwendeten Tageszeitungen eine klare Trennung ziehen: *Österreich* und *Kronen Zeitung* können als Boulevardzeitungen eingestuft werden, *Der Standard* als Qualitätszeitung. Grundsätzlich scheint der Markt an Qualitätsmedien in Österreich eher klein zu sein. Fiedler hält dazu fest: „Definiert man den Markt der Qualitätszeitungen so eng wie möglich, umfasst er *Presse*, *Standard*, *Wirtschaftsblatt* und wohl noch *Salzburger Nachrichten*." (Fiedler 2004, S. 88) Allgemein wird Österreich eine verstärkte Boulevardisierung in ihrer Presselandschaft

zugeschrieben. Von 1960 bis 2006 hat sich die Auflagensumme der Boulevardmedien von 16 auf 66 Prozent erhöht. Die Auflagensumme der Qualitätsmedien blieb in diesem Zeitraum nahezu unverändert (vgl. Plasser/Lengauer 2010, S. 40).

Geht es um die Europaberichterstattung beschreibt Trenz die Qualitätsmedien in den EU-Mitgliedsstaaten als wichtige Herstellerinnen europäischer Öffentlichkeit. Sie berichten ihm zufolge häufig und regelmäßig auch über europäische Themen und arbeiten diese Themen auf, welche dann auch zu Meinungsbildungsprozessen und öffentlichen Debatten führen (vgl. Trenz 2006, S. 386).
Doch übernehmen nur Qualitätsmedien diese Funktionen? Besonders bei einem so großen europapolitischen Ereignis wie den EU-Parlamentswahlen, kann man davon ausgehen, dass alle Medien über dieses Ereignis berichterstatten. Ob sich die Berichterstattung zwischen Boulevard- und Qualitätsmedien in Österreich unterscheidet, und vor allem wie sehr, soll die Analyse in dieser Arbeit zeigen. Oben wurde jedoch schon klar herausgefiltert, dass die Zeitung, die in Österreich am meisten gelesen wird, die *Kronen Zeitung* ist und diese gilt als Boulevardzeitung. Wenn nur die Qualitätsmedien als Hersteller europäischer Öffentlichkeit gelten, diese aber, wie z.B. in Österreich eher wenig gelesen werden, würde diese europäische Öffentlichkeit und dieser Meinungsbildungsprozess nur einen kleinen Teil der ÖsterreicherInnen erreichen.
Ist Österreich also in dieser Hinsicht ein Sonderfall? Durch die Stellung der *Kronen Zeitung* in Österreich gibt es hier eine extreme Konsumation an Boulevardzeitungen. In den meisten Studien, welche die EU-Berichterstattung und Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten messen, werden nur Qualitätszeitungen untersucht. Normalerweise wird davon ausgegangen, dass Qualitätszeitungen für Meinungsbildungsprozesse äußerst wichtig sind (vgl. Brantner 2010, S. 104f). In Österreich hat die *Kronen Zeitung* und somit der Boulevard aber nun einmal enorme Dominanz, kein Qualitätsmedium kann hier annähernd mithalten.
Inwieweit sich der Boulevard in Österreich mit EU-Berichterstattung auseinandersetzt, sollen im Anschluss einige Studienergebnisse zeigen. Ob und wie sehr diese Ergebnisse sich auch in der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 finden lassen, wird die anschließende Analyse zeigen.

4.3. EU-Berichterstattung in Österreich

Laut Eurobarmeter glaubten 2007 nur zwölf Prozent der ÖsterreicherInnen, dass in den österreichischen Printmedien zu viel über die EU berichtet wird, 56% hielten die Menge der

EU-Berichterstattung genau für richtig. Der Wert derer, die meinten, Österreichs Printmedien berichten zu wenig über die EU, war im Vergleich zum letzten Eurobarometer höher und lag bei 25%. 24% der ÖsterreicherInnen betrachteten zudem die Berichterstattung in den Printmedien über die EU als zu positiv, nur acht Prozent als zu negativ, insgesamt 55% hielten sie für objektiv (vgl. Europäische Kommission 2007b).

In einer groß angelegten Studie zum Ost-Erweiterungsdiskurs in den österreichischen Tageszeitungen *Der Standard* und *Kronen Zeitung* wurde ganz klar ein höherer Europäisierungsgrad für die Qualitätszeitung gemessen, zusätzlich fand Berichterstattung zur EU-Osterweiterung viel häufiger statt, die *Kronen Zeitung* hingegen berichtete weitaus häufiger über österreichische AkteurInnen als über europäische (vgl. Brantner 2008).
Eine Studie aus dem Jahr 2000 verglich hingegen die europäische Berichterstattung von europäischen und amerikanischen Qualitätszeitungen. Für Österreich wurden *Die Presse* und *Der Standard* als Untersuchungsmaterial verwendet. *Der Standard* erreichte in dieser Untersuchung über 50% Anteil an europäischer Berichterstattung an der gesamten politischen Berichterstattung, außerdem wies er mit 28% von Artikeln, die als Hauptthema die EU innehatten, einen sehr hohen Wert im Vergleich zu den anderen untersuchten Qualitätszeitungen auf. Auch der Anteil an europäisierten Artikeln war mit 10% einer der höchsten. Zusätzlich galten im *Standard* europäische institutionelle AkteurInnen als die häufigsten Agenda-SetterInnen, dies war jedoch in allen untersuchten Zeitungen der Fall. (vgl. Kantnter 2006)
Die Qualitätszeitungen scheinen also in Österreich, vor allem auch wenn man sich die Studien in Kapitel 2.2.3. und 2.3.3. ansieht, einen größeren Europäisierungsgrad aufzuweisen und die EU in der Qualitätszeitung *Der Standard*, verglichen mit anderen internationalen Medien, einen hohen Stellenwert zu haben.

Interessant scheinen in dieser Hinsicht auch noch die Einstellungen und Meinungen von österreichischen JournalistInnen zur EU. Schließlich können sie zum Teil die Themen bestimmen, über die berichterstattet wird und sie können in Kommentaren öffentliche Debatten über die EU voran treiben.
In einer Studie, die im Juni und Juli 2009 durchgeführt wurde, wurden österreichische JournalistInnen gemeinsam mit Nationalratsabgeordneten und PolitikerInnen zu ihren EU-Einstellungen und europäischen Grundeinstellungen befragt. Diese drei Gruppen galten den AutorInnen der Studie als Opinion-Leader, welche einen erheblichen Einfluss auf die

öffentliche Meinung haben. Die Studie baute darauf auf, dass die EU-Skepsis in Österreich seit Jahren eine der höchsten in ganz Europa ist und wollte die Einstellungen von MeinungsführerInnen erkunden, um eventuelle Einflüsse auf diese EU-Skepsis herauszufinden. Die Studie kam zu folgendem Ergebnis: Acht Prozent der befragten JournalistInnen gaben an, im letzten Jahr keine Kontakte zu Beschäftigten oder Institutionen der EU gehabt zu haben, 14% fühlen sich der EU nicht sehr verbunden, alle befragten JournalistInnen sahen die Vorteile der EU für Österreich als überwiegend an, nur sechs Prozent meinten, dass der Einfluss des EU-Parlaments eher nicht gestärkt werden sollte und mit einem Mittelwert von 6,0 (0 bedeutet kein Vertrauen, 10 bedeutet vollkommenes Vertrauen) vertrauten die befragten JournalistInnen dem Europäischen Parlament (vgl. Jenny/Müller/Eder 2010). Erstaunlich ist hier die Angabe, dass einige der JournalistInnen 2009 keinen Kontakt zu EU-Institutionen und AkteurInnen hatten, obwohl dies ja ein EU-Wahljahr war. Grundsätzlich zeigen sich in dieser Studie aber sehr positive Einstellungen der JournalistInnen zur EU.

4.4. Untersuchte Zeitungen

Bevor es nun endgültig an die Analyse der Berichterstattung der EU-Parlamentswahl 2009 in drei unterschiedlichen österreichischen Tageszeitungen geht, sollen diese drei Tageszeitungen hier kurz zusammengefasst vorgestellt werden. Über die EU-Berichterstattung von *Standard* und *Kronen Zeitung* war durch die oben vorgestellten Studien (s. Kapitel 2.2.3. und 2.3.3. und 4.3.) ja schon einiges in Erfahrung u bringen.

4.4.1. Der Standard

Oscar Bronner gründete 1988 den *Standard*, der zuerst als Wirtschaftszeitung geplant war. Er ist auch heute noch Herausgeber der Zeitung (vgl. Käfer 2008, S. 62f) Bis 1995 war der deutsche Axel-Springer-Verlag beim *Standard* beteiligt, von 1998 bis 2008 hielt der Süddeutsche Verlag eine 49%ige Beteiligung am *Standard* (vgl. Plasser/Lengauer 2010, S. 37). *Der Standard* gilt als eine der wenigen Qualitätszeitungen Österreichs. (siehe Kapitel 4.2.) Ansonsten werden zum Qualitätssegment Österreichs nur noch *Die Presse* und die *Salzburger Nachrichten* gezählt (vgl. Plasser/Lengauer 2010, S. 38). Als Blattphilosophie gibt der *Standard* vor allem folgendes an: „Er trennt zwischen Bericht und Kommentar, gewichtet die Ereignisse und lässt seinen Lesern den nötigen Spielraum für die eigene Meinung. So fördert er, was zugleich sein Ziel ist: eine mündige Leserschaft.“ (Der Standard o.J.)

Bei der letzten Media-Analyse 2010 kam der *Standard* auf eine Nettoreichweite von 5,3%, das entspricht 374.000 täglichen LeserInnen. Besonders bei 20-59-jährigen kann der *Standard* eine hohe Reichweite aufweisen. Bei der Wochenendausgabe, die beim Standard schon am Samstag erscheint, kommt er auf eine Nettoreichweite von 6,7%, was 477.000 LeserInnen entspricht (vgl. Media-Analyse 2010a, 2010b und 2010c).

4.4.2. Österreich

2003 zieht sich Wolfgang Fellner, gemeinsam mit seinem Bruder Helmuth aus dem News-Verlag zurück. 2004 bestätigen die beiden, dass sie eine Tageszeitung gründen wollen, den Start dafür kündigen sie für 2006 oder 2007 an. Im März 2006 wird schließlich der Name *Österreich* bekanntgegeben. Am 1. September 2006 gibt es die erste Ausgabe der neuen Tageszeitung zu kaufen (vgl. Plaikner 2007, S.91ff).

Plaikner beschreibt die Tageszeitung *Österreich* als Marketing-Phänomen, welches sich deshalb nicht von all den anderen früheren Produkten von Wolfgang und Helmuth Fellner unterscheiden würde (vgl. Plaikner 2007, S.91). Die Zusammenstellung von *Österreich* gilt als eine „Kombination der soft pics und hard news…" (Plaikner 2007, S.97) Obwohl diese Art der Berichterstattung bei Boulevardmedien vorherrscht, meint Plaikner hier auch Wolfgang Fellners Magazinjournalismus-Erfahrung zu erkennen und diagnostiziert den Headlines der Titelseiten die Sprache von *Kronen Zeitung* und *Kurier* (vgl. Plaikner 2007, S. 97).

Bei der letzten Media-Analyse 2010 kam *Österreich* auf eine Nettoreichweite von 9,6%, das entspricht 680.000 täglichen LeserInnen. *Österreich* kann vor allem bei den 14-39jährigen LeserInnen erreichen. Bei der Sonntagswochenendausgabe erzielt *Österreich* eine Nettoreichweite von 11,7%, das entspricht 830.000 LeserInnen (vgl. Media-Analyse 2010a, 2010b und 2010c). Die Tageszeitung *Österreich* liegt mit diesen Zahlen an dritter Stelle aller Tageszeitungen in Österreich (vgl. Plasser/Lengauer 2010, S. 38). Bei der Media-Analyse wird *Österreich* als Gratiszeitung gewertet, dies liegt daran, dass *Österreich*-Ausgaben, wie die Ausgaben der U-Bahnzeitung *Heute*, bei U-Bahnen und in anderen öffentlichen Bereichen gratis aufliegen.

4.4.3. Kronen Zeitung

Der Aufstieg der Kronen Zeitung in Österreich begann Ende der 60er, Anfang der 70er Jahre durch als einzige Zeitung veröffentlichte Sonntagsausgaben und Preisausschreiben, sowie Konkurrenzaufkauf (vgl. Fiedler 2004, S. 44ff). Die *Kronen Zeitung* gehört zum Mediaprint-

Verlag, dem auch der *Kurier* zugeordnet werden kann. Die deutsche WAZ-Gruppe ist mit 50 Prozent an ihr beteiligt (Plasser/Lengauer 2010, S. 36f). Unmittelbar verbunden ist die *Kronen Zeitung* mit ihrem langjährigen Chefredakteur Hans Dichand, der bis zu seinem Tod im Jahr 2010 die „Meinungsmacht" der *Krone* in der Hand hielt (vgl. Käfer 2008, S. 61).

Rathkolb bezeichnet die *Kronen Zeitung* als „der rechte Boulevard". (Rathkolb 2005, S. 242) Er ist der Meinung, dass jede Partei, wenn sie in Österreich Erfolg haben will, sich mit der *Kronen Zeitung* so gut wie möglich arrangieren muss, um ihre Themen regelmäßig unterzubringen und Erfolg zu haben (vgl. Rathkolb 2005, S. 242f). Fiedler geht hier sogar noch weiter und bezeichnet die *Kronen Zeitung* als die „größte Partei des Landes". (Fiedler 2004, S. 9)

Die *Kronen Zeitung* kam bei der letzten Media-Analyse 2010 auf 38,9%, was täglich 2.764.000 LeserInnen entspricht. In Bezug auf das Alter spricht die *Kronen Zeitung* vor allem LeserInnen ab 40 Jahren an. Bei der Wochenendausgabe am Sonntag liegt dir Kronen Zeitun, wie schon bei der täglichen LeserInnenanzahl mit 47,6% an erster Stelle. Dies entspricht einem LeserInnenanteil von 3.382.000 (vgl. Media-Analyse 2010a, 2010b und 2010c).

Aufgrund dieser Zahlen ist die Kronen Zeitung eine der meist gelesenen Tageszeitungen der Welt, wenn man die Reichweite in Bezug auf die nationale Einwohneranzahl betrachtet. Rund 17 Prozent (= ca. eine Million ÖsterreicherInnen) der österreichischen Wahlberechtigten lesen nur die Kronen Zeitung (vgl. Plasser/Lengauer 2010, S. 37f).

4.4.3.1. Hans-Peter Martin

Mit einem Wahlergebnis von 14% bei den EU-Parlamentswahlen 2004, bei denen er hauptsächlich Kritik an den Abgeordneten des Europäischen Parlaments übte, konnte Hans-Peter Martin von allen Parteien Stimmen gewinnen und auch Nichtwähler mobilisieren Es war dies sein erster Antritt mit einer eigenen Liste, der „Liste Dr. Hans-Peter Martin", 1999 war er noch als Spitzenkandidat für die SPÖ angetreten. Im Wahlkampf 2004 hatte Hans-Peter Martin in den ersten Wahlkampfwochen die Themenherrschaft (vgl. Picker/Zeglovits 2005, S. 239ff). Besonders erstaunlich ist dies, weil Hans-Peter Martin seine Partei erst weniger als zwei Monate vor dem Wahltag gegründet hatte. So erreichte er aus dem Stand heraus den dritten Platz, noch vor der FPÖ und den GRÜNEN (vgl. Filzmaier 2006, S. 323). Den Grund dafür sehen viele in einer Unterstützung Hans-Peter Martins durch die *Kronen Zeitung*. So beschreiben Picker und Zeglovits die *Kronen Zeitung* als „Stütze" des Wahlkampfes von Hans-Peter Martin, da sie „sein dominantes Thema" der Abgeordneten-Spesen besonders thematisierte. (Picker/Zeglovits 2005, S. 243) Wie in Kapitel 2.3.1. beschrieben wurde, gab die Mehrheit der Hans-Peter Martin-Wähler im Jahr 2009 in einer

Nachwahlstudie an, regelmäßig die *Kronen Zeitung* zu lesen. Außerdem kann die Mehrheit seiner WählerInnen als EU-kritisch eingestuft werden. (vgl. Filzmaier 2006, S. 332)

5. Analyse

Im Folgenden geht es um den empirischen Teil der Arbeit, die Analyse der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 in den Tageszeitungen *Der Standard*, *Österreich* und *Kronen Zeitung*. Bevor auf die Ergebnisse der Untersuchung eingegangen wird, werden zunächst noch einmal Untersuchungsgegenstand und -ziele abgeklärt, dann die Forschungsfragen und Hypothesen erläutert und darauf folgend die Methode, mit der die empirische Untersuchung durchgeführt wurde, beschrieben. Danach wird noch auf den Aufbau der vorliegenden Untersuchung näher eingegangen.

5.1. Untersuchungsgegenstand und -ziele

Die vorliegende Untersuchung soll mit Hilfe des Instruments der quantitativen Inhaltsanalyse untersuchen, inwiefern, wie häufig und wie europäisiert die Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 in drei ausgewählten Tageszeitungen – *Der Standard*, *Österreich* und *Kronen Zeitung* – erfolgt und welche Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten sich hier zwischen Qualitäts- und Boulevardmedien ergeben.

Die Fragestellungen, auf die die Analyse Antwort geben soll, konzentrieren sich vor allem auf eine eventuell vorhandene Europäisiertheit der österreichischen Öffentlichkeit und auf die Unterschiede zwischen den Qualitäts- und Boulevardmedien. Als Indikatoren für eine europäisierte Öffentlichkeit gelten, wie im Theorieteil öfter hervorgehoben, die Anwesenheit supranationaler AkteurInnen in der Berichterstattung, europäische Themen in der Berichterstattung, ein europäisierter Zugang zur Berichterstattung und horizontale bzw. vertikale Europäisierung. Bei den Unterschieden zwischen Boulevard- und Qualitätsmedien geht es vor allem darum, ob die vielfach erwähnte Europäisierungsleistung von Qualitätsmedien auch in Österreich betrieben wird, bzw. inwieweit auch Unterschiede zwischen den beiden Boulevardzeitungen erkennbar sind. Zusätzlich dazu werden auch noch Bewertungen gemessen – nachdem es ja auch vorkommen kann, dass supranationale AkteurInnen in der Berichterstattung durchwegs häufig vorkommen, dann allerdings hauptsächlich negativ bewertet werden. Dies würde zwar auf eine europäische Öffentlichkeit hindeuten, wenn diese europäische Öffentlichkeit aber nur negativ konnotiert wird, stellt sich die Frage, inwieweit diese zu einer Demokratisierung und Legitimation der EU beitragen soll.

5.2. Forschungsfragen und Hypothesen

Im Folgenden werden die Forschungsfragen und die dazugehörigen Hypothesen aufgeschlüsselt, die in der vorliegenden Untersuchung behandelt werden.

Forschungsleitende Frage: Welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten gibt es in der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 in den Tageszeitungen *„Der Standard“, „Österreich“* und *„Kronen Zeitung“?*

Forschungsfrage 1: In welcher Zeitung befinden sich die meisten und umfangreichsten Artikel zur EU- Parlamentswahl 2009?

> *Hypothese 1: Die Qualitätszeitung „Der Standard“ berichterstattet, im Vergleich zu den beiden Boulevardzeitungen „Kronen Zeitung“ und „Österreich“ am umfangreichsten zur EU-Parlamentswahl 2009.*

Forschungsfrage 2: Welche Themen und AkteurInnen werden in den Artikeln zur EU-Parlamentswahl 2009 behandelt?

> *Hypothese 2a: In allen drei Zeitungen werden hauptsächlich österreichische AkteurInnen in der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 behandelt.*
>
> *Hypothese 2b: In allen drei Zeitungen wird in der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 hauptsächlich aus nationaler Perspektive berichtet.*
>
> *Hypothese 2c: In den Boulevardzeitungen „Kronen Zeitung“ und „Österreich“ ist der Anteil der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 aus nationaler Perspektive höher als in der Qualitätszeitung „Der Standard“.*
>
> *Hypothese 2d: In der Qualitätszeitung „Der Standard“ ist der Anteil der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 aus europäischer Perspektive höher als in den beiden Boulevardzeitungen „Kronen Zeitung“ und „Österreich“.*
>
> *Hypothese 2e: Die „Kronen Zeitung“ berichtet im Rahmen der EU-Parlamentswahl 2009 häufiger über Hans-Peter Martin und seine Partei als die Boulevardzeitung „Österreich“ und die Qualitätszeitung „Der Standard“.*

Forschungsfrage 3: Wie werden die EU-Parlamentswahl 2009 und die jeweiligen AkteurInnen in der Berichterstattung bewertet?

Hypothese 3a: In der Boulevardzeitung „Kronen Zeitung" werden Hans Peter Martin und seine Partei im Rahmen der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 positiver bewertet als in der Boulevardzeitung „Österreich" und in der Qualitätszeitung „Der Standard".

Hypothese 3b: In der Boulevardzeitung „Kronen Zeitung" wird die Europäische Union im Rahmen der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 hauptsächlich negativ bewertet.

Hypothese 3c: In der Qualitätszeitung „Der Standard" wird die Europäische Union im Rahmen der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 hauptsächlich positiv bewertet.

Hypothese 3d: In der Boulevardzeitung „Kronen Zeitung" werden EU-AkteurInnen im Rahmen der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 negativer bewertet als in der Boulevardzeitung „Österreich" und der Qualitätszeitung „Der Standard".

Hypothese 3e: Die Boulevardzeitung „Kronen Zeitung" bewertet die EU-Parlamentswahl 2009 im Rahmen der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 negativer als die Boulevardzeitung „Österreich" und die Qualitätszeitung „Der Standard".

5.3. Untersuchungsaufbau

Die vorliegende Untersuchung wurde mit der empirischen Methode der quantitativen Inhaltsanalyse durchgeführt. Im Folgenden wird die Methode der Inhaltsanalyse grundsätzlich näher erklärt (Kapitel 5.3.1.) und auf die Inhaltsanalyse der vorliegenden Untersuchung näher eingegangen (Kapitel 5.3.2.).

Um das Bestehen einer europäischen Öffentlichkeit empirisch zu untersuchen, gilt eine Inhaltsanalyse von Medienberichterstattung als gut geeignet. Durch die Inhaltsanalyse kann man feststellen welche Themen in welchen Medien wie behandelt werden und wie häufig sie behandelt werden (vgl. Machill/Beiler/Fischer 2006, S. 133).

5.3.1. Die Methode der Inhaltsanalyse

> „Die Inhaltsanalyse ist eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen, meist mit dem Ziel einer darauf gestützten interpretativen Inferenz auf mitteilungsexterne Sachverhalte." (Früh 2007, S. 27)

Grundsätzlich dienen Inhaltsanalysen dazu Kommunikationsinhalte zu untersuchen. Das Hauptaugenmerk liegt aber bei der Textanalyse (vgl. Atteslander 2006, S. 181). Mit Hilfe der Inhaltsanalyse besteht die Möglichkeit, Beobachtungen messbar zu machen. Beobachtete Merkmale lassen sich in Daten umwandeln und so besser erklären, oder anders gesagt wird eine „Bedeutungsstruktur in eine Formalstruktur transformiert…". (Früh 2007, S. 29) Nachdem Objekte selber nicht messbar sind, sondern nur deren Eigenschaften, werden die Eigenschaften von Merkmalen herausgefiltert und können so in Relation zu anderen Eigenschaften gesetzt werden. Um die Eigenschaften von Merkmalen messen zu können, werden ihnen Zahlen zugeordnet, theoretisch wäre es auch möglich andere quantifizierende Symbole zu verwenden[13] (vgl. Früh 2007, S. 28f).

Die Inhaltsanalyse dient also dazu, Textmengen anhand des Forschungsinteresses unter einer bestimmten Perspektive aufzuschlüsseln und somit die Komplexität dieser zu reduzieren. Dadurch geht zwar einerseits auch Information verloren, andererseits bietet dies auch die Möglichkeit eines Informationsgewinns[14] (vgl. Früh 2007, S. 42).

Eine Inhaltsanalyse gilt als erfolgreich, „wenn die Formalstruktur (Datenmodell) exakt die in der Forschungsfrage gemeinte Bedeutungsstruktur abbildet." (Früh 2007, S. 30) [15]

Durch die Inhaltsanalyse von Texten in der Sozialwissenschaft können verschiedene Aspekte des Kommunikationsprozesses untersucht werden – einerseits kann man damit den/die SenderIn der Kommunikationsinhalte untersuchen, also wer sagt etwas und mit welchem Zweck, andererseits kann man den/die EmpfängerIn der Kommunikationsinhalte untersuchen, also an wen die Inhalte gerichtet sind, und zusätzlich kann man auch die soziale Situation untersuchen, innerhalb der dieser Kommunikationsprozess vonstattengeht, also u.a. welche Wertvorstellungen vorherrschen (vgl. Atteslander 2006, S. 182f). Diese drei Funktionen unterscheidet Früh in einem formal-deskriptiven, diagnostischen und prognostischen Ansatz. Dabei geht es beim formal-deskriptiven Ansatz um die äußerlichen Merkmale eines Textes, beim diagnostischen Ansatz um die Entstehungsbedingungen eines Textes und beim

---

[13] Die Quantifizierung durch Zahlen erfolgt aus mehreren Gründen: 1) Der Vorgang der Quantifizierung durch Zahlen ist am weitesten verbreitet und gilt als am produktivsten. 2) Mit der Inhaltsanalyse wird meistens eine Analyse von Textmengen analysiert und nicht einzelne Texte. 3) Die Quantifizierung stellt nicht nur ein Instrument für einfache Zählungen, also Häufigkeiten, dar, sondern kann auch ordinale Zusammenhänge sichtbar machen, welche durch Zahlen gut darstellbar sind. (vgl. Früh 2007, S. 29)

[14] Dadurch, dass gewisse Merkmale in der Untersuchung von Textmengen für das Forschungsinteresse nicht wichtig sind und dadurch, dass man gleiche bzw. ähnliche Merkmale eines Textes zu Kategorien zusammenfasst, entsteht ein Informationsverlust. Dieser lässt jedoch auch einen Informationsgewinn zu, da der eingeschränkte Blickwinkel der Untersuchung, Rückschlüsse auf weitreichendere Zusammenhänge zulässt und eine Basis für systematische Vergleiche darstellt. (vgl. Früh 2007, S. 42)

[15] Sobald sich eine Forschungsfrage ändert, müsste auch das Datenmodell, das für die Inhaltsanalyse verwendet wird, geändert werden. (vgl. Früh 2007, S. 30)

prognostischen Ansatz, um die Wirkung der Textinhalte auf den Rezipienten (vgl. Früh 2007, S. 44).

Die Aussagekraft einer Inhaltsanalyse bezüglich Absichten und Wirkungen ist eher begrenzt. Dafür muss man sich zusätzlich auch auf andere Kriterien und Informationen stützen. Da solche Informationen oft nicht vorliegen, arbeiten die meisten Inhaltsanalysen mit dem formal-deskriptiven oder prognostischen Ansatz. Bei diesen hat der/die ForscherIn seine/ihre eigene Interpretationsweise, die er/sie auch offenlegen muss[16] (vgl. Früh 2007, S. 45ff). Rössler (vgl. 2005, S. 29ff) sieht bei Untersuchungen des Kommunikators zuverlässigere Rückschlüsse, wenn man sich vor allem auf das ganze Medium bzw. die gesamte Redaktion bezieht als nur auf individuelle JournalistInnen. Er sieht darin auch die zuverlässigste Methode für Inferenzen. Bei Untersuchungen zur sozialen Situation empfiehlt er möglichst viele unterschiedliche Medien zu erfassen.

In der Theorie wird häufig zwischen qualitativer und quantitativer Inhaltsanalyse unterschieden. Früh sieht dies als irritierend an, da die Methode seiner Ansicht nach „zwei qualitative Analyseschritte durch einen quantifizierenden verbindet." (Früh 2007, S. 67) Er plädiert überhaupt für eine Kombination beider Verfahren (vgl. Früh 2007, S. 74). Atteslander fasst den Unterschied zwischen beiden Methoden kurz in einer unterschiedlichen Vorgehensweise bei der Auswertung der Daten zusammen. Bei der qualitativen Inhaltsanalyse steht die Strukturierung des zu analysierenden Materials so im Vordergrund, wie die Kategorienbildung bei der quantitativen Inhaltsanalyse (vgl. Atteslander 2006, S. 197).

5.3.2. Vorgehen der Inhaltsanalyse

Bei der Methode der Inhaltsanalyse wird zunächst eine **Auswahleinheit** festgelegt. Als Auswahleinheit bezeichnet man die Grundgesamtheit des Medienmaterials, aus der man dann die **Analyseeinheit** auswählt. Als Analyseeinheit gelten die Medieneinheiten, die codiert werden. Meist ist dies ein einzelner Artikel einer Zeitung. Anschließend werden die **Codiereinheiten** festgelegt. Die Codiereinheiten bezeichnen die Gesichtspunkte, die am zu untersuchenden Material wichtig sind, um damit die Forschungsfragen, nach denen man

[16] Früh geht davon aus, dass alle Inhaltsanalysen zuerst einmal auf einem prognostischen Ansatz aufbauend stattfinden, da ForscherIn und CodiererIn sich in einer RezipientInnenrolle befinden, zwar in keiner typischen, aber doch in einer gewissen Weise, die nicht zu vernachlässigen ist. Der/Die ForscherIn hat ja eine gewisse Vorstellung von der Problemstellung, die er/sie untersuchen will und wie er/sie es untersuchen will und klassifiziert seine/ihre Kriterien, dieser Ansicht nach. Er/Sie legt fest, welche ähnlichen Textinhalte wie klassifiziert und interpretiert werden und entscheidet dabei aufgrund eigener Erfahrungen bzw. seinem/ihrem eigenen Sprachverständnis folgend. Diese Ansicht gilt für die Analyse von Inhalten und Bedeutungen. (vgl. Früh 2007, S. 47)

arbeitet, beantworten zu können. Die Codiereinheiten werden durch Kategorien erfasst und gemessen. Es gibt **formale Codiereinheiten** und **inhaltliche Codiereinheiten**. Zu den formalen Codiereinheiten gehören u.a. die Länge, der Umfang und das Erscheinungsdatum des jeweiligen Artikels. Inhaltliche Codiereinheiten beziehen sich u.a. auf AkteurInnen, Orte und Themen. Abschließend gibt es noch die **Kontexteinheit**, die dann nötig ist, wenn z.B. Aussagen für eine Codierung nicht zuordenbar sind – dadurch kann man auf einen größeren Kontext zurückgreifen, um die Aussage richtig zu verstehen[17] (vgl. Rössler 2005, S. 38ff).

Im Zuge der Inhaltsanalyse wird ein **Codebuch** entwickelt, welches als Untersuchungsinstrument gilt. Es enthält die Definition der verschiedenen Einheiten und Anweisungen für die Codierung. Das Codebuch enthält auch das **Kategoriensystem**. Hier wird beschrieben, anhand welcher **Kategorien** die Codiereinheiten gemessen werden, bzw. anhand welcher **Variablen** codiert wird. Außerdem legt es die numerischen Bezeichnungen fest, nach denen codiert wird und gibt **Codieranweisungen**, wie die CodiererInnen vorzugehen haben (vgl. Rössler 2005, S. 87ff).

Nach Festlegung und Ausarbeitung aller oben genannten Schritte folgen normalerweise eine Codierschulung und ein Pre-Test, also eine Probecodierung, um das Instrument zu testen. Wenn hier Probleme auftreten, kann das Codebuch auch nochmals geändert werden (vgl. Rössler 2005, S. 166ff).

Um eine **Auswertung** der Inhaltsanalyse vornehmen zu können, müssen die Daten der Inhaltsanalyse aufbereitet werden. Aufgrund der meist sehr großen Datenmenge wird dies nahezu immer mit dem Computer erledigt. Nach der Aufbereitung der Daten, also der Eingabe in ein dafür geeignetes Computerprogramm, erfolgt die Auswertung mithilfe von statistischen Methoden, welche ebenfalls mit dafür geeigneten Computerprogrammen vorgenommen wird (vgl. Früh 2007, S. 200ff).

5.3.3. Aufbau der Inhaltsanalyse der vorliegenden Untersuchung

In diesem Abschnitt wird auf den genauen Aufbau der Inhaltsanalyse der vorliegenden Untersuchung eingegangen. Die verschiedenen Einheiten, die in Kapitel 5.3.2. beschrieben werden, werden hier offengelegt und klar definiert, um eine Nachvollziehbarkeit des Untersuchungsvorgangs und der Untersuchungsergebnisse zu garantieren. Das gesamte Codebuch mit dem vollständigen Kategoriensystem findet sich im Anhang.

---

[17] Rössler gibt hier als Beispiel die Aussage: „‘Er besuchte anschließend den Soldatenfriedhof in Washington‘“, für die man den gesamten Artikel heranziehen muss, um zu verstehen, wer mit ER gemeint ist. (Rössler 2005, S. 42)

5.3.3.1. Auswahleinheit

Für die vorliegende Untersuchung wurden alle Wiener Morgenausgaben der Tageszeitungen *Der Standard*, *Österreich* und *Kronen Zeitung* im Zeitraum vom 25.05.2009 bis 07.06.2009 gewählt. Dieser Zeitraum beinhaltet die letzten zwei Wochen vor der EU-Parlamentswahl 2009, die am 07.06.2009 stattfand.

Die drei unterschiedlichen Tageszeitungen wurden deshalb ausgewählt, um eine Qualitätszeitung (*Der Standard*) und eine Boulevardzeitung (*Kronen Zeitung*) miteinander vergleichen zu können. *Österreich* wurde deshalb ausgewählt, weil sie am österreichischen Zeitungsmarkt sehr neu ist und ebenfalls als Boulevardzeitung gilt, hier war vor allem interessant zu sehen, ob zwischen *Kronen Zeitung* und *Österreich* Unterschiede festgestellt werden können.

5.3.3.2. Analyseeinheit

Diese gewählten Ausgaben der drei Tageszeitungen wurden mithilfe der Online-Datenbanken WISO und APA-DEFACTO[18] mittels der Keywords „EU“ und „EUROPÄISCHE UNION“ gefiltert. Da die Datenbanken zwar alle Artikel der Tageszeitungen in diesem Zeitraum beinhalteten, bei der *Kronen Zeitung* und *Österreich* teilweise aber keine Autoren und Ressorts angegeben waren, wurden die gefilterten Artikel nochmals manuell mithilfe des Zeitungsarchivs der Universitätsbibliothek Wien kontrolliert und fehlende Daten dadurch korrigiert.

Als Artikel wurden all jene gewertet, welche in den verwendeten Datenbanken einen eigenen „Treffer“ hervorbrachten. Auch LeserInnenbriefe flossen in die Analyse mit ein.

Bei allen drei gewählten Zeitungen wurden Spezialbeilagen, TV- und Radio-Programme, TV- und Radio-Tipps, Veranstaltungstipps, sowie bei der *Kronen Zeitung* das „Wirtschaftsmagazin“ und die „Tierecke“, bei *Österreich* „Life & Style“ und „Madonna“, beim *Standard* „Album“, „Rondo“ und die Schlagzeilenzusammenfassungen auf der Titelseite nicht in der Analyse berücksichtigt. Die Sonntagsausgaben bei *Österreich* und *Kronen Zeitung* wurden mit einbezogen, wobei der *Standard*, der am Wochenende nur samstags erscheint, somit eine Ausgabe pro Woche weniger aufweist.

Die mithilfe der Keywords gefilterten Zeitungsartikel stellen die Analyseeinheit der vorliegenden Untersuchung dar. Diese wurden bei der Codierung dann nochmals so

[18] Die Online-Datenbank WISO enthielt keine Ausgaben der Tageszeitung *Österreich*, deshalb wurde dafür die APA-DEFACTO ausgewählt.

aussortiert, dass die Artikel übrig blieben, die sich konkret oder zumindest zum Teil mit der EU-Parlamentswahl 2009 befassen. (s. Kapitel 5.3.3.)

5.3.3.3. Codiereinheiten

In diesem Abschnitt werden die Kategorien, die für die Untersuchung festgelegt wurden, erläutert. Die genauen Definitionen und Codieranweisungen sind im Anhang nachzulesen.

Formale Kategorien

Unter den formalen Kategorien wurden das Medium, das Erscheinungsdatum, der Umfang[19], das Ressort, der/die AutorIn[20] und die journalistische Darstellungsform ermittelt. Auch die Nachrichtengeographie fällt unter die formalen Kategorien, da jeweils der Ort codiert wurde, der beim Artikelanfang angegeben wurde.

Inhaltliche Kategorien

Unter den inhaltlichen Kategorien wurden das Thema, die Perspektive der Berichterstattung, der Inhalt des EU-Wahl-Hauptthemas und EU-Wahl-Nebenthemas, die aktiven AkteurInnen, die passiven AkteurInnen, die Geographie der AkteurInnen und verschiedene Bewertungen (AkteurInnenbewertung, Bewertung der EU-Parlamentswahl 2009 und Bewertung der EU) ermittelt. Im Anschluss wird auf die wichtigsten inhaltlichen Kategorien kurz näher eingegangen. Die kompletten definierten Kategorien und Codieranweisungen sind zusätzlich im Anhang nachzulesen.

<u>Thema:</u>

Die Artikel wurden nach „Hauptthema“, „Nebenthema“, „Verweisungskontext“ und „nicht angegeben“ codiert. Artikel, die nur die EU zum Thema hatten, die EU-Parlamentswahl 2009 aber nicht beinhalteten - was aufgrund der gewählten Keywords ja durchaus vorkommen konnte - bekamen den Code „nicht angegeben“. Bei diesen Artikeln wurden hauptsächlich die formalen Kategorien, also Medium, Datum, Umfang, Ressort, AutorIn, journalistische Darstellungsform, Nachrichtengeographie und Thema, codiert, danach wurden sie aussortiert und flossen nicht weiter in die Analyse ein. Genauso stellt es sich auch bei Artikeln dar, die

[19] Hier wurde die Anzahl der Wörter eines Artikels genommen. In der Datenbank WISO war diese Zahl ausgewiesen. Die Artikel aus APA-DEFACTO wurden in Word kopiert und die Wörteranzahl anhand der Word-Anzeige übernommen.

[20] Da bei vielen Artikeln als AutorInnenangabe JournalistInnenkürzel verwendet wurden, wurde bei den jeweiligen Zeitungsredaktionen persönlich angerufen, um genaue Namen und evtl. auch vorhandene KorrespondentInnentätigkeiten der AutorInnen zu erfahren.

nur einen „Verweisungskontext“ aufwiesen, also die EU-Parlamentswahl 2009 zwar kurz erwähnten, jedoch nicht näher darauf eingingen bzw. sie nicht konkret zum Thema hatten. Unter „Hauptthema“ wurden Artikel eingeordnet, wenn sie hauptsächlich, oder ausschließlich die EU-Parlamentswahl 2009 zum Thema hatten. Unter „Nebenthema“ wurden Artikel eingeordnet, wenn sich ein Teil des Artikels näher mit der EU-Parlamentswahl 2009 beschäftigte, das eigentliche Thema aber ein anderes war.
Nachdem die Forschungsfragen konkret auf die Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 eingehen, kann somit gewährleistet werden, dass auch nur die Artikel, die tatsächlich über die EU-Parlamentswahl 2009 berichten, bei gewissen Fragestellungen berücksichtigt werden. Andererseits kann man dadurch auch einen Überblick davon bekommen, wie häufig die EU überhaupt Thema ist bzw. wie häufig die EU-Parlamentswahl 2009 kurz angeschnitten wird.

Perspektive der Berichterstattung:

Hier wurde codiert, ob die Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 aus „horizontal-europäischer Perspektive“, „supranational-europäischer Perspektive“, „teil-europäischer Perspektive“, oder „österreichischer Perspektive“ erfolgte.
Diese Kategorie ist einerseits für die Forschungsfrage 2 (s. Kapitel 5.2.) erheblich, andererseits wurde noch eine extra Unterteilung in „horizontal-europäisch“ und „supranational-europäisch“ vorgenommen, um hier noch weitere Schlüsse ziehen zu können, da in der Theorie (vgl. Koopmanns/Erbe 2003, bzw. s. Kapitel 2.2.) ja häufig zwischen vertikaler und horizontaler Europäisierung unterschieden wird. Supranational-europäisch gilt hier als vertikale Europäisierung.

Inhalt EU-Wahl-Haupt- und Nebenthema:

Hier wurde codiert auf welche Aspekte sich die Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 konzentriert. Ob also zum Beispiel die WahlkandidatInnen und -parteien im Mittelpunkt standen oder sehr häufig nur Umfragewerte publiziert wurden.

Aktive und passive AkteurInnen:

Zum einen wurden maximal drei aktive AkteurInnen codiert – also AkteurInnen, die aktiv in der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 auftreten, d.h. über eineN andereN AkteurIn sprechen, eineN andereN AkteurIn ansprechen, oder über eine Sache sprechen. Zusätzlich zu den maximal drei aktiven AkteurInnen wurden maximal drei passive

AkteurInnen codiert, die durch den/die jeweils codierteN aktiveN AkteurIn angesprochen werden, oder über die einE aktiveR AkteurIn spricht.
Dieser Codiervorgang war nötig, um auf die Forschungsfrage 2 und 3 eingehen zu können. (s. Kapitel 5.2.) Der Einfachheit halber sind im Codebuch zuerst die österreichischen AkteurInnen, danach die supranationalen AkteurInnen, dann die AkteurInnen der Mitgliedsländer und schließlich noch europäische AkteurInnen außerhalb der EU bzw. internationale AkteurInnen aufgelistet. Die EU-WahlkandidatInnen und die österreichischen EU-AkteurInnen befinden sich im Codebuch unter den österreichischen AkteurInnen, gelten jedoch bei der Auswertung und Interpretation als EU-AkteurInnen, da sie ja eine supranationale Funktion innehaben bzw. für eine supranationale Funktion kandidieren.

Akteursgeographie

Bei der Geographie der AkteurInnen wurde das jeweilige Heimatland der AkteurInnen codiert, sofern dies ausmachbar war. Allgemeine supranationale AkteurInnen, wie das Europäische Parlament oder die Europäische Kommission, bekamen einen supranationalen Code.

Bewertungen:

Bei den Bewertungen wurden einerseits die Bewertungen der aktiven AkteurInnen ermittelt – wie bewerten die aktiven AkteurInnen einerseits die passiven AkteurInnen und andererseits die Europäische Union, bzw. die EU-Parlamentswahl 2009. Außerdem wurde codiert, ob es eine Bewertungstendenz des Gesamtartikels zur EU-Parlamentswahl 2009 bzw. zur EU gab, ob also in den untersuchten Artikeln eine klar erkennbare Bewertung stattfand.
Die Erhebung der Bewertung wird für die Auswertung der Forschungsfrage 3 (s. Kapitel 4.2.) verwendet.

5.3.3.4. Erhebung und Auswertung

Die Datenerhebung und Codierung erfolgte allein durch die Verfasserin dieser Arbeit, das heißt, es gab keine weiteren CodiererInnen. Der Pre-Test wurde von der Verfasserin durchgeführt und anschließend das Codebuch noch etwas verändert bzw. verfeinert. Die Daten wurden direkt in das Statistikprogramm PASW 18 (ehemaliges SPSS) eingegeben und mit Hilfe dieses Programms auch ausgewertet.

5.4. Untersuchungsergebnisse

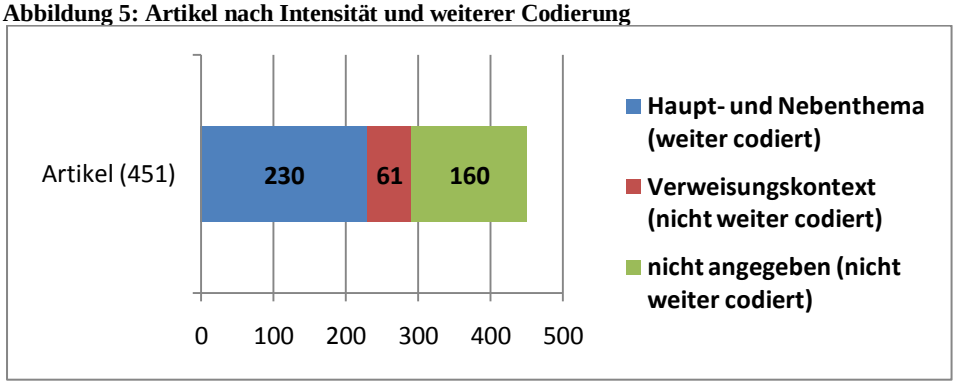
Im Folgenden werden nun die Untersuchungsergebnisse der Inhaltsanalyse aufgeschlüsselt. Die Ergebnisse sind verschiedenen Untergruppen zugeordnet, um eine gewisse Übersichtlichkeit zu garantieren.

5.4.1. Analysierte Medien, Artikel und Merkmale der Berichterstattung

Insgesamt wurden bei der Untersuchung 451 Artikel, die die Keywords „Europäische Union“ oder „EU“ enthielten im Zeitraum von 25.05.2009 bis 07.06.2009 herausgefiltert. Um thematisch auf die EU-Parlamentswahl 2009 eingehen zu können, wurden die gefilterten Artikel nach „Hauptthema“, „Nebenthema“, „Verweisungskontext“ und „nicht angegeben“ sortiert. Die Intensität der Beschäftigung mit der EU-Parlamentswahl 2009 war ausschlaggebend dafür, in welche Kategorie ein Artikel eingeordnet wurde und ob dieser somit in die weitere Analyse mit einfloss, oder nicht.

Abbildung 5 zeigt die Anzahl der Artikel, die vollständig codiert wurden (Haupt- und Nebenthema) bzw. die Artikel, die nicht weiter in die Analyse mit einflossen (Verweisungskontext bzw. nicht angegeben).

Abbildung 5: Artikel nach Intensität und weiterer Codierung



Wie in Abbildung 5 erkennbar ist, bezogen sich von den 451 Artikeln, die innerhalb des Untersuchungszeitraumes den Auswahlkriterien entsprachen, 160 Artikel überhaupt nicht auf die EU-Parlamentswahl 2009, diese wurden als „nicht angegeben“ codiert. 61 Artikel konnten lediglich einen Verweisungskontext zur EU-Parlamentswahl 2009 aufweisen. 230 Artikel, die die EU-Parlamentswahl 2009 als Haupt- oder Nebenthema beinhalteten, blieben somit für eine tiefergehende Analyse der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 übrig.

Es ist interessant zu sehen, dass die EU doch sehr häufig in der Berichterstattung vorkommt, auch wenn es sich dabei nicht um eine Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 handelte. Immerhin beschäftigten sicht im untersuchten Zeitraum 221 Artikel mit der EU auf irgendeine andere Art und Weise, als mit der EU-Parlamentswahl, zumindest wurde die EU in diesen Artikeln auf irgendeine Weise erwähnt.

Es wird im Zuge der Darstellung der Untersuchungsergebnisse nur mit den 230 Artikeln gearbeitet, die sich konkret auf die Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 beschäftigen, zum Überblick zeigt Tabelle 2 allerdings die Gesamtheit aller untersuchten Artikel in Bezug auf die verschiedenen Medien, eingeordnet nach der Intensität der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009.

Tabelle 2: Artikel nach Medien und Intensität

			Thematisierung der EU-Parlamentswahl 2009				
			nicht vorhanden	Hauptthema	Nebenthema	Verweisungs-kontext	Gesamt
Medium	Kronen Zeitung	Anzahl	48	39	12	18	117
		% von Medium	41,0%	33,3%	10,3%	15,4%	100,0%
		% von Thema	30,0%	20,7%	28,6%	29,5%	25,9%
	Österreich	Anzahl	28	68	4	13	113
		% von Medium	24,8	60,2%	3,5%	11,5%	100,0%
		% von Thema	17,5%	36,2%	9,5%	21,3%	25,1%
	Der Standard	Anzahl	84	81	26	30	221
		% von Medium	38,0%	36,7%	11,8%	13,6%	100,0%
		% von Thema	52,5%	43,1%	61,9%	49,2%	49,0%
Gesamt		Anzahl	160	188	42	61	451
		% von Medium	35,5%	41,7%	9,3%	13,5%	100,0%
		% von Thema	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

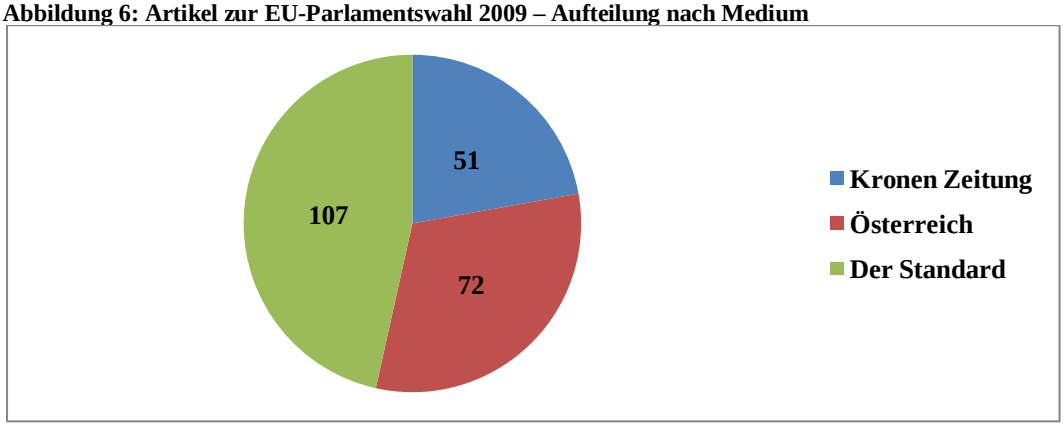
Untersuchungszeitraum 25.05.2009-07.06.2009; N=451 (alle codierten Artikel); Chi² = 23,854, df = 6 (signifikant p≤,001), Cramers V = ,163[21]

[21] „Der Chi-Quadrat-Test überprüft die Unabhängigkeit der beiden Variablen der Kreuztabelle und damit indirekt den Zusammenhang der beiden Merkmale." (Bühl 2010, S. 292) Mit Hilfe des Chi-Quadrat-Tests (Ermittlung des Chi-Wertes und der Freiheitsgrade (df)) wird die Irrtumswahrscheinlichkeit geprüft, mit Hilfe derer man feststellen kann, wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, sich bei der Verwerfung der Nullhypothese (zufälliger Zusammenhang der Mittelwertsunterschiede) und Annahme der Alternativhypothese (nicht zufälliger Zusammenhang der Mittelwertsunterschiede) zu irren. Bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von p≤0,05 spricht man von einem signifikanten Zusammenhang, bei p≤ 0,01 von einem sehr signifikanten Zusammenhang und bei p≤0,001 von einem höchst signifikanten Zusammenhang (vgl. Bühl 2010, S. 147). (Fortsetzung auf S. 64)

Insgesamt gab es in allen untersuchten Medien 188 Artikel (41,7%) die die EU-Parlamentswahl 2009 als Hauptthema und 42 Artikel (9,3%), die sie als Nebenthema behandelten. 13,5%, das entspricht 61 Artikeln, wiesen einen Verweisungskontext auf, bei 35,5%, also 160 Artikeln, kam die EU-Parlamentswahl 2009 überhaupt nicht vor. Die meisten Artikel, die die EU-Parlamentswahl 2009 als Hauptthema behandelten befinden sich mit 81 Artikeln (43,1%) im *Standard*, auch beim Nebenthema weist der *Standard* mit 26 Artikeln (61,9%) die höchste Thematisierungsintensität auf. *Krone* und *Österreich* unterscheiden sich zwar in der Anzahl der Artikel kaum, jedoch liegt *Österreich* in Bezug auf die Thematisierungsintensität der EU-Parlamentswahl 2009 klar höher. Bei der *Kronen Zeitung* enthielten mehr als die Hälfte aller Artikel, die aufgrund der Keywords gefiltert werden konnten, keinen Bezug zur EU-Parlamentswahl 2009, oder nur einen Verweisungskontext. Bei der Tageszeitung *Österreich* hatten alleine 60,2% aller gefilterten Artikel die EU-Parlamentswahl 2009 zum Hauptthema.

Wie sich die Anzahl der Artikel, die sich mit der EU-Parlamentswahl 2009 beschäftigen in den gewählten Tageszeitungen aufteilen, zeigt nachfolgende Abbildung 6.

Abbildung 6: Artikel zur EU-Parlamentswahl 2009 – Aufteilung nach Medium



N=230; Chi² = 20,878, df = 2 (signifikant p<,001)

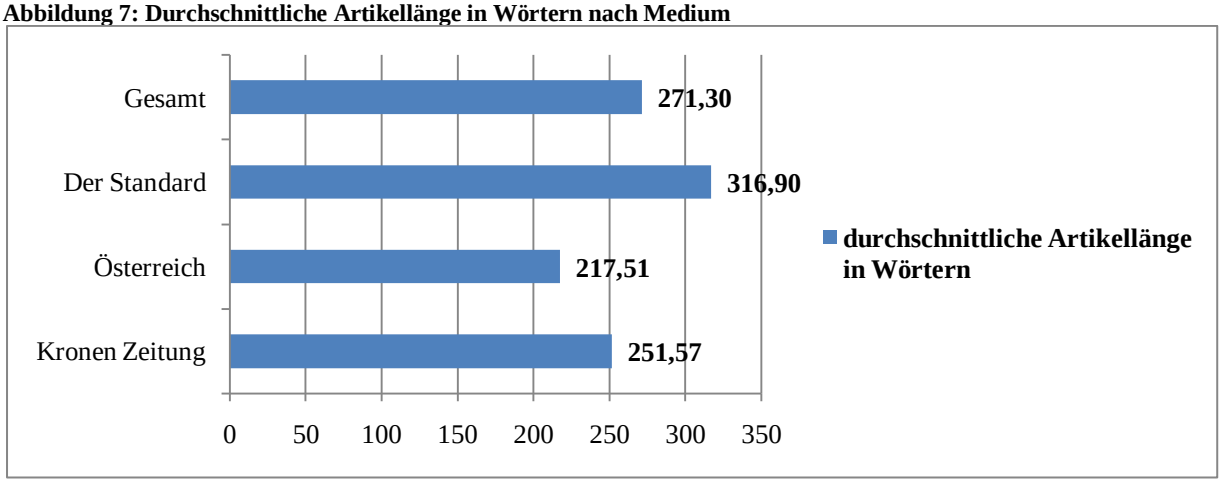
Insgesamt befinden sich also bei weitem die meisten der Artikel zur EU-Parlamentswahl 2009 im *Standard* (46,5%). Die Tageszeitung *Österreich* weist 31,3% Artikel zur EU-

(Fortsetzung von S. 63) Cramers V ist ein Assoziationsmaß, welches den „Grad der Abhängigkeit bzw. Unabhängigkeit zwischen den beiden nominalskalierten Variablen“ angibt, „wobei ein Wert um 0 völlige Unabhängigkeit der Variablen bedeutet und ein Wert um 1 größte Abhängigkeit.“ (Bühl 2010, S. 299) Bei der Gegenüberstellung der Variablen Medium und Thema in Tabelle X kann von einem Zusammenhang der beiden Variablen von Chi² = 23,854², df = 6, mit p≤0,001 ausgegangen werden, der somit höchst signifikant ist. Mit einem Cramers V Wert von ,163 liegt ein eher geringer Zusammenhang vor (vgl. auch Brantner 2008, S. 188).

Parlamentswahl 2009 auf. Die wenigsten Artikel befinden sich in der *Kronen Zeitung* (22,2%).

Wie in Abbildung 7 zu erkennen ist, zeigt sich bei den Umfängen (Artikellänge in Wörtern), die die Artikel aufweisen, ein ähnliches Bild. Wobei hier die Ränge zwischen *Kronen Zeitung* und *Österreich* bezüglich der Artikelhäufigkeit vertauscht sind.

Abbildung 7: Durchschnittliche Artikellänge in Wörtern nach Medium



N=230; Der Standard N=107; Österreich N=72; Kronen Zeitung N=51; Anova: df1 = 2, df2 = 227, F = 5,156 (signifikant p<0,01), Eta² = ,043[22]

Die Gesamtdurchschnittslänge aller untersuchten Artikel beträgt 271,30 Wörter. Beim *Standard* beträgt die durchschnittliche Artikellänge 316,90 Wörter, bei der *Kronen Zeitung* 251,57 Wörter. Am kürzesten sind die Artikel zur EU-Parlamentswahl 2009 in der Tageszeitung *Österreich*, hier beträgt die Artikellänge in Wörtern durchschnittlich 217,51.

Es ist beim Artikelumfang und der Anzahl der Artikel zwei Mal ein signifikanter Unterschied zwischen den untersuchten Medien festzustellen. Erwartungsgemäß (s. Kapitel 5.2.) berichtet die Qualitätszeitung *Der Standard* also um einiges umfangreicher über die EU-Parlamentswahl 2009, als die beiden Boulevardzeitungen *Kronen Zeitung* und *Österreich*. Die Hypothese 1 lässt sich also mit den Ergebnissen der statistischen Auswertung verifizieren.

[22] Die einfaktorielle Varianzanalyse ANOVA dient dem Vergleich von Mittelwerten von Stichproben. Sie sagt aus, ob Mittelwertsunterschiede zufällig sind, oder nicht. Wenn nicht, „spricht man von einem überzufälligen oder signifikanten Unterschied." (Bühl 2010, S. 332). Der Eta-Koeffizient ist „ein Maß für die Stärke des Zusammenhangs (Korrelation) zwischen dem betreffenden Faktor und der abhängigen Variable". (Bühl 2010, S. 495) Beim vorliegenden Mittelwertsvergleich unterscheiden sich die durchschnittlichen Artikellängen signifikant voneinander, jedoch können nur 4,3% der Verteilung der Variable „Artikellänge", durch die Variable „Medium" erklärt werden (vgl. auch Brantner 2008, S. 211).

Da die Ressortzuteilung der EU-Berichterstattung in der Literatur und bei Untersuchungen zur EU-Berichterstattung immer wieder ein Thema[23] ist folgt in Tabelle 3 eine Darstellung der Ressortaufteilung in Zusammenhang mit den unterschiedlichen Medien, in denen die untersuchten Artikel erschienen sind.

Tabelle 3: Ressortaufteilung nach Medien

		Kronen Zeitung	Österreich	Der Standard	Gesamt
nicht angegeben	Anzahl	7	20	0	27
	% von Medium	13,7%	27,8%	,0%	11,7%
Titelseite	Anzahl	1	3	8	12
	% von Medium	2,0%	4,2%	7,5%	5,2%
Innenpolitik	Anzahl	0	15	45	60
	% von Medium	,0%	20,8%	42,1%	26,1%
Außenpolitik	Anzahl	0	2	12	14
	% von Medium	,0%	2,8%	11,2%	6,1%
Innen- und Außenpolitik gemischt	Anzahl	22	0	0	22
	% von Medium	43,1%	,0%	,0%	9,6%
Wirtschaft	Anzahl	0	0	1	1
	% von Medium	,0%	,0%	,9%	,4%
Kommentar-/Meinungsressort	Anzahl	0	0	12	12
	% von Medium	,0%	,0%	11,2%	5,2%
Leserbriefe	Anzahl	10	0	2	12
	% von Medium	19,6%	,0%	1,9%	5,2%
Kommunikation/ Medien/ Internet/ TV	Anzahl	2	0	4	6
	% von Medium	3,9%	,0%	3,7%	2,6%
Chronik Inland	Anzahl	3	0	1	4
	% von Medium	5,9%	,0%	,9%	1,7%
Thema	Anzahl	0	27	21	48
	% von Medium	,0%	37,5%	19,6%	20,9%
Spezial	Anzahl	5	3	1	9
	% von Medium	9,8%	4,2%	,9%	3,9%
Lokal	Anzahl	1	2	0	3
	% von Medium	2,0%	2,8%	,0%	1,3%
Gesamt	Anzahl	51	72	107	230
	% von Medium	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

N=230; Kronen Zeitung N=51; Österreich N=72; Der Standard N=107; Chi² = 222,162, df = 24, (signifikant p<,001) Cramers V = ,695

In Tabelle 3 ist gut abzulesen, dass bei der *Kronen Zeitung* und *Österreich* sehr oft kein Ressort angegeben wurde, beim *Standard* kam dies hingegen gar nicht vor. *Österreich* hat die Ressorts entweder sehr oft gar nicht angegeben oder „Thema" bzw. „Thema des Tages" als Ressortangabe verwendet. Der *Standard* berichtet mit 42,1% hauptsächlich im Innenpolitik-Ressort über die EU-Parlamentswahl 2009, am zweit häufigsten im Themenressort (19,6%), welches im *Standard* immer auf der zweiten Seite zu finden ist. Bei der *Kronen Zeitung* befinden sich die meisten Artikel (43,1%) zur EU-Parlamentswahl 2009 im gemischten

[23] Brettschneider und Rettich empfehlen hier zum Beispiel Medienredaktionen die Berichterstattung über die EU vom Außenpolitikressort weg und in einzelne Ressorts zu integrieren, oder eigene EU-Ressorts zu schaffen, um die EU somit fest in unserem Alltag zu verankern. (vgl. Brettschneider/Rettich 2005, S. 154)

Innen- und Außenpolitik-Ressort, überdies finden sich in der *Kronen Zeitung* auch 10 LeserInnenbriefe, die die EU-Parlamentswahl 2009 zum Thema haben. Bei der Tageszeitung *Österreich* befinden sich die meisten Artikel (20,8%), die einem Ressort zugewiesen sind, welches nicht als „Thema" bezeichnet wurde, ebenfalls im Innenpolitik-Ressort. Die EU-Parlamentswahl 2009 scheint bei den untersuchten Zeitungen also hauptsächlich ein innenpolitisches Thema zu sein.

Um den allgemeinen Teil der Untersuchungsergebnisse der analysierten Artikel und Medien abzuschließen, werden in Tabelle 4 die AutorInnen aufgezeigt, welche die Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 durchgeführt haben und in Tabelle 5 werden abschließend die journalistischen Darstellungsformen behandelt, wie sie in den drei untersuchten Tageszeitungen bei der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 verwendet wurden.

Tabelle 4: AutorInnen nach Medien

		Medium			
		Kronen Zeitung	Österreich	Der Standard	Gesamt
nicht angegeben	Anzahl	9	51	2	62
	% von Medium	17,6%	70,8%	1,9%	27,0%
JournalistIn/RedakteurIn/Redaktion	Anzahl	27	21	76	124
	% von Medium	52,9%	29,2%	71,0%	53,9%
KorrespondentIn	Anzahl	0	0	11	11
	% von Medium	,0%	,0%	10,3%	4,8%
hauptsächlich Nachrichtenagentur (APA, dpa...)	Anzahl	0	0	12	12
	% von Medium	,0%	,0%	11,2%	5,2%
PolitikerIn	Anzahl	3	0	1	4
	% von Medium	5,9%	,0%	,9%	1,7%
ExperteIn/WissenschafterIn	Anzahl	0	0	3	3
	% von Medium	,0%	,0%	2,8%	1,3%
LeserIn	Anzahl	11	0	2	13
	% von Medium	21,6%	,0%	1,9%	5,7%
Weitere	Anzahl	1	0	0	1
	% von Medium	2,0%	,0%	,0%	,4%
Gesamt	Anzahl	51	72	107	230
	% von Medium	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

N=230; Chi² = 161,763, df = 14, (signifikant p<,001) Cramers V = ,593

Auffällig ist, dass bei der Tageszeitung *Österreich* bei 70,8% der Artikel keinE AutorIn angegeben ist.[24] Weder *Österreich* noch die *Kronen Zeitung* enthielten KorrespondentInnenberichte zur EU-Parlamentswahl 2009.[25] Artikel, die teilweise von Nachrichtenagenturen übernommen wurden, wurden nur vom *Standard* veröffentlicht. Insgesamt gibt es zur EU-Parlamentswahl 2009 in allen drei untersuchten Zeitungen eher wenige Artikel, die nicht von redaktionsinternen Mitgliedern stammen.

Tabelle 5: Journalistische Darstellungsform nach Medien

		Medium			
		Kronen Zeitung	Österreich	Der Standard	Gesamt
Nachricht (Bericht, Meldung)	Anzahl	12	18	21	51
	% von Medium	23,5%	25,0%	19,6%	22,2%
Hintergrundberichterstattung	Anzahl	0	6	40	46
	% von Medium	,0%	8,3%	37,4%	20,0%
Umfragen/Umfragenanalysen	Anzahl	0	6	3	9
	% von Medium	,0%	8,3%	2,8%	3,9%
Interviews	Anzahl	7	6	6	19
	% von Medium	13,7%	8,3%	5,6%	8,3%
Meinungsbeiträge/Kommentare/Kolumnen - von redaktionsinternen JournalistInnen	Anzahl	12	6	11	29
	% von Medium	23,5%	8,3%	10,3%	12,6%
Meinungsbeiträge/Kommentare/Kolumnen - von anderen AutorInnen	Anzahl	4	0	4	8
	% von Medium	7,8%	,0%	3,7%	3,5%
LeserInnenbriefe	Anzahl	11	0	2	13
	% von Medium	21,6%	,0%	1,9%	5,7%
Glosse	Anzahl	1	0	3	4
	% von Medium	2,0%	,0%	2,8%	1,7%
Kurzmeldung	Anzahl	3	26	11	40
	% von Medium	5,9%	36,1%	10,3%	17,4%
Titelseitenbericht	Anzahl	1	4	6	11
	% von Medium	2,0%	5,6%	5,6%	4,8%
Gesamt	Anzahl	51	72	107	230
	% von Medium	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

N=230; Kronen Zeitung N=51; Österreich N=72; Der Standard N=107; Chi² = 106,406, df = 18, (signifikant p<,001) Cramers V = ,481

Auffallend ist, dass die *Kronen Zeitung* keinen Bericht zur EU-Parlamentswahl 2009 aufweist, der als Hintergrundberichterstattung gewertet werden konnte. Bei der Qualitätszeitung *Der Standard* hingegen macht die Hintergrundberichterstattung den Hauptteil (37,4%) der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 aus. Bei der *Krone*

[24] Wenn nicht explizit einE AutorIn, oder zumindest „red“, oder „Redaktion“ bei einem Artikel dabeistand, wurde „nicht angegeben“ verwendet. Natürlich ist klar, dass jemand aus der Redaktion den Artikel geschrieben haben muss, es ist jedoch ein auffälliges Zeichen, wenn sehr oft keinE AutorIn bei Boulevardzeitungen angegeben wird, da hier die Quellenangabe fehlt.

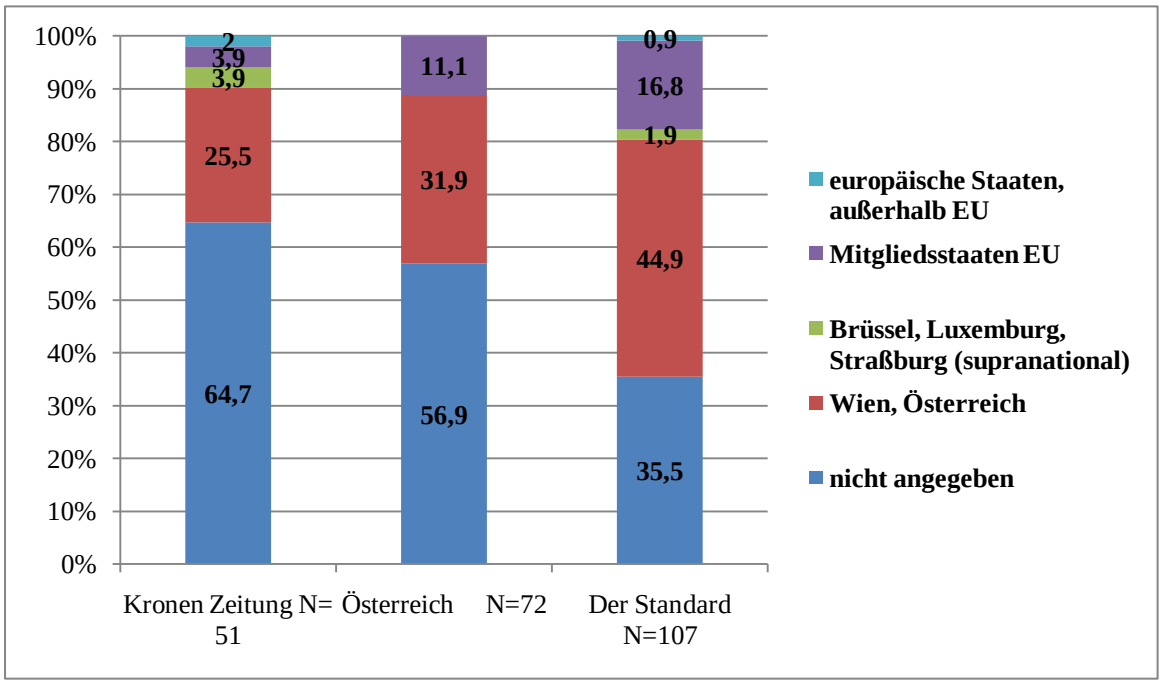
[25] Bei *Österreich* könnte es trotz allem möglich sein, dass KorrespondentInnenberichte vorhanden waren, da die JournalistInnenkürzel, die teilweise unter Artikeln verwendet wurden, den jeweiligen JournalistInnen nicht mehr zuordenbar waren. Im Sekretariat der Tageszeitung *Österreich* liegt laut telefonischer Auskunft nur eine aktuelle JournalistInnenkürzelliste auf. Aus der Redaktion ausgeschiedene JournalistInnen konnten nicht mehr genannt werden.

wurden am häufigsten Nachrichten und Meinungsbeiträge von internen JournalistInnen (jeweils 23,5%) verwendet, um über die EU-Parlamentswahl 2009 zu berichten. Auch die LeserInnenbriefe stellen mit 21,9% einen großen Teil der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 in der *Kronen Zeitung* dar. In der Tageszeitung *Österreich* sind vor allem Kurzmeldungen (36,1%) und Nachrichten (25%) vorherrschend.

5.4.2. Geographischer Zugang und Perspektiven der Berichterstattung

Anhand der folgenden Ergebnisse werden die Nachrichtengeographie und die Perspektive der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 aufgezeigt. Zusätzlich wird auch herausgefiltert, auf welche Themen sich die Berichterstattung über die EU-Parlamentswahl 2009 konzentriert hat. Bei der Nachrichtengeographie ist zu beachten, dass eigentlich nur *Der Standard* KorrespondentInnenartikel zur EU-Parlamentswahl 2009 aufweisen konnte.

Abbildung 8: Nachrichtengeographie nach Medium

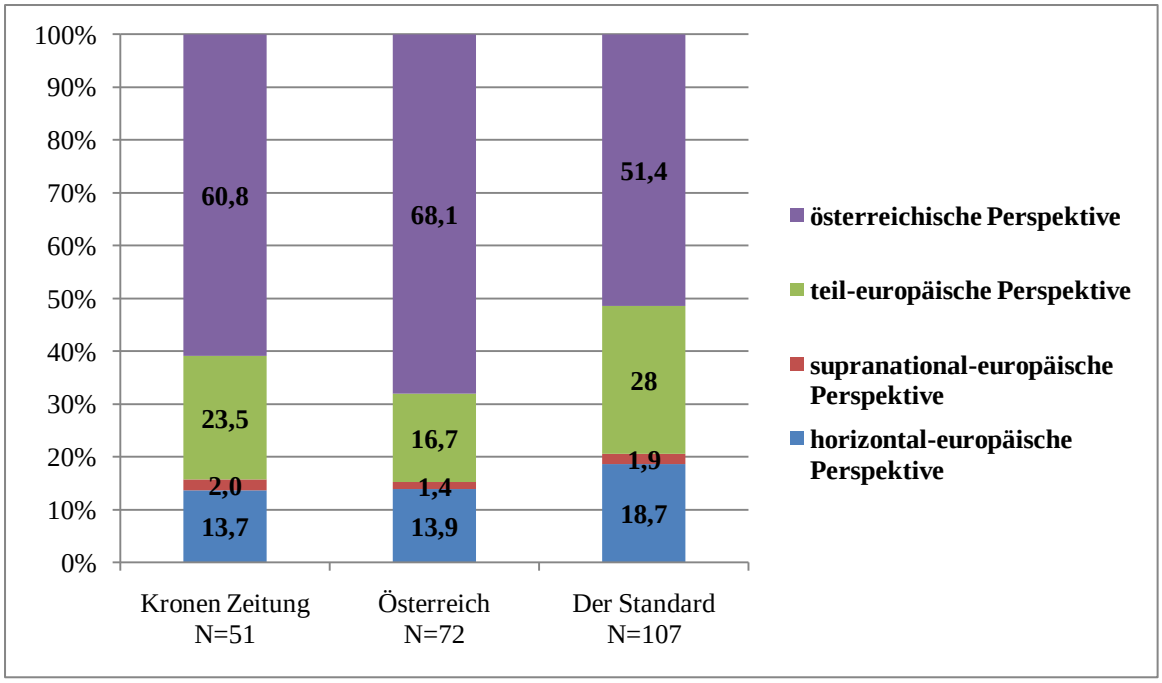


N=230; Chi² = 20,466, df = 8, (signifikant p<,0,01) Cramers V = ,211

Abbildung 8 zeigt die Nachrichtengeographie der einzelnen untersuchten Medien. Hier muss nochmals erwähnt werden, dass als Nachrichtengeographie jener Ort codiert wurde, welcher am Anfang des Artikels stand. (s. Kapitel 5.3.3.3.) Häufig, besonders bei Kurzmeldungen oder Interviews, war dieser nicht angegeben. Auffallend ist hier, dass bei der Qualitätszeitung *Der Standard* 16,8% der Artikel zur EU-Parlamentswahl 2009 ein EU-Mitgliedsland als Nachrichtenort angegeben wurde. Bei der Boulevardzeitung *Österreich* sind dies ebenfalls 11,1%, die Boulevardzeitung *Kronen Zeitung* kann hier nur 3,9% aufweisen. Allerdings gibt die *Krone* bei 3,9% der Artikel zur EU-Parlamentswahl einen „supranationalen“ Ort an.

Um Aussagekraft bezüglich eines europäischen Zugangs der untersuchten Tageszeitungen zu gewinnen, wurde die Perspektive der Berichterstattung codiert. Hier wurde in „horizontal-europäische Perspektive“, „supranational-europäische Perspektive“, „teil-europäische Perspektive“ und „österreichische Perspektive“ unterteilt. Für die Auswertung wurden dann alle drei europäischen Perspektiven zusammengefasst und den österreichischen Nennungen gegenübergestellt, genauso wurden die gewählten Zeitungen in Boulevardzeitungen (*Österreich* und *Kronen Zeitung*) und Qualitätszeitung (*Der Standard*) zusammengefasst, um hier eine vereinfachte Gegenüberstellung zu erzielen. Abbildung 9 zeigt die Häufigkeiten der Perspektive der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 nach Medien, Abbildung 10 zeigt darauffolgend die Aufschlüsselung zwischen „europäischer vs. österreichischer Perspektive“ in Zusammenhang mit der Aufteilung in Qualitäts- und Boulevardmedien.

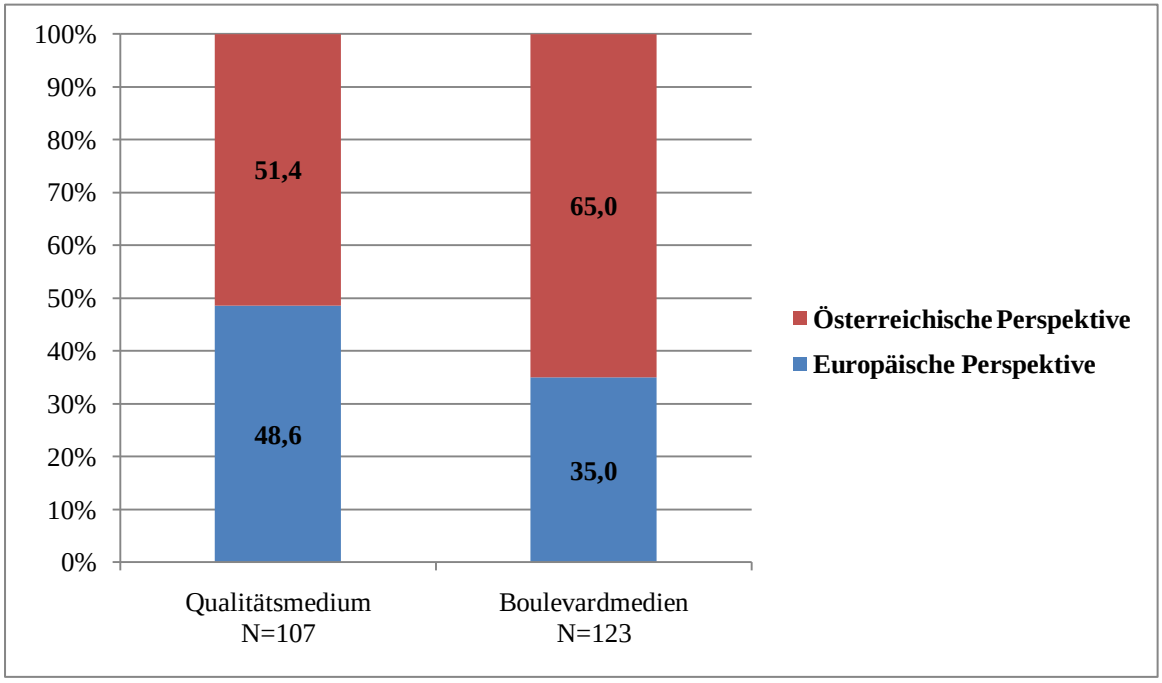
Abbildung 9: Perspektive der Berichterstattung nach Medium



N=230; Chi² = 5,372, df = 6, (nicht signifikant p=,497) Cramers V = ,153

Man kann hier deutlich sehen, dass alle untersuchten Tageszeitungen in mehr als der Hälfte der Fälle aus „österreichischer Perspektive“ zur EU-Parlamentswahl 2009 berichten. Beim *Standard* ist der Wert mit 51,4% am niedrigsten, die Qualitätszeitung weist auch bei der Berichterstattung aus „teil-europäischer“ und „horizontal-europäischer Perspektive“ höhere Werte als die beiden anderen untersuchten Zeitungen aus. Die *Kronen Zeitung* berichtet im Gegensatz zu *Österreich* weniger aus „österreichischer Perspektive“ (60,8% vs. 68,1%) und mehr aus „teil-europäischer Perspektive“ (23,5% vs. 16,7%).

Abbildung 10: Perspektive zusammengefasst in Bezug auf Qualitäts- oder Boulevardmedien



N=230; Chi² = 4,390, df = 1, (signifikant p<0,05) Cramers V = ,138

Anhand von Abbildung 10 kann man einen Perspektivenunterschied zwischen Qualitäts- und Boulevardzeitungen ausmachen. Während die Boulevardmedien nur in 35% aller Artikel zur EU-Parlamentswahl 2009 aus „europäischer Perspektive“ berichten, kommt dies beim Qualitätsmedium *Der Standard* bei fast der Hälfte aller Artikel (48,6%) vor.

Bezüglich der Hypothesenprüfung (s. Kapitel 5.2.) ergibt sich hier folgendes Bild: Alle drei Zeitungen berichten hauptsächlich aus „nationaler“, also „österreichischer Perspektive“. Die Unterschiede zwischen allen drei Zeitungen bezüglich der Perspektive der Berichterstattung sind nicht signifikant. Es gibt allerdings einen signifikanten Unterschied, wenn man die Qualitätszeitung *Der Standard* den beiden Boulevardzeitungen *Kronen Zeitung* und *Österreich* gegenüberstellt. Hier ist ersichtlich, dass die Qualitätszeitung häufiger aus einer „europäischen Perspektive“ berichtet, als die beiden Boulevardzeitungen. Die Hypothesen 2b, 2c und 2d können somit allesamt verifiziert werden.

5.4.3. AkteurInnen der Berichterstattung

Die folgenden Tabellen und Grafiken beschäftigen sich mit den AkteurInnen, die in der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 aufgetreten sind, bzw. über die berichtet wurde.

Tabelle 6: Aktive AkteurInnen nach Medien

		Aktive AkteurInnen				
		Österreichische AkteurInnen	Supranationale AkteurInnen	EU-Mitgliedsländer-AkteurInnen	Internationale AkteurInnen	Gesamt
Kronen Zeitung	Anzahl	47	29	4	0	80
	% von Medium	58,8%	36,3%	5,0%	,0%	100,0%
Österreich	Anzahl	75	43	12	0	130
	% von Medium	57,7%	33,1%	9,2%	,0%	100,0%
Der Standard	Anzahl	113	65	24	2	204
	% von Medium	56,4%	30,9%	11,8%	1,0%	100,0%
Gesamt	Anzahl	237	135	40	2	414
	% von Medium	57,2%	32,6%	9,7%	,5%	100,0%

N=414; Chi² = 5,401, df = 6, (nicht signifikant p=,494) Cramers V = ,081

Wie in Tabelle 6 zu sehen ist, werden insgesamt in allen drei Zeitungen 414 aktive AkteurInnen, also SprecherInnen, genannt. Mehr als die Hälfte (57,2%) aller genannten aktiven AkteurInnen sind österreichische AkteurInnen. Hier ist nochmals darauf hinzuweisen, dass österreichische EU-AkteurInnen, auch EU-WahlkandidatInnen, als supranationale AkteurInnen behandelt werden. Aktive internationale AkteurInnen kommen in der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 mehr oder weniger gar nicht vor. Die höchste Anzahl der aktiven supranationalen AkteurInnen weist die Boulevardzeitung *Kronen Zeitung* mit 36,3% aller in ihr genannten aktiven AkteurInnen auf. Hier hat die Qualitätszeitung *Der Standard* mit 31,9% der in ihr genannten aktiven AkteurInnen den niedrigsten Wert aller drei Zeitungen. Dafür beinhaltet *Der Standard* mit 11,8% am häufigsten aktive AkteurInnen aus den EU-Mitgliedsländern und als einzige der Tageszeitungen auch internationale AkteurInnen als Sprecher.

Tabelle 7: Passive AkteurInnen nach Medien

		Passive AkteurInnen					
		Österreichische AkteurInnen	Supranationale AkteurInnen	EU-Mitgliedsländer-AkteurInnen	Internationale AkteurInnen	nicht zuordenbar	Gesamt
Kronen Zeitung	Anzahl	28	38	2	6	2	76
	% von Medium	36,8%	50,0%	2,6%	7,9%	2,6%	100,0%
Österreich	Anzahl	47	38	6	1	3	95
	% von Medium	49,5%	40,0%	6,3%	1,1%	3,2%	100,0%
Der Standard	Anzahl	95	57	21	18	3	186
	% von Medium	51,1%	26,3%	11,3%	9,7%	1,6%	100,0%
Gesamt	Anzahl	170	125	29	25	8	357
	% von Medium	47,6%	35,0%	8,1%	7,0%	2,2%	100,0%

N=357; Chi² = 24,956, df = 8, (signifikant p≤,002) Cramers V = ,187

Tabelle 7 zeigt, dass in allen drei untersuchten Zeitungen insgesamt über 357 passive AkteurInnen angesprochen wurden bzw. diese in der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl direkt angesprochen wurden. Bei den passiven AkteurInnen zeigen sich mehr

Unterschiede als bei den aktiven AkteurInnen. Die *Kronen Zeitung* liegt auch hier bei den Nennungen der passiven supranationalen AkteurInnen voran. Insgesamt 50% aller in der *Kronen Zeitung* angesprochenen passiven AkteurInnen gelten als supranationale AkteurInnen. Der *Standard* weist hier wiederum am wenigsten auf – hier sind es nur 26,3% der passiven AkteurInnen. Allerdings liegt der *Standard* bei den Nennungen der passiven AkteurInnen der EU-Mitgliedsländer wieder deutlich voran. Auch internationale AkteurInnen werden bei den passiven AkteurInnen häufiger angesprochen – auch hier werden die meisten im *Standard* genannt. Die wenigsten passiven österreichischen AkteurInnen (36,8%) kommen in der *Kronen Zeitung* vor. In *Österreich* werden von den passiven AkteurInnen zu 49,5% österreichische AkteurInnen angesprochen und zu 40% supranationale AkteurInnen. Nur 2,2% der genannten passiven AkteurInnen konnten nicht zugeordnet werden.[26]

Tabelle 8: AkteurInnen Gesamt in Bezug auf Medien

		AkteurInnen GESAMT					
		Österreichische AkteurInnen	Supranationale AkteurInnen	EU-Mitgliedsländer-AkteurInnen	Internationale AkteurInnen	nicht zu-ordenbar	Gesamt
Kronen Zeitung	Anzahl	75	67	6	6	2	156
	% von Medium	48,1%	42,9%	3,8%	3,8%	1,3%	100,0%
							20,2%
Österreich	Anzahl	122	81	18	1	3	225
	% von Medium	54,2%	36,0%	8,0%	,4%	1,3%	100,0%
							29,2%
Der Standard	Anzahl	210	112	45	20	3	390
	% von Medium	53,8%	38,7%	11,5%	5,1%	,8%	100,0%
							50,6%
Gesamt	Anzahl	407	260	69	27	8	771
	% von Medium	52,8%	33,7%	8,9%	3,5%	1,0%	100,0%

N=771, Chi²=25,28, df = 8, (signifikant p<0,01)[27]

Die gesamten genannten AkteurInnen – also passive und aktive AkteurInnen - sind in Tabelle 8 abzulesen. Insgesamt wurden 52,8% österreichische AkteurInnen genannt, 33,7% supranationale AkteurInnen, 8,9% AkteurInnen der EU-Mitgliedsländer, 3,5% internationale AkteurInnen und 1% der genannten AkteurInnen war nicht zuordenbar. Die meisten

[26] Wenn weder aus dem Zitat, noch aus dem Artikelkontext herauslesbar war, um welcheN AkteurIn es sich genau handelt bzw. für den/die jeweiligeN genannteN AkteurIn kein Code vorhanden war, wurde „nicht zuordenbar" codiert. Dies kam zum Beispiel vor, wenn von „Bürgern" gesprochen wurde, es aber nicht feststellbar war, ob es sich um BürgerInnen aus Österreich oder um die BürgerInnen der gesamten EU handelte.

[27] Bei Mehrfachantworten-Sets ist im SPSS keine Signifikanzrechnung möglich, deshalb wurde sie bei dieser Tabelle, wie auch in allen anderen, die Mehrfachantworten beinhalten, mit der Hand ausgerechnet.

AkteurInnen wurden im *Standard* genannt (50,6%), die wenigsten in der *Kronen Zeitung* (20,2%).

In allen drei untersuchten Zeitungen sind die österreichischen AkteurInnen vorherrschend. Prozentuell hat jedoch die *Kronen Zeitung* den meisten Anteil (42,9%) an supranationalen AkteurInnen.

Tabelle 9: AkteurInnen Gesamt - erweitert mit österreichischen und EU-Mitgliedsländer EU-AkteurInnen - in Bezug auf Medien

		Medium			
		Kronen Zeitung	Österreich	Der Standard	Gesamt
Österreichische AkteurInnen	Anzahl	75	122	210	407
	% von Medium	48,1%	54,2%	53,8%	
	% vom Gesamtwert				52,8%
Österreichische EU-AkteurInnen	Anzahl	41	60	63	164
	% von Medium	26,3%	26,7%	16,2%	
	% vom Gesamtwert				21,3%
Supranationale AkteurInnen	Anzahl	17	12	25	54
	% von Medium	10,9%	5,3%	6,4%	
	% vom Gesamtwert				7,0%
Mitgliedsländer EU-AkteurInnen	Anzahl	9	9	24	42
	% von Medium	5,8%	4,0%	6,2%	
	% vom Gesamtwert				5,4%
Mitgliedsländer AkteurInnen	Anzahl	6	18	45	69
	% von Medium	3,8%	8,0%	11,5%	
	% vom Gesamtwert				8,9%
Internationale AkteurInnen	Anzahl	6	1	20	27
	% von Medium	3,8%	,4%	5,1%	
	% vom Gesamtwert				3,5%
nicht zuordenbar	Anzahl	2	3	3	8
	% von Medium	1,3%	1,3%	,8%	
	% vom Gesamtwert				1,0%
Gesamt	Anzahl	156	225	390	771
	% vom Gesamtwert	20,2%	29,2%	50,6%	100,0%

N=771, Chi²=33,72, df = 12, (signifikant p<0,01)

Tabelle 9 schlüsselt die supranationalen AkteurInnen in österreichische EU-AkteurInnen, EU-AkteurInnen aus den Mitgliedsländern und rein supranationale AkteurInnen auf. Auch an dieser Tabelle ist zu sehen, dass die *Kronen Zeitung* prozentuell die meisten supranationalen AkteurInnen (10,9%) behandelt, in ihrer Berichterstattung allerdings auch sehr häufig (26,3%) die österreichischen EU-AkteurInnen vorkommen. In der Tageszeitung *Österreich* werden prozentuell die meisten (26,7%) österreichischen EU-AkteurInnen behandelt. Im *Standard* werden häufiger als in den Boulevardmedien EU-AkteurInnen aus den Mitgliedsländern, nationale AkteurInnen der Mitgliedsländer und internationale AkteurInnen thematisiert.

Obwohl also von allen AkteurInnen jeweils überwiegend österreichische AkteurInnen in allen drei Tageszeitungen behandelt wurden, kann die *Kronen Zeitung* doch als einzige Tageszeitung weniger als die Hälfte (48,1%) österreichische AkteurInnen in ihrer Berichterstattung aufweisen. Wie in den Tabellen 8 und 9 oben zu sehen ist, machen

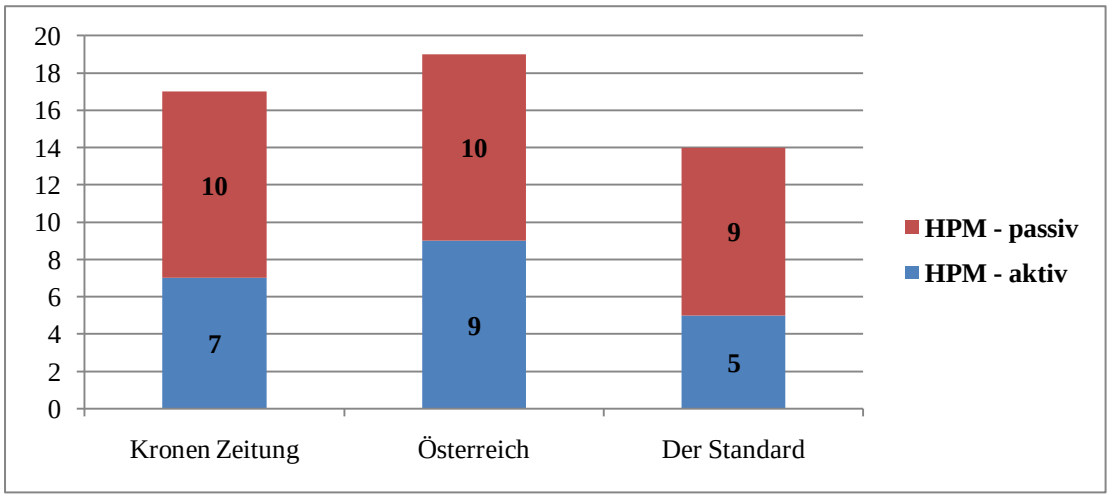
allerdings einen Großteil, der jeweils nicht-österreichischen AkteurInnen die österreichischen EU-AkteurInnen, und hier überwiegend österreichische KandidatInnenenfür die EU-Parlamentswahl 2009, aus.

Bei den gesamten AkteurInnen sind signifikante Unterschiede zwischen den drei Medien festzustellen. Die Hypothese 2a (s. Kapitel 5.2.), die davon ausgeht, dass alle drei Zeitungen hauptsächlich österreichische AkteurInnen behandeln muss falsifiziert werden, da in der *Kronen Zeitung* mehrheitlich andere AkteurInnen als österreichische behandelt werden.

5.4.3.1. Hans-Peter Martin

Hans-Peter Martin hatte während der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 innerhalb des gewählten Untersuchungszeitraumes täglich eine Seite in der *Kronen Zeitung* zur Verfügung, in der Auszüge aus seinem neuesten Buch „Die Europafalle“ publiziert wurden (vgl. z.B. Martin, 4. Juni 2009). Diese Buchauszüge beschäftigten sich sehr oft nicht mit der EU-Parlamentswahl 2009 direkt, sondern mit allgemeinen EU-Themen, wodurch viele dieser Artikel nicht in eine weitere Codierung mit einflossen. Insgesamt erschienen im untersuchten Zeitraum 12 solche Buchauszüge von Hans-Peter Martin in der *Kronen Zeitung*. Folgende Abbildung 11 zeigt nun an, wie oft Hans-Peter Martin oder seine Partei in den jeweiligen Medien als Akteure (sowohl aktiv, als auch passiv) vorgekommen sind.

Abbildung 11: Hans-Peter Martin oder seine Partei als Akteure nach Medien



Hans-Peter Martin und seine Partei wurden in der *Kronen Zeitung* 17 Mal, in *Österreich* 19 Mal und im *Standard* 14 Mal als aktiver oder passiver Akteur thematisiert. Die *Kronen Zeitung* hat hier also nicht die meisten Nennungen. Somit lässt sich die Hypothese 2e (s. Kapitel 5.2.) falsifizieren.

5.4.4. Bewertungen innerhalb der Berichterstattung

In diesem Abschnitt befinden sich die verschiedenen untersuchten Bewertungen, einerseits die der aktiven AkteurInnen gegenüber passiven AkteurInnen, EU und EU-Parlamentswahl 2009 und andererseits die Bewertungen der Gesamttendenzen der untersuchten Artikel.

5.4.4.1. Bewertung EU und EU-Parlamentswahl 2009

Die Bewertung der EU und der EU-Parlamentswahl 2009 wurde einerseits aufgrund der Gesamttendenz[28] des Artikels gemessen und andererseits wurde eine Bewertung auch durch die aktiven AkteurInnen gemessen.

Grundsätzlich gab es sehr wenige Gesamttendenzen-Bewertungen, wie Tabelle 10 erläutert, die die Mittelwerte der Bewertungen der Gesamttendenzen zur EU und zur EU-Parlamentswahl 2009 zeigt.

Tabelle 10: Bewertungen Gesamttendenzen eines Artikels nach Medien - Mittelwert

Medium		Bewertung EU Gesamttendenz	Bewertung EU-Wahl Gesamttendenz
Kronen Zeitung	Mittelwert	**3,46**	**3,00**
	N	13	7
	Standardabweichung	1,198	1,155
Österreich	Mittelwert	**2,50**	**2,40**
	N	6	5
	Standardabweichung	1,378	1,140
Der Standard	Mittelwert	**2,75**	**2,50**
	N	8	4
	Standardabweichung	1,035	1,291
Insgesamt	Mittelwert	**3,04**	**2,69**
	N	27	16
	Standardabweichung	1,224	1,138

N-EU=27, Anova: df=2, F = 1,659 (nicht signifikant p=,211), Eta² = ,121; N-EU-Wahl=16, Anova: df=2, F = ,422 (nicht signifikant p=,652), Eta² = ,064; Die Bewertungen erfolgten in fünf Stufen: 1 = „sehr positiv“, 2 = „positiv“, 3 = „neutral/ambivalent“, 4 = „negativ“, 5 = „sehr negativ“ – Die Mittelwerte ergeben sich nach dieser Zahlenzuteilung.

Durchschnittlich bewertet die *Kronen Zeitung* sowohl EU als auch EU-Parlamentswahl 2009 am schlechtesten und auch am häufigsten, wenn man die Gesamttendenzen der Artikel betrachtet. Insgesamt wurde die EU-Parlamentswahl 2009 in der *Kronen Zeitung* zu 42,9% „negativ“ bewertet. Im *Standard* und in der Tageszeitung *Österreich* waren dies nur 25%, bzw. 20%. „Sehr negative“ Nennungen gab es in allen drei Zeitungen nicht. Die EU wurde in der *Kronen Zeitung* zu 46,2% „negativ“, oder „sehr negativ“ bewertet. In der Tageszeitung

[28] Eine Gesamttendenz eines Artikels wurde dann codiert, wenn in der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 eine klare Bewertungstendenz innerhalb eines Artikels erkennbar war. Dies konnte zum Beispiel bei einem sehr negativen oder sehr positiven Kommentar der Fall sein, wo sich eine klare Bewertung von Anfang bis Ende durchzieht. Selten konnte dies auch bei einem ganz normalen Bericht der Fall sein, falls die Journalismusregeln nicht eingehalten wurden und sich eine klare Tendenz einer Bewertung zeigte. Wenn keine klare Bewertung erkennbar war, wurde 99 = „keine Bewertung erkennbar“ codiert.

Österreich zu 16,7% „sehr negativ“ Im *Standard* bekam die EU 25% „negative“ Bewertungen, allerdings keine „sehr negativen“. Die Boulevardzeitung *Österreich* schneidet mit einem Mittelwert von 2,50 bei diesen Bewertungen am besten ab. Obwohl es bei der Untersuchung um die Berichterstattung zu den EU-Parlamentswahlen 2009 geht, kann man sehen, dass die Artikel weitaus häufiger die EU bewerten, als die EU-Parlamentswahl.

Bei den Gesamttendenzen sind also nur sehr wenige Bewertungen sichtbar geworden, bei den Bewertungen der EU und der EU-Parlamentswahl 2009 durch die aktiven AkteurInnen zeigen sich ebenfalls eher wenige Bewertungen, diese verteilen sich, wie Tabelle 11 zeigt, auf die Medien, wie folgt:

Tabelle 11: Bewertungen EU und EU-Parlamentswahl 2009 durch aktive AkteurInnen - Mittelwert

Medium		Bewertung EU	Bewertung EU-Wahl
Kronen Zeitung	Mittelwert	**3,40**	**2,80**
	N	15	10
	Standardabweichung	1,352	1,135
Österreich	Mittelwert	**3,42**	**2,71**
	N	12	7
	Standardabweichung	1,564	1,496
Der Standard	Mittelwert	**2,89**	**2,67**
	N	27	9
	Standardabweichung	1,050	,866
Insgesamt	Mittelwert	**3,15**	**2,73**
	N	54	26
	Standardabweichung	1,265	1,116

N-EU=54, Anova: df=2, F = 1,141 (nicht signifikant p=,328), Eta² = ,043; N-EU-Wahl=26, Anova: df=2, F = ,032 (nicht signifikant p=,968), Eta² = ,003. Die Bewertungen erfolgten in fünf Stufen: 1 = „sehr positiv“, 2 = „positiv“, 3 = „neutral/ambivalent“, 4 = „negativ“, 5 = „sehr negativ“ – Die Mittelwerte ergeben sich nach dieser Zahlenzuteilung.

Die meisten wertenden Aussagen zur EU befinden sich im *Standard*, die meisten zur EU-Parlamentswahl 2009 in der *Kronen Zeitung*. Die besten Bewertungen, sowohl zur EU als auch zur EU-Parlamentswahl 2009, weist der *Standard* auf. Am schlechtesten wird die EU in *Österreich* bewertet, die EU-Parlamentswahl 2009 in der *Kronen Zeitung*. Insgesamt wurde die EU mit 54 Bewertungen wiederum weitaus häufiger bewertet als die EU-Parlamentswahl 2009, die nur 26 Bewertungen in allen drei Medien bekam. Aktive AkteurInnen in der Tageszeitung *Österreich* bewerten die EU knapp schlechter als in der *Kronen Zeitung*.
Beim *Standard* und der *Kronen Zeitung* gibt es wiederum keine „sehr negativen“ Bewertungen zur EU-Parlamentswahl 2009, nur in der Tageszeitung *Österreich* hat einmal einE aktiveR AkteurIn die EU-Parlamentswahl 2009 „sehr negativ“ bewertet. Die AkteurInnen in *Österreich* und der *Kronen Zeitung* bewerten die EU relativ oft – zu 33,3% und 26,7% - „sehr negativ“ oder „negativ“. Im *Standard* bewerten die aktiven AkteurInnen

die EU zu 66,6% „sehr positiv“ bis „ambivalent“. Auch die EU-Parlamentswahl 2009 wird von den aktiven AkteurInnen mit 88,9% „sehr positiven“ bis „ambivalenten“ Nennungen im *Standard* am positivsten bewertet.

Die statistischen Ergebnisse zu den Bewertungen von EU und EU-Parlamentswahl sind beide nicht signifikant, dies liegt auch an den wenigen vorliegenden Bewertungen. Die Hypothesen 3c und 3d (s. Kapitel 5) müssen beide falsifiziert werden, die Hypothese 3b kann verifiziert werden. So wird in der *Kronen Zeitung* die EU hauptsächlich negativ bewertet, jedoch nicht hauptsächlich positiv, wenn auch positiver als in der *Krone*, im *Standard*. Rein von den Zahlen her gesehen wird in der *Kronen Zeitung* die EU-Parlamentswahl 2009 sicher negativer bewertet, als im *Standard* und in *Österreich*, allerdings gibt es hierfür wie schon erwähnt keine signifikanten Ergebnisse.

5.4.4.2. Bewertung passive AkteurInnen

Insgesamt wurden in der *Kronen Zeitung* 59 passive AkteurInnen bewertet, in der Tageszeitung *Österreich* 61 passive AkteurInnen und im *Standard* 143 passive AkteurInnen. 263 der insgesamt genannten 357 passiven AkteurInnen erhielten von den aktiven AkteurInnen eine Bewertung zugeschrieben.

Österreichische AkteurInnen werden in allen drei untersuchten Tageszeitungen äußerst negativ bewertet. In der *Kronen Zeitung* werden die österreichischen AkteurInnen noch am positivsten bewertet, allerdings sind auch hier 68% aller Bewertungen „negativ“ bzw. „sehr negativ“. AkteurInnen aus den EU-Mitgliedsländern werden in der *Kronen Zeitung* gar nicht bewertet, in *Österreich* nur „negativ“, oder „sehr negativ“. Internationale AkteurInnen werden im *Standard* nur „ambivalent“, „negativ“ oder „sehr negativ“ bewertet. In der *Kronen Zeitung* sogar zu 33,3% positiv.

Es soll nun im Anschluss näher auf die Mittelwertsbewertungen der supranationalen AkteurInnen eingegangen werden, einerseits die der gesamten supranationalen AkteurInnen, andererseits die von österreichischen EU-AkteurInnen und rein supranationalen AkteurInnen.

Tabelle 12: Bewertung supranationaler AkteurInnen nach Medien - Mittelwert

Medium	Mittelwert	N	Standardabweichung
Kronen Zeitung	**3,67**	27	1,641
Österreich	**3,59**	29	1,476
Der Standard	**3,08**	36	1,204
Insgesamt	**3,41**	92	1,438

N = 92, Anova: df=2, F = 1,596 (nicht signifikant p=,208), Eta² = ,035. Die Bewertungen erfolgten in fünf Stufen: 1 = „sehr positiv“, 2 = „positiv“, 3 = „neutral/ambivalent“, 4 = „negativ“, 5 = „sehr negativ“ – Die Mittelwerte ergeben sich nach dieser Zahlenzuteilung.

Insgesamt wurden 92 von 125 passiven supranationalen AkteurInnen auch durch die aktiven AkteurInnen bewertet. An dieser Stelle sei noch einmal erwähnt, dass sich die supranationalen AkteurInnen aus EU-AkteurInnen aus Österreich, aus den EU-AkteurInnen der EU-Mitgliedsländer und aus rein supranationalen EU-AkteurInnen zusammen setzen. Die supranationalen AkteurInnen werden am schlechtesten in der *Kronen Zeitung* bewertet. Im *Standard* werden die supranationalen AkteurInnen mit einem Mittelwert von 3,08 am positivsten bewertet. In der *Kronen Zeitung* werden supranationale AkteurInnen sogar zu 22,2% „sehr positiv" bewertet. Wie viel bei diesen Werten die Bewertung von Hans-Peter Martin, oder seiner Partei, der ja EU-Wahlkandidat bzw. EU-Abgeordneter ist und somit als supranationaler Akteur gilt, mit einfließt, zeigt Kapitel 5.4.4.3. AkteurInnen aus den EU-Mitgliedsländern wurden in der *Kronen Zeitung* von niemandem bewertet.

Tabelle 13: Bewertung österreichische EU-AkteurInnen nach Medien - Mittelwert

Medium	Mittelwert	N	Standardabweichung
Kronen Zeitung	**3,56**	16	1,750
Österreich	**3,42**	19	1,610
Der Standard	**3,62**	13	1,261
Insgesamt	**3,52**	48	1,544

N = 48, Anova: df=2, F = ,067 (nicht signifikant p=,935), Eta² = ,003. Die Bewertungen erfolgten in fünf Stufen: 1 = „sehr positiv", 2 = „positiv", 3 = „neutral/ambivalent", 4 = „negativ", 5 = „sehr negativ" – Die Mittelwerte ergeben sich nach dieser Zahlenzuteilung.

Insgesamt wurden 48 von 59 passiven österreichischen EU-AkteurInnen bewertet. Hier zeigen sich in der Bewertung in den unterschiedlichen Tageszeitungen kaum Unterschiede. Durchgängig werden die österreichischen EU-AkteurInnen schlechter als „neutral/ambivalent" bewertet. In der *Kronen Zeitung* gab es 25% „sehr positive" Bewertungen, im *Standard* nur 7,7%. Am häufigsten als „sehr negativ" bewertet, werden die österreichischen EU-AkteurInnen in *Kronen Zeitung* und *Österreich* mit 50% und 42,1%. Im *Standard* werden mit 46,2% die meisten „negativen" Bewertungen vergeben.

Tabelle 14: Bewertung rein supranationaler AkteurInnen nach Medien - Mittelwert

Medium	Mittelwert	N	Standardabweichung
Kronen Zeitung	**3,70**	10	1,567
Österreich	**3,89**	9	1,269
Der Standard	**2,74**	19	1,147
Insgesamt	**3,26**	38	1,369

N = 38, Anova: df=2, F = 3,190 (signifikant p≤0,05), Eta² = ,154. Die Bewertungen erfolgten in fünf Stufen: 1 = „sehr positiv", 2 = „positiv", 3 = „neutral/ambivalent", 4 = „negativ", 5 = „sehr negativ" – Die Mittelwerte ergeben sich nach dieser Zahlenzuteilung.

Insgesamt wurden 38 von 50 passiven, rein supranationalen AkteurInnen bewertet. Wenn man nur die Bewertung der supranationalen AkteurInnen zum Vergleich nimmt, also ohne

österreichische EU-AkteurInnen und ohne EU-AkteurInnen aus den Mitgliedsländern, fallen die Unterschiede bei der Bewertung viel deutlicher aus. Im *Standard* wird hier signifikant positiver bewertet, als die beiden Boulevardmedien.[29] Insgesamt gibt es im *Standard* 73,7% „sehr positive" bis „ambivalente" Bewertungen, bei *Kronen Zeitung* und *Österreich* sind dies nur 30% bzw. 22,2%. Im *Standard* gab es außerdem nur eine einzige „sehr negative" Bewertung eines/r supranationalen Akteur(s)In.

Die Hypothese 3d (s. Kapitel 5.2.) muss falsifiziert werden. Der Standard berichtet allerdings weitgehend positiver als Österreich und Kronen Zeitung über die rein supranationalen AkteurInnen, hier kam ein signifikantes Ergebnis zustande. Bezieht man allerdings die gesamten supranationalen AkteurInnen mit ein, ergibt sich zwischen den drei Medien kein signifikanter Unterschied im Mittelwert.

5.4.4.3. Bewertung Hans-Peter Martin

Von den 29 Nennungen als passiver Akteur wurden Hans-Peter Martin oder seine Partei 23 Mal bewertet. Tabelle 15 zeigt die Mittelwerte der Bewertungen in den jeweiligen Medien an:

Tabelle 15: Bewertung Hans-Peter Martin oder seine Partei nach Medien - Mittelwert

Medium	Mittelwert	N	Standardabweichung
Kronen Zeitung	**2,88**	8	1,808
Österreich	**4,00**	8	1,069
Der Standard	**3,86**	7	,378
Insgesamt	**3,57**	23	1,308

N = 23, Anova: df=2, F = 1,866 (nicht signifikant p=,181), Eta² = ,157. Die Bewertungen erfolgten in fünf Stufen: 1 = „sehr positiv", 2 = „positiv", 3 = „neutral/ambivalent", 4 = „negativ", 5 = „sehr negativ" – Die Mittelwerte ergeben sich nach dieser Zahlenzuteilung.

Die Bewertungsanzahl ist in den drei Medien nahezu identisch. Hans-Peter Martin und seine Partei werden in der *Kronen Zeitung* deutlich am besten bewertet und in der Tageszeitung *Österreich* am schlechtesten. Die Bewertungen von Hans-Peter Martin und seiner Partei sind bei der *Kronen Zeitung* am positivsten. 50% aller Bewertungen sind hier „sehr positiv" oder „positiv". In absoluten Zahlen haben Hans-Peter Martin und seine Partei in der *Kronen Zeitung* drei „sehr positive" und eine „positive" Bewertung. Im *Standard* werden Hans-Peter Martin und seine Partei nur einmal als „neutral/ambivalent" bewertet und bekommen ansonsten nur „negative" Bewertungen. In der Tageszeitung *Österreich* gibt es insgesamt 75% „negative" und „sehr negative" Bewertungen.

[29] Unter die rein supranationalen AkteurInnen fallen vor allem die Europäische Union im Allgemeinen, wenn sie als Akteurin angesprochen wurde bzw. auch einzelne Institutionen der EU.

Hier gab es ebenfalls sehr wenige Bewertungen, wodurch abermals kein signifikanter Unterschied zu erkennen ist. Grundsätzlich ist an den Mittelwerten aber zu sehen, dass die *Kronen Zeitung* Hans-Peter Martin und seine Partei positiver bewertet, als die beiden anderen Zeitungen. Aufgrund der fehlenden Signifikanz muss die Hypothese 3a (s. Kapitel 5.2:) falsifiziert werden.

6. Conclusio

Zusammenfassend wird zum Abschluss zuerst auf die Beantwortung der Forschungsfragen und die wichtigsten Ergebnisse der Untersuchung näher eingegangen, die sich aus der Analyse der Tageszeitungen ergeben haben. Abschließend finden sich im Folgenden zusammenfassende Bemerkungen zur gesamten Arbeit bzw. ein Ausblick auf weiterführende Fragestellungen.

6.1. Beantwortung der Forschungsfragen

Die Beantwortung der Forschungsfragen findet im Anschluss auch mit einer nochmaligen Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse der Analyse statt. Zum einen wird auf allgemeine Unterschiede zwischen den untersuchten Tageszeitungen eingegangen und dann ein Blick auf Europäisiertheit bzw. die EU und ihre AkteurInnen in der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 geworfen. Abschließend finden sich die Ergebnisse zur Person von Hans-Peter Martin.

6.1.1. Allgemeine Unterschiede zwischen den Medien

Zunächst ergibt die Untersuchung ganz klar, dass die Qualitätszeitung in puncto Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 die meisten Artikel aufweist. 107 der 230 untersuchten Artikel, die sich mit der EU-Parlamentswahl 2009 beschäftigten, befanden sich im *Standard*. Hier muss man zusätzlich beachten, dass der *Standard* nur eine gemeinsame Wochenendausgabe für Samstag und Sonntag besitzt, welche am Samstag erscheint, *Kronen Zeitung* und *Österreich* beide aber auch extra am Sonntag erscheinen. Ähnlich sieht es beim Umfang der Artikel aus, auch hier weist der *Standard* die jeweils umfangreichsten Artikel zur EU-Parlamentswahl 2009 auf. Diese Ergebnisse für den Standard *decken* sich mit denen von Birner (vgl. 2005), der die Berichterstattung zu den EU-Parlamentswahlen 1999 und 2004 in *Kronen Zeitung*, *Standard* und *Kurier* untersucht hat. Die meisten Artikel, die zur EU-Parlamentswahl 2009 in *Österreich* erschienen sind, waren reine Kurzmeldungen, fast die Hälfte der Artikel in der *Kronen Zeitung* zum Thema waren entweder Leserbriefe oder Meinungsbeiträge bzw. Kommentare von internen Journalisten.

Bei der Tageszeitung *Österreich* weiß man in 51 von 72 Artikeln zur EU-Parlamentswahl 2009 nicht, wer diese verfasst hat. Zusätzlich haben beide Boulevardzeitungen nicht ein Mal Berichte von Nachrichtenagenturen verwendet, zumindest wird es nie so angegeben.

Qualitäts- und Boulevardmedien unterschieden sich bei der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 vor allem auch durch die journalistische Darstellungsform. Während die *Kronen Zeitung* keinen einzigen als Hintergrundberichterstattung qualifizierbaren Artikel enthielt, machte dieser Anteil beim *Standard* gleich 37,4% aus.

Erstaunlich ist, wie häufig in der Tageszeitung *Österreich* Ressort- und AutorInnenangaben fehlen, auch die Nachrichtengeographie ist in mehr als der Hälfte der Artikel nicht angegeben.

Die allgemeinen Unterschiede zwischen Qualitäts- und Boulevardmedien treffen auf die in der Literatur vorherrschenden Merkmale von Qualitäts- und Boulevardmedien zu. (s. Kapitel 4.2.) So berichtet die Qualitätszeitung ausführlicher und bringt mehr Hintergrundberichterstattung, während meinungsorientierte Formen in den Boulevardzeitungen, vor allem in der *Kronen Zeitung*, eine größere Rolle spielen und die Texte oft kürzer sind, als in der Qualitätszeitung (vgl. Neissl 2001, S. 101).

6.1.2. Europäisiertheit in der Berichterstattung

In der Literatur wird die Auslagerung der EU-Berichterstattung von der Außenpolitik weg und in die jeweiligen thematisch passenden Ressorts empfohlen bzw. vorgeschlagen eigene EU-Ressorts zu schaffen, um die EU sichtbarer zu machen (vgl. Brettschneider/Rettich 2005, S. 154) Bei der Ressortaufteilung zeigt sich innerhalb der vorliegenden Untersuchung, dass die EU es langsam aber sicher in die Innenpolitik schafft, es allerdings keine eigenen EU-Ressorts gibt. *Der Standard* und *Österreich* erwähnen die EU-Parlamentswahl 2009 des Öfteren in Spezialressorts wie „Thema“ oder „Thema des Tages“.

KorrespondentInnen in Brüssel, die in der Literatur (vgl. Gerhards 1993, S. 102; Polan 2006) oftmals als wichtige WegbereiterInnen für die Europäisierung nationaler Öffentlichkeit gelten, arbeiten bei den hier untersuchten Tageszeitungen nur für den *Standard*. Insgesamt gab es während des Untersuchungszeitraumes auch elf Artikel im *Standard*, die von KorrespondentInnen verfasst wurden.

Nachrichtengeographisch wird sehr selten aus Brüssel, Luxemburg, oder Straßburg berichtet. Dies liegt wohl auch an der geringen Anzahl von KorrespondentInnen. Nachdem nur gemessen wurde, welcher Ort der Berichterstattung im Artikel angegeben wurde und nicht von wo aus bzw. über welche/n Ort/e genau berichtet wurde, ist hier ein klarer Überhang aller drei Tageszeitungen zu einer Berichterstattung aus Österreich gegeben.

Bei der Perspektive zur Berichterstattung können beide Boulevardzeitungen einen nahezu identischen Wert an horizontal-europäischer Berichterstattung aufweisen, der *Standard* berichtet wiederum am häufigsten aus dieser Perspektive. Eine supranationale europäische

Öffentlichkeit, welche als ideal für die Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit angesehen wird (vgl. Koopmans/Erbe 2003, S. 9f), kommt in der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 kaum vor. Zwar herrscht in allen drei Zeitungen eine Berichterstattung aus österreichischer, also nationaler Perspektive vor, jedoch berichtet der *Standard* definitiv häufiger aus einer europäischen Perspektive als die beiden Boulevardmedien.
Inwieweit eine Europäisiertheit bei den in der Berichterstattung vorkommenden AkteurInnen vorhanden ist, zeigt der nächste Abschnitt.

6.1.3. Sichtbarkeit und Bewertung der EU und ihrer AkteurInnen

Bei den aktiven AkteurInnen machen die supranationalen AkteurInnen in allen drei untersuchten Tageszeitungen ca. ein Drittel aller genannten AkteurInnen aus, bei den passiven AkteurInnen sind es in der *Kronen Zeitung* sogar die Hälfte. In der *Kronen Zeitung* kommen durchwegs die meisten supranationalen AkteurInnen vor, was aufgrund anderer Untersuchungsergebnisse zur EU-Berichterstattung in Österreich (vgl. Birner 2005; Brantner 2008) erstaunlich ist. Nachdem in der Untersuchung die österreichischen EU-AkteurInnen, also u.a. österreichische WahlkandidatInnen und EU-Parlamentsabgeordnete, zu den supranationalen AkteurInnen gezählt wurden, trifft die Hypothese, dass in allen drei Zeitungen hauptsächlich über österreichische Akteure Bericht erstattet wird, nicht zu. Die *Kronen Zeitung* berichtet im Rahmen der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 häufiger über nicht-österreichische AkteurInnen als über österreichische AkteurInnen. Interessant ist hier auch, dass der Anteil der österreichischen EU-AkteurInnen in der Berichterstattung vom *Standard* am geringsten war. Allerdings berichtet die Qualitätszeitung weitaus häufiger über AkteurInnen aus anderen Ländern, als die beiden Boulevardmedien. Man könnte also sagen, dass in der *Kronen Zeitung* eine vertikale Europäisiertheit vorherrscht, während im *Standard* eher eine horizontale Europäisiertheit zu finden ist.
Bei den AkteurInnen in der Berichterstattung ist auch noch darauf hinzuweisen, dass das Instrument meiner Untersuchung nicht alle AkteurInnen der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 erfassen konnte, sondern nach gewissen Codierregeln vorgegangen ist. So wurden nur die drei AkteurInnen codiert, welche am häufigsten im jeweiligen Artikel vorkamen. (s. Anhang) Mit einem anderen Akteurscodiervorgang könnten die Ergebnisse eventuell auch anders aussehen.
Wenn man sich die Bewertungstendenzen der Medien ansieht, könnte man vermuten, dass in der *Kronen Zeitung* zwar häufiger über supranationale AkteurInnen berichtet wird, diese aber auch äußerst negativ bewertet werden, während die supranationalen AkteurInnen im *Standard*

weitaus positiver bewertet werden. Bei den rein supranationalen AkteurInnen (also ohne EU-AkteurInnen aus Österreich, oder aus den Mitgliedsländern) zeigt sich ein signifikanter Unterschied zwischen den drei Zeitungen. Während in *Österreich* sogar noch etwas schlechter als in der *Kronen Zeitung* berichtet wird, bekommen die supranationalen AkteurInnen im *Standard* eine großteils positive Bewertung. Ähnlich sieht es auch bei den Bewertungen der EU und der EU-Wahl aus. Zwar sind die Unterschiede in den Bewertungen hier nicht signifikant, allerdings gab es auch sehr wenige Bewertungen, die in die Untersuchung mit einflossen. Die *Kronen Zeitung* bewertet in Zahlen sowohl die EU als auch die EU-Parlamentswahl 2009 am schlechtesten, die Boulevardzeitung *Österreich* am besten, allerdings sind die Unterschiede wie bereits erwähnt, nicht signifikant. Erstaunlich ist, dass die EU-Parlamentswahl 2009 in allen drei Medien zum einen viel weniger oft bewertet wurde, zum anderen aber immer positiver bewertet wurde als die EU im Allgemeinen.

Auch bei der Bewertung der EU und der EU-Parlamentswahl 2009 durch die aktiven AkteurInnen konnten keine signifikanten Unterschiede gemessen werden. Die Bewertungen der EU-Parlamentswahl sind hier nahezu gleich positiv (Mittelwert immer über 3), im *Standard* wird die EU am besten bewertet.

Zu den schlechteren Bewertungen in der *Kronen Zeitung* sind auch die Ergebnisse der Studien hervorzuheben, in denen *Kronen Zeitung*sleserInnen eine höhere EU-Skepsis, als LeserInnen anderer Zeitungen bescheinigt wird (vgl. Plasser/Ulram 2009; Plasser/Seeber 2010). Diese kann man in Verbindung mit den verschiedenen Medieneffekten (s. Kapitel 3) setzen.

6.1.4. Hans-Peter Martin

Hans-Peter Martin und seine Partei waren innerhalb dieser Untersuchung häufiger in *Österreich* als in der *Kronen Zeitung* als Akteure aufzufinden. Man muss hier allerdings beachten, dass einige der Artikel in der *Kronen Zeitung*, die von Hans-Peter Martin selber verfasst wurden, nicht in die Analyse mit einflossen, da sie nur die EU allgemein zum Thema hatten. Außerdem kam es einige Male in der Kronen Zeitung vor, dass Hans-Peter Martin und seine Partei zwar lobend erwähnt wurden, allerdings erst irgendwann zum Schluss und weniger häufig als andere AkteurInnen, wodurch die Codierregel für AkteurInnen angewandt wurde und Hans-Peter Martin oder seine Partei bei der Codierung nicht berücksichtigt wurde. Ein Beispiel dafür findet sich am 27. Mai 2009 in der Kronen Zeitung: Herbert Pirker erzählt im schönsten Dialekt, dass ja alle „unsere Leut in der EU“ das ganze Jahr nichts tun und man sie nur jetzt im Wahlkampf hört, in einem kleinen Nebensatz vermerkt: „…der Martin rührt als Unikum am ehesten duat umadum.“ Natürlich trifft diese Codierregelung nicht immer nur

Hans-Peter Martin und seine Partei, sondern wurde bei allen Artikeln angewendet. Obwohl Hans-Peter Martin und seine Partei in der *Kronen Zeitung* weniger häufig Thema waren als in *Österreich*, sieht man bei den Bewertungsauswertungen Unterschiede zwischen den verschiedenen Medien, obwohl diese - wahrscheinlich auch aufgrund der niedrigen Anzahl - nicht signifikant sind. So wurden Hans-Peter Martin und seine Partei im *Standard* durchwegs negativ bzw. neutral bewertet und in *Österreich* ebenfalls zu 75% negativ. In beiden Zeitungen wurden Hans-Peter Martin oder seine Partei nicht ein einziges Mal als „sehr positiv" bewertet. In der *Kronen Zeitung* überwiegen die „sehr positiven" Nennungen prozentmäßig. Hier teilen sich die Bewertungen jeweils zur Hälfte in positive und negative auf. Wobei die negativen Bewertungen nicht von der *Kronen Zeitung* selbst stammen, sondern bei Kritik auch gleich reagiert wird. So passiert am 7. Juni 2009, als die Krone berichtete, dass der ZIB-Sprecher Tarek Leitner Hans-Peter Martin und auch die *Kronen Zeitung* (obwohl die Kritik an der *Krone* nicht angeführt wird) süffisant kritisiert habe. „Ein öder Scherz, aber so ist er, der ORF…" (Gnam, 7. Juni 2009)

6.2. Zusammenfassung, Kritik und Ausblick

Die Ergebnisse der Untersuchung scheinen vor allem in Hinblick auf die AkteurInnen erstaunlich. Ist die *Kronen Zeitung* aufgrund der vertikalen Europäisiertheit jetzt wirklich europäisierter, als die anderen beiden Medien? Rein aufgrund der supranationalen AkteurInnen in der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 könnte man diese Frage mit „ja" beantworten. Man muss hier jedoch auch die Faktoren der Berichterstattungshäufigkeit und des Umfangs berücksichtigen. Hier liegt die Qualitätszeitung beide Male um einiges höher. Auch bei den KorrespondentInnenberichten hat der *Standard* als einziges Medium welche aufzuweisen. Vor allem auch die Perspektive aus der berichtet wird scheint wichtig und hier wirkt der *Standard* mit einer Berichterstattung aus europäischer Perspektive ebenfalls weitaus europäisierter als die beiden Boulevardmedien. Besonders die Bewertungen der verschiedenen AkteurInnen sollten aufmerksam machen. Zwar kommen in der *Kronen Zeitung* häufiger supranationale AkteurInnen vor, diese werden aber auch weitaus negativer bewertet. Wodurch man zwar davon ausgehen kann, dass europäische Öffentlichkeit zum Teil hergestellt wird, diese aber äußerst negativ konnotiert ist.

Auch die Rolle von Hans-Peter Martin und seiner Partei, die sich in meiner Analyse etwas anders darstellte als angenommen, scheint nicht ganz so klar wie auf den ersten Blick auf die Untersuchungsergebnisse der vorliegenden Analyse. Viele der Artikel, die er sogar selber

verfasst hat, hatten nichts mit der EU-Parlamentswahl 2009 direkt zu tun und flossen deshalb nicht in die Analyse mit ein. Dennoch muss man berücksichtigen, dass er jeden Tag in der heißen Wahlkampfphase eine Seite lang Platz in der reichweitenstärksten Tageszeitung Österreichs hatte. Plasser und Seeber stellten bei den LeserInnen der Kronen Zeitung auffallende Unterschiede im Wahlverhalten zu LeserInnen anderer Tageszeitungen fest, die bei der EU-Parlamentswahl 2009 empirisch nachweisbar waren. Diese Unterschiede zeigten sich vor allem bei den Wahlpräferenzen zu Hans-Peter Martin, FPÖ und BZÖ, den EU-kritischeren Parteien. Außerdem bescheinigen sie Hans-Peter Martin eine massive Unterstützung durch die Kronen Zeitung (vgl. Plasser/Seeber 2010, S. 291f) Auch hier scheinen die in Kapitel 3 thematisierten Medieneffekte Auswirkungen zu haben.

Grundsätzlich ist es äußerst positiv, dass sowohl in Qualitäts-, als auch in Boulevardmedien gewisse Europäisierungstendenzen vorhanden sind, wenn auch natürlich ein Mehr immer wünschenswert wäre. Gerade bei der Perspektive aus der berichtet wird, gibt es noch viel Aufholbedarf. Schließlich geht es um eine EU-Parlamentswahl und nicht um eine Nationalratswahl. Dies ist aber eines der Probleme, die auch in der Literatur (s. Kapitel 2.3.) immer wieder angesprochen werden. Trotzdem es eine EU-Wahl ist, treten immer noch nationale Parteien mit eigentlich nationalen KandidatInnen zur Wahl an. Die EU gerät so leicht ins Hintertreffen.

Als weiterführenden Ausblick wäre es natürlich interessant, einen Vergleich mit den nächsten, oder den vorhergehenden, EU-Parlamentswahlen anzustellen, unter Verwendung desselben Erhebungsinstruments, um eine etwaige ansteigende Europäisierung messen zu können. Hier wäre es vielleicht auch angebracht, eine Vollerhebung der Berichterstattung zu allen EU-Parlamentswahlen in Österreich anzustreben. Auch ein Vergleich mit der Berichterstattung über eine nationale Wahl könnte hier Aufschluss darüber geben, inwieweit EU-Parlamentswahlen nun wirklich als „second-order elections“ angesehen werden können.

Und so bleibt zum Schluss nur noch eines zu sagen:

„Die Wissenschaft fängt eigentlich erst da an interessant zu werden, wo sie aufhört.“
(Justus von Liebig)

7. Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabelle 1: Unterschiede zwischen Qualitäts- und Boulevardjournalismus in Gestaltung und Textmerkmalen....55
Tabelle 2: Artikel nach Medien und Intensität....73
Tabelle 3: Ressortaufteilung nach Medien....76
Tabelle 4: AutorInnen nach Medien....77
Tabelle 5: Journalistische Darstellungsform nach Medien....78
Tabelle 6: Aktive AkteurInnen nach Medien....82
Tabelle 7: Passive AkteurInnen nach Medien....82
Tabelle 8: AkteurInnen Gesamt in Bezug auf Medien....83
Tabelle 9: AkteurInnen Gesamt - erweitert mit österreichischen und EU-Mitgliedsländer EU-AkteurInnen - in Bezug auf Medien....84
Tabelle 10: Bewertungen Gesamttendenzen eines Artikels nach Medien - Mittelwert....86
Tabelle 11: Bewertungen EU und EU-Parlamentswahl 2009 durch aktive AkteurInnen - Mittelwert....87
Tabelle 12: Bewertung supranationaler AkteurInnen nach Medien - Mittelwert....88
Tabelle 13: Bewertung österreichische EU-AkteurInnen nach Medien - Mittelwert....89
Tabelle 14: Bewertung rein supranationaler AkteurInnen nach Medien - Mittelwert....89
Tabelle 15: Bewertung Hans-Peter Martin oder seine Partei nach Medien - Mittelwert....90

Abbildung 1: Eurobarometer-Daten - Herbst 2008 für Österreich....22
Abbildung 2: Wahlbeteiligung in Österreich bei EU-Parlamentswahlen und Nationalratswahlen....36
Abbildung 3: Begründungen der NichtwählerInnen in Österreich – 1996-2009....37
Abbildung 4: Österreichische Ergebnisse des Spezial-Eurobarometers zur EU-Parlamentswahl 2009....39
Abbildung 5: Artikel nach Intensität und weiterer Codierung....72
Abbildung 6: Artikel zur EU-Parlamentswahl 2009 – Aufteilung nach Medium....74
Abbildung 7: Durchschnittliche Artikellänge in Wörtern nach Medium....75
Abbildung 8: Nachrichtengeographie nach Medium....79
Abbildung 9: Perspektive der Berichterstattung nach Medium....80
Abbildung 10: Perspektive zusammengefasst in Bezug auf Qualitäts- oder Boulevardmedien....81

Abbildung 11: Hans-Peter Martin oder seine Partei als Akteure nach Medien 85

8. Quellenverzeichnis

Abromeit, Heidrun/**Schmidt**, Thomas (1998): Grenzprobleme der Demokratie: konzeptionelle Überlegungen. In: Kohler-Koch, Beate (Hrsg.): Regieren in entgrenzten Räumen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 293-320

Atteslander, Peter (2006): Methoden der empirischen Sozialforschung. 11., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag.

Bergsdorf, Wolfgang (1980): Die vierte Gewalt. Einführung in die politische Massenkommunikation. Mainz: Hase & Koehler.

Birner, Andreas (2005): Europäische Integration und EU-politische Wahlberichterstattung. Die Entwicklung der EU-politischen Wahlberichterstattung in den drei österreichischen Tageszeitungen Krone, Standard und Kurier hinsichtlich der Selbstkonstitution politischer Öffentlichkeit im Rahmen der fortschreitenden europäischen Integration von 1999 bis 2004. Diplomarbeit: Universität Wien.

Bonfadelli, Heinz/ **Wirth**, Werner (2005): Medienwirkungsforschung. In: Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried/Siegert, Gabriele (Hrsg.): Einführung in die Publizisitikwissenschaft. 2., vollständig überarbeitete Auflage. Bern/Stuttgart/Wien: Haupt Verlag. S. 497-526

B**ösch**, Frank/**Frei**, Norbert (2006): Die Ambivalenz der Medialisierung. Eine Einführung. In: Bösch, Frank/Frei, Norbert (Hrsg.): Medialisierung und Demokratie im 20. Jahrhundert. Göttingen: Wallstein Verlag. S. 7-24

Brantner, Cornelia (2008): Medien und EU: Europäisierung der österreichischen Öffentlichkeit? Eine Inhaltsanalyse des öffentlichen medialen Diskurses zur Osterweiterung der EU und zum EU-Beitritt der Tschechischen Republik. Saarbrücken: Südwestdeutscher Verlag für Hochschulschriften.

Brantner, Cornelia (2010): Das österreichische EU-Theater. Europäisierung der österreichischen Öffentlichkeit – empirische Befunde und Schlussfolgerungen. In: Pöttker, Horst/Schwarzenegger, Christian (Hrsg.): Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung. Köln: Herbert von Halem Verlag. S. 92-130

Brettschneider, Frank/**Rettich**, Markus (2005): Europa (k)ein Thema für die Medien. In: Tenscher, Jens (Hrsg.): Wahl-Kampf um Europa. Analysen aus Anlass der Wahlen zum Europäischen Parlament 2004. Wiesbaden: VS. S. 136-156

Bruck, Peter A./**Stocker**, Günther (1996): Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens. Zur Rezeption von Boulevardzeitungen. Münster: Lit Verlag. Zitiert nach: Neissl, Julia (2001): Printjournalismus – Schnittstellen zwischen Information und Sensation. In: Neissl, Julia/Siegert, Gabriele/Renger, Rudi (Hrsg.): Cash und Content. Populärer Journalismus und mediale Selbstthematisierung als Phänomene eines ökonomisierten Mediensystems. Eine Standortbestimmung am Beispiel ausgewählter österreichischer Medien. München: Reinhard Fischer Verlag. S. 97-154

Brüggemann, Michael/**Sifft**, Stefanie/**Kleinen-von Königslow**, Katharina/**Peters**, Bernhard/**Wimmel** Andreas (2006): Segmentierte Europäisierung – Trends und Muster der Transnationalisierung von Öffentlichkeiten in Europa. In: Langenbucher, Wolfgang R./Latzer Michael (Hrsg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: VS. S. 214-231

Bühl, Achim (2010): PASW 18. Einführung in die moderne Datenanalyse. 12., aktualisierte Auflage. München: Pearson Studium.

Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten (2011): Österreichische Journalisten in Brüssel. http://www.bmeia.gv.at/oesterreichische-vertretung/oev-bruessel/presse/oesterreichische-journalisten-in-bruessel.html (letzter Aufruf: 28. April 2011, 16:29)

Bundesministerium für Inneres (o.J.): Wahlen. Europawahl. http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_wahlen/europawahl/ (letzter Aufruf: 11. April 2011, 16:38)

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umrisse einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag.

Demokratiezentrum Wien (o.J.): Wahlbeteiligung in der Zweiten Republik: Nationalratswahlen und Wahlen zum Europäischen Parlament. http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/data/wahlbeteiligung.pdf (letzter Aufruf: 7. Juni 2011, 15:22)

Der Standard (o.J.): Blattphilosophie. http://derstandarddigital.at/1113512/Blattphilosophie (letzter Aufruf: 30. Mai 2011, 16:22)

Duffek, Karl A. (2007): Politische Kommunikation im Kontext defizitärer politischer Öffentlichkeit. In: Filzmaier, Peter/Plaikner, Peter/Duffek A., Karl (Hrsg.): Mediendemokratie Österreich. Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag. S. 37-44

Eder, Klaus/**Hellmann**, Kai-Uwe/**Trenz**, Hans-Jörg (1998): Regieren in Europa jenseits öffentlicher Legitimation? Eine Untersuchung zur Rolle von politischer Öffentlichkeit in Europa. In: Kohler-Koch, Beate (Hrsg.): Regieren in entgrenzten Räumen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 321-344

Eder, Klaus/**Kantner**, Cathleen (2000): „Transnationale Resonanzstrukturen in Europa". In: Bach, Maurizio (Hrsg.): Die Europäisierung nationaler Gesellschaften. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 40. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 306-331

Eder, Klaus (2003): Öffentlichkeit und Demokratie. In: Jachtenfuchs, Markus/Kohler-Koch, Beate (Hrsg.): Europäische Integration. 2. Auflage. Opladen: Leske + Budrich. S. 85-120

Eisenegger, Mark (2005): Reputation in der Mediengesellschaft. Konstitution – Issues Monitoring – Issues Management. Wiesbaden: VS.

Etzioni, Amitai (1969): Elemente einer Makrosoziologie. In: Zapf, Wolfgang (Hrsg.): Theorien des sozialen Wandels. Köln/Berlin: Kiepenheuer & Witsch. S. 147-176

Europäische Kommission (o.J.): Public Opinion. http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm (letzter Aufruf: 7. Juni 2011, 15:14)

Europäische Kommission (2007a): Eurobarometer 67. Die öffentliche Meinung in der Europäischen Union. Frühjahr 2007. Bericht. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb67/eb67_de.pdf (letzter Aufruf: 20. Juni 2011, 16:34)

Europäische Kommission (2007b): Eurobarometer 68. Die öffentliche Meinung in der Europäischen Union. Herbst 2007. Nationaler Bericht: Österreich. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb68/eb68_at_nat.pdf (letzter Aufruf: 1. Mai 2011, 17:42)

Europäische Kommission (2008a): Eurobarometer 70. Die öffentliche Meinung in der Europäischen Union. Herbst 2008. Nationaler Bericht: Österreich. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb70/eb70_at_nat.pdf (letzer Aufruf: 1. Mai 2011, 15:20)

Europäische Kommission (2008b): Spezial Eurobarometer 303. Die Europawahlen 2009. Bericht. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_303_de.pdf (letzer Aufruf: 1. Mai 2011, 15:54)

Europäische Kommission (2009): Eurobarometer Spezial 320. Nachwahlumfrage. Bericht. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_320_de.pdf (letzer Aufruf: 1. Mai 2011, 17:01)

Europäisches Parlament (2009): Wahlbeteiligung an den Europawahlen 1979 - 2009. http://www.europarl.europa.eu/parliament/archive/staticDisplay.do?language=DE&id=211 (letzter Aufruf: 11. April 2011, 16:33)

EuroparlTV (o.J.): http://www.europarltv.europa.eu/de/home.aspx (letzter Aufruf: 4. Juli, 19:56)

Filzmaier, Peter (2006): Campaigning and Media in Austria: Lessons to be Learned from the „HPM Phenomenom" in the European Parliamentary Elections. In: Maier, Michaela/Tenscher, Jens (Hrsg.): Campaigning in Europe – Campaigning for Europe. Political Parties, Campaigns, Mass Media and the European Parliament Elections 2004. Berlin: LIT Verlag.

Filzmaier, Peter (2007): Rahmen und Grundregeln politischer Kommunikation. In: Filzmaier, Peter/Plaikner, Peter/Duffek, Karl A. (Hrsg.): Mediendemokratie Österreich. Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag. S. 13-36

Filzmaier, Peter (2007): Das österreichische Politik- und Mediensystem im internationalen Vergleich. In: Filzmaier, Peter/Plaikner, Peter/Duffek, Karl A. (Hrsg.): Mediendemokratie Österreich. Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag. S. 119-142

Follesdal, Andreas/**Hix**, Simon (2005): Why there is a Democratic Deficit in the EU: A Response to Majone and Moravcsik. In: European Governance Papers. No. C-05-02. http://www.connex-network.org/eurogov/pdf/egp-connex-C-05-02.pdf (letzter Aufruf: 3. Juni 2011, 11:29)

Früh, Werner (2007): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 6., überarbeitete Auflage. Konstanz: UVK.

Gerhards, Jürgen/**Neidhardt**, Friedhelm (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. In: FS III 90-101. Berlin: WZB. http://bibliothek.wz-berlin.de/pdf/1990/iii90-101.pdf (letzter Aufruf: 16. April 2011, 14:33)

Gerhards, Jürgen (1993): Westeuropäische Integration und die Schwierigkeiten der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. In: Zeitschrift für Soziologie, Jg 22, Heft 2. S. 96-110.http://www.polsoz.fu-berlin.de/soziologie/arbeitsbereiche/makrosoziologie/mitarbeiter/lehrstuhlinhaber/dateien/65_Gerhards_1993_Westeurop__ische_Integration.pdf (letzter Aufruf: 27. April 16:27)

Gerhards, Jürgen (2000): Europäisierung von Ökonomie und Politik und die Trägheit der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. In Bach, Maurizio (Hrsg.): Die Europäisierung nationaler Gesellschaften. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 40/2000. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 277-305. http://www.polsoz.fu-berlin.de/soziologie/arbeitsbereiche/makrosoziologie/mitarbeiter/lehrstuhlinhaber/dateien/europaeisierung_oekonomie_politik.pdf (letzer Aufruf: 27. April 2011, 15:40)

Gerhards, Jürgen (2002a): Öffentlichkeit. In: Neverla, Irene/Grittmann, Elke/Pater, Monika (Hrsg.): Grundlagentexte zur Journalistik. Konstanz: UVK. S. 128-136

Gerhards, Jürgen (2002b): Das Öffentlichkeitsdefizit der EU im Horizont normativer Öffentlichkeitstheorien. In: Kaelble, Hartmut/Kirsch, Martin/Schmidt-Gernig, Alexander (Hrsg): Transnationale Öffentlichkeiten und Identitäten im 20. Jahrhundert. Frankfurt: Campus. S. 135-158. http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/gerhards_eu.pdf (S. 1-20) (letzer Aufruf: 27. April 2011, 14:20)

Gnam, Peter: Öder Scherz im Finale… In: Kronen Zeitung, 7. Juni 2009, S. 2

Grimm, Dieter (2003): Die größte Erfindung unserer Zeit. Als weltweit anerkanntes Vorbild braucht Europa keine eigene Verfassung. In: FAZ, Nr. 137, 16. Juni 2003, S. 35

Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Mit einem Vorwort zur Neuauflage 1990. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Hix, Simon (2003): Parteien, Wahlen und Demokratie in der EU. In: Jachtenfuchs, Markus/Kohler-Koch, Beate (Hrsg.): Europäische Integration. 2. Auflage. Opladen: Leske + Budrich. S. 151-182

Holtz-Bacha, Christina (2005a): Massenmedien und Europawahlen: low key campaigns – low key response. In: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): Europawahl 2004. Die Massenmedien im Europawahlkampf. Wiesbaden: VS. S. 7-34

Holtz-Bacha, Christina (2005b) (Hrsg.): Europawahl 2004. Die Massenmedien im Europawahlkampf. Wiesbaden: VS.

Holtz-Bacha, Christina (2006): Medienpolitik für Europa. Wiesbaden: VS.

Holtz-Bacha Christina/**Leidenberger** Jacob (2010): Europawahl 2009: Wahlkampf im Schatten der Bundestagswahl oder doch eine europäische Kampagne? In: Holtz-Bacha Christina (Hrsg.): Die Massenmedien im Wahlkampf: Das Wahljahr 2009. Wiesbaden: VS. S. 22-41

Imhof, Kurt/**Blum**, Roger/**Bonfadelli**, Heinz/**Jarren**, Otfried (2006): Einleitung: Demokratie in der Mediengesellschaft. In: Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried (Hrsg.): Demokratie in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS. S. 9-21

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

Jäckel, Michael (2008): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. 4. Auflage. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Jenny, Marcelo/**Müller**, Wolfgang C./**Eder**, Nikolaus (2010): Wie „europäisch" sind Österreichs Journalisten und Journalistinnen? Ein Vergleich mit Opinion-Leadern aus Wirtschaft und Politik. In: Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela (Hrsg.): Der Journalisten-Report III. Politikjournalismus in Österreich. Wien: Facultas. S. 33-48

Käfer, Patricia (2008): Medien und Politik. Politiker brauchen Medien. Wie sieht die Medienlandschaft in Österreich aus? Wien: Holzhausen Verlag.

Kantner, Cathleen (2006): Die thematische Verschränkung nationaler Öffentlichkeiten in Europa und die Qualität transnationaler politischer Kommunikation. In: Imhof, Kurt/Blum,

Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried (Hrsg.): Demokratie in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS. S. 145-160

Kielmansegg, Peter Graf (1996): Integration und Demokratie. In: Jachtenfuchs, Markus/Köhler-Koch, Beate (Hrsg.): Europäische Integration. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 47-71

Klaus, Elisabeth (2006): Von der Beschränktheit unserer Öffentlichkeitstheorien im europäischen Kontext. In: Langenbucher, Wolfgang R./Latzer Michael (Hrsg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: VS. S. 93-106

Kleinsteuber, Hans J. (2004): Strukturwandel der europäischen Öffentlichkeit? Der Öffentlichkeitsbegriff von Jürgen Habermas und die European Public Sphere. In: Lutz, Hagen M. (Hrsg.): Europäische Union und mediale Öffentlichkeit. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde zur Rolle der Medien im europäischen Einigungsprozess. Köln: Herbert von Halem Verlag. S. 29-46

Kleinsteuber, Hans J. (2006): Europäisches Projekt und europäische Öffentlichkeit. Warum finden beide nicht zusammen? In: Filzmaier, Peter/Karmasin, Matthias/Klepp, Cornelia (Hrsg.): Politik und Medien – Medien und Politik. Wien: WUV. S. 226-243

Koopmans, Ruud/**Erbe**, Jessica (2003): Towards a European public sphere? Vertical and horizontal dimensions of Europeanised political communication. Berlin: WZB. http://bibliothek.wzb.eu/pdf/2003/iv03-403.pdf (letzer Aufruf: 17. Mai 2011, 18:49)

Lang, Gladys E./**Lang**, Kurt (1981): Watergate: An Exploration of the Agenda-Building Process. In: Wilhoit, Cleveland G./de Bock, Harold (Hrsg.): Mass Communication Review Yearbook 2. Beverly Hills: Sage. S. 447-468

Latzer, Michael/**Saurwein** Florian (2006): Europäisierung durch Medien: Ansätze und Erkenntnisse der Öffentlichkeitsforschung. In: Langenbucher, Wolfgang R./Latzer Michael (Hrsg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: VS. S. 10-44

Lauf, Edmund/**Peter**, Jochen (2004): EU-Repräsentanten in Fernsehnachrichten. Eine Analyse ihrer Präsenz in 13 EU-Mitgliedsstaaten vor der Europawahl 1999. In: Lutz, Hagen M. (Hrsg.): Europäische Union und mediale Öffentlichkeit. Theoretische Perspektiven und

empirische Befunde zur Rolle der Medien im europäischen Einigungsprozess. Köln: Herbert von Halem Verlag. S. 162-177

Lutz, Hagen M. (2004): Europäische Union und mediale Öffentlichkeit – ein Überblick über den Band. In: Lutz, Hagen M. (Hrsg.): Europäische Union und mediale Öffentlichkeit. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde zur Rolle der Medien im europäischen Einigungsprozess. Köln: Herbert von Halem Verlag. S. 7-12

Machill, Marcel/**Beiler**, Markus/**Fischer**, Corinna (2006): Europa-Themen in Europas Medien – die Debatte um die europäische Öffentlichkeit. Eine Metaanalyse medieninhaltsanalytischer Studien. In: Langenbucher, Wolfgang R./Latzer Michael (Hrsg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: VS. S. 132-155

Martin, Hans-Peter: Für die Jugend. In: Kronen Zeitung, 4. Juni 2009, S. 8

McCombs, Maxwell E./**Shaw**, Donald L. (1972): The Agenda Setting Function of Mass Media. In: The Public Opinion Quarterly. Nr. 36/2. S. 176-187

Media-Analyse (2009a): MA 2009 – Tageszeitungen Total. http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungTotal.do?year=2009&title=Tageszeitungen&subtitle=Total (letzter Aufruf: 1. Mai 2011, 17:26)

Media-Analyse (2009b): MA 2009 – Tageszeitungen Total. http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungBundeslandWien.do?year=2009&title=Tageszeitungen&subtitle=BundeslandWien (letzter Aufruf: 1. Mai 2011, 17:26)

Media-Analyse (2010a): MA 2010 – Tageszeitungen Total. http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungTotal.do?year=2010&title=Tageszeitungen&subtitle=Total (letzter Aufruf: 6. Juli 2011, 19:47)

Media-Analyse (2010b): MA 2010 – Tageszeitungen Alter. http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungAlter.do?year=2010&title=Tageszeitungen&subtitle=Alter (letzter Aufruf: 6. Juli 2011, 19:48)

Media-Analyse (2010c): MA 2010 – LpA Tageszeitung WE Total. http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseWochenendeTotal.do?year=2010&title=Tageszeitungen&subtitle=Total (letzter Aufruf: 6. Juli, 19:49)

Melischek, Gabriele/**Rußmann**, Uta/**Seethaler**, Josef (2010): Agenda Building in österreichischen Nationalratswahlkämpfen, 1970-2008. In: Plasser, Fritz (Hrsg.): Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. Wien: Facultas Verlag. S. 101-144

Neidhardt, Friedhelm (1994): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. In: Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 34. Oplanden: Westdeutscher Verlag. S. 7-41

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

Neissl, Julia (2001): Printjournalismus – Schnittstellen zwischen Information und Sensation. In: Neissl, Julia/Siegert, Gabriele/Renger, Rudi (Hrsg.): Cash und Content. Populärer Journalismus und mediale Selbstthematisierung als Phänomene eines ökonomisierten Mediensystems. Eine Standortbestimmung am Beispiel ausgewählter österreichischer Medien. München: Reinhard Fischer Verlag. S. 97-154

Peters, Bernhard/**Weßler**, Hartmut (2006): Transnationale Öffentlichkeiten – analytische Dimensionen, normative Standards, sozialkulturelle Produktionsstrukturen. In: Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried (Hrsg.): Demokratie in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS. S. 125-144

Picker, Ruth/**Zeglovits**, Eva (2005): Europa-Wahlkampf in Österreich. In: Tenscher, Jens (Hrsg.): Wahl-Kampf um Europa. Analysen aus Anlass der Wahlen zum Europäischen Parlament 2004. Wiesbaden: VS. S. 234-251

Pirker, Herbert: Vorwahlzeit. In: Kronen Zeitung, 27. Mai 2009, S. 2

Plaikner, Peter (2007): Immer wieder Österreich. Wolfgang Fellners Traum von der neuen zweitgrößten Tageszeitung. In: Filzmaier, Peter/Plaikner, Peter/Duffek, Karl A. (Hrsg.): Mediendemokratie Österreich. Wien/Köln/Weimar: Böhlau. S. 91-102

Plasser, Fritz/**Lengauer**, Günther (2010): Die österreichische Medienarena: Besonderheiten des politischen Kommunikationssystem. In: Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. Wien: Facultas Verlag. S. 19-52

Plasser, Fritz/**Ulram**, Peter (2009): Analyse der Europawahl 2009. Wähler, Nichtwähler, Motive. Presseunterlage vom 7. Juni 2009.

Plasser, Fritz/**Seeber**, Gilg (2010): Wahlentscheidung in der Boulevard-Demokratie: Die Kronen Zeitung, News Bias und Medieneffekte. In: Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. Wien: Facultas Verlag. S. 273-312

Polan, Silvia (2006): EU-Journalismus aus österreichischer Sicht vor dem Hintergrund einer entstehenden europäischen Öffentlichkeit. Diplomarbeit: Universität Wien.

Rathkolb, Oliver (2005): Die paradoxe Republik. Österreich 1945 bis 2005. Wien: Paul Zsolnay Verlag.

Reif, Karlheinz/**Schmitt**, Hermann (1980): Nine second-order national elections: A conceptual framework for the analysis of European election results. In: European Journal of Political Resarch. Vol. 8/1. S. 3-44

Renger, Rudi (2001): Populärer Journalismus – von der Boulevard- zur Populärkulturforschung. In: Neissl, Julia/Siegert, Gabriele/Renger, Rudi (Hrsg.): Cash und Content. Populärer Journalismus und mediale Selbstthematisierung als Phänomene eines ökonomisierten Mediensystems. Eine Standortbestimmung am Beispiel ausgewählter österreichischer Medien. München: Reinhard Fischer Verlag. S. 71-96

Rössler, Patrick (2005): Inhaltsanalyse. Konstanz: UVK.

Saxer, Ulrich (2005): Vereint durch Unterhaltung. Eine Bestandsaufnahme der europäischen Öffentlichkeit. In: Neue Zürcher Zeitung, Nr. 54 vom 5./6. März 2005. S. 53

Schade, Edzard (2005): Kommunikations- und Mediengeschichte. In: Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried/Siegert, Gabriele (Hrsg.): Einführung in die Publizisitikwissenschaft. 2., vollständig überarbeitete Auflage. Bern/Stuttgart/Wien: Haupt Verlag. S. 37-72

Schmale, Wolfgang (2001): Geschichte Europas. Wien: Böhlau Verlag.

Schoen, Harald (2010): Mehr als ein Auslöser der Neuwahl? Die Europapolitik, die Kronen Zeitung und die Wahlentscheidung 2008. In: Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. Wien: Facultas Verlag. S. 313-333

Schranz, Harry (2007): Agenda Setting. In: Filzmaier, Peter/Plaikner, Peter/Duffek, Karl A. (Hrsg.): Mediendemokratie Österreich. Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag. S.211-226

Schröter, Detlef (1995): Qualität und Journalismus. München: Reinhard Fischer Verlag.

Siebenhaar, Hans-Peter (2005): Europäisches Fernsehen. Mehrsprachiges, grenzüberschreitendes Fernsehen als Instrument des Einigungsprozesses? In: Haas, Hannes/Langenbucher, Wolfgang R. (Hrsg): Medien- und Kommunikationspolitik. Ein Textbuch zur Einführung. 2., überarbeitete Auflage. Wien: Wilhelm Braumüller. S. 187-197

Sievert, Holger (1998): Europäischer Journalismus. Theorie und Empirie aktueller Medienkommunikation in der Europäischen Union. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Sokrates (o.J.): „Wer glaubt, etwas zu sein, hat aufgehört, etwas zu werden." In: http://www.zitate-online.de/literaturzitate/allgemein/16233/wer-glaubt-etwas-zu-sein-hat-aufgehoert-etwas-zu-werden.html (letzter Aufruf: 20. Juni 2011, 16:11)

Staab, Joachim Friedrich (1990): Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt. Freiburg/München: Alber. Zitiert nach: Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umrisse einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag.

Tenscher, Jens (2005a): Wahl-Kampf um Europa. Eine Einführung. In: Tenscher, Jens (Hrsg.): Wahl-Kampf um Europa. Analysen aus Anlass der Wahlen zum Europäischen Parlament 2004. Wiesbaden: VS. S. 7-29

Tenscher, Jens (2005b) (Hrsg.): Wahl-Kampf um Europa. Analysen aus Anlass der Wahlen zum Europäischen Parlament 2004. Wiesbaden: VS.

Tobler, Stefan (2006): Deliberation und transnationale Öffentlichkeit. Eine Prozessperspektive demokratischer Öffentlichkeit. In: Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried (Hrsg.): Demokratie in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS. S. 161-181

Trenz, Hans-Jörg (2005): Die mediale Ordnung des politischen Europas. Formen und Dynamiken der Europäisierung politischer Kommunikation der Qualitätspresse. In: Zeitschrift für Soziologie. Jg. 34, Heft 3, Juni 2005. S. 188-206

Trenz, Hans-Jörg (2006): Soziologische Perspektiven: Auf der Suche nach der europäischen (Zivil-)Gesellschaft. In: Bieling, Hans-Jürgen/Lerch, Marika (Hrsg.): Theorien der europäischen Integration. 2. Auflage. Wiesbaden: VS. S. 373-396

Vliegenthart, Rens/**Schuck**, Andreas T. R./**Boomgaarden**, Hajo G./**De Vreese**, Claes H. (2008) News Coverage and support for European integration, 1990-2006. In: International Journal of Public Opinion Research. Vol. 20/4. S. 416-439. http://www.claesdevreese.com/documents/Vliegenhart_etal.pdf (letzter Aufruf: 12. Mai 2011, 16:41)

Wessler, Hartmut (2004): Europa als Kommunikationsnetzwerk. Theoretische Überlegungen zur Europäisierung von Öffentlichkeit. In: Lutz, Hagen M. (Hrsg.): Europäische Union und mediale Öffentlichkeit. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde zur Rolle der Medien im europäischen Einigungsprozess. Köln: Herbert von Halem Verlag. S. 13-28

Weßels, Bernhard (2005): Europawahlen, Wählermobilisierung und europäische Integration. In: Tenscher, Jens (Hrsg.): Wahl-Kampf um Europa. Analysen aus Anlass der Wahlen zum Europäischen Parlament 2004. Wiesbaden: VS. S. 86-104

Wimmer, Jeffrey (2007): (Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses. Wiesbaden: VS.

Woelke, Jens/**Steininger**, Christian/**Maurer**, Torsten (2010): Zur Realität europäischer Öffentlichkeit. Die Darstellung der EU in Informationssendungen des deutschen und österreichischen Fernsehens. In: Pöttker, Horst/Schwarzenegger, Christian (Hrsg.): Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung. Köln: Herbert von Halem Verlag. S. 40-75

Wyss, Vinzenz/**Pühringer**, Karin/**Maier**, Werner A. (2005): Journalismusforschung. In: Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried/Siegert, Gabriele (Hrsg.): Einführung in die Publizisitikwissenschaft. 2., vollständig überarbeitete Auflage. Bern/Stuttgart/Wien: Haupt Verlag. S.297-330

Anhang I: Codebuch

0 wird bei allen Variablen für „nicht angegeben“ codiert, das heißt die Variable kommt im Artikel nicht vor. 9, 99, 999, etc. wird für „nicht zuordenbar“ codiert, dies kommt zum Beispiel vor, wenn von „Bürgern“ die Rede ist, es aber aus dem Artikel heraus nicht ersichtlich ist, ob nun von österreichischen, europäischen oder sonstigen Bürgern die Rede ist.

1. Medium:

01 Kronen Zeitung

02 Österreich

03 Standard

2. Datum:

Sechsstelliges Format: TT.MM.JJ

Codiert wird der Tag der Veröffentlichung des Artikels.

3. Umfang:

Codiert wird die Wörteranzahl. (Wie in der Datenbank WISO angegeben bzw. werden die Artikel der APA-DEFACTO in Word eingefügt und dort die Wörteranzahl ermittelt.)

4. Ressort:

Codiert wird das jeweils angegebene Ressort.

01 Titelseite

02 Innenressort (österreichische Politik)

03 Außenressort (internationale Politik)

04 gemischtes Innen-/Außenressort

05 Wirtschaft/Finanzen

06 Kommentar/Meinungs-Ressort (keine Leserbriefe)

07 Kultur

08 Wissenschaft

09 Sport

10 Leserbriefe

11 Kommunikation/Medien/Internet/TV

12 Chronik Inland

13 Chronik Ausland

14 Thema

15 Spezial

16 Automobil/Technik

17 Gesundheit

18 Lokal

---

5. AutorIn:

„03 Hauptsächlich Nachrichtenagentur (APA, dpa…)“ wird dann codiert, wenn sich am Ende des codierten Artikels in Klammer das Kürzel einer Nachrichtenagentur befindet. Dieser Artikel wurde zwar trotzdem von einem/einer JournalistIn überarbeitet, wurde aber hauptsächlich von einer Nachrichtenagenturmeldung übernommen. Es wird die Nachrichtenagentur codiert, die als erstes genannt wird. Auch bei JournalistInnen wird derjenige codiert, der als erstes angegeben ist. Werden eine Nachrichtenagentur und einE JournalistIn genannt, wird das codiert, was als erstes angegeben ist.

01 JournalistIn/RedakteurIn/Redaktion

02 KorrespondentIn

03 hauptsächlich Nachrichtenagentur (APA,dpa,…)

04 PolitikerIn

05 ExpertIn/WissenschafterIn

06 LeserIn

07 weitere

+ String-Variable mit Vornamen und Nachnamen, wie im Artikel angegeben

---

6. Journalistische Darstellungsform:

Hier wird die journalistische Darstellungsform codiert. Falls Artikel nicht den Regeln der journalistischen Konvention verfasst worden sind, wird trotz allem die Darstellungsform codiert, in der der Artikel augenscheinlich verfasst werden sollte. D.h. fließen in eine Nachricht wertende Meinungen und Ansichten eines Journalisten ein, wird der Artikel trotzdem als Nachricht codiert und nicht als Meinungsbeitrag, wenn dies nicht ausgewiesen ist.

01 Nachricht (Bericht, Meldung,…)

02 Hintergrundberichterstattung (z.B. Hintergrundberichterstattung von KorrespondentInnen, Analysen, Features, Dokumentationen, …)

03 Umfragen und Umfragenanalyse

04 Interviews

05 Meinungsbeiträge/Kommentare und Kolumnen von JournalistInnen des jeweiligen Mediums

06 Meinungsbeiträge/Kommentare von KolumnistInnen/GastautorInnen/anderen AutorInnen (nicht der Redaktion zugehörig)

07 LeserInnenbriefe

08 Glosse

09 Kurzmeldung

10 Titelbericht

---

7. Nachrichtengeographie:

Hier wird überblicksmäßig codiert von welchem Land/Ort aus berichtet wird – wie vor dem jeweiligen Artikel angegeben. „02 Brüssel, Luxemburg, Straßburg“ wird dann codiert, wenn die supranationale Ebene, also der Ort als EU-Standort gemeint ist. Wenn zwei Orte/Länder angegeben werden, wird das Land codiert, welches als erstes genannt wird.

01 Wien, Österreich

02 Brüssel, Luxemburg, Straßburg (supranational)

03 Mitgliedsstaaten der EU

04 andere Staaten Europa, Nicht-EU

05 andere Staaten außerhalb der EU

---

8. Nachrichtengeographie genau

Wenn der Ort/das Land angegeben ist, wird hier codiert, um welches Land es sich genau handelt. „200 Brüssel, Luxemburg, Straßburg“ wird dann codiert, wenn die supranationale Ebene, also der Ort als EU-Standort gemeint ist.

100 Österreich

101 Österreich

200 Brüssel, Luxemburg, Straßburg (supranational)

300 Mitgliedsländer der EU

301 Deutschland

302 Niederlande

303 Großbritannien

304 Irland

305 Finnland

306 Schweden

307 Dänemark

308 Italien

309 Spanien

310 Portugal

311 Griechenland

312 Zypern

313 Malta

314 Polen

315 Tschechien

316 Slowakei

317 Slowenien

318 Ungarn

319 Estland

320 Lettland

321 Litauen

322 Rumänien

323 Bulgarien

324 Frankreich

325 Luxemburg

326 Belgien

400 Andere Staaten Europa, Nicht-EU

401 Schweiz

402 Liechtenstein

403 Island

404 Norwegen

405 ehemaliges Jugoslawien generell

406 Serbien und Montenegro

407 Kroatien

408 Bosnien-Herzegowina

409 Mazedonien

410 Albanien

411 Armenien

412 Ukraine

413 Weißrussland

414 Georgien

415 Moldawien

416 anderes zentral-/osteuropäisches Land (Aserbaidschan, Kasachstan, Kirgistan, Tadschikistan, Turkmenistan)

417 anderes südeuropäisches Land (Andorra, Monaco, San Marino, Gibraltar)

418 Türkei

500 Andere Staaten außerhalb Europa

501 Russland

502 Israel

503 USA

504 Amerikanischer Kontinent ohne USA

505 Afrikanischer Kontinent

506 Mittlerer Osten (Ägypten, Irak, Iran,…)

507 Asiatischer Kontinent

508 Australien, Neuseeland

509 Ozeanien (Melanesien, Mikronesien, Polynesien)

---

9. Thema:

Hier wird codiert, wie intensiv das Thema EU-Parlamentswahl 2009 in der Berichterstattung vorkommt. Beiträge, die lediglich einen Verweisungskontext aufweisen, oder nicht zuordenbar sind (d.h. Artikel in denen zwar die EU vorkommt, die Wahl jedoch mit keinem Wort erwähnt wird), sind in weiterer Folge nicht mehr relevant und werden nicht weiter codiert.

01 Hauptthema

02 Nebenthema

03 Verweisungskontext

Codieranweisung:

Hauptthema: Es wird hauptsächlich über die EU-Parlamentswahl 2009 berichtet.

Beispiel: Die österreichischen WahlkandidatInnen für die EU-Parlamentswahl werden vorgestellt.

Nebenthema: Die EU-Parlamentswahl 2009 stellt einen Teil der Berichterstattung dar.

Beispiel: Der Bundespräsident wird interviewt und zwei der Interviewfragen beziehen sich auch auf die EU-Parlamentswahl.

Verweisungskontext: In der Berichterstattung geht es um ein völlig anderes Thema als die EU-Parlamentswahl 2009, sie wird aber kurz erwähnt.

Beispiel: In einem Artikel wird über einen neuen Beschluss der Europäischen Union berichtet. Am Ende des Artikels findet sich ein kurzer Verweis, dass am Sonntag das neue Europäische Parlament gewählt wird.

---

10. Perspektive der Berichterstattung:

Hier wird codiert, aus welcher Perspektive die Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 erfolgt.

01 horizontale europäische Perspektive

02 supranationale europäische Perspektive

03 teil-europäische Perspektive

04 nationale Perspektive

Codieranweisung:

Horizontale europäische Perspektive: Es wird über die EU-Parlamentswahl 2009 mit einem rein europäischen Zugang berichtet, in dem schwerpunktmäßig ein horizontaler Zugang gewählt wird. (D.h. es wird über EU-Mitgliedsländer, oder KandidatInnen aus EU-Mitgliedsländern berichtet.)

Beispiel: In einem Artikel wird schwerpunktmäßig nur über die EU-Parlamentswahl 2009 in Estland berichtet.

Supranationale europäische Perspektive: Es wird über die EU-Parlamentswahl 2009 mit einem rein europäischen Zugang berichtet, in dem schwerpunktmäßig ein vertikaler/supranationaler Zugang gewählt wird. (D.h. es wird über ein Organ der Europäischen Union berichtet, über supranationale Angelegenheiten/Gesetze, etc.)

Beispiel: In einem Artikel werden Mitglieder der Europäischen Kommission zur EU-Parlamentswahl 2009 befragt.

Teil-europäische Perspektive: Es wird über die EU-Parlamentswahl 2009 berichtet, mit einem teils europäischen, teils österreichischen Zugang. (D.h. es werden zwar österreichische KandidatInnen, Themen, oder Auswirkungen für Österreich thematisiert, im Artikel erfolgen jedoch auch Hinweise über andere europäische Länder in denen die Wahl stattfindet, europäische Themen, europäische KandidatInnen und AkteurInnen, und/oder Verweise auf die Auswirkungen der Wahl für die gesamte EU.)

Beispiel: In einem Artikel werden die Umfragewerte der österreichischen Spitzenkandidaten thematisiert, es gibt aber auch einen Verweis auf die Parteien des Europäischen Parlaments, in denen sich die SpitzenkandidatInnen nach der Wahl engagieren werden.

Nationale Perspektive: Es wird über die EU-Parlamentswahl 2009 berichtet, jedoch mit einem rein österreichischen Zugang. (D.h. es werden nur österreichische KandidatInnen, Themen und/oder Auswirkungen auf Österreich thematisiert.)

Beispiel: In einem Artikel wird rein über die Umfragewerte der österreichischen SpitzenkandidatInnen berichtet.

---

11. Inhalt EU-Wahl-Hauptthema

Hier wird nur ein Thema codiert und zwar das, welches den Hauptteil der EU-Parlamentswahlberichterstattung ausmacht.

01 WahlkandidatInnen/-parteien

02 Wahlkampfstrategien/-versprechen/-themen

03 Umfragen

04 Wahlbeteiligung

05 Zukunftsausblick nach den Wahlen

06 Öffentliche Debatten zur EU-Wahl

07 sonstige

Codieranweisung:

Beispiel: In einem Artikel wird über die Umfragewerte der verschiedenen Parteien berichtet. In einem Satz wird über die Wahlbeteiligung zur EU-Parlamentswahl 2009 spekuliert. Dann wird hier „03 Umfragen" codiert.

---

12. Inhalt-EU-Wahl-Nebenthema

Hier wird nur ein Thema codiert und zwar das, welches den zweitmeisten Teil der EU-Parlamentswahlberichterstattung ausmacht.

01 WahlkandidatInnen

02 Wahlkampfstrategien/-versprechen/-themen

03 Umfragen

04 Wahlbeteiligung

05 Zukunftsausblick nach den Wahlen

06 Öffentliche Debatten zur EU-Wahl

07 sonstige

+ String-Variable mit Zusammenfassung des **gesamten** EU-Wahlberichterstattungsinhalts.

Codieranweisung:

Beispiel: In einem Artikel wird rein über die Umfragewerte der verschiedenen Parteien berichtet. In einem Satz wird über die Wahlbeteiligung zur EU-Parlamentswahl 2009 spekuliert. Dann wird hier „04 Wahlbeteiligung" codiert.

Werden mehrere Nebenthemen in gleichem Ausmaß (Häufigkeit) genannt, gelten bei der Codierung folgende Vorrangregeln: a) Das Nebenthema welches zuerst genannt wird, wird codiert. b) Supranationale Nebenthemen werden vor nationalen Themen codiert. Nationale Themen werden vor regionalen Themen codiert.

---

13. Aktive AkteurInnen:

Hier werden alle AkteurInnen codiert, die aktiv in der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 auftreten, d.h. alle AkteurInnen, die innerhalb eines Artikels eineN andereN AkteurIn ansprechen, über eineN AkteurIn sprechen, oder über eine Sache sprechen. Hierzu gehören auch KommentatorInnen, Interviewte und LeserInnen. Es werden die AkteurInnen codiert, welche am häufigsten in der Berichterstattung vorkommen, jedoch maximal drei AkteurInnen. Werden mehr als drei aktive AkteurInnen in gleichem Ausmaß (Häufigkeit) genannt, gelten bei der Codierung folgende Vorrangsregeln: a) Die AkteurInnen, die zuerst genannt werden, werden codiert. b) Supranationale AkteurInnen werden vor nationalen AkteurInnen codiert. Nationale AkteurInnen, werden vor regionalen AkteurInnen

codiert. c) Werden mehrere Funktionen/Institutionen genannt, wird wiederum die höhere Ebene – also supranational vor national, national vor regional codiert.

1000 Österreich

1100 Medien/JournalistInnen - Österreich

1101 Der Standard

1102 Der Standard-JournalistIn

1103 Der Standard-KorrespondentIn in „Brüssel“

1104 Der Standard-KorrespondentIn in einem anderen EU-Mitgliedsland

1105 Der Standard-KorrespondentIn in einem anderen Land

1106 Kronen Zeitung

1107 Kronen Zeitung-JournalistIn

1108 Kronen Zeitung-KorrespondentIn in „Brüssel“

1109 Kronen Zeitung-KorrespondentIn in einem anderen EU-Mitgliedsland

1110 Kronen Zeitung-KorrespondentIn in einem anderen Land

1111 Österreich

1112 Österreich-JournalistIn

1113 Österreich-KorrespondentIn in „Brüssel“

1114 Österreich-KorrespondentIn in einem anderen EU-Mitgliedsland

1115 Österreich-KorrespondentIn in einem anderen Land

1116 nationaleR JournalistIn, andere österreichische Medien

1117 ORF

1118 Privatrundfunk

1119 andere Printmedien

1120 österreichische Nachrichtenagentur (APA, Pressetext.at)

1121 KorrespondentIn für andere österreichische Medien

1122 LeserIn

1200 Politik/Politische AkteurInnen - Österreich

1201 Bundespräsident

1202 Bundeskanzler, Bundeskanzleramt

1203 Vizekanzler

1204 Außenminister, Außenministerium

1205 Bundesminister SPÖ

1206 Bundesminister ÖVP

1207 Staatssekretär SPÖ

1208 Staatssekretär ÖVP

1209 Bundesregierung/Regierungsparteien

1210 Nationalrat

1211 1. Nationalratspräsident

1212 2. Nationalratspräsident

1213 3. Nationalratspräsident

1214 Mitglied Regierungspartei ÖVP

1215 Mitglied Regierungspartei SPÖ

1216 Mitglied Oppositionspartei GRÜNE

1217 Mitglied Oppositionspartei FPÖ

1218 Mitglied Oppositionspartei BZÖ

1219 andere AkteurInnen Nationalrat

1220 Judikative allgemein

1221 Verfassungsgerichtshof

1222 Verwaltungsgerichtshof

1223 OGH

1224 Landesregierung allgemein

1225 Landeshauptmann SPÖ

1226 Landeshauptmann ÖVP

1227 Landeshauptmann BZÖ

1228 andere AkteurInnen Landesregierung

1229 Landtag allgemein

1230 Mitglied-er des Landtages ÖVP/der Landespartei ÖVP

1231 Mitglied-er des Landtages SPÖ/der Landespartei SPÖ

1232 Mitglied-er des Landtages GRÜNE/der Landespartei GRÜNE

1233 Mitglied-er des Landtages FPÖ/der Landespartei FPÖ

1234 Mitglied-er des Landtages BZÖ/der Landespartei BZÖ

1235 Verwaltung Land

1236 SPÖ

1237 ÖVP

1238 GRÜNE

1239 FPÖ

1240 BZÖ

1241 liberales Forum (LIF)

1242 KPÖ

1243 Liste Dr. Hans-Peter Martin

1244 andere Parteien

1245 Polizei

1246 Rechnungshof

1247 Staatsanwalt

1248 BotschafterInnen

1249 andere österreichische politische AkteurInnen

1250 alle wahlwerbenden Parteien

1300 WahlkandidatInnen für EU-Parlamentswahl aus Österreich

1301 SPÖ-Spitzenkandidat

1302 SPÖ-KandidatIn-Nen

1303 ÖVP-Spitzenkandidat

1304 ÖVP-KandidatIn-Nen

1305 FPÖ-Spitzenkandidat

1306 FPÖ-KandidatIn-Nen

1307 GRÜNE-Spitzenkandidatin

1308 GRÜNE-KandidatIn-Nen

1309 BZÖ-Spitzenkandidat

1310 BZÖ-KandidatIn-Nen

1311 Liste Dr. Martin-Spitzenkandidat

1312 Liste Dr. Martin-KandidatIn-Nen

1313 andere Parteien/KandidatInnen

1400 EU-AkteurInnen aus Österreich

1401 österreichischer EU-Kommissar

1402 österreichisches Mitglied des Europäischen Rates

1403 österreichisches Mitglied in einem Ministerrat der EU

1404 österreichischeR EU-ParlamentarierIn

1405 mehrere EU-ParlamentarierInnen aus Österreich

1406 andere EU-AkteurInnen aus Österreich (z.B. Sprecher, etc.)

1500 österreichische Zivilgesellschaft, Interessensgruppen – organisiert und unorganisiert

1501 katholische Kirche

1502 evangelische Kirche

1503 islamische Kirche

1504 jüdische Kirche

1505 andere Kirche

1506 Gewerkschaften/Arbeiterkammer

1507 NGOs

1508 Bürgerinitiativen

1509 Vereine

1510 Bürger national (z.B. „die Österreicher“, „das österreichische Volk“)

1511 Bürger regional (z.B. „die Tiroler“, „die Oberösterreicher“)

1512 „spontane“ Vereinigungen national (z.B. „die Demonstranten“)

1513 KünstlerInnen

1514 SportlerInnen

1515 Intellektuelle/KommentatorInnen (z.B. KolumnistInnen)

1516 WissenschafterInnen/ExpertInnen

1517 BürgerInnen/PassantInnen

1518 Staat als politische Gemeinschaft – Österreich

1600 österreichische WirtschaftsakteurInnen

1601 nationale Unternehmen

1602 Wirtschaftsverbände

1603 sonstige Wirtschaft

1700 andere österreichische AkteurInnen

2000 supranationale Politik (EU)

2200 EU-Politik/PolitikerInnen

2201 Europäische Kommission (allgemein)

2202 Präsident der Europäischen Kommission

2203 Generaldirektion der EU

2204 Europäischer Rat (allgemein)

2205 Präsidentschaft der Europäischen Union

2206 Ministerrat der EU

2207 Europäisches Parlament (allgemein)

2208 Präsident des Europäischen Parlaments

2209 EUGH

2210 Gericht erster Instanz

2211 SPE (Sozialdemokratische Parteien Europas)

2212 EVP (Europäische Volkspartei)

2213 ELDR/EDP (Europäische Liberale, Demokraten und Reformer)

2214 EFA/EGP (Europäische Grüne)

2215 AECR/ECPB (Europäische Konservative und Reformisten)

2216 EL (Partei der Europäischen Linken)

2217 AEN (Allianz für ein Europa der Nationen)

2218 sonstige AkteurInnen Politik EU

2300 WahlkandidatInnen für EU-Parlamentswahl aus EU-Mitgliedsland (Nicht-Österreich)

2301 KandidatIn-Nen bürgerliche Partei (christlich) (Mitte-Rechts)

2302 KandidatIn-Nen linke Partei

2303 KandidatIn-Nen links-außen Partei

2304 KandidatIn-Nen rechte Partei

2305 KandidatIn-Nen rechts–außen Partei

2306 KandidatIn-Nen Grüne Partei

2307 KandidatIn-Nen liberale Partei

2308 KandidatIn-Nen andere Partei

2399 nicht zuordenbar

2400 EU-AkteurInnen aus EU-Mitgliedsland

2401 EU-KommissarIn-NeN

2402 Mitglied-er des Europäischen Rates

2403 Mitglied-er in einem Ministerrat der EU

2404 EU-ParlamentarierInnen

2405 mehrere EU-ParlamentarierInnen aus einem Land

2406 mehrere EU-ParlamentarierInnen aus verschiedenen Ländern

2407 andere EU-AkteurInnen aus EU-Mitgliedsland (z.B. SprecherInnen, etc.)

2500 EuropäerInnen

2700 andere supranationale AkteurInnen

2900 EU als politische Gemeinschaft (allgemein: „die EU“, „die Europäische Gemeinschaft“, „die Europäische Union“)

3000 EU-Mitgliedsländer

3100 Medien/JournalistInnen - EU-Mitgliedsländer

3200 Politik/PolitikInner - EU-Mitgliedsländer

3201 Staatsoberhaupt-Staatsoberhäupter (z.B. Bundespräsident von D, oder Königin von GB)

3202 Bundesregierung-en (generell)

3203 Regierungschef-s (z.B. Ministerpräsident oder Bundeskanzler)

3204 AußenministerInnen, Außenministerium

3205 andere MinisterInnen/Ministerien

3206 StaatssekretärIn-NeN bzw. Äquivalent-e

3207 andere AkteurInnen Regierung

3208 Parlament-e (generell)

3209 Regierungspartei/en / Mitglied-er Regierungspartei/en

3210 Oppositionspartei/en / Mitglied-er Oppositionspartei/en

3211 andere AkteurInnen Parlament (Sprecher, etc.)

3212 Partei-en

3213 BotschafterInnen

3214 andere politische AkteurInnen

3500 Zivilgesellschaft, Interessensgruppen der EU-Mitgliedsländer– organisiert und unorganisiert

3501 KünstlerInnen

3502 Intellektuelle/KommentatorInnen

3503 WissenschafterInnen/ExpertInnen

3503 Staat als politische Gemeinschaft EU (z.B. Frankreich, Italien, etc.)

3504 Bürger national EU (z.B. die Franzosen, etc.)

3600 WirtschaftsakteurInnen EU-Mitgliedsländer

3601 Nationale Unternehmen

3602 Wirtschaftsverbände

3603 sonstige Wirtschaft

3700 andere EU-Mitgliedsländer Akteure

4000 andere Staaten Europa, Nicht-EU

4100 Medien/JournalistInnen Europa, Nicht-EU

4200 Politik/PolitikerInnen Europa, Nicht-EU

4201 Staatsoberhaupt (z.B. Bundespräsident von D, oder Königin von GB)

4202 Bundesregierung-en (generell)

4203 Regierungschef-s (z.B. Ministerpräsident oder Bundeskanzler)

4204 AußenministerIn, Außenministerium

4205 Parlament-e (generell)

4206 andere politische AkteurInnen

4500 Zivilgesellschaft, Interessensgruppen – Europa, Nicht-EU – organisiert und unorganisiert

4501 KünstlerInnen

4502 Intellektuelle/KommentatorInnenen (z.B. KolumnistInnen)

4503 WissenschafterInnen/ExpertInnen

4504 Staat als politische Gemeinschaft Nicht-EU (z.B. Türkei, etc.)

4505 Bürger national, Nicht-EU (z.B. die Türken, etc.)

4600 WirtschaftsakteurInnen Europa, Nicht-EU

4601 nationale Unternehmen

4602 Wirtschaftsverbände

4603 sonstige Wirtschaft

4700 andere AkteurInnen Europa-Nicht-EU

5000 andere Staaten außerhalb Europa

5100 Medien/JournalistInnen außerhalb Europas

5200 Politik/PolitikerInn außerhalb Europas

5201 Staatsoberhaupt-Staatsoberhäupter (z.B. Bundespräsident von D, oder Königin von GB)

5202 AußenministerInn, Außenministerium

5203 andere politische AkteurInnen

5500 Zivilgesellschaft, Interessensgruppen – außerhalb Europas – organisiert und unorganisiert

5501 KünstlerInnen

5502 Intellektuelle/KommentatorInnen (z.B. KolumnistInnen)

5503 WissenschafterInnen/ExpertInnen

5504 Staat als politische Gemeinschaft außerhalb Europas (z.B. die USA, etc.)

5505 Bürger national außerhalb Europas (z.B. die Amerikaner, etc.)

5600 WirtschaftsakteurInnen außerhalb Europas

5700 andere AkteurInnen außerhalb Europas

6000 International

6100 internationale politische AkteurInnen

6101 Europarat

6102 EFTA – Europäische Freihandelsassoziation

6103 OSCE – Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa

6104 Europäischer Menschenrechtshof

6105 Europäische Kommission für Menschenrechte

6106 UNO

6107 OECD – Organisation für Entwicklung und Zusammenarbeit

6108 NATO

6109 OPEC

6110 IAEA – Internationale Atomenergiebehörde

6111 IStGH – Internationaler Strafgerichtshof (ICJ)

6112 WTO

6113 G7/G8

6114 Internationaler Gerichtshof

6600 Internationale WirtschaftsakteurInnen

6601 internationale Unternehmen

6602 internationale Verbände

6603 internationale sonstige Wirtschaft

+ String mit Vorname und Nachname bzw. Organisations- oder Institutionsbezeichnung, wie im Artikel angegeben.

Codieranweisung:

Aktive AkteurInnen werden in der Funktion codiert, in der sie angesprochen werden. Wird z.B. Othmar Karas als EU-Parlamentarier im Artikel erwähnt, wird er als solcher codiert. Wird über seinen Vorzugsstimmenwahlkampf berichtet, wird er als ÖVP-Kandidat für die EU-Parlamentswahl 2009 codiert.

---

14. Passive AkteurInnen:

Hier werden die AkteurInnen codiert, die passiv in der Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 auftreten, d.h. alle AkteurInnen, die innerhalb eines Artikels von einem/r aktiven AkteurIn angesprochen werden oder über die einE aktiveR AkteurIn spricht. Zu jedem/r aktiven AkteurIn wird ein passiveR AkteurIn codiert. Es werden die AkteurInnen codiert, welche am häufigsten in der Berichterstattung vorkommen, jedoch maximal drei AkteurInnen. Wird mehr als einE passiveR AkteurIn von einem/r aktiven AkteurIn in gleichem Ausmaß (Häufigkeit) genannt, gelten bei der Codierung folgende Vorrangsregeln: a) Die AkteurInnen, die zuerst genannt werden, werden codiert. b) Supranationale AkteurInnen werden vor nationalen AkteurInnen codiert. Nationale AkteurInnen, werden vor regionalen AkteurInnen codiert. c) Werden mehrere Funktionen/Institutionen genannt, wird wiederum die höhere Ebene – also supranational vor national, national vor regional codiert.

PassiveR AkteurIn 1 wird codiert, wenn er vom/n aktiven/r AkteurIn 1 angesprochen wird oder wenn aktiver Akteur 1 über ihn spricht.

PassiveR AkteurIn 2 wird codiert, wenn er vom/n aktiven/r AkteurIn 2 angesprochen wird oder wenn aktiver Akteur 2 über ihn spricht.

PassiveR AkteurIn 3 wird codiert, wenn er vom/n aktiven/r AkteurIn 3 angesprochen wird oder wenn aktiver Akteur 3 über ihn spricht.

Codeliste wie bei 13.

+ String mit Vorname und Nachname, bzw. Organisations-, oder Institutionsbezeichnung, wie im Artikel angegeben.

Codieranweisung:

Passive AkteurInnen werden in der Funktion codiert, in der sie angesprochen werden. Wird z.B. Othmar Karas als EU-Parlamentarier im Artikel erwähnt, wird er als solcher codiert. Wird über seinen Vorzugsstimmenwahlkampf berichtet, wird er als ÖVP-Kandidat für die EU-Parlamentswahl 2009 codiert.

---

15. Geographie AkteurInnen

Hier wird codiert, aus welchem Land die aktiven und passiven AkteurInnen jeweils kommen.

Codeliste wie bei 8.

---

16. Bewertung passiveR AkteurIn durch aktiveN AkteurIn:

Alle codierten passiven AkteurInnen werden hier bewertet. Codiert wird die Bewertung des/r passiven Akteurs/in aufgrund der Aussagen des/r aktiven Akteurs/in.

Bewertungen können positiv oder negativ sein (Urteile, Bewertungen, Charakterisierungen, Zuschreibung von Eigenschaften, Zuordnung von Prädikaten).

Bei Umfragen wird als Bewertung „99“ angegeben, da Umfragen generell ja keine Bewertung abgeben, sondern nur Ergebnisse wiedergeben.

01 sehr positiv (stark gefördert)

02 positiv (unterstützt)

03 neutral/ambivalent

04 negativ (kritisiert)

05 sehr negativ (polemisch/ablehnend)

---

17. Bewertung Europäische Union durch aktiveN AkteurIn :

Codiert wird die Bewertung der Europäischen Union durch die aktiven AkteurInnen.

Bewertungen können positiv oder negativ sein (Urteile, Bewertungen, Charakterisierungen, Zuschreibung von Eigenschaften, Zuordnung von Prädikaten).

Sollte die Europäische Union schon bei den passiven AkteurInnen vorkommen, wird sie hier trotzdem nochmals codiert.

Bei Umfragen wird als Bewertung 99 angegeben, da Umfragen generell ja keine Bewertung abgeben, sondern nur Ergebnisse wiedergeben.

Codeliste wie bei 16.

---

18. Bewertung EU-Parlamentswahl 2009 durch aktiveN AkteurIn:

Codiert wird die Bewertung der EU-Parlamentswahl 2009 durch die aktiven AkteurInnen. Wichtig ist, dass hier nicht der Wahlkampf zur EU-Parlamentswahl 2009 bewertet wird, sondern die EU-Parlamentswahl 2009 generell.

Bewertungen können positiv oder negativ sein (Urteile, Bewertungen, Charakterisierungen, Zuschreibung von Eigenschaften, Zuordnung von Prädikaten).

Bei Umfragen wird als Bewertung 99 angegeben, da Umfragen generell ja keine Bewertung abgeben, sondern nur Ergebnisse wiedergeben.

Codeliste wie bei 16.

---

19. Bewertung Europäische Union – Gesamttendenz:

Codiert wird hier die Bewertung der Europäischen Union aufgrund der Tendenz des Gesamtartikels. D.h. es geht nicht um eine einzige negative, oder positive Aussage im Artikel, sondern um den Gesamteindruck der Europäischen Union, der in der Berichterstattung vermittelt wird.

Bewertungen können positiv oder negativ sein (Urteile, Bewertungen, Charakterisierungen, Zuschreibung von Eigenschaften, Zuordnung von Prädikaten).

Sollte die Europäische Union schon bei den passiven Akteuren vorkommen, wird sie hier trotzdem nochmals codiert.

Codeliste wie bei 16.

---

20. Bewertung EU-Parlamentswahl 2009 - Gesamttendenz:

Codiert wird hier die Bewertung der EU-Parlamentswahl 2009 aufgrund der Tendenz des Gesamtartikels. D.h. es geht nicht um eine einzige negative, oder positive Aussage im Artikel,

sondern um den Gesamteindruck der EU-Parlamentswahl 2009, der in der Berichterstattung vermittelt wird.

Bewertungen können positiv oder negativ sein (Urteile, Bewertungen, Charakterisierungen, Zuschreibung von Eigenschaften, Zuordnung von Prädikaten).

Codeliste wie bei 16.

Anhang II: Lebenslauf

Titel: Bakk. Phil.

Name: Melanie Jungwirth

Geburtsdatum: 25. Juli 1985

Akademische Ausbildung:

- Magisterstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (seit 1. Oktober 2007) und Diplomstudium der Politikwissenschaft (seit 1. März 2005) an der Universität Wien
- Bakkalaureatsstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien (von 1. Oktober 2004 bis 30. Juni 2007)

Arbeitserfahrung:

- seit 2010: Onlineredakteurin bei M³
- 2007-2010: Beschäftigung beim Magazin „profil“ (Redaktion, Österreich-Ressort, Sekretariat Österreich-Ressort und Chefsekretariat)
- 2007: Volontariat beim Magazin „profil“ (Österreich-Ressort, 1 Monat)
- seit 2006: Mitarbeiterin der Internetredaktion der Allianz Swans Gmunden
- 2006: Volontariat bei der Tageszeitung „Kurier“ (Sport-Ressort, 1 Monat)
- 2005 bis 2009: Teilzeitjobs bei den Promotionagenturen „easystaff“ und „sellinnx“ (u.a. Guesthosting, Teamleitung)
- 2004 bis 2009: Freie Mitarbeiterin bei der Salzkammergut Rundschau (Jugend-, Event- und Musikberichterstattung)
- 2004: Volontariat Salzkammergut Rundschau (1 Monat)
- u.v.m.

Erfahrungen/Kurse/ehrenamtliche Arbeit:

- von Oktober 2007 bis Dezember 2010 (mit Unterbrechungen): Mitglied der Basisgruppe „IG Publizistik“ – Absolvierung von vier Seminaren zu den Themen Arbeitsaufteilung, Basisdemokratie und Gruppendynamik
- von 2007 bis 2010: Leiterin von Erstsemestrigentutorien am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Wien – Absolvierung von drei Seminaren zu den Themen Gruppenleitung und Gruppendynamik
- 2010: Leitung der Erstsemestrigentutoriumskoordination am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Wien
- 2008/2009: Leitung eines Fachtutoriums am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Wien
- 2008: Organisatorin und Koordinatorin der Teilnehmerbetreuung und -anmeldung bei den ersten Österreichischen Jugendmedientagen
- 2007/2008: Organisatorin beim Musik-Festival „Blue Pop“ in Pinsdorf
- u.v.m.