



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„Partizipativer Journalismus während der Nationalratswahl 2013“

Eine quantitative Inhaltsanalyse zu Themenspektrum,
symbolischer Politik und Ereignispräferenz

verfasst von

Sebastian Mackowitz, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Publizistik und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin:

Mag. DDr. Julia Wippersberg, Privatdoz.

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt durch meine eigenhändige Unterschrift, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, 20. Jänner 2015

Sebastian Mackowitz

Danksagung

Das Ergebnis und die Fertigstellung dieser Magisterarbeit kann nicht nur auf meine eigenen Bemühungen zurückgeführt werden – ohne Hilfe wäre dies nie möglich gewesen.

Ich bedanke mich bei meiner Betreuerin Mag. DDr. Julia Wippersberg, die mir in den kritischen Phasen meiner Arbeit mit wertvollen Tipps zur Seite stand.

Ganz besonders möchte ich mich bei Ramona und Jakob bedanken, von denen ich viel über die Inhaltsanalyse lernen konnte.

Meinen Freunden, allen voran Joseph und Florian, danke ich, da sie mir in den immer spannenden Gesprächen Inspiration und Ansporn fürs Studium gaben.

Meinem Zwillingbruder Laurin, der mich das erste Mal mit der Thematik des partizipativen Journalismus bekannt gemacht hat und meinem großen Bruder Maximilian für die tolle Unterstützung während meiner Studienzeit, danke!

Großer Dank an meine Eltern, die mich immer super gefördert haben und ohne die ich nie die Möglichkeit gehabt hätte zu studieren.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	9
1. Theoretischer Rahmen und Forschungsstand	13
1.1 Partizipativer Journalismus.....	13
1.1.1 Gegenöffentlichkeit und partizipativer Journalismus	13
1.1.2 Prototyp Indymedia.....	24
1.1.3 Forschungsstand partizipative Medien	28
1.2 Symbolische Politik und Inszenierung.....	35
1.2.1 Symbolische Politik in der Mediendemokratie/Mediokratie	35
1.2.2 Placebo-Politik.....	41
1.2.3 Symbolbegriff	42
1.2.4 Strategien und Methoden symbolischer Politik.....	46
1.2.5 Inszenierungsgesellschaft	50
1.2.6 Images.....	52
1.2.7 Symbolische Politik von unten	54
1.3 Agenda Setting.....	56
1.3.1 Agenda Building	60
1.3.2 Forschungsstand Wahlberichterstattung	60
1.4 Ereignisbegriff in der Publizistikwissenschaft.....	64
2. Empirische Untersuchung.....	68
2.1 Forschungsfragen und Hypothesen.....	68
2.2 Operationalisierung.....	73
2.3 Forschungsmethode	75

2.3.1	Untersuchungssample und Untersuchungszeitraum	75
2.3.2	Pretest.....	76
2.3.3	Überprüfung der Reliabilität.....	76
2.3.4	Methodenkritik.....	78
2.4	Auswertung der Daten und Überprüfung der Hypothesen	79
2.4.1	Hypothese 1	81
2.4.2	Hypothese 2	101
2.4.3	Hypothese 3	108
2.4.4	Hypothese 4	111
	Fazit.....	118
	Literatur.....	121
	Internetquellen	132
	Abbildungsverzeichnis.....	133
	Tabellenverzeichnis	133
	Anhang.....	135
	Codebuch	150
	Lebenslauf.....	159
	Abstract.....	160

Einleitung

Pluralismus bedeutet nicht nur ein stilles Nebeneinander unterschiedlicher Meinungen und Interessen, sondern auch das öffentliche Austragen und Aushandeln von Konflikten, zwischen differierenden Positionen oder Auffassungen. Um sich eine Meinung zu bilden, bedarf es Informationen, die bewertet werden können. Massenmedien forcieren Meinungsbildung durch Berichterstattung und Information, die Abbildung divergenter Positionen bzw. deren Kommentierung. So verschiedenartig der traditionelle Journalismus in Radio, Fernsehen und Presse auch ist, bleibt er jedoch auf der gleichen Ebene, dem System Massenmedien. Partizipativer Journalismus stellt sich dem gegenüber, indem das Publikum aufgefordert wird selbst Artikel zu verfassen und Beiträge zu veröffentlichen. Diese Bewegung unter der Prämisse des Do It Yourself (DIY) gibt sich mit dem vorherrschenden Meinungspluralismus der Massenmedien nicht zufrieden und reflektiert ein anderes Segment der Gesellschaft.

Es liegt im Selbstverständnis der Demokratie, dass sich die Pluralität der Gesellschaft auch im politischen Parteienspektrum und den sogenannten Vertretern des Volkes widerspiegelt. Mit den Listen SPÖ, ÖVP, FPÖ, BZÖ, Die Grünen, KPÖ, PIRAT, FRANK, CPÖ, WANDL, EUAUS, M und SLP traten 2013 insgesamt 13 Parteien zur österreichischen Nationalratswahl an, für jeden etwas dabei, möchte man meinen. Trotzdem war die Wahlbeteiligung mit 74,91% die niedrigste der 2. Republik.¹ Wie kommt das?

Wahlkampf heißt immer auch, wie bei jedem Wettstreit, gewinnen oder verlieren. Wettstreit meint dabei aber nicht nur die politische Wahlentscheidung an sich, wer das Rennen macht, sondern auch den Wettstreit um die Gunst der Massenmedien, der die Wahlkampfphasen typischerweise begleitet. Welcher Bewerber schafft es, die mediale Aufmerksamkeit durch geschickte Präsentation und strategische Inszenierung zu erlangen? Eine wichtige Frage stellt sich aber dabei: Sind BürgerInnen adäquat informiert, wenn in einem großen Anteil der politischen Berichterstattung nicht über gesellschaftliche Streitfragen und Probleme geschrieben, sondern nur noch darüber berichtet wird, wer Erster wird und wer sich wie in welchen Medien zur Schau stellt? Wird dies zu einem Problem für die Demokratie, wenn wichtiger ist, wie gut sich PolitikerInnen in einer TV-Konfrontation präsentieren als deren politische und

¹ Vgl. Bundesministerium für Inneres, 2013

gesellschaftliche Inhalte und Standpunkte? Zur Politik gehört natürlich nicht nur die pure Beschäftigung mit Sachfragen, sie beinhaltet auch eine Darstellungsseite, die kommuniziert werden muss.

Das Spannungsverhältnis zwischen Sachpolitik und symbolischer Politik ist also problematisch. Nicht nur könnte dieser Prozess in einen Konflikt mit der politischen Realität münden und dadurch zu einem demokratischen Problem in einer liberalen Gesellschaft werden. Wenn die Haupttätigkeit der Politik in der Beeinflussung der Medien besteht, sind die Konsequenzen für den Journalismus – dessen Aufgabe eigentlich die kritische Beobachtung von politischen Entwicklungen sein sollte – evident.

Unter anderem wurden als Reaktion auf diesen Missstand neue Formen der Kommunikation entwickelt. Die Mediengeschichte kennt zwar frühe Spielarten des partizipativen Journalismus, aber erst die technischen Möglichkeiten des Internet erlauben es partizipativen Medien in einer noch nie dagewesenen Leichtigkeit Journalismus zu betreiben und somit in Kontrast zur traditionellen Journalismus Elite in Erscheinung zu treten. Partizipation macht aus passiven Medienkonsumenten durch die aktive Rolle im Prozess der Herstellung, Überarbeitung und Veröffentlichung von journalistischen Produkten Prosumer. Sie verlassen also die Position des Zuschauers und emanzipieren sich in ihrem Mediengebrauch von der Bevormundung durch wenige Medienoligarchen.

Der Journalismus entscheidet, welche Themen von Bedeutung für die Gesellschaft sind, indem er eine Auswahl in der Berichterstattung trifft. Inwiefern lösen nun die Publikationsmöglichkeiten im Internet und ein emanzipatorischer Mediengebrauch diese Funktion auf bzw. kann partizipativer Journalismus die Chance wahrnehmen den etablierten Journalismus zu ergänzen, indem Fragestellungen aufgegriffen werden, die sonst vielleicht nicht vorkommen würden bzw. aus ökonomischem oder politischem Kalkül bewusst marginalisiert werden?

Wer sich mit dem Konzept des partizipativen Journalismus auseinandersetzt, trifft bald auf das Problem der Fülle von Definitionen und Begriffen, die sich mit der Materie beschäftigen. Sind Bürgerjournalismus, Graswurzeljournalismus, public journalism, civic journalism oder eben auch partizipativer Journalismus synonym zu verwenden oder muss man sie differenzieren? Kritisch Forschende müssen also genauer hinsehen, Fragen stellen, wie sich diese Formen voneinander unterscheiden und abgrenzen, welche Gemeinsamkeiten sie haben oder ob es eventuell dieselben Ausgangspunkte gibt. Ist es

sinnvoll einen Blog schon als partizipativ anzusehen, wenn er nur von einer Person geschrieben wird? Wie arbeiten im Gegensatz dazu kollektive Netzwerke? Wie verhält es sich, wenn partizipativer und traditioneller Journalismus fusionieren? Bevor eine Arbeit über die Berichterstattung von partizipativem Journalismus geschrieben werden kann, müssen daher zuerst diese Begriffe und Definitionen geklärt werden.

Die folgenden forschungsleitenden Fragen beziehen sich auf die Themenkernfrage und legen das Ziel dieser Arbeit fest. (1) Wie unterscheidet sich partizipativer Journalismus bei seiner Themensetzung in der Berichterstattung zur Nationalratswahl vom traditionellen Journalismus, bzw. (2) inwieweit gibt es zwischen den partizipativen und traditionellen Medien Zusammenhänge in der jeweiligen Problemwahrnehmung und Themenpriorität? (3) Wie unterscheiden sich partizipative und traditionelle Medien in Bezug auf Sachthemenberichte und inszenierte bzw. mediatisierte Ereignisse? (4) Wie unterscheiden sich partizipative Medien in der Verwendung von symbolischer Politik von traditionellen Medien?

Die vorliegende Arbeit teilt sich in zwei Teile. Im theoretischen Teil wird der Fokus auf die grundlegende Erörterung des wissenschaftlichen Rahmens und des bisherigen Forschungsstandes zum partizipativen Journalismus, der symbolischen Politik und der Wahlkampfberichterstattung gerichtet, um deduktiv mit diesem Hintergrundwissen Hypothesen zu den Forschungsfragen aufzustellen.

Der zweite Teil der Arbeit besteht aus einer empirischen Untersuchung zur Nationalratswahlberichterstattung im Hinblick auf die Forschungsfragen. Aber auch hier muss die methodische Vorgangsweise einen theoretischen Bezug bieten, um begründet die einzelnen Konstrukte und Kategorien zu operationalisieren. Die konkreten Ausprägungen der Variablen befinden sich im Codebuch im Anhang der Arbeit. Die Fragestellungen machen deutlich, dass ein inhaltsanalytischer Zugang gewählt werden muss, um sich dem Untersuchungsmaterial annähern zu können. Die quantitative Inhaltsanalyse bietet dabei den Weg einer möglichst objektiven und systematischen Beschreibung der Berichterstattungsinhalte. Dies soll aber nicht heißen, dass andere Methoden, wie eine Befragung, gänzlich ungeeignet wären auf dieses Forschungsvorhaben zuzugehen. Der Vergleich zu den traditionellen Medien in der Gegenüberstellung der jeweiligen Berichterstattung soll dabei als Bezugspunkt zum Journalismus dienen.

In den zwei letzten Kapiteln der Arbeit werden die ausgewerteten Daten tabellarisch abgebildet, um mit den erhobenen Informationen die vorliegenden Forschungsfragen zu beantworten und die dazugehörigen Hypothesen zu überprüfen, um abschließend Folgerungen aus den hervorgebrachten Ergebnissen zu ziehen.

In diesem Sinn soll die vorliegende Arbeit eine Momentaufnahme des Phänomens eines sich entwickelnden partizipativen Journalismus in Österreich sein.

1. Theoretischer Rahmen und Forschungsstand

1.1 Partizipativer Journalismus

Nutzerbeteiligung bzw. Lesereinbindung im Journalismus geht bis in das 18. Jahrhundert zurück. Anzeigen- und Wochenblätter versuchten sich stärker auf den Lebensraum ihrer Leser auszurichten, die sogenannten Heimatzeitungen waren geschaffen.² Der Nachfolger dieser Heimatzeitungen wird unter anderem partizipativer Journalismus genannt. In der aktuellen Diskussion dazu wird behauptet, dass er als eine Arena für Gegenöffentlichkeit anhand inhaltlicher Gegenthematisierung, gesellschaftlicher Mobilisierung und medialer Teilhabe, auftritt.³ Um der Idee des partizipativen Journalismus auf den Grund zu gehen und das Konzept für diese Forschungsarbeit fruchtbar zu machen, erscheint es logisch sich eingangs mit der Thematik der Gegenöffentlichkeit zu beschäftigen.

1.1.1 Gegenöffentlichkeit und partizipativer Journalismus

Eine besonders in Gegenöffentlichkeiten verwendete Form der Partizipation der NutzerInnen ist die Alternativpresse. Im Zuge der Studentenbewegung der 1960er und 1970er Jahre in Deutschland wurden Alternativmedien gegründet, da man sich durch die bestehende Medienlandschaft nicht mehr richtig repräsentiert fühlte. Ihren Höhepunkt erreichten sie 1991, als es 1319 alternative Presseerzeugnisse gab. Das *erklärte Primärziel* dieser Medien lag im Zugriff auf Partizipationsmöglichkeiten und der damit einhergehenden Schaffung einer Gegenöffentlichkeit.⁴

Bieber untersuchte Gegenöffentlichkeit im Netz anhand des Hochschulstreiks 1997. Eine wichtige Rolle dabei fiel, laut ihm, dem hohen Vernetzungsgrad der Studierenden zu, der in ihrer Intensität der Eigendynamik eine Innovation darstellte. Durch netzbasierte Veranstaltungen, wie virtuelle Vorlesungen, wurde das Internet einerseits zum *nach außen gerichteten Medium* des Protestes und andererseits zum Identifikations-, Organisations- und Koordinationsinstrument innerhalb der Hochschulbewegung. Das hohe Mobilisierungspotenzial ließ sich für ihn auf den dezentralen Aufbau zurückführen, der aber doch einen hohen Grad der Verbindlichkeit hatte. Zudem erzeugte auch die

² Vgl. Engesser, 2008b: 50

³ Vgl. Engesser, 2009: 43

⁴ Vgl. Engesser, 2008b: 53f

Verbindung von alten Stilelementen des Protestes, wie z.B. Transparenten, mit den neuen Stilelementen im Internet, wie der Archivierung im Datenraum oder dem Einsatz interaktiver Elemente eine wirkungsvolle Selbstaktualisierung körperlicher und virtueller Protestformen, die komplementär zueinander standen.⁵

Wimmer merkt an, dass, gesamtgesellschaftlich gesehen, Gegenöffentlichkeiten nur Randnotizen an Kommunikationsprozessen darstellen und zwar auch mit der Zuhilfenahme neuer Medien. Kritik und Gegenthematisierung werden bis jetzt auf gesellschaftlich *breiter Front* noch nicht abgebildet.⁶

Die Zunahme kritischer Teilöffentlichkeiten wird zum Teil durch den rapiden medientechnischen Wandel und den damit entstehenden Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten erklärt. Für Engesser und Wimmer artikuliert sich partizipativer Journalismus als Korrektiv für den traditionellen Journalismus und zwar durch Ansätze der Gegenöffentlichkeit, wie z.B. gesellschaftlicher Mobilisierung durch inhaltliche Gegenthematisierung. Abbildung 1 zeigt aber auch, dass es innerhalb des partizipativen Journalismus große Unterschiede zwischen den Ebenen Qualität und Reichweite der Gegenöffentlichkeit gibt.⁷

Foren der Gegenöffentlichkeit	Qualität der Gegenöffentlichkeit	Reichweite der Gegenöffentlichkeit
Beitragselemente in professionellen Medienformaten	gering	hoch
Beiträge in professionellen Medienformaten	mittel	mittel
Partizipative Medienformate	hoch	gering

Abb. 1: *Qualität und Reichweite der Gegenöffentlichkeit.*⁸

Partizipativem Journalismus begegnet man im Internet inmitten eines Getümmels von Blogs, Foren oder Tweets. Es finden sich partizipative Formate mit einem blogähnlichen Aufbau und der Möglichkeit des offenen Mitgestaltens, die den Ansprüchen des im

⁵ Vgl. Bieber, 1999: 180ff

⁶ Vgl. Wimmer, 2008: 225

⁷ Vgl. Engesser/ Wimmer, 2009: 58

⁸ Engesser/ Wimmer, 2009: 59

Folgenden vorgestellten Konzepts von partizipativem Journalismus gerecht werden wollen.

Beschäftigt man sich in einer Arbeit mit dem Konzept des Bürgerjournalismus, stößt man schon bald auf das Problem, dass es mehrere, gleich verwendete Definitionen bzw. Bezeichnungen für ähnliche, aber nicht gleiche Phänomene gibt. Um den Einstieg in die Thematik des partizipativen Journalismus zu erleichtern, ist es sinnvoll die verschiedenen Ansätze zu skizzieren. Bevor die Begriffe und partizipativen Zugänge Bürgerjournalismus, partizipativer Journalismus, civic journalism, citizen journalism und public journalism veranschaulicht werden, sollen aber zuerst zwei Ansätze beschrieben werden, die die Basis für alle diese Konzepte geschaffen haben.

Das Grundmodell möglicher Publikumsbeteiligung zeichnete Bertolt Brecht mit seiner Radiotheorie vor, in der er den *Lebenszweck* des Rundfunks nicht im *Verschönen* des öffentlichen Lebens sieht, sondern:

„Aber ganz abgesehen von seiner zweifelhaften Funktion (wer vieles bringt, wird keinem etwas bringen), hat der Rundfunk eine Seite, wo er zwei haben müßte. Er ist ein reiner Distributionsapparat, er teilt lediglich zu. Um nun positiv zu werden: das heißt, um das Positive am Rundfunk aufzustößern; ein Vorschlag zur Umfunktionierung des Rundfunks: Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen.“⁹

Apparat ist einer der zentralen Begriffe bei Brecht, mit der er die neue Technik zu durchblicken versucht. Apparat meint aber nicht ein einzelnes Gerät, sondern ein Gefüge, das die technischen und organisatorischen Strukturen zusammenführt und den ideologischen Gegensatz zwischen Individuum und Masse angleicht und zu überwinden versucht. Die durch diesen Kommunikationskanal entstehende Möglichkeit der Partizipation des Einzelnen sollte die Arbeit der politischen EntscheidungsträgerInnen

⁹ Brecht, 1932: 259f

transparenter und für BürgerInnen nachvollziehbarer machen, indem die Entscheidungen der Regierenden durch die Partizipation beeinflussbar wären.¹⁰

Hans Magnus Enzensberger fasste Brechts Ansatz in seinem *Baukasten zu einer Theorie der Medien* auf. Darin thematisierte er nicht das Radio an sich, sondern elektronische Medien, die in den 1970er Jahren einen enormen Aufschwung erfuhren. Die Aufhebung der Trennung von Sendefunktion und Empfängerfunktion ist für Enzensberger der zentrale Baustein eines emanzipatorischen Mediengebrauchs. Wenn jeder Empfänger/jede Empfängerin zum/zur potentiellen SenderIn werden kann, verändern sich Massenmedien weg vom bloßen Konsumprodukt. Die eigentliche mobilisierende Kraft der Medien, eine Interaktion, bei der Lern- und Erfahrungsprozesse möglich sind, entsteht nur durch einen emanzipatorischen Mediengebrauch. Repressiver Mediengebrauch, bei dem nur eine passive Konsumhaltung möglich ist, entpolitisiert, da keine kollektive Produktion der Gesellschaft vorgesehen ist.¹¹

Enzensberger fasst die Eigenschaften eines emanzipatorischen Mediengebrauchs in der Gegenüberstellung eines repressiven Mediengebrauchs zusammen:¹²

<u>Repressiver Mediengebrauch</u>	<u>Emanzipatorischer Mediengebrauch</u>
Zentral gesteuertes Programm	Dezentralisierte Programme
Ein Sender, viele Empfänger	Jeder Empfänger ein potentieller Sender
Immobilisierung isolierter Individuen	Mobilisierung der Massen
Passive Konsumentenhaltung	Interaktion der Teilnehmer, feedback
Entpolitiserungsprozeß	Politischer Lernprozeß
Produktion durch Spezialisten	Kollektive Produktion
Kontrolle durch Eigentümer durch Bürokraten	Gesellschaftliche Kontrolle durch oder Selbstorganisation

¹⁰ Vgl. Steiner, 2013: 82ff

¹¹ Vgl. Enzensberger, 1970: 170ff

¹² Enzensberger, 1970: 173

Die beiden Grundmodelle von Brecht und Enzensberger geben die Richtung für alle folgenden Ansätze einer Publikumsbeteiligung im Journalismus vor. Dem Publikum die Chance zu bieten ihre Interessen und Meinungen über Massenmedien mitzuteilen, ist ihr Ideal.

In der Forschung zu partizipativem Journalismus und Medienformaten gab es eine lange Phase der *Begriffshyperinflation* mit gleichzeitiger *Definitionsarmut*. Der Grund dafür liegt für Engesser auch darin, dass Begriff und Gegenstand in einem engen Wechselverhältnis stehen und dadurch das Konzept des partizipativen Journalismus noch nicht klar umrissen ist. Diese Entwicklung lässt sich z.B. an der Verbreitung von Weblogs festmachen, die als *amateur journalism*, *folk journalism* oder *personal journalism* beschrieben worden sind. Auch für Kollektivformate, wie *Indymedia*, wurden diese Bezeichnungen verwendet und es kamen noch neue, wie *participatory journalism*, *grassroots journalism*, *citizen journalism*, *open source journalism* oder *peer-to-peer journalism*, dazu.¹³ Im Anschluss sollen die für das Konzept der Bürgerbeteiligung wichtigsten Begriffe und Umschreibungen erläutert werden.

Bürgerjournalismus geht auf die Idee des civic journalism zurück. Dessen Postulat war: Professionelle Journalisten sollten den Bürgern helfen sich am öffentlichen Diskurs massenmedial zu beteiligen, um sich in gesellschaftliche Angelegenheiten einzumischen. Ausgehend von dem Missstand, dass traditionelle Journalisten wichtige und interessante Themen einfach nicht mehr entdecken und nicht genau genug ausleuchten würden bzw. ihre Themenauswahl von der Politik und PR beeinflusst sei, sollte nun ein herrschaftsfreier Diskurs erzeugt werden. Als Ausweitung dieser Idee will Bürgerjournalismus diese aufklärerischen und anwaltlichen Aufgaben den Bürgern selbst übertragen. Durch das Internet ist diese Aufgabe deutlich leichter zu schaffen.¹⁴

„Sie sind nicht mehr auf klassische Medien angewiesen, um überhaupt Öffentlichkeit zu schaffen. Sie artikulieren sich auf ihren eigenen Medien und tun dies mit erstaunlicher Professionalität und Akkuratess.“¹⁵

Schönbach merkt an, dass Bürgerjournalismus kein neues Phänomen sei, da offene Kanäle, wie z.B. lokales Bürgerfernsehen, schon eine Tradition hätten. Was aber wirklich

¹³ Vgl. Engesser, 2008b: 47f

¹⁴ Vgl. Schönbach, 2008: 503ff

¹⁵ Maier, 2008: 207

neu am heutigen Bürgerjournalismus ist, sind die Möglichkeiten der Veröffentlichung und Produktion von Inhalten, die der vereinfachte Zugang zu Publikationsplattformen und die immer erschwinglichere Medientechnik bieten.¹⁶ Dass Bürgerjournalismus in nächster Zukunft traditionelle Medien ersetzen wird, glaubt Schönbach nicht, und begründet das durch das Bestreben des Publikums *zuverlässig überrascht* zu werden. Mit zuverlässiger Überraschung meint er das Verlangen des Publikums nach *frischen, unbeeinflussten*, teils auch *unerhörten* Informationen. Diese Informationen müssen aber auch einer kritischen Beurteilung durch glaubwürdige Quellen, der Einbettung in den richtigen Kontext und einer professionellen Erklärung unterliegen. Medien als *vertrauenswürdige Marken*, die Qualität versprechen, sind für ihn deshalb als Experten dem einfachen Bürger in der Gunst des Publikums überlegen. Der Auftrag an die traditionellen Medien hieße also: Investition in diese zuverlässige Überraschung und das Vertrauen des Publikums stärken; kein Infotainment, keine Vermischung von Werbung und redaktionellem Inhalt, Unabhängigkeit der Politik gegenüber.¹⁷

Public journalism stammt aus den USA und wurde im Zuge der sich abzeichnenden Zeitungskrise in den 1980er Jahren entwickelt. Eine vollständige theoretische Fundierung bzw. ein ausformuliertes Konzept des public journalism gibt es nicht. Dies liegt für Forster einerseits an der, von seinen Schöpfern zunächst gewollten, Theorielosigkeit (es gibt aber eine Menge theoretischer Bezugspunkte des public journalism, wie das Modell der deliberativen Demokratie und natürlich journalismustheoretische Ansätze, wie der schon zuvor erwähnte anwaltliche Journalismus), andererseits ist public journalism ein praxisorientiertes Konzept in einer sich immer noch schnell veränderlichen Entwicklungsphase.¹⁸ Will public journalism für Forster seinem Anspruch gerecht werden, muss er alle gesellschaftlich relevanten politischen Positionen berücksichtigen.¹⁹

„Ist der Bürgerjournalismus für das Publikum wenigstens eine wichtige Ergänzung des bisherigen Nachrichtenangebots? Ja, sicher, als Quelle interessanter Themen und Bilder.“²⁰

¹⁶ Vgl. Schönbach, 2008: 505

¹⁷ Vgl. Schönbach, 2008: 506ff

¹⁸ Vgl. Forster, 2006: 102ff

¹⁹ Vgl. Forster, 2006: 197

²⁰ Schönbach, 2008: 509

Forsters Definition für public journalism lautet:

*„Public Journalism nimmt fair an den gesellschaftlichen Diskursen in der demokratischen Gesellschaft teil. Er fördert demokratische Lösungen gesellschaftlicher Probleme, ohne sich einseitig zum Anwalt für spezifische Lösungsvorschläge zu machen, und ist verantwortlich für die Resultate seiner Berichterstattung.“*²¹

Dass public journalism die aktuelle journalistische Nachrichtengebung vollständig revolutionieren wird, ist unrealistisch, ein Einfluss auf die Berichterstattung aber durchaus denkbar.²² Was public journalism für Forster jedenfalls nicht kann, ist, Probleme von nationaler und internationaler Reichweite besser aufzubereiten als traditioneller Journalismus, da er doch stark regional bzw. lokal ausgerichtet ist.²³ Zum Problem wird die erwähnte fehlende theoretische Verankerung, da mit zunehmender Popularität das Konzept auch zu Missbrauch einlädt. Die fehlende Definition der Grenzen von public journalism führte z.B. dazu, dass eine große Zeitungskette damit Marketing betrieb, um ihren Umsatz zu steigern.²⁴ Demgegenüber merkt aber Lünenborg an, dass in den USA public journalism von Anfang an von großen Verlagen gefördert worden ist, nicht nur der Stärkung der zivilgesellschaftlichen Strukturen zuliebe, sondern auch aus ökonomischen Interessen. Gleichzeitig wurden aber auch durch die finanzielle Aufwendung neue Stellen in Medienunternehmen geschaffen.²⁵

Die Frage, was public journalism eigentlich ist, eine Bewegung, eine Philosophie oder ein Journalismuskonzept, beantwortet Lünenborg mit: *von allem etwas*. Den Kommunitarismus nimmt public journalism als Ausgangspunkt an, wenn es um die Stärkung der Zivilgesellschaft geht, indem er durch kleinteilige und selbstregulierende Handlungseinheiten öffentliche Eigenartikulation betreibt und damit zum *Motor* und *Moderator* zivilgesellschaftlichen Engagements wird. Traditioneller Journalismus schwächt hingegen die Zivilgesellschaft und wird als Gegenstück gesehen, wenn er den Fokus der Berichterstattung nicht auf die Mitte der Gesellschaft legt.²⁶

„Eine zu starke Konzentration auf politische und wirtschaftliche Eliten, eine Vernachlässigung sozialer Themen, Alltagsthemen und Interessen von

²¹ Forster, 2006: 194

²² Vgl. Forster, 2006: 380f

²³ Vgl. Forster, 2006: 103f

²⁴ Vgl. Forster, 2006: 98

²⁵ Vgl. Lünenborg, 2005: 144ff

²⁶ Vgl. Lünenborg, 2005: 145

*Minderheiten, ein Framing der Berichterstattung insbesondere während Wahlkämpfen als reiner Wettkampf (horse race), bei dem weniger die Inhalte als die Performance im Mittelpunkt stehen – all diese Phänomene gelten als (mit)ursächlich für die Verminderung zivilgesellschaftlichen Handelns, für den Verlust an gesellschaftlicher Handlungsfähigkeit.*²⁷

Als Journalismuskonzept wird public journalism verstanden, indem er sich von traditionellen Konzepten, wie der Objektivität oder dem Investigativen, abgrenzt. Die Rolle des unbeteiligten Beobachters wird zum Zwecke der Beteiligung an der gesellschaftlichen Auseinandersetzung aufgegeben, indem public journalism als Moderator der Auseinandersetzung oder als Promotor eines Themas, das ohne ihn nicht diskutiert werden würde, auftritt.²⁸

Als Bewegung kann public journalism schließlich gesehen werden, da es als Projekt zur Artikulation der Nicht-Eliten und dadurch als eine Art grass-roots-Bewegung gesehen wird, die als Kontrast zur professionellen Journalismuselite in Erscheinung tritt.²⁹ Winter verortet das im nächsten Kapitel beschriebene Medium *Indymedia* einerseits als Bewegung eines politischen Aktivismus der globalen Auseinandersetzung und andererseits als eine medienpädagogische Bewegung, die Menschen helfen soll Fertigkeiten und Kompetenzen in der Medienproduktion bzw. elektronischen Kommunikation zu erwerben und zu verbessern.³⁰

Das in dieser Arbeit behandelte Konzept des Bürgerjournalismus ist partizipativer Journalismus, der sich an partizipatorische Demokratietheorien anlehnt.³¹

Bowman und Willis definieren ihn so:

*„The act of a citizen, or group of citizens, playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing and disseminating news and information. The intent of this participation is to provide independent, reliable, accurate, wide-ranging and relevant information that a democracy requires.“*³²

²⁷ Lünenborg, 2005: 145

²⁸ Vgl. Lünenborg, 2005: 146f

²⁹ Vgl. Lünenborg, 2005: 150

³⁰ Vgl. Winter, 2012: 46f

³¹ Vgl. Engesser, 2013: 34

³² Bowman/ Willis, 2003: 9

Schon einige Zeit davor, 1979, entwickelte Fabris ein Konzept des partizipativen Journalismus. Die wichtigsten Elemente waren für ihn (1) die Bemühungen zu einer Subjekt-Subjekt-Beziehung der Berichterstatter mit den Berichts-Betroffenen, (2) Authentizität der vermittelten Information, (3) das persönliche Miterleben und Betroffenheit und (4) die Öffnung des Zugangs zu den Medien zugunsten kollektiver und nicht-hierarchischer Arbeitsweisen.³³

Engesser verwendet für seine Definition einen Partizipationsbegriff, der über soziale und politische Beteiligung hinausgeht und auch kommunikative und mediale Partizipation umfasst. Die in der Abbildung 2 dargestellte Erweiterung sieht er auch den Unterschied zu den Begriffen Bürgerjournalismus oder auch Graswurzeljournalismus, die sich sonst nicht wesentlich voneinander abgrenzen. Partizipativer Journalismus überträgt den Partizipationsbegriff von einem politikwissenschaftlichen Kontext in einen öffentlichen, also als öffentliche Teilhabe.³⁴

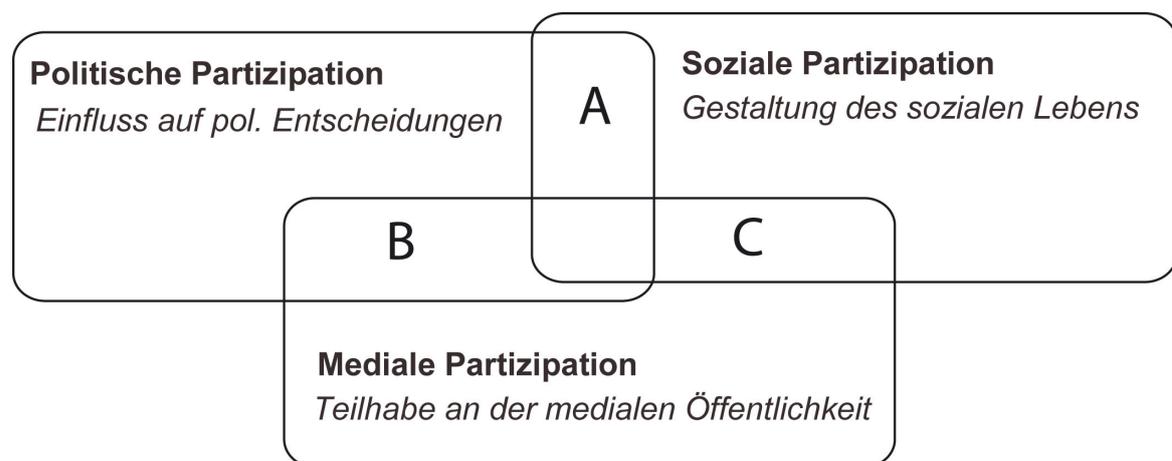


Abb. 2: Dreieck der Partizipation.³⁵

Seine gesellschaftliche Hauptfunktion ist die Beteiligung an der medialen Öffentlichkeit, die sich hauptsächlich durch *Aktivität* (Herstellung und Verbreitung von journalistischen Inhalten), *Freiwilligkeit* und *Publizität* auszeichnet.³⁶ Engesser gibt daneben noch 33

³³ Vgl. Fabris, 1979: 259ff

³⁴ Vgl. Engesser, 2008b: 63f

³⁵ Engesser, 2011: 47

³⁶ Vgl. Engesser, 2013: 339f

weitere Qualitätskriterien an, wie Aktualität, Relevanz, Authentizität oder Objektivität, die partizipativen Journalismus bestimmen. Dabei hängt es aber von der Perspektive der Definition ab, welche dieser Kriterien vorherrschen.³⁷

„Viele der Protagonisten solcher Projekte sind ehemalige Journalisten. Und viele, die mitarbeiten, haben eine hohe Meinung vom Journalismus und werden aktiv, weil ihnen die zeitgenössischen Medien nicht mehr das bieten, was sie für wichtig halten.“³⁸

Das Konzept des partizipativen Journalismus ist für Forster durch seine sprachliche und konzeptuelle Nähe zu partizipativen Demokratietheorien eng mit einem bürgerorientierten Journalismus bzw. dem public journalism verwandt. Das Element des anwaltschaftlichen Journalismus unterscheidet aber die beiden Formen, da public journalism unter der Bedingung der *proactive neutrality* steht.³⁹

Im Zuge der Verbreitung des Internets entstanden verschiedene Formate der journalistischen Partizipationsmöglichkeiten. Abbildung 3 zeigt die alten und neuen Formen und ihre jeweiligen Ebenen der Partizipation. Engesser macht vier Hauptformen aus, die sich sowohl qualitativ als auch quantitativ von ihren Vorgängerformaten, z.B. den Alternativmedien, unterscheiden: Weblogs, Kollektivformate, professionell-partizipative Nachrichtensites und Leserreporter.⁴⁰

Ebene der Partizipation	Frühere Formen des Gegenstands	Neuere Formen des Gegenstands
Beitragsэлеmente in professionellen Medienformaten	Leserbriefe/ Hörertelefon	Material der Leserreporter
Beiträge in professionellen Medienformaten	Lesermitarbeit in Heimatzeitungen	Beiträge in Professionell-partizipativen Nachrichtensites
Partizipative Medienformate	Alternativpresse/ Nichtkommerzielle Radios/ Offene Kanäle	Weblogs/ Kollektivformate

Abb. 3: Ebenen der Partizipation und dazugehörige Formen des Gegenstands.⁴¹

³⁷ Vgl. Engesser, 2013: 125ff

³⁸ Maier, 2008: 206

³⁹ Vgl. Forster, 2006: 175f

⁴⁰ Vgl. Engesser, 2008b: 57

⁴¹ Engesser, 2008b: 58

Engesser zählt alle partizipativen Formate und Prozesse, die zumindest teilweise einen journalistischen bzw. quasi-journalistischen Anspruch haben, zum partizipativen Journalismus. Formate ohne diesen Anspruch, wie Foren, Chats, Gästebücher oder Meinungsumfragen, berücksichtigt er bewusst nicht.⁴²

Auch für Maier ist der journalistische Anspruch ausschlaggebend. Er fasst Projekte des Bürgerjournalismus im Internet mit der Bezeichnung *Network Publishing* zusammen und unterteilt sie in die Kategorien Citizen Journalists, Aktivisten, Blogger und Wikis oder Wikipedians, denen allen ein publizistischer Antrieb gemeinsam ist.⁴³

Engesser liefert drei Bausteine bzw. semantische Felder, die eine Definition des partizipativen Journalismus ausmachen: Prozess, Profession und Partizipation. Der journalistische Kommunikations- und Produktionsprozess (1) muss den Top-Down-Prozess um einen Bottom-Up-Prozess ergänzen. Der Nutzer wird dadurch vom passiven Rezipienten zum aktiven Beteiligten der Herstellung, Überarbeitung und Veröffentlichung der journalistischen Produkte. Der Berufs- und Professionsaspekt (2) muss im Hintergrund bleiben, d.h. die journalistischen Aktivitäten müssen außerhalb der Berufstätigkeit angesiedelt sein. (3) Die Partizipation wird nicht wie früher als politische verstanden, sondern im Sinne einer *aktiven Teilhabe an der Medienöffentlichkeit*.⁴⁴

Einige Zeitungen erkannten das Potential des civic journalism im Internet sehr früh und integrierten ihn zu sogenannten professionell-partizipativen Nachrichtensites. Diese zeichnen sich dadurch aus, dass Beiträge teilweise oder vollständig von NutzerInnen geschrieben und dann von professionellen RedakteurInnen selektiert und überprüft werden. Eines der ersten Beispiele dafür ist Readers Edition aus Deutschland, die aus der Nachrichtensite *netzzeitung.de* hervorging und sich das Graswurzeljournalismusprojekt *OhmyNews* aus Südkorea zum Vorbild nahm. *OhmyNews* zählt zu den einflussreichsten Medien Südkoreas mit über 50 000 registrierten Nutzern, die bis zu 200 Beiträge pro Tag verfassen. Die Redaktion besteht aus 60 Personen, die großteils ehemalige Bürgerjournalisten sind (2007).⁴⁵

⁴² Vgl. Engesser, 2008b: 49

⁴³ Vgl. Maier, 2008: 206

⁴⁴ Vgl. Engesser, 2008b: 64ff

⁴⁵ Vgl. Engesser, 2008a: 111ff

Professionell-partizipative Medien stehen in einem Spannungsfeld der Top-Down-Prozesse der professionell-redaktionellen Medien und der Bottom-Up-Prozesse partizipativer Vermittlung.⁴⁶

Engessers Definition für diese Formate lautet:

„Professionell-partizipative Nachrichtensites sind eine Hybridform aus professionell-redaktionellen und partizipativen Formaten. Bei ihnen findet die Nutzerbeteiligung auf Beitragsebene statt. Sie beziehen ihre Inhalte teilweise oder vollständig von den Nutzern und verfügen gleichzeitig über eine professionelle Redaktion, die die eingesandten Beiträge selektiert, kontrolliert oder redigiert.“⁴⁷

Der in dieser Arbeit verwendete Begriff des partizipativen Journalismus, der partizipativen Medien, wird aufgrund Engessers Arbeit ausgewählt. Er zählt kollektive Formate zum partizipativen Journalismus. Der Begriff partizipativ beschreibt eben nicht nur die politische und soziale Komponente, sondern wird auch als mediale Partizipation, der Teilhabe an der medialen Öffentlichkeit verstanden.⁴⁸

1.1.2 Prototyp Indymedia

Indymedia ist die bekannteste und eine paradigmatische alternative Nachrichtenwebsite, die ihren Ursprung während der Proteste gegen die Ministerkonferenz der Wirtschafts- und Handelsminister der WTO 1999 in Seattle hat. Damals, als Breitbandanschlüsse und Smartphones noch nicht bekannt waren, wurde das erste Independent Media Center (IMC) eingerichtet, bei dem AktivistInnen Bilder, Videos und Berichte zu den Protesten ins Internet hochladen konnten, der Informationsfluss koordiniert wurde bzw. durch die Kooperation mit anderen Medienkanälen eine größtmögliche Öffentlichkeit geschaffen werden konnte. Innerhalb von fünf Jahren entstanden über 150 IMCs auf allen Kontinenten, meist eines für jedes Land, aber auch kleinere IMCs, die sich nur auf eine Stadt konzentrierten.⁴⁹

⁴⁶ Vgl. Engesser, 2008a: 111f

⁴⁷ Engesser, 2008a: 115

⁴⁸ Engesser, 2011: 47

⁴⁹ Vgl. Hamm, 2005: 177ff

Neben den einzelnen IMCs existiert seit 2000 auch eine Hauptseite, die Content aus dem gesamten Netzwerk zusammenträgt. *Indymedia* wurde zwar als Antwort auf die Globalisierung gegründet, hat sich aber mit der Zeit zu einer Nachrichtenseite mit Inhalten zu sozialer Gerechtigkeit, Menschenrechte, und Umweltschutz entwickelt.⁵⁰

„(...) Indymedia is explicitly aimed at publishing alternative, citizen-based news reporting and commentary on political topics ignored by mainstream news media. And indeed, research shows that the articles posted on the open news wires of individual chapter web sites consist of first-hand, eyewitness reports as well as original news commentary and analysis.“⁵¹

Haas merkt aber auch an, dass die ursprüngliche freie Möglichkeit der Veröffentlichung von Inhalten auf der *Indymedia* Hauptseite durch eine Gatekeeper Methode abgelöst wurde. Dies hat zum einen den Grund in der so großen Anzahl von Berichten, die veröffentlicht wurden, aber andererseits hat sich das Seattle Kollektiv auch das Recht vorbehalten falsche und beleidigende Texte von der Seite zu entfernen. Auch die bloße Kommentierung von traditionellen Nachrichten, statt der selbstständigen Berichterstattung, wurde als nicht passend bestimmt.⁵² Von der Seite gelöschte Artikel können aber unter der eigenen Rubrik *Versteckt (Hidden)* wiedergefunden werden, auch der Grund der Löschung wird für jeden Artikel angegeben.⁵³

Der partizipative Charakter, der *Indymedia* auszeichnet, bezieht sich nicht nur auf die einzelnen Beiträge, sondern auch auf die Programmstruktur der Seiten. Jede *Indymedia* Homepage ist über Freie Software realisiert, bei der es allen erlaubt ist die verwendeten Programme zu benutzen, zu studieren, zu verändern, zu erweitern und zu kopieren. Dies kommt daher, dass die Software diese Freiheits-Rechte (über ihre Lizenz) garantiert. Eine Software ist nach der Definition des GNU-Projekts (General Public License), der ersten und am weitesten verbreiteten Freien Software Lizenz, die eben auch *Indymedia* verwendet, dann frei, wenn die Programmnutzer vier wesentliche Freiheiten haben: das Programm für jeden Zweck, den man möchte, auszuführen (Freiheit 0), die Funktionsweise des Programms untersuchen und den eigenen Bedürfnissen anpassen zu können (Freiheit 1), das Programm weiterverbreiten zu können (Freiheit 2) und das Programm verbessern und diese Verbesserungen der Öffentlichkeit freigeben zu können

⁵⁰ Vgl. Haas, 2007: 156f

⁵¹ Haas, 2007: 157

⁵² Vgl. Haas, 2007: 158

⁵³ Vgl. <https://linksunten.indymedia.org/en/node/hidden>

(Freiheit 3). Freiheit 1 und 3 sind nur dann sinnvoll, wenn die Nutzer den Zugang zum Quellcode des Programms haben und daher ist die Zugänglichkeit eine notwendige Voraussetzung für Freie Software.⁵⁴

Dass die IMCs mehr als nur eine virtuelle Welt sind, die Upload-Funktionen für Demoberichte erfüllt, sondern eine Verknüpfung von körperlichen und sprachlichen Gefügen, das sich durch das Protestereignis konstituiert, beschreibt Maurizio Lazzarato in seinem Text *Kampf, Ereignis, Medien* über die Proteste in Seattle:

„In den Tagen von Seattle haben wir es mit einem körperlichen Gefüge zu tun, einer Mischung von Körpern (...) welche aus individuellen und kollektiven Singularitäten zusammengesetzt ist, (...) ein Gefüge sprachlicher Aussagen, eine Ordnung des Ausdrucks, die aus einer Vielfalt von sprachlichen Anordnungen gebildet wird (...). Die kollektiven Aussagegefüge drücken sich nicht allein durch die Sprache aus, sondern auch durch die technologischen Ausdrucksmaschinen (Internet, Telefon, Fernsehen etc.).“⁵⁵

Marion Hamm geht den Fragen nach, wie sich der virtuelle Raum des Internet zu geographisch bestimmbareren, „echten“ Örtlichkeiten verhält und ob sie sich überhaupt räumlich klar voneinander abgrenzen lassen bzw. in welcher Weise sie verschmelzen. Für sie treten die IMCs als *digitales Backoffice* eines komplexen Kommunikationsnetzwerkes mit einerseits Email-Listen, einem Wiki und Chatrooms und andererseits den direkten Begegnungen und Treffen im Rahmen von Protesten auf.

„Während der Berichterstattung über große Mobilisierungen summt das Indymedia Backoffice vor Aktivität, entsprechend sind die IMC-Webseiten dann am lebendigsten, wenn auf den Straßen etwas passiert. Nachrichten über die Vorgänge auf den Straßen werden per SMS, Telefon, Radio- und Videostream, Email und Newswire-Postings übermittelt, innerhalb der Chatrooms überprüft, zusammengefasst und öffentlich gemacht. An den permanenten Kommunikationsfluss sind diejenigen, die sich auf den Straßen, bei Blockaden oder in AktivistInnenendörfern aufhalten, ebenso beteiligt wie diejenigen, die an den Computern sitzen. Das Internet ist bei solchen Anlässen nicht mehr nur ein Kommunikationswerkzeug, sondern verlangt unerbittlich wie ein physikalischer Raum Präsenz.“⁵⁶

In einer Studie über das IMC Athen spricht Milioni drei funktionelle Bereiche an, die beim Vergleich von *Indymedia* als Medienorganisation zum traditionellen Modell zu

⁵⁴ Vgl. <http://www.gnu.org/philosophy/free-sw>

⁵⁵ Lazzarato, 2004: 176f

⁵⁶ Hamm, 2005: 181

beachten sind, die den Wert von alternativen Medien im Kontext von Journalismus und Demokratie veranschaulichen: Erstens die Vorbildfunktion, die durch die strukturellen, normativen und ethischen Charakteristika von Indymedia vorgegeben wird. Dazu gehören (1) die explizit politische Haltung, (2) der Schutz der autonomen Form vor staatlicher, ökonomischer bzw. kommerzieller Einflussnahme, (3) der nicht-hierarchische, nicht-professionelle und kollektive Umgang mit Informationen, (4) das Einstehen für Vielfalt der Quellen bzw. die subjektive Beschreibung sozialer Realitäten und (5) die Abhängigkeit von ihrem Publikum als aktive Partizipanten aller Phasen des Berichterstattungsprozesses. Zweitens die Konkurrenzfunktion gegenüber traditionellen Medien ihre eigene Agenda zu setzen und dadurch einen autonomen Kanal von nicht-medialisierter Kommunikation zu schaffen, der den Themen genügend Raum bietet, die in der Öffentlichkeit unterrepräsentiert sind. Drittens die Hilfsfunktion, die Indymedianutzern den Erwerb von Fähigkeiten der kritischen Mediennutzung bietet.⁵⁷

Neben diesem Bereich der Selbstbestimmung des Nachrichtenproduktionsprozesses spricht Milioni auch zwei weitere Eigenschaften des Partizipierens an, Interaktivität und de-lokalisiert vernetzte (Inter)aktion. Interaktivität verweist auf die Fähigkeit einer horizontalen Kommunikation der User. Das Beispiel IMC Athen zeigte für Milioni, dass:

„(...) publics use these discursive, open online spaces as a platform for publicity exposing their matters of concern, expressing their views and engaging in political conversation. Even though these debates are often swarming with aggression that fails to reach consensus, participants debate argumentatively about the issue under consideration and define, autonomously and intersubjectively, the rules and terms of their own discussion.“⁵⁸

Mit de-lokalisiert vernetzte (Inter)aktion meint die Autorin die Rolle des Netzwerks als eine Organisation für Kollaboration, Koordination und gemeinsamer Handlung ehemals nicht verbundener Individuen und Kollektive in einem de-lokalisierten und transnationalen Kontext. *„Indymedia counterpublics use their safe online places for connecting to global networks and considerations, constructing identities, forging solidarities and coordinating their common activities.“⁵⁹*

⁵⁷ Vgl. Milioni, 2009: 418ff

⁵⁸ Milioni, 2009: 427

⁵⁹ Milioni, 2009: 427

Den Nutzen, den professioneller Journalismus durch die Adoption alternativer Medientätigkeiten generieren kann, liegt für Atton weniger in ökonomischen bzw. kommerziellen Zwecken, sondern in einer Selbstreflexion ihrer journalistischen Routinen. Auch von der Entwicklung eines kritischen Mediengebrauchs ihres Publikums kann traditioneller Journalismus nur profitieren.⁶⁰

1.1.3 Forschungsstand partizipative Medien

myheimat

myheimat ist das größte partizipative Medium Deutschlands mit über 55000 registrierten Usern (Stand 2014). Lokale und Sublokale Inhalte werden von partizipativen JournalistInnen produziert, durch interaktive Features können die NutzerInnen Feedback und Wertschätzung geben. *myheimat* zeichnet sich durch einen Verbund von Stadtmagazinen, die unter ein einheitliches Dachangebot gebettet sind, aus.⁶¹

Fröhlich, Quiring und Engesser führten mit 153 AutorInnen von *myheimat* eine standardisierte Befragung durch. Ihr Interesse galt der Einstellung zu Ethik und Qualität im Journalismus, der Wahrnehmung der RezipientInnen bzw. der Einstellung zu traditionellen Medien. Auch das Rollenverständnis der partizipativen Journalisten und Journalistinnen, deren Motivationen und Themenauswahl stand im Fokus der Forschung. Die Ergebnisse wurden mit analogen Arbeiten zu JournalistInnen verglichen.⁶²

Wie wichtig einem ein Thema war und das persönliche Interesse waren für die Themenauswahl der *myheimat* User am relevantesten. Auch in der Lage zu sein über persönliche Erfahrungen zu berichten, war für die Auswahl entscheidend. Ob ein Thema gerade in den Schlagzeilen ist bzw. ob es gerade viel diskutiert wird, waren dagegen nicht so wichtig. Eine einzige Abweichung gegenüber traditionellen JournalistInnen bei der Wahrnehmung ihrer RezipientInnen war bei der Einteilung progressiv vs. konservativ. Die partizipativen JournalistInnen beurteilten sie eher progressiv, die professionellen eher konservativ. Die eigene Rollenauffassung unterschied sich dadurch, dass *myheimat* User ihre Arbeit eher dem Entertainment Journalismus als dem klassischen Informationsjournalismus zurechneten. Eine Möglichkeit der Interpretation dieser

⁶⁰ Vgl. Atton, 2011: 69f

⁶¹ Vgl. Huber/ Kaspar, 2010: 191

⁶² Vgl. Fröhlich/ Quiring/ Engesser, 2012: 1049f

Ergebnisse ist für die Autorin/Autoren, dass *myheimat* User Lücken in der traditionellen Berichterstattung sehen und diese ausfüllen wollen. Bei der Frage nach der Motivation der User waren die Möglichkeit kreativ zu sein, Freude an der Arbeit und die Idee, dass gewöhnliche Leser selbst schreiben können die wichtigsten Gründe. Aber auch die Ansicht, dass bestimmte Themen in traditionellen Medien unterrepräsentiert seien, wurde von jedem zweiten User angegeben. Die Untersuchung ergab aber auch, dass die User fast nirgendwo anders partizipativen Journalismus betrieben.⁶³

Für Axel Bruns erscheint *myheimat* eher apolitisch, da sich durch den lokalen Fokus die Inhalte auf regionale Events, wie Gemeindeveranstaltungen und -neuigkeiten, konzentrieren. Treffender als partizipativer Journalismus wäre für ihn daher die Bezeichnung *community news*.⁶⁴

Het Belang van mijn gemeente

Paulussen und D'heer untersuchten das belgische Medienprojekt *Het Belang van mijn gemeente* (Das Interesse meiner Stadt). Diese von der flämischen Zeitung *Het Belang van Limburg* gestartete professionell-partizipative Nachrichtenseite hat für jede Gemeinde einen eigenen Bereich, auf der sowohl von professionellen als auch partizipativen JournalistInnen Berichte erscheinen, und zwar nebeneinander und somit in Koexistenz innerhalb des gleichen Nachrichtenumfelds. In ihrer Forschungsarbeit untersuchten sie die Unterschiede zwischen den beiden Journalismusformen im Bereich der dort dominierenden Themenfelder, Nachrichtenwerte und verwendeten Quellen.⁶⁵

Die insgesamt 474 analysierten Artikel zeigten erstens einen starken Zusammenhang zwischen den Themenkategorien und der Art des Beitragsverfassers. Während sich die professionellen JournalistInnen auf Berichte über Verbrechen und Justiz (65%) bzw. Feuer und Verkehrsfälle (12%) fokussierten, berichteten die partizipativen JournalistInnen mehr über soft news, also Artikel über lokale Clubs (17%), Kultur (17%), Sport und Gesundheit (16%) und Bildung (16%). Paulussen und D'heer schlossen daraus, dass der gemeinsame Auftritt auf einer Nachrichtenseite dazu führte, dass die Redaktion die Berichterstattung über das lokale Gemeinschaftsleben in die lokalen Gemeinden

⁶³ Vgl. Fröhlich/ Quiring/ Engesser, 2012: 1051ff

⁶⁴ Vgl. Bruns, 2011: 184

⁶⁵ Vgl. Paulussen/ D'heer, 2013: 588ff

selber outsourcete und die wahrgenommenen Lücken bei Verbrechen und Unfällen selbst füllten.⁶⁶

Zweitens zeigten sich darin große Unterschiede, nach welchen Nachrichtenwerten die beiden Journalistentypen selektierten. Bei den partizipativen AutorInnen herrschten die Nachrichtenfaktoren Konsonanz (96%) und kulturelle Relevanz (72%) vor, während die professionellen JournalistInnen eher nach den Faktoren Überraschung (87%), öffentliche Relevanz (85%) und Negativität (79%) selektierten. Die Autoren merken aber auch an, dass diese Ergebnisse auch auf die Themenfelder zurückzuführen sind. Verbrechen und Unfälle passen zu Überraschung bzw. Negativität und soft news passen zu Konsonanz oder kulturelle Relevanz. Andererseits war aber auch die Verbindung einer Geschichte zum eigenen Leben bzw. den eigenen Interessen für viele partizipative JournalistInnen ein wichtiger Grund einen Beitrag zu verfassen.⁶⁷

Bei den Informationsbelegen zeigte sich drittens, dass die professionellen Journalisten viel öfter Bezugsquellen angegeben hatten (77%) als die partizipativen (22%). Paulussen und D'heer führten das aber darauf zurück, dass für die partizipativen AutorInnen die persönliche Erfahrung mit den Geschichten bzw. die eigenen Augenzeugenberichte sehr wichtig waren. Bei der Art der Quelle vertrauten die professionellen ReporterInnen besonders offiziellen Informationen, wie die der Polizei oder des Gerichts. Die generell mangelnde Möglichkeit des Zugangs zu offiziellen Quellen schlug sich bei den partizipativen BerichterstatteInnen nieder, die vor allem Organisationen, für die sie selber arbeiteten, als Quellen heranzogen. Beim Einbauen von Hyperlinks in einen Artikel sah es aber anders aus. Nur bei 42% der professionellen Artikel wurde zumindest ein Hyperlink verwendet und der war zu 93% intern, also verwies auf die eigene Nachrichtenseite. Die partizipativen Journalisten verwendeten bei 62% ihrer Beiträge zumindest einen Hyperlink, wovon jeweils die Hälfte intern und extern war. Es zeigte sich aber auch, dass fast alle (99%) partizipativen JournalistInnen den vollen Namen unter ihre Artikel setzte, während nur bei 20% der professionellen AutorInnen der volle Name oder die Initialen angegeben war.⁶⁸

⁶⁶ Vgl. Paulussen/ D'heer, 2013: 594f

⁶⁷ Vgl. Paulussen/ D'heer, 2013: 596f

⁶⁸ Vgl. Paulussen/ D'heer, 2013: 597f

Blogosphäre Indymedia, Spiegel Online

Christian Nuernbergk untersuchte Öffentlichkeitsstrukturen, die durch digitale Partizipation und Anschlusskommunikation im Social Web entstehen. Seine Fallstudie zur Berichterstattung des G8-Gipfels von Heiligendamm zeigte, durch welche Leistungen, Qualitäten bzw. Muster eine themenspezifische Netzwerköffentlichkeit in der Blogosphäre gekennzeichnet ist. Dabei stand die Frage im Mittelpunkt, wie die öffentliche Anschlusskommunikation journalistischer Angebote beschrieben werden kann. Werden Inhalte geteilt, gänzlich übernommen oder ergänzt und rekontextualisiert?

⁶⁹

Untersucht wurde dabei die Resonanz in der Blogosphäre zu Beiträgen von *Spiegel Online* und *Indymedia*. Es zeigte sich, dass 26% der Beiträge von *Spiegel Online* und 42% der Beiträge von *Indymedia* überhaupt nicht verlinkt wurden, 240 Blogs bezogen sich auf *Spiegel Online* Beiträge, 121 auf die von *Indymedia*. Inhaltlich konzentrierten sich die Blogs auf Berichte über Polizeigewalt bzw. die Rolle der Medien während des Gipfels. 24% der Bezüge ließen eine explizite Kritik an den Beiträgen erkennen, 69% verwiesen über Hyperlinks auf weitere Informationen. Für Nuernbergk zeigte sich jedenfalls, dass professionelle Medien immer noch eine große Bedeutung für Blogs haben, da sich zwar 19% der externen Hyperlinks auf andere Weblogs bezogen, aber 35% auf professionelle Medien, NGOs und Aktivistenwebsites.⁷⁰

Partizipativer Journalismus in den USA

Serena Carpenter führte quantitative Inhaltsanalysen von partizipativen Formaten in den USA durch und suchte dabei nach Unterschieden in der Vielfalt der Inhalte gegenüber professionellen Onlinezeitungen. Insgesamt wurden 77 partizipative Nachrichtenseiten mit 50 Onlinezeitungen verglichen. Die Vielfalt der Inhalte wurde über die Bandbreite der angesprochenen Themen, die Anzahl externer Hyperlinks bzw. die Anzahl von interaktiven und multimedialen Elementen erhoben.⁷¹

Carpenter verweist auf Forschungen, die beweisen, dass Blogger mehr externe Quellen in ihren Beiträgen heranziehen als traditionelle Medien, die normalerweise durch interne

⁶⁹ Vgl. Nuernbergk, 2014: 190

⁷⁰ Vgl. Nuernbergk, 2014: 198ff

⁷¹ Vgl. Carpenter, 2010: 1067f

Hyperlinks auf eigene Inhalte verweisen. In ihren Ergebnissen zeigte sich, dass sich die partizipativen Beiträge durch eine etwas größere Vielfalt an Themen und mehr Informationen durch externe Links auszeichneten. Während beide Journalismusarten ca. gleich viel über die Regierungen berichteten, konzentrierten sich die partizipativen Medien mehr auf Entertainment und weniger auf Verbrechen und Business Themen als die professionellen. Die partizipativen Beiträge beinhalteten pro Artikel durchschnittlich 1,5 Hyperlinks, die zu zwei Drittel extern sind, im Gegensatz zu professionellen Beiträgen, die durchschnittlich nur 0,75 Hyperlinks verwendeten und dreimal so oft intern als extern waren.⁷²

In einem anderen Beitrag untersuchte Carpenter dasselbe Mediensample auf Vielfalt der Quellen. Um als Quelle betrachtet zu werden, musste in einem Beitrag mit Verben, wie sagte, berichtete, angegeben usw. auf die Quelle verwiesen werden. Des Weiteren wurde zwischen offiziellen (Regierung, Organisationen) und nichtoffiziellen Quellen (Privatpersonen, Experten) unterschieden. Die Analyse ergab, dass die Onlinezeitungen mit 3,6 Quellen pro Beitrag fast doppelt so viele wie die partizipativen Medien (1,4) verwendeten. Drei Viertel der Onlinezeitungsbeiträge gebrauchten eine offizielle Quelle, jeder dritte Beitrag eine nichtoffizielle, während die partizipativen Beiträge zu 60% eine nichtoffizielle und zu 37% eine offizielle Quelle enthielten.⁷³

Studien zu Wahlberichterstattung durch partizipativen Journalismus

Wenn in anderen Ländern, vor allem den USA, die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Bürgerjournalismus zur Wahlberichterstattung schon eine richtige Geschichte hat, so ist dazu im deutschsprachigen Raum noch sehr wenig vorhanden. Nachfolgend sollen fünf Studien vorgestellt werden, die sich mit Konzepten des civic journalism bzw. public journalism zur Wahlberichterstattung auseinandergesetzt haben.

Kennamer und South untersuchten die Berichterstattung zweier Zeitungen zu den Senatswahlen in Virginia im Jahr 2000.⁷⁴ Die eine, *The Virginian Pilot*, war ein frühzeitiger Anwender von civic journalism, die andere, *Richmond Times-Dispatch*, ein entschiedener Gegner des partizipativen Konzepts. Bei ihrer Inhaltsanalyse fanden sie

⁷² Vgl. Carpenter, 2010: 1073ff

⁷³ Vgl. Carpenter, 2008: 539ff

⁷⁴ Vgl. Kennamer/ South, 2002: 34f

heraus, dass sich beide Zeitungen bei der Themenwahl unterschieden. Issue-bezogene Berichte dominierten zwar in beiden, wobei *The Pilot* eine höhere Anzahl hatte. Horse race journalism war bei der *Times-Dispatch* mehr vorhanden als bei *The Virginian Pilot*.⁷⁵

Eine andere Art des Bürgerjournalismus untersuchte Kimber, indem sie den wichtigsten Blog zur Queensland state election 2012 analysierte, den Pineapple Party Time. Die meisten Berichte (45-41) wurden über die zwei großen Parteien LNP und ALP bzw. Kampagnenstrategien verfasst, jeweils ca. 30 wurden über deren Spitzenkandidaten und Umfragen und 23 über die Medienberichterstattung geschrieben. Die Topthemen der traditionellen Medien waren Umfragen, Wirtschaft und Kampagnen der Parteien. Die am öftesten kommentierten Berichte des Pineapple Party Time waren diejenigen über Spitzenkandidaten, Parteien und Umfragen.⁷⁶

Die Studie von McGregor, Fountaine und Comrie untersuchte sieben Zeitungen zu deren Wahlberichterstattung der neuseeländischen Parlamentswahlen von 1993 und 1996. Drei Zeitungen, *The Waikato Times*, *The Evening Standard* und *The Press* experimentierten 1996 mit public journalism. Die Top-Themen der traditionellen Medien waren die Kandidaten, Koalitionen, Wirtschaftspolitik und Umfragen. Die Top-Themen der public journalism Zeitungen waren im Gegensatz dazu Gesundheitspolitik (Platz 4 der traditionellen Medien), Bildung (nicht in den Top 10), Wirtschaftspolitik (3) und Koalitionen (2). Die public journalism Berichte waren außerdem weniger personalisiert, weniger horse race journalism und weniger politics, dafür mehr policy-Themen.⁷⁷

Johnson untersuchte Beiträge von Bürgern zur Präsidentschaftswahl in den USA 2008 auf der Bürgerjournalismus-Plattform I-Report von CNN und verglich sie mit traditionellen Medien. Sie konnte herausfinden, dass die Top-Stories der traditionellen Medien die gleichen waren wie die von I-Report. Festgestellt wurde auch, dass Beiträge auf I-Report den Themen der traditionellen Medien folgten. Die Bürgerjournalisten verwendeten die Informationen der Medien, analysierten sie und gaben ihre Meinung dazu ab. Sie generierten also wenig eigene Inhalte, sondern analysierten die Informationen und posteten die für sie wichtigen Themen auf I-Report. Was sich aber auch zeigte, war, dass

⁷⁵ Vgl. Kennamer/ South, 2002: 41ff

⁷⁶ Vgl. Kimber, 2012: 79f

⁷⁷ Vgl. McGregor/ Fountaine/ Comrie, 2000: 140ff

die Beiträge auf I-Report fast nie neutral geschrieben wurden, im Gegensatz zu 30% neutralen Beiträgen der traditionellen Medien.⁷⁸

Albrecht untersuchte die deutsche Wahlblogosphäre während der Bundestagswahlen 2009 auf deren Internetpräsenz, Nutzungskultur und Vernetzung. Ein Blog war dann relevant, wenn mindestens drei Beiträge zur Wahl vorkamen, insgesamt waren dies 428 Weblogs. 15 Prozent der Blogs wurden von Journalisten geschrieben, 21 Prozent von Kandidaten und Parteien und ca. 65 Prozent rechnete er der Zivilgesellschaft zu.⁷⁹ Während des Wahlkampfes verschob sich die Nutzung aber immer mehr in Richtung Zivilgesellschaft, da Teile der Wahlkämpfer sich nach einer Phase des Experimentierens der Blog-Aktivität abwendeten.⁸⁰

⁷⁸ Vgl. Johnson, 2011: 1

⁷⁹ Vgl. Albrecht, 2011: 187ff

⁸⁰ Vgl. Albrecht, 2011: 197f

1.2 Symbolische Politik und Inszenierung

1.2.1 Symbolische Politik in der Mediendemokratie/Mediokratie

Für Thomas Meyer vollzog sich ein Wandel in unserem politischen System. Die Parteiendemokratie, in der der systemspezifische Code Macht bei den Parteien liegt, wurde durch eine Mediendemokratie ersetzt, in der die politischen Akteure untereinander in einem Wettstreit stehen, wer besser der medienspezifischen Logik folgen kann, um durch deren öffentlichkeitsherstellende Funktion Medienpräsenz zu erreichen. Es sind nicht mehr nur die Medien, die die Politik beobachten und damit politische Meinungsbildung ermöglichen, sondern es ist auch die Politik, die Medien beobachtet und von ihnen Regeln lernt, wie sich ihre Inszenierungschancen in den Medien erhöhen kann. Der Begriff der Mediendemokratie beschreibt dabei eine neue politische Grundkonstellation, in der die Massenmedien eine entscheidende Stellung im Prozess der politischen und öffentlichen Willensbildung übernehmen. Meyer spricht in diesem Zusammenhang von der *Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem*. Die eigentümlichen Regeln des Mediensystems greifen dabei auf die des politischen Systems über, dominieren diese oder setzen sie sogar außer Kraft.⁸¹

„Unter Mediendemokratie kann dabei eine demokratische Ordnung verstanden werden, in der die Individualisierung der Wählerschaft weit fortgeschritten ist, die politische Willensbildung immer weniger als Zwei-Stufen-Prozess über Parteien und politische Meinungsführer vermittelt ist, sondern über deregulierte elektronische Massenmedien erfolgt, sowie die durch Wettbewerb erzeugte Medienlogik zu einer Abhängigkeit von Politik und Medien geführt hat.“⁸²

Die Ursachen, die zur Mediendemokratie führten, können dabei für Donsbach und Jandura mit drei Sichtweisen beschrieben werden. Die *Substitutions-These* geht von einer Umschichtung der Legitimation von den politischen Akteuren zu den Medien aus. Die Medien übernehmen laut dieser These die Organisation der öffentlichen Willensbildung von den politischen Institutionen. Die Ursache dafür liegt einerseits im Bedeutungsverlust politischer Institutionen und gleichzeitigem Bedeutungsgewinn der Medien und andererseits in der wachsenden Politikverdrossenheit. Die *Instrumentalisierungs-These* geht dagegen von einer Übernahme der Mediensystems durch die Politik aus. Die

⁸¹ Vgl. Meyer, 2001: 7ff

⁸² Geisler/Sarcinelli: 2002: 48

wachsende Public Relation in der Politik nutzt medienspezifische Produktionsbedingungen, und instrumentalisiert die Handlungen der Medien für die eigenen Zwecke. In der *Usurpations-These* wird genau umgekehrt von einer Übernahme des *Vakuums* im Prozess der öffentlichen Willensbildung, das die politischen Institutionen hinterlassen haben, durch die Medien gesprochen, die dieses für machtpolitische bzw. ökonomische Vorteile nutzen.⁸³

Die durchaus berechtigte Frage, ob oder inwieweit diese Unterwerfung der Politik unter die Regeln des Massenmediensystems sich auf die Demokratie auswirkt bzw. sich demokratiegefährdend darstellt, wird durch die Einführung der Theorie einer *Mediokratie* noch brisanter. Für den Begriff Mediokratie ist die Mediendemokratie nur der Ausgangspunkt. Nach der Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem tritt für Meyer der Vorgang ein, bei dem in den Massenmedien nur mehr das in Betracht kommt, was den politischen, kulturellen und gesellschaftlichen Geschmack der nach unten breitesten Masse trifft.⁸⁴

„Wo Massenmedien als Mittler und Katalysator dafür sorgen, dass Neigungen und Vorlieben, Aufmerksamkeitsbereitschaft und Informationsneigung des breitesten möglichen Massenfeldes der Gesellschaft zu einer Art Grundgesetz der gegebenen Kommunikationsweise werden, sind die Merkmale der Mediokratie erfüllt.“⁸⁵

Der Vorgang, der zu einer Medialisierung unserer Gesellschaft hin zu Mediengesellschaft bzw. einer Mediokratie führt, kann wie folgt veranschaulicht werden:

Erstens über eine Ausdifferenzierung eines *eigenlogischen* Mediensystems, das an die Logiken des Marktes gekoppelt ist.⁸⁶ Ohne reichweitenstarke Parteimedien erfolgt der Zugang der Politik zur Öffentlichkeit fast ausschließlich über Massenmedien. Die Politik begibt sich damit aber auf eine *umkämpfte Bühne*, die weniger nach institutionellen oder sachlogischen Mustern, sondern denen des Medienmarktes folgt. Man folgt dabei einerseits ökonomischen Überlegungen, wie Quoten, Reichweiten, Verkaufszahlen und andererseits der Darstellungslogik der Vereinfachung, Visualisierung oder

⁸³ Vgl. Donsbach/Jandura, 2003: 13f

⁸⁴ Vgl. Meyer, 2001: 10f

⁸⁵ Meyer, 2001: 11

⁸⁶ Vgl. Imhof, 2006: 200

Komplexitätsreduktion. Wer sich erfolgreich präsentieren will, muss dabei strategisch durch Techniken des politischen Marketings vorgehen.⁸⁷

Für Meyer forciert die Mediokratie die Intensivierung einer Darstellungslogik, sodass es für die Gesellschaft immer problematischer wird sich über Politik angemessen zu informieren und sie kompetent zu beobachten. Das Paradoxe daran ist, dass trotz großer demokratischer Mitentscheidungsmöglichkeit in unserer Gesellschaft die Verdrossenheit bzw. Entfremdung der Politik gegenüber zunimmt. Der Zwang sich inszenieren zu müssen, um Zugang zur massenmedialen Berichterstattung zu erhalten, stellt für ihn den klassischen Fall einer *Kolonisierung eines sozialen Handlungsfeldes durch die Regeln eines anderen gesellschaftlichen Funktionsbereiches* dar.⁸⁸

„Insofern betreibt die Politik bei ihrer Selbstinszenierung durchaus weiterhin ihr genuines Geschäft. Sie vollzieht es jedoch auf dieser Ebene unter dem Druck und nach den Regeln des Mediensystems’, also als kolonisierte Provinz und nicht als souveräne Handlungsmacht. Sie liefert sich deren Wirkungsbedingungen aus und untergräbt wider Willen die Chance, sich in ihren eigenen Eigenheiten, Handlungsbedingungen, Erfolgsvoraussetzungen und Restriktionen dem großen Publikum verständlich zu machen.“⁸⁹

Zweitens kann der Vorgang der Medialisierung durch eine Ablösung des Staatsbürgers, der Staatsbürgerin durch MedienkonsumentInnen, die auf Basis einer Zielgruppe umworben werden, beschrieben werden.⁹⁰ Mit der Verschiebung der politischen Institutionen von einer Parteien- zu einer Medienlogik werden WählerInnen als KonsumentInnen aufgefasst, denen man ein symbolisches Produkt anzubieten hat, das sich an Nachrichten- und Unterhaltungswerten orientiert. Die Fähigkeit der adäquaten symbolischen Inszenierung wird dadurch zu einer zentralen politischen Machtressource in der Mediendemokratie.⁹¹

Drittens kann der Vorgang durch die medienspezifischen Selektions-, Interpretations- und Inszenierungslogik beschrieben werden.⁹² Ein Anspruch der Demokratie ist die Legitimation der Politik über den Zuspruch der Bevölkerung. Was BürgerInnen von der Politik wahrnehmen können, geschieht überwiegend über Massenmedien.

⁸⁷ Vgl. Sarcinelli/Geisler, 2000: 159

⁸⁸ Vgl. Meyer, 2001: 89

⁸⁹ Meyer, 2001: 200f

⁹⁰ Vgl. Imhof, 2006: 200

⁹¹ Vgl. Sarcinelli/Geisler, 2000: 159

⁹² Vgl. Imhof, 2006: 200

Selbstmediatisierung der Politik meint nun, dass es durch diese zwei Bedingungen zu einer „Unterwerfung“ der Politik den Regeln des Mediensystems (strukturelle Vorabinszenierung, Zugangsbedingungen, Darstellungsregeln) gegenüber kommt. Der Inszenierungsdruck, der auf den politischen Akteuren dabei lastet, tritt einen fatalen Kreislauf für die Politik los. Je mehr sich die Medien für oberflächliche Kriterien interessieren und je weniger für sachpolitische Themen, desto eher folgt die Politik und rüstet ihre Selbstdarstellungsabteilungen auf, um Kontrolle über ihre Selbstdarstellung nicht zu verlieren.⁹³ Die Medienöffentlichkeit funktioniert dabei als eine *hochselektive Schaubühne*, deren Zugangsbedingung durch eine Prä-Inszenierung gekennzeichnet ist. Dieser Inszenierungsdruck führt dabei dazu, dass die Politikvermittlung zur Hauptbeschäftigung der Politik und des politischen Handelns selber wird.⁹⁴

„Die mediale Öffentlichkeit erzeugt auf diese Weise einen unentwegten und gebieterischen Inszenierungsdruck auf die Politik, denn alle Ereignisse, Projekte und Personen, die sich den eisernen Grundsätzen der Vorabinszenierung der Medienbühnen entziehen, werden von diesen entweder ignoriert oder allenfalls als ungeformtes Rohmaterial für die medieneigenen Inszenierungen genutzt. Damit aber entgleiten sie gänzlich der Kontrolle durch die verursachenden Akteure im politischen System. Der unumgehbare mediale Inszenierungsdruck verändert infolgedessen den sichtbaren Teil der Politik und die Koordinaten in dessen öffentlichkeitsabgewandten Teil nachhaltig.“⁹⁵

Die Werbeagenten Karpinski und Uthmann verteidigen in ihrem Beitrag die Emotionalisierung, Inszenierung bzw. Personalisierung der politischen Kommunikation. Sie führen an, dass es keine Politik ohne Kommunikation geben kann, da Politik neben einer *Herstellung (Sachebene)* immer auch eine *Darstellung* benötige. Sie stellen auch fest, wie wichtig es ist, politische Botschaften zu emotionalisieren und mit Personen in Verbindung zu bringen bzw. sachpolitische Auseinandersetzungen *auf ein dem Durchschnittsbürger verständliches Maß zu reduzieren*, um in den zunehmend komplexeren politischen Strukturen bestehen zu können.⁹⁶ Sie attestieren auch den BürgerInnen die Kompetenz zwischen *gelungener* und *plumper, unsachlicher* Inszenierung und Emotionalisierung unterscheiden zu können. Auch trage gut gemachte, intelligente politische Werbung viel mehr zum Prozess der politischen Willensbildung

⁹³ Vgl. Meyer, 2001: 85ff

⁹⁴ Vgl. Meyer, 2001: 139ff

⁹⁵ Meyer, 2001: 85f

⁹⁶ Vgl. Karpinski/Uthmann, 2000: 232f

bzw. dem Interesse an Politik bei als *Dutzende von Parteiprogrammen und Bundestagsdebatten zusammen*.⁹⁷

Die Kolonisierung der Politik durch die Logik des Mediensystems zeigt sich sowohl auf der Darstellungsseite als auch auf der Herstellungsseite der Politik. Politische Akteure nehmen immer mehr Geld für professionelle Medienkommunikatoren und Berater in die Hand, die im Auftrag der Politik die politische Realität für die Massenmedien nach deren Gewohnheiten vorabinszenieren. Diese mediatisierte Politik wird für die Massenmedien nun deren im Allgemeinen beobachtbare Substanz.⁹⁸

Neben der Darstellungsseite der Politik wird aber auch die Herstellungsseite durch die Kolonisierung der Politik durch die Logik des Mediensystems beeinflusst, indem mediale Regeln im politischen System deren Elemente neu arrangieren bzw. neue Elemente hinzufügen. Zum Beispiel bestimmt die Selbstmediatisierung der Politik nicht nur Inszenierungen, Intervalle und Zeitpunkte politischer Projekte, sie gibt auch vor, welche Projekte in Betracht kommen dürfen, da ihrer Logik zufolge es besser ist Vorsätze und Pläne aufzugeben als sie gegen die Wahrscheinlichkeit ihrer negativen medialen Reaktionen durchzuboxen. Die Folgen für Politik und Demokratie können allein durch diesen Aufbau fatal sein, wenn die kurzfristige Legitimation durch Zustimmung wichtiger ist als längerfristige Interessen, wie Glaubwürdigkeit oder Stabilität des demokratischen Systems.⁹⁹

„An der Inszenierung des medialen Scheins von Politik ist ‚nicht‘ die Inszenierung das Problem, sondern der Schein, nämlich sofern sich die Inszenierung mit ihren ins Leere laufenden Aufmerksamkeitsregeln und Unterhaltungselementen selbst begnügt und das Politische und dessen Personal nur noch als Ausgangspunkt für die eigenen Produktionen ‚benutzt‘.“¹⁰⁰

Für Pfetsch und Marcinkowski ist im 21. Jahrhundert jede Demokratie zwangsläufig eine Mediendemokratie.¹⁰¹ Sie versuchen in ihrer Arbeit herauszufinden, wie dieses Phänomen zu bewerten ist. Sie widersprechen Meyers These und gehen nicht von einer

⁹⁷ Vgl. Karpinski/Uthmann, 2000: 239

⁹⁸ Vgl. Meyer, 2001: 91ff

⁹⁹ Vgl. Meyer, 2001: 92f

¹⁰⁰ Meyer, 2001: 193

¹⁰¹ Vgl. Pfetsch/ Marcinkowski, 2009: 11

Kolonisierung des Eigenwertes des Politischen durch die Medienlogik aus, wenn dieser Prozess als Verdrängung bzw. Unterwerfung aufgefasst wird. Viel eher fügt sich die Medienlogik in die Funktionslogik demokratischer Politik ein, in dem Medienroutinen zwangsweise Teil des politischen Geschäfts werden. Einzelne Folgen dieser Entwicklungen, wie die Professionalisierung der Außendarstellung oder der Umgang mit den Medien, stehen für die Autoren immer auch psychologischen, ökonomischen und politischen Kräften gegenüber.¹⁰²

Ein beherrschender Einfluss der Massenmedien auf die politische Willensbildung ist ebenfalls nicht zu erwarten, wenn die Logik des Zuschauermarktes verhindert, eigenständige politische Interessen zu entwickeln. Produziert wird Unterhaltung, da sie viel eher einen Bestand am konkurrierenden Medienmarkt garantiert als profilierte politische Publizistik, die typischerweise im Spektrum legitimer politischer Meinungsrichtungen angesiedelt ist.¹⁰³

Für Meyer verändert sich die Politik in der Mediokratie aber beträchtlich, indem sie abhängig von den Regeln des Mediensystems wird. Diese Regeln und Mechanismen *überformen die konstitutiven Faktoren der politischen Logik, verteilen in vielen Fällen die Akzente zwischen ihnen neu, fügen ihnen neue Elemente aus dem Bereich der medialen Wirkungsgesetze hinzu, aber sie absorbieren die Logik der Politik nicht vollständig.*¹⁰⁴

Der Einwand, dass diese Veränderungen des Politischen von der Politik selber ausgeht, sie sich selbst den Regeln des Mediensystems unterwirft, um die Kontrolle über ihre Darstellung zu gewinnen und es sich damit nicht um eine Kolonialisierung handelt, entkräftet Meyer folgend: (1) Der mediale Inszenierungsdruck ist vorgegeben und kann prinzipiell nicht umgangen werden. (2) Die *Regeln des Spiels* sind vom Mediensystem vorgegeben, die Politik kann damit nur innerhalb dieser Spielregeln handeln. (3) Die Politik gewinnt zwar durch die Unterwerfung unter die Medienregeln eine Mitbestimmung ihrer Darstellung, aber nie die totale Kontrolle darüber. Den Medien bleibt immer noch die Möglichkeit diese Selbstdarstellungen zu dekonstruieren.¹⁰⁵

¹⁰² Vgl. Pfetsch/Marcinkowski, 2009: 30f

¹⁰³ Vgl. Pfetsch/Marcinkowski, 2009: 32

¹⁰⁴ Meyer, 2001: 91

¹⁰⁵ Vgl. Meyer, 2001: 91f

Dass die Politik sehr wohl aufseiten der Herstellungsebene durch die Logik des Mediensystems beeinflusst wird, zeigen Podschuhweit und Dahlem in ihrer Arbeit zur Wahrnehmung und Wirkung von Parteienkampagnen im deutschen Bundestagswahlkampf 2002. Die Parteien und Kandidaten formulieren ihre Ansichten und Ziele bewusst vage, um keine Wähler zu verlieren. Innerhalb der Wählerschaft gibt es nämlich erhebliche Differenzen der Einstellungen zu sachpolitischen Fragen und Themen, denn eine klare Standpunktdarlegung ist immer mit der Gefahr verbunden mehr Wähler zu verlieren als zu gewinnen.¹⁰⁶

Für Meyer wird die Tatsache, dass sich die Politik dem *Massengeschmack* entsprechend darstellt, dann zu einem demokratischen Problem, wenn die BürgerInnen nur mehr diese Darstellungsseite zu sehen bekommen wie sie die breite Mehrheit sehen will, und die Herstellungsseite politischer Entscheidungen ins mediale *Unsichtbare* verschwindet.¹⁰⁷

„Je gröber die Raster der Medien bei der Darstellung von Politik werden, je mehr Politik auf die unterhaltsame Präsentation personalisierter Konfliktlagen schrumpft, umso mehr versucht Politik durch Selbstinszenierung der Erwartungen zu entsprechen, weil sie das große Publikum nicht enttäuschen und verärgern will. Sie webt emsig mit an dem Netz, in dem sie sich allmählich wider Willen verfängt.“¹⁰⁸

1.2.2 Placebo-Politik

Laut Dörner erscheint symbolische Politik manchmal als politisches *Placebo*¹⁰⁹, eine Politik der Zeichen, Worte, Bilder und Gesten ohne realpolitischen Hintergrund, nur zum Zweck der Stimmenmaximierung. Dies mag eine Perspektive sein symbolische Politik zu betrachten, aber sicher nicht die einzige.

Da ohne die Verwendung von Symbolen keine Alltagskommunikation möglich ist, trifft dies auch bei politischer Kommunikation zu. Im Zusammenhang zwischen politischer Sprache und Deutungswissen ergeben sich für Deichmann drei Funktionen symbolischer Politik. (1) *Komplexitätsreduktion*, um politische Kommunikation und Interaktion zu

¹⁰⁶ Vgl. Podschuhweit/Dahlem, 2007: 218

¹⁰⁷ Vgl. Meyer, 2001: 86ff

¹⁰⁸ Meyer, 2001: 88

¹⁰⁹ Vgl. Dörner, 1996: 22

repräsentieren, (2) die *Beeinflussung der politischen Deutung* von den BürgerInnen und (3) die *Deutung und Bewertung* durch symbolische Politik.¹¹⁰

Symbolische Politik ist für Deichmann nicht nur die bewusste Verwendung politischer Symbole, sondern auch ein eigenständiger politischer Prozess. Die Verwendung findet z.B. statt, um Sinninterpretationen und Wertebezüge durchzuführen mit dem Ziel Interessen durchzusetzen. Als eigenständiger politischer Prozess tritt symbolische Politik dann auf, wenn sie nicht mit realen politischen Prozessen verbunden ist, sondern als Interaktionsprozess speziell darauf ausgerichtet ist Sinninterpretationen und Deutungen zu beeinflussen.¹¹¹

Im Zuge der Auseinandersetzung mit der Verbindung von Politik und Medien bzw. Mediendemokratie und Mediokratie wurde deutlich, dass sich die Politik an der massenmedialen Vermittlungslogik zumindest orientiert. Für Sarcinelli heißt das, dass auch die symbolische Politik ihre *Penetranz* nur unter dieser Vermittlungslogik entfalten kann. Damit wird aber die Massenkommunikation nicht nur das *Transportmittel* symbolischer Politik, sondern auch Bedingung für deren Generierung und Darstellung. Massenmedien werden dadurch zu einem Schlüsselinstrument politischer Steuerung und Herrschaftssicherung.¹¹²

„Symbolische Politik kann in diesem Sinn auch als eine Anpassung des politischen Stils in Reaktion auf die zunehmende Rolle der Massenmedien verstanden werden und wird ihrerseits wieder durch diese verstärkt.“¹¹³

1.2.3 Symbolbegriff

Um das Konzept der symbolischen Politik beschreiben zu können, muss auch genau definiert werden, was unter dem Begriff Symbol verstanden wird. Nach Murray Edelman steht jedes Symbol für etwas, das es nicht selber ist und lädt sich mit Einstellungen, Eindrücken und Ereignissen auf, die mit ihm verbunden sind. Prinzipiell kann zwischen zwei Arten von Symbolen unterschieden werden, dem *Verweissymbol* und dem *Verdichtungssymbol*. *Verweissymbole* verweisen auf objektive Elemente in

¹¹⁰ Vgl. Deichmann, 2007: 26

¹¹¹ Vgl. Deichmann, 2007: 27f

¹¹² Vgl. Sarcinelli, 1987: 199f

¹¹³ Hickersberger/ Lutter, 1998: 34

Gegenständen und Situationen und werden so von jedem Menschen gleich identifiziert. Im Gegensatz dazu wecken *Verdichtungssymbole* Emotionen, die mit einer Situation verbunden sind, z.B. Patriotismus, Ängste oder Hoffnung und bündeln sie zu einem symbolischen Ereignis bzw. Zeichen. Ein wesentlicher Unterschied zwischen den beiden Formen ist, dass bei Verdichtungssymbolen die Überprüfung an der erfahrbaren Wirklichkeit unterbleibt.¹¹⁴

„Verweisungssymbole beziehen, was wir sehen oder hören, auf einen anderen Sachverhalt. Verdichtungssymbole fassen komplexe Verhältnisse zusammen. Symbolhandlungen liefern in Aktionen sinnfällige Deutungen von Wirklichkeit. Sie alle sind als Medien der Vervollständigung universell. Sie sind als Instrumente der Inszenierung von Schein allgegenwärtig. Den symbolischen Formen ist nicht auf die Stirn geschrieben, ob sie nur Hausnummern in potemkinschen Dörfern sind oder Chiffren der Verständigung.“¹¹⁵

Für Sarcinelli bestimmen solche Verdichtungssymbole als Legitimationsappelle, wie Redewendungen, Schlagworte oder Slogans, einen Wahlkampf, da sie durch die sprachliche Verdichtung auf Signalbegriffe die massenwirksame politische Inszenierung erleichtern. Positiv *sanktionierte Strukturen* werden für die eigene Position bzw. negative für den politischen Gegner ausgebildet und sollen durch den wiederholten Gebrauch *assoziative Äquivalenzen* beim Wähler mobilisieren.¹¹⁶

„Die Appelle, deren sich die Politiker zur eigenen Rechtfertigung oder zur Infragestellung der Rechtfertigung des politischen Gegners bedienen, um die Zustimmung des Bürgers zu erreichen, konzentrieren sich offensichtlich auf den Aufbau einer sprachlichen und optischen Symbolwelt, einer Symbolwelt, die weniger an rationale Wählerkalküle als an diffuse Loyalitätsmotive und -gefühle adressiert scheint.“¹¹⁷

Vier charakteristische Eigenschaften von Symbolen können ausgemacht werden: (1) *Komplexitätsreduktion* eines möglichen sehr komplexen Inhalts, um abstrakte Ideen zu vereinfachen und fassbar zu machen, (2) *Integration verschiedener Realitätsebenen*, um auf andere Wirklichkeiten als die der Alltagserfahrung zu verweisen. (3) *Harmonisierung von Widersprüchen*, um scheinbar unvereinbare Gefühle oder Bedeutungen zu einer Einheit zu verknüpfen, z.B. das Kreuz als Symbol für Tod und ewiges Leben. (4)

¹¹⁴ Vgl. Edelman, 2005: 4ff

¹¹⁵ Meyer, 1992: 55

¹¹⁶ Vgl. Sarcinelli, 1987: 84f

¹¹⁷ Sarcinelli, 1987: 240f

Auslösung von Emotionen, um bestimmte Situationen oder Objekte mit Gefühlen zu verbinden.¹¹⁸

Für den Werbeagenten und Wahlkampfberater Michael Kronacher machen die Medien politische Kommunikation allgegenwärtig. Politik sei durch den öffentlichen Vorgang immer inszeniert und da die politischen Handlungsspielräume immer kleiner, die politischen Aussagen der Parteien immer ähnlicher bzw. die politischen Zusammenhänge immer komplexer werden, stehe diese Inszenierung (das Wie) in der Wahrnehmung der BürgerInnen auch immer vor dem Inhalt.¹¹⁹ Auch er begründet diese Art der politischen Kommunikation, wie Karpinski und Uthmann, mit der politischen Willensbildung:

„Politik ohne Kommunikation ist undenkbar. Parteien haben den Verfassungsauftrag, die politische Willensbildung der Bürger zu ermöglichen. Politische Kommunikation ist Pflicht. Sie braucht Strategien und Konzepte.“¹²⁰

Thomas Meyer entgegnet solchen Argumentationen folgendermaßen:

„Politische Symbole und symbolische Politik sind zweierlei. Es macht wenig Sinn, schon den bloßen Gebrauch politischer Symbole symbolische Politik zu nennen. Dann wäre alle Politik unterschiedslos symbolisch, denn sie ist, wie alle Kommunikation, ohne den Gebrauch von Symbolen nicht möglich.“¹²¹

Auch Sarcinelli geht nach dieser Unterscheidung vor. Politische Symbolik ist bei ihm ein Sammelbegriff für kommunikative Stimuli, die von den Akteuren gebraucht werden. Symbolische Politik meint dagegen den strategischen Gebrauch, das prozesshafte Handeln der Symbolik.¹²²

Politische Symbolik ist für ihn ein Mittel sowohl der Vermittlung als auch der Verarbeitung von Politik, wird also von den politischen Akteuren wie auch von den Wählern als Deutungsmuster zur Vereinfachung politischer Problemkomplexität verwendet. Außerdem werden Politikdivergenzen dadurch sichtbar und können hochgespielt werden. Aber auch als Steuerungsinstrument der Loyalitätssicherung ist

¹¹⁸ Vgl. Hickersberger/ Lutter, 1998: 19f

¹¹⁹ Vgl. Kronacher, 2000: 50ff

¹²⁰ Kronacher, 2000: 50

¹²¹ Meyer, 1992: 60

¹²² Vgl. Sarcinelli, 1987: 9

politische Symbolik unverzichtbar geworden, die auf, von konkreten Politikentscheidungen losgelöst, *generalized support* abzielt und einheitsstiftend wirken soll.¹²³

„Als Grundlage für Sozialbeziehungen bildet politische Sprache auch im Wahlkampf Gruppenzusammenhang. Wahlprogramme, Slogans, Reizwörter etc. haben deshalb, wenngleich in je unterschiedlicher Weise, gruppeneinigenden und gruppentrennenden Charakter. Sie sind Symbole der Identifikation, die eine Unterscheidung zwischen der ‚Wir-Gruppe‘ und dem politischen Gegner erlauben sollen. Im Gebrauch spezifischer Sprachformen unterscheiden sich die politischen Fronten.“¹²⁴

Für den Bundesgeschäftsführer und Wahlkampfleiter der SPD zur Europawahl 2014, Matthias Machnig, ist eine Strategie, die Werte, Alternativen und Orientierungen vermittelt, bei politischer Kommunikation das wichtigste. Was Parteien in einer Mediendemokratie für ihn aber vor allem anderen brauchen, ist:

- *Gesicht (Personifizierung), denn Personen stehen für Kontinuität, Orientierung, Werthaltungen und vermitteln Vertrauen über Lösungs- und Zukunftskompetenz.*
- *ein Etikett (Botschaften), denn wegen der enormen Komplexität von Sachthemen und konkurrierenden Akteuren kann Politik einem breiten Publikum nur über eine symbolische Kasuistik Themen vermitteln.*
- *ein Aroma (Stilistik), denn Parteien brauchen in der differenzierenden Mediengesellschaft Wiedererkennungsmuster.*
- *einen Markenkern (Leitbilder), denn Werte und Leitbilder sind für die Orientierung, das Vertrauen und die Zustimmung der Menschen wichtiger als einzelne Instrumente, die häufig die politische Debatte beherrschen.“¹²⁵*

Dörner und Vogt halten davon Abstand symbolische Politik als bloße „Show“ abzutun, da ein positiver Schein eine positive Grundstimmung produzieren könne, die ein nicht zu unterschätzender Faktor für die Durchführung schwieriger und langwieriger politischer bzw. gesellschaftlicher Aufgaben sei.¹²⁶

Sarcinelli geht davon aus, dass bei einer Unterscheidung *Herstellung* und *Darstellung* von Politik, politische Inszenierung nicht alleine der Darstellung zuzuordnen ist, da er

¹²³ Vgl. Sarcinelli, 1987: 63ff

¹²⁴ Sarcinelli, 1987: 79

¹²⁵ Machnig, 2000: 149

¹²⁶ Vgl. Dörner/ Vogt, 2002: 21

Inszenierung nicht als Problem politischen Verhaltens, sondern als einen Kernbereich des politischen Systems bzw. Prozesses begreift.¹²⁷

Er argumentiert dies damit, dass demokratische Politik der Zustimmung bedürfe und begründungspflichtig sei. Um dies zu erreichen, müsse kommuniziert werden und wer dies besser könne, sei eindeutig im Vorteil. Politikvermittlung sei nicht nur Mittel der Politik, sondern auch selbst Politik, indem sie nicht nur Wirklichkeiten widerspiegle, sondern diese selbst erschaffe. Medienpräsenz sei eine *Machtprämie*, die Inszenierungskompetenz voraussetze. Politik und Massenmedien würden in einer *politisch-medialen-Symbiose stehen*, man sei aufeinander angewiesen und stelle sich aufeinander ein.¹²⁸

„Politische Akteure und Massenmedien stehen zwar in gegenseitiger Abhängigkeit, wenn es um die Vermittlung von Politik an die Wählerschaft geht – zumal im Wahlkampf. Aber sie stehen auch in einer gewissen Konkurrenz. Die Politik versucht mit verschiedenen Strategien, so weit wie möglich selbst darüber zu bestimmen, wie sie in den Massenmedien präsentiert wird. Dieses Interesse ist selbstverständlich im Sinne einer bestmöglichen Effektivität politischer Botschaften zum Zweck der Stimmenmaximierung.“¹²⁹

1.2.4 Strategien und Methoden symbolischer Politik

Als Ziel symbolischer Politik kann die Legitimation des politischen Systems und seiner Akteure angesehen werden. Insbesondere im Wahlkampf verstärkt sich das Bestreben politischer Akteure ihre Kompetenz gegenüber den WählerInnen zu beweisen und die des politischen Gegners zu unterminieren. Die Strategie der *Legitimation durch Kompetenzbeweise* wird, bei immer kleiner werdendem Handlungsspielraum politischer Entscheidungen, durch Instrumente symbolischer Befriedung hergestellt. Ereignisse werden dabei von politischen Akteuren gezielt inszeniert, um deren eigene Kompetenz zu demonstrieren.¹³⁰

„Inszenierung des Scheins durch Personalisierung ist nicht die Konzentration einer Kampagne auf die beteiligten Personen. Erst die willkürliche Projektion von Kompetenz auf Personen durch anschauliches Verhalten allein oder die

¹²⁷ Vgl. Sarcinelli, 1998: 146f

¹²⁸ Vgl. Sarcinelli, 1998: 148ff

¹²⁹ Holtz-Bacha, 2002: 45

¹³⁰ Vgl. Hickersberger/ Lutter, 1998: 35ff

*Verbreitung der Suggestion, es ginge nicht um Themen, sondern nur um die Integrität von Personen, macht sie dazu. Die Person wird nicht gezeigt, sondern erzeugt. Sie tritt nicht zum Thema hinzu, sondern ersetzt sie.*¹³¹

Eine Strategie dafür ist gezieltes Themenmanagement von Politikfeldern, bei denen zwischen Propagieren der Vorgangsweisen und dem Abschätzen der Konsequenzen eine längere Zeit vergeht und so Auswirkungen nur schwer abschätzbar sind. Wahlkampagnen haben aber nicht unbedingt das Ziel Lösungsvorschläge für gesellschaftliche Themen zu machen, sondern eben durch positiv oder negativ besetzte Symbole Emotionen, wie Hoffnung und Vertrauen oder Angst und Skepsis, gegenüber den politischen Akteuren zu wecken.¹³²

Legitimation durch Personalisierung ist die Reduzierung der Komplexität politischer Prozesse und Situationen auf politische Akteure, meist Führungspersonlichkeiten. Die Stärken der Führungspersonen werden nicht an deren Leistungen, sondern nach deren Glaubwürdigkeit, Integrität, Charisma oder Moral beurteilt. Diese Legitimation kann als positive aber auch als negative Variante, negative campaigning, ausgeführt werden.¹³³

Meyer meint dazu, wenn Programme und Themen fehlen, werden Personen als Ersatz inszeniert. Dies kann einerseits am Fehlen von Themen liegen oder aber an der Absicht diese Themen der öffentlichen Debatte zu entziehen und durch die *Produktion von Scheinpersonen* zu ersetzen.¹³⁴

*„Symbolische Personalisierung ist nicht nur die Übertreibung der Rolle der Person in der Politik, sondern immer auch die Produktion von Scheinpersonen. Personen werden geplant wie Produkte. Rollen werden trainiert wie technische Fertigkeiten. Die Person instrumentalisiert sich selbst, um ihre Zwecke zu erreichen.“*¹³⁵

¹³¹ Meyer, 1992: 179

¹³² Vgl. Hickersberger/ Lutter, 1998: 36

¹³³ Vgl. Hickersberger/ Lutter, 1998: 40ff

¹³⁴ Vgl. Meyer, 1992: 179

¹³⁵ Meyer, 1992: 179

Eine weitere Strategie symbolischer Politik ist die *Legitimation durch Ideologisierung*, bei der an grundlegende Werte appelliert wird.¹³⁶

Für Sarcinelli wird der Bezug auf wert- bzw. ideologiebezogene Begriffe und Formeln auch zur Vermeidung issuespezifischer Positionsfestlegungen verwendet, um so der Gefahr anzweifelbarer Rechtfertigungen zuvorzukommen.¹³⁷

„Symbolische Ideologisierung unterscheidet sich von der forensischen Zuspitzung, die der gute Anwalt seiner Sache unterzieht, wesentlich. Während die forensische Zuspitzung die guten Eigenschaften des Klienten großschreibt und die schlechten klein, erfindet die ideologische Inszenierung Eigenschaften und Gegensätze, die in Wahrheit gegenstandslos sind. Freiheit statt Sozialismus, Friedensfähigkeit statt Friedenswilligkeit.“¹³⁸

Die gestiegene Bedeutung der Massenmedien für die Politik wird Medialisierung bzw. Mediatisierung¹³⁹ genannt, die sich unter anderem durch eine Zunahme der politischen Aktivitäten zum alleinigen Zweck der Berichterstattung und der Anpassung politischer Kommunikation an Werbekampagnen ökonomischer Produkte bzw. medienspezifischer Präsentationsregeln, die wachsende Verschmelzung von Medienwirklichkeit und politischer Wirklichkeit und die zunehmende Wahrnehmung von Politik durch medienvermittelte Erfahrung auszeichnet. Das Ergebnis könnte als eine Allgegenwart, in gegenseitiger Konkurrenz stehender politischer Handlungsträger in den Massenmedien gesehen werden.¹⁴⁰ Diese *Orientierung am Markt als andauernder Wahlkampf* besteht aus Inszenierungen, wie Bürgertreffen, Diskussionsveranstaltungen oder PolitikerInnenreisen.¹⁴¹

„Durch Ausreizen der medialen Aufmerksamkeitskriterien, aber auch durch direkte Einflussnahme arbeiten politische Akteure indessen beständig daran, die Chance für eine möglichst unveränderte Weitergabe ihrer Angebote zu erhöhen.“¹⁴²

¹³⁶ Vgl. Hickerberger/ Lutter, 1998: 38f

¹³⁷ Vgl. Sarcinelli, 1987: 158

¹³⁸ Meyer, 1992: 181

¹³⁹ Vgl. Jarren/ Sarcinelli/ Saxer, 1998: 678f

¹⁴⁰ Vgl. Dylla, 2008: 199f

¹⁴¹ Vgl. Holtz-Bacha, 2002: 54

¹⁴² Holtz-Bacha, 2002: 46

Für Kepplinger ist die Anpassung von Verhaltensweisen der Politik an die Regeln und Bedürfnisse der Medienberichterstattung eine funktionale Voraussetzung für erfolgreiche Politik.¹⁴³

„Im Mittelpunkt praktisch betriebener Politik steht nie der Inhalt von Entscheidungen allein, ein Inhalt durch den bestimmte Gruppen oder Individuen bevorzugt und andere benachteiligt werden. Immer steht auch die Kernfrage im Mittelpunkt: Wie sage ich wann was wem – und mit welchem Effekt.“¹⁴⁴

Nach der ökonomischen Theorie der Demokratie wird unter der Medialisierung politischer Prozesse dagegen die Chance der politischen Beeinflussung der Wählerinnen und Wähler mit dem Ziel der Stimmenmaximierung gesehen. Politik wird nicht durch Massenmedien medialisiert, sondern sie macht dies selbst bewusst und zielorientiert.¹⁴⁵

„Die sich aus den Scheuklappen der politischen Institutionen ergebenden Sichtbegrenzungen sind hier (Anm. d. Verf. im Wahlkampf) noch auffälliger als etwa bei der parlamentarischen Debatte: Es geht nur um Wählerstimmen, um die Verkäuflichkeit von Ideen, um glaubwürdige Versprechungen. Es darf kein Thema anklingen, das möglicherweise Stimmen kostet.“¹⁴⁶

Wahlkampfkommunikation kann in einer Dreiecksbeziehung unterschiedlicher Interessen aus politischem System, Mediensystem und Wählerschaft gesehen werden.¹⁴⁷ Darüber hinaus sind Massenmedien nicht nur „Transportmittel“ öffentlicher Politik, sondern durch ihre Periodizität, die Grundlage für eine ritualisierte Kommunikation ist, auch Bedingung für das Vorhandensein einer symbolischen Wirklichkeit.¹⁴⁸

„Durch die Ausbreitung der elektronischen Medien – vor allem des Fernsehens und immer stärker auch des Internet – haben wir es mit einer neuen Öffentlichkeit zu tun, einer Öffentlichkeit mit ganz anderer Wirkung und ganz anderen Gesetzmäßigkeiten als noch vor 25 oder gar 50 Jahren. Heute existiert eine scheinbar direkte Beziehung zwischen Politikern und Bürgern über den Bildschirm. Scheinbar deshalb, weil das Medium mit seinen Machern, seinen Gesetzmäßigkeiten und Manipulationsmöglichkeiten immer dazwischengeschaltet ist.“¹⁴⁹

¹⁴³ Vgl. Kepplinger, 1998: 157

¹⁴⁴ Falter, 2002: 420

¹⁴⁵ Vgl. Dylla, 2008: 203

¹⁴⁶ Dienel, 1990: 125

¹⁴⁷ Vgl. Holtz-Bacha, 2002: 42

¹⁴⁸ Vgl. Sarcinelli, 1987: 199f

¹⁴⁹ Falter, 2002: 421

1.2.5 Inszenierungsgesellschaft

„Gesellschaftlichkeit ist nicht eine Werk (Opus), das auf Dauer (also immer gleich) eingerichtet und eingestellt sein kann (muss), sondern ist das (moralische, inspirative, kulturelle und mentale) Interpretament, das sich im Selbstgebrauch der Gesellschaft selbst improvisiert und wandelt: Stabilität entdeckt sich als Provisorium der Interpretation des Sinns von sozialer Praxis.“¹⁵⁰

1998 schuf Herbert Willems den Begriff der Inszenierungsgesellschaft, der für ihn in einer Reihe mit anderen Gesellschaftsauffassungen, wie der Kommunikationsgesellschaft, Mediengesellschaft, Informationsgesellschaft, Risikogesellschaft, OK-Gesellschaft usw., steht. Bei der Inszenierungsgesellschaft dreht es sich um die Frage, wie Theatralität in modernen Gesellschaften nicht nur als Kennzeichen, sondern als Realitätsdimension aufzufassen sei. Historisch betrachtet ist für ihn Theatralität schon immer eine Realität jeder Kultur gewesen, nur die Wahl und die Möglichkeiten der theatralen Mittel sind anders und haben sich verändert.¹⁵¹

Definition Inszenierung

„Unter Inszenierung verstehen wir den Entwurf einer dramatischen Handlung. Das ist die Gesamtheit der Bewegung, Gesten, Haltungen, die Harmonie der Mienenspiele, der Stimmen, des Schweigens; es ist die Totalität des szenischen Schauspiels, einem Denken entsprungen, das sie entwirft, regelt und harmonisiert.“¹⁵²

Laut Willems erzeugt und bedingt eine moderne Gesellschaft durch ihre Komplexität Formen von Theatralität, wie Vermarktungsprinzipien oder Präsentationszwänge. Diese *Outfits* dringen immer weiter vor und müssen in immer mehr Bereichen angezogen werden, vor allem in Karrieren, die von erfolgreichen Images abhängen, wie Managerposten oder eben auch PolitikerInnen.¹⁵³ Massenmedien fallen genau in diese Bedingungen, wenn sie unter einer ökonomischen Prämisse funktionieren müssen. Wenn eine Fokussierung auf die Dramatik der Normabweichung, wie Verbrechen, Skandale, Enthüllungen oder Katastrophen geschieht, entsteht für Willems der Eindruck, dass wir in

¹⁵⁰ Bauer, 2011: 469

¹⁵¹ Vgl. Willems, 1998: 52f

¹⁵² Brauneck/ Schneilin, 2001: 473

¹⁵³ Vgl. Willems, 1998: 55f

einer *Welt der Abweichungen* leben, in der das Abweichende immer mehr expandiert und Normalität aus den Augen verloren geht.¹⁵⁴

„Alle Übertragungen des Inszenierungsbegriffs vom Theater und Film auf andere soziale Realitäten beziehen sich in der Regel darauf, daß Handlungen oder Zusammenhänge ‚absichtsvoll‘ und mit einer bestimmten ‚Wirkungsabsicht‘ zur Erscheinung gebracht werden. Inszenieren bedeutet somit ein kalkuliertes Auswählen, Organisieren und Strukturieren von Darstellungsmitteln, das in besonderer Weise strategisch auf ‚Wirkung‘ berechnet ist.“¹⁵⁵

Journalistische Inszenierungen müssen vom Inszenierungsbegriff des Theaters unterschieden werden, da das im Theater Gezeigte zum Zweck der Darstellung hergestellt wird, das Produkt der Massenmedien sich aber auf ein real stattgefundenes Ereignis bezieht. Meyer, Ontrup und Schicha sprechen dabei aber von *inszenierten Wirklichkeiten*, einem Zusammenspiel der journalistischen Inszenierung und der politischen Selbstinszenierung. Dieses Zusammenspiel kann als symbiotisches und selbstreflexives Verhältnis beschrieben werden, da: (1) die Massenmedien die Politik beobachten, (2) die Politiker beobachten, wie sie selber von den Massenmedien beobachtet werden und danach ihr Verhalten ausrichten, (3) diese Handlungen dann von den Massenmedien als neues Ereignis behandelt werden, (4) die Beobachtung durch die Politik zum Thema der Massenmedien gemacht wird und (5) deshalb Politikerauftritte mediengerecht aufgezogen werden.¹⁵⁶

„Die Anwendung des Theaterbegriffs auf die Inszenierung politischer Themen in den Massenmedien macht Sinn, wenn man sich das Doppelverhältnis zwischen Theater und Realität vergegenwärtigt.“¹⁵⁷

Dieses Doppelverhältnis setzt sich einerseits aus der *Hyperrealität der Simulation*, die nicht mehr die Grenze zwischen inszenierten Darstellungen und Realität voraussetzt, weil die Realität für sie selbst nicht länger die Bezugsquelle ist, da sie vielmehr füreinander Bilder erzeugen. Andererseits sind theatralische Räume durch die Möglichkeit definiert die Grenze zwischen Darstellung und Realität innerhalb der Inszenierung zum eigentlichen Gegenstand der Inszenierung zu machen. Dies ist für Medien zentral, weil in

¹⁵⁴ Vgl. Willems, 1998: 71

¹⁵⁵ Meyer/ Ontrup/ Schicha, 2000: 13

¹⁵⁶ Vgl. Meyer/ Ontrup/ Schicha, 2000: 15

¹⁵⁷ Meyer/ Ontrup, 1998: 527

der medialen Vermittlung die Unabhängigkeit zwischen der gezeigten Welt und den Medien als solche unablässig ist.¹⁵⁸

„Dabei haben Medieninszenierungen in einem dem Theater weit überlegenen Maße die Möglichkeit, sich selbst zu dissimulieren. Je besser es gelingt, vom Medium abzulenken, die Bühne unsichtbar zu machen, die Prä-Inszenierung zu verleugnen, um so vollkommener die Inszenierung als scheinbare Realität.“¹⁵⁹

Vier Hauptfunktionen der Inszenierung sind zu unterscheiden.¹⁶⁰

Raum: Die Inszenierung ist die Umsetzung einer dramatischen Schreibweise in eine szenische, also die Gestaltung eines Textes durch SchauspielerInnen und szenischen Raum.

Koordination: Bedeutet, die verschiedenen Komponenten einer Aufführung zusammenzubringen und dabei entweder eine integrierte Einheit oder ein Ganzes, worin jede Teil-Kunst ihre Selbstständigkeit bewahrt, zu erzeugen. Die Arbeit der Koordination besteht darin über die einzelnen szenischen Elemente zu entscheiden, um dadurch, mit Hilfe dieser Ausdrucksmittel, zu erklären oder zu kommentieren.

Sinngestaltung: Die Gestaltung einer Inszenierung soll den tieferen Sinn eines dramatischen Textes durch Zuhilfenahme szenischer Mittel und Spielmittel *materiell als augenscheinlich* erscheinen lassen.

Schauspielerleistung: Inszenierung heißt auch mit den SchauspielerInnen zu arbeiten, sie zu analysieren und Anweisungen zu Gestik, Mimik, Rhythmus und Sprache zu geben. Durch das Studium der Figuren sollen angemessene Ausdrucksmittel für die Interpretation der Rolle gefunden werden.

1.2.6 Images

PolitikerInnen versuchen öffentliche Aufmerksamkeit auf ein produziertes Image ihrer selbst zu lenken, das aber nur eine bewusste Selektion von charakteristischen und individualisierten Einzelbestandteilen ist. Für Schwartzberg ist diese Reduzierung eine

¹⁵⁸ Vgl. Meyer/ Ontrop, 1998: 526f

¹⁵⁹ Meyer/ Ontrup, 1998: 527

¹⁶⁰ Vgl. Brauneck/ Schneilin, 2001: 473f

figurierte Darstellung der Realität, die ihn an die Arbeit eines Künstlers erinnert, der aus einem Stück Ton eine Skulptur erschafft. Ein Image dient als Etikett, das auf vermeintliche Eigenschaften und Fähigkeiten verweist, um im Gedächtnis der WählerInnen haften zu bleiben. Dieses *Markenimage des politischen Produkts* ist konstant aufrecht zu erhalten, will man die Öffentlichkeit nicht verwirren. Das führt aber auch dazu, dass PolitikerInnen *Gefangene* ihres eigenen Images sind und dadurch gezwungen sind ihre einmal geschaffene Rolle aufrechtzuerhalten.¹⁶¹

Für Merten sind Images kennzeichnend für eine Inszenierungsgesellschaft. Sie haben vier grundlegende Merkmale. (1) *Images erlauben stets eine sofortige Gesamtwahrnehmung* durch die bildhafte Zusammenschau, die sofort und kompakt wahrgenommen werden kann. (2) *Images müssen nicht wahr (zutreffend) sein, sondern nur dafür gehalten werden*. Solange ein Image attraktiv genug ist, wird dieser Schein der Realität vorgezogen. (3) *Images entstehen nicht spontan, sondern können systematisch geplant werden*. (4) *Images nehmen temporal an Zahl zu*, da sie attraktiver als die Wirklichkeit konstruiert werden können und damit in der Inszenierungsgesellschaft auf steigende Nachfrage hoffen dürfen.¹⁶²

Drei Funktionen können aus diesen vier Merkmalen abgeleitet werden. (1) Images fungieren als *Stellvertreter* der Wirklichkeit, (2) *strukturieren* sie unsere Wahrnehmung, indem sie als Erst-Orientierung ein Urteil erlauben, und (3) erlauben sie eine *Steuerung der Wahrnehmung* durch die damit verbundene Vorstellungskraft.¹⁶³

Mertens Definition von Image lautet:

„Das Image (...) ist ein kollektiv konstruierter, öffentlicher, aber nicht wahrheitsfähiger Wissensbestand, der im Rahmen gemeinsamer Werte, Normen, Erfahrungen und Vorstellungen entsteht und sich aus vielen, möglicherweise widersprüchlichen kognitiven und emotiven Wissensfacetten zusammensetzt, die dem Objekt des Images zugeschrieben, jederzeit flexibel verändert und bewertet werden können und vor allem durch die Medien verbreitet werden.“¹⁶⁴

¹⁶¹ Vgl. Schwartzberg, 1980: 13ff

¹⁶² Vgl. Merten, 2014: 46ff

¹⁶³ Vgl. Merten, 2014: 52

¹⁶⁴ Merten, 2014: 53

1.2.7 Symbolische Politik von unten

Es gibt verschiedene Strategien der symbolischen Inszenierung, die aber alle auf die ungleiche Verteilung der Kommunikationschancen durch den beschränkten Zugang zu den Medien zurückzuführen sind. Die zwei Grundformen sind nach Meyer *symbolische Politik von oben*, die den privilegierten Zugang zum Massenmedienmarkt für die Durchsetzung von Zwecken ausnützt bzw. die von *unten*, die durch die Hintertür versucht Zugang zum Mediensystem zu erhalten und Gleichheitsbedingungen der Kommunikation herzustellen.¹⁶⁵

„Ziviler Ungehorsam ist Symbolische Politik von unten, aber eine, die durch öffentliche Selbstthematization den Schein, den sie hervorbringt, selbst wieder aufhebt. Sie nutzt die Gesetze der wirksamen Medienpräsenz, um verdrängten Themen dramatische Öffentlichkeit zu verschaffen, und sorgt durch das Arrangement ihrer Inszenierung und deren Interpretation dafür, daß der im Handeln erzeugte Schein nur zu dem Zweck genutzt wird, den politischen Diskurs wiederherzustellen. Sie nutzt die Regeln der Regie der Wahrnehmung, nicht um Fakten oder Argumente vorzutäuschen, sondern um ein gefährdetes Gespräch zu retten. Sie macht den symbolischen Status ihrer Aktion selbst noch zum Gegenstand des Arrangements der Inszenierung.“¹⁶⁶

Rawls definiert zivilen Ungehorsam als *„eine öffentliche, gewaltlose, gewissenbestimmte, aber gesetzwidrige Handlung, die gewöhnlich eine Änderung der Gesetze oder der Regierungspolitik herbeiführen soll.“¹⁶⁷*

Für Rawls gibt es drei Bedingungen, unter denen ziviler Ungehorsam gerechtfertigt ist: bei wohlumschriebenen Fällen schwerwiegender Ungerechtigkeit, keine Möglichkeit aussichtsreicher legaler Einflussnahmen und der zivile Ungehorsam darf kein Ausmaß annehmen, der das Funktionieren der Verfassungsordnung gefährdet.¹⁶⁸

Auch wenn bei Handlungen des zivilen Ungehorsams Grenzen des rechtlich Zulässigen überschritten werden, ist für Habermas ziviler Ungehorsam legitim, wenn er sich mit den

¹⁶⁵ Vgl. Meyer, 1992: 177ff

¹⁶⁶ Meyer, 1992: 185

¹⁶⁷ Rawls, John: Theorie der Gerechtigkeit. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. 1975. 401, zitiert nach Habermas, 1996: 83

¹⁶⁸ Vgl. Rawls, John: Theorie der Gerechtigkeit. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. 1975. 401, zitiert nach Habermas, 1996: 83

Verfassungsgrundsätzen einer demokratischen Republik identifiziert und in einem ausschließlich *symbolischen Charakter*, eines *Appells an die Mehrheit*, zu begreifen ist.¹⁶⁹

*„Jede rechtsstaatliche Demokratie, die ihrer selbst sicher ist, betrachtet den zivilen Ungehorsam als normalisiert, weil notwendigen Bestandteil ihrer politischen Kultur.“*¹⁷⁰

¹⁶⁹ Vgl. Habermas, 1996: 83ff

¹⁷⁰ Habermas, 1996: 81

1.3 Agenda Setting

Der Agenda-Setting-Ansatz nimmt an, dass Medien zwar nicht bestimmen, wie wir über gewisse Themen denken, aber dass sie beeinflussen, über welche Themen wir überhaupt nachdenken, indem sie bewirken, über welche Themen sehr oft, nur manchmal oder auch gar nicht berichtet wird. Dadurch sollen Menschen bestimmte Probleme für wichtiger erachten als andere.¹⁷¹ In seiner einfachsten Variante geht er also von einem Einfluss der Medienagenda auf die Publikumsagenda aus. Dies hat vor allem im Wahlkampf Auswirkungen, wo mehrere Parteien mit verschiedenen thematischen Schwerpunkten nicht nur um Wählerstimmen, sondern auch um Berichterstattung kämpfen. Der Agenda-Setting-Ansatz nimmt nun an, dass Massenmedien durch ihre Themensetzung die Aufmerksamkeit der BürgerInnen auf bestimmte Themen lenken und damit die Wahlentscheidung beeinflussen können.¹⁷² Es gibt drei weiterführende Modelle dieses Ansatzes: Das *Awareness*-Modell (RezipientInnen werden durch die Berichterstattung auf Themen aufmerksam), das *Salience*-Modell (unterschiedlich häufige Berichterstattung wird von den Menschen unterschiedlich wichtig empfunden) und das *Priorities*-Modell (die Themen-Rangfolge des Publikums folgt exakt der der Medien).¹⁷³

Als Vorläufer der Agenda-Setting-Forschung wird die 1972 erschienene *Chapel-Hill* Studie von McCombs und Shaw angesehen, in der sie die Bedeutung, die WählerInnen verschiedenen Wahlkampfthemen beimaßen, mit der Medienberichterstattung verglichen. In ihrer Forschungshypothese gingen sie davon aus, dass Medien einen bestimmten Einfluss auf die Agenda von Wahlkämpfen haben. Die Ergebnisse der Untersuchung ergaben einen starken Zusammenhang zwischen der Nennung von Wahlkampfthemen der WählerInnen und der Berichterstattung. Die methodische Anlage brachte hinsichtlich der Verallgemeinerungsfähigkeit der Hypothese einige Einschränkungen mit sich. (1) Der Untersuchungszeitpunkt war der Wahlkampf, in dem davon auszugehen ist, dass das Interesse an politischer Information besonders hoch ist. (2) Da die befragten WählerInnen in ihrer Wahlentscheidung noch unentschlossen waren, kann daraus abgeleitet werden, dass ihr Bedürfnis nach Informationen zur Wahl eher größer war. (3) Die Stichprobe war mit 100 WählerInnen sehr klein, reliable Schlussfolgerungen ließen sich deshalb nur

¹⁷¹ Vgl. Bonfadelli/Friemel/Wirth, 2010: 625ff

¹⁷² Vgl. Hüning/Otto, 2002: 164f

¹⁷³ Vgl. Maurer, 2010: 16

bedingt ziehen.¹⁷⁴ (4) Auch fassten sie die erhobenen Themen zu Themengruppen zusammen, wobei nur fünf politische Issues darunter waren. Die Chance auf Übereinstimmung der Publikums- und Medienagenda war deshalb sehr groß. Auch wurden keine relevanten Drittvariablen kontrolliert bzw. die Publikums- und Medienagenda zum selben Zeitraum erhoben. Die Möglichkeiten, dass die Publikumsagenda die Medienagenda beeinflusst, bzw. Drittvariablen die Zusammenhänge verursachten, waren deshalb gegeben.¹⁷⁵

Eine Weiterentwicklung des Agenda-Setting-Ansatzes ist das Intermedia-Agenda-Setting, das dann auftritt, wenn Medien sich gegenseitig in ihrer Themensetzung beeinflussen, z.B. wenn ein Leitmedium als Vorreiter für andere Medien in Erscheinung tritt.¹⁷⁶

Neben dem Setzen von Nachrichtenthemen gibt es aber auch die Nicht-Thematisierung, also wenn Themen weder in den Medien, noch von politischen Handlungsträgern angesprochen werden¹⁷⁷.

„Die Charakterisierung von Begriffen oder Sachformeln als ‚leer‘ ergibt sich jedoch in der politischen Kommunikation nicht daraus, daß diesen kein Sinngehalt zukommt, sondern daraus, daß der Sinngehalt relativ unbestimmt ist, also ein breites semantisches Feld abdeckt.“¹⁷⁸

Berger fand dazu in ihrer Untersuchung zum niederösterreichischen Landtagswahlkampf 2008 heraus, dass:

„In den Printmedien selbst ist allerdings durchaus eine De-Thematisierung erkennbar. Wahlkampfthemen wurden größtenteils nur erwähnt. Es gab nur wenige Themen, welche tatsächlich großen Aufwand in den Printausgaben fanden. Zeitungsartikel über politische Sachthemen sind eher selten zu finden gewesen. Im Vordergrund standen da die Konflikte zwischen den einzelnen Parteien.“¹⁷⁹

¹⁷⁴ Vgl. Eichhorn, 1996: 12

¹⁷⁵ Vgl. Maurer, 2010: 42f

¹⁷⁶ Vgl. Bonfadelli/Friemel/Wirth, 2010: 623

¹⁷⁷ Vgl. Czerwick, 1990: 179

¹⁷⁸ Sarcinelli, 1987: 155

¹⁷⁹ Berger, 2011: 93

Bernhard untersuchte ebenfalls die Berichterstattung zur niederösterreichischen Landtagswahl bezüglich Sachthemen und Inszenierung, aber im Jahr 2003. Die Inhaltsanalyse ergab, dass:

„Aus den Häufigkeitsnennungen der Inhaltsanalyse geht eindeutig hervor, dass die sachbezogene Berichterstattung im Wahlkampf mit einem Anteil von 40 % an der Gesamtberichterstattung präferiert wurde. (...) Dennoch ist anzuführen, dass alle anderen Themenklassen einen mehr oder weniger inszenierten Charakter aufweisen und beinahe 60 % der Berichterstattung ausmachen.“¹⁸⁰

Es zeigte sich auch, dass die Issues der Berichterstattung von der Politik ausgingen.

„Der Großteil der Artikel wird in Zusammenhang mit politischen Führungspersonen aufbereitet, wobei hier wiederum inszenierte Elemente (Wahlkampfauftritte etc.) gegenüber Sachthemen überwiegen. „Wahlkampfauftritte“ und „Auftritte von Politikern bei diversen Veranstaltungen“ waren die häufigsten erstgenannten Issues. Solche inszenierten Ereignisse haben für Journalisten einen sehr hohen Nachrichtenwert mit entsprechender Resonanz. (...) Eine von politischen Handlungsträgern losgelöste Medienagenda war kaum erkennbar.“¹⁸¹

Daria W. Dylla untersucht den Einfluss des Parteienwettbewerbs auf Wählerpräferenzen und die Ursache des Fällens von politischen Entscheidungen und versucht ihre Thesen in einer Untersuchung der Entscheidung der polnischen Regierung, die USA bei ihrem Angriff auf den Irak zu unterstützen, zu untermauern. Sie erforscht, ob politische Entscheidungen anhand der ökonomischen Theorie der Demokratie zu erklären sind.¹⁸² Sie definiert die politische Agenda als ein Set von dominierenden Streitfragen, das sich durch die Politisierung ausgewählter Issues durch politische Eliten ergibt. Politisierung meint hier die Lenkung der Aufmerksamkeit der Massenmedien und folglich der Wähler auf diese Issues durch politische Handlungsträger.¹⁸³

Die politische Agenda ist ein Wahlkampfmittel der Parteien, da sich *„immer mehr Menschen bei ihrer Wahlentscheidung durch zum Zeitpunkt der Wahl mental verfügbare Themen leiten lassen und (...) anhand dieser Themen die Parteien letztendlich bewerten (...)“*¹⁸⁴

¹⁸⁰ Bernhard, 2003: 94

¹⁸¹ Bernhard, 2003: 97

¹⁸² Vgl. Dylla, 2008: 12

¹⁸³ Vgl. Dylla, 2008: 173f

¹⁸⁴ Dylla, 2008: 174

„Je intensiver die Massenmedien über einen Realitätsausschnitt berichten, desto wichtiger erscheint er dem Publikum. Zunehmende Berichtsintensivität vermittelt folglich die Vorstellung wachsender Bedeutung, abnehmende Berichtsintensität die Vorstellung schwindender Bedeutung.“¹⁸⁵

Auch trotz der Tatsache, dass der Agenda-Setting-Ansatz zu einer der am öftesten in der Kommunikationswissenschaft empirisch belegten Hypothesen zählt, gab und gibt es immer noch einige Kritikpunkte an ihm. (1) Die meisten Studien zum Agenda-Setting-Ansatz werden als Aggregatsdatenanalyse durchgeführt. Die Hypothese geht grundsätzlich von einer Wirkung individueller Mediennutzung aus, Untersuchungen auf Individualbasis wären also anzuraten, um individuelle Agenda-Setting-Effekte zu untersuchen. Eine Studie von Rössler dazu bestätigte zwar die Effekte, sie waren aber nicht so deutlich wie mittels Aggregatsanalyse. (2) Zur Rolle der interpersonellen Kommunikation als Faktor der Agenda-Setting-Wirkung wurden mehrere Annahmen verfasst, welche davon zutrifft, ist aber noch nicht geklärt. Nach dem *Zwei-Stufen-Fluss der Kommunikation* läuft der Medieninformationsfluss über Meinungsführer an die restliche Bevölkerung. Dies kann nun einerseits als einschränkender Faktor angesehen werden, wenn die Medienagenda in Konkurrenz zu persönlichen Gesprächen steht oder als verstärkender Faktor, wenn durch die Medienberichterstattung interpersonelle Kommunikation erst angestoßen wird. (3) Kritisiert wurde auch die Annahme, dass Agenda-Setting-Effekte linear sind, d.h. je mehr Beiträge in den Medien zu einem Thema vorkommen, desto wichtiger ist es für die Bevölkerung. Diesem Modell stehen aber nonlineare gegenüber, die entweder (*Beschleunigungsmodell*) davon ausgehen, dass RezipientInnen äußerst empfindlich oder eher träge (*Trägheitsmodell*) auf die Zunahme von Beitragsthemen reagieren. Das *Schwellenmodell* geht hingegen davon aus, dass erst eine gewisse Berichterstattungsschwelle überschritten werden muss, um Agenda-Setting-Effekte auszulösen. Im *Echo-Modell* wird von einem Verbleiben der Themenbedeutung für die Bevölkerung ausgegangen, auch wenn die Berichterstattung bereits nachgelassen hat.¹⁸⁶

¹⁸⁵ Kepplinger, 1998: 54

¹⁸⁶ Vgl. Maurer, 2010: 57ff

1.3.1 Agenda Building

Eine Weiterentwicklung des Agenda-Setting-Ansatzes ist Agenda-Building. Dieser Ansatz postuliert, dass die Annahme von Einflüssen der Medienagenda auf die Publikumsagenda zu kurz greift. Als zusätzlicher Akteur in der Analyse des Entstehens der öffentlichen Agenda muss danach die Politik integriert werden. Unter Agenda-Building wird also die Einflussnahme politischer Akteure auf die Medienagenda und damit das Entstehen der Medienagenda insgesamt verstanden. Als Ausgangspunkt kann dafür das Interesse der Politik für die Einflussnahme der Publikumsagenda betrachtet werden. Laut dieser Überlegung erhoffen sich politische Akteure einen Vorteil, wenn für sie besonders wichtige bzw. vorteilhafte Themen im Mittelpunkt der öffentlichen Diskussion stehen.¹⁸⁷

Melischek, Rußmann und Seethaler untersuchten Agenda-Building während österreichischen Nationalratswahlkämpfen von 1970 bis 2008, indem sie die Agenden der Parteien mit den Medienagenden verglichen. Ihre Untersuchung ergab im Großen und Ganzen hohe Ähnlichkeiten der beiden Agenden. Ausnahmen waren aber die stärkere Fokussierung der Medien auf sogenannte Skandale im Umgang mit Steuergeldern sowie außen- bzw. europapolitische Ereignisse. Auch wurden von den Medien öfter polity Themen aufgegriffen, wie z.B. Wahlrechtsfragen. Auch zeigte sich, dass sich etablierte Parteien, wie die SPÖ, sich viel leichter taten die Medienagenda zu beeinflussen als kleinere bzw. junge Parteien.¹⁸⁸

1.3.2 Forschungsstand Wahlberichterstattung

Eine Form der Wahlberichterstattung ist horse race journalism, bei dem der Wahlkampf auf ein Rennen zwischen den KandidatInnen und Parteien reduziert wird. Diese Art der Medienberichterstattung geht mit einer De-Thematisierung der Wahlkampfthemen einher. Berichte über „Gewinner“ und „Verlierer“ von TV-Konfrontationen, Hochrechnungen, mögliche Koalitionen und Wahlausgang dominieren, um einen spannenden Verlauf des Wahlkampfes zu suggerieren, während Sachpolitik in den Hintergrund gerät.¹⁸⁹

¹⁸⁷ Vgl. Maurer, 2010: 65ff

¹⁸⁸ Vgl. Melischek/Rußmann/Seethaler, 2010: 116ff

¹⁸⁹ Vgl. Sommer, 1992: 183

„Der deutlichste Trend weg von den Parteien liegt in der Tendenz zur Personalisierung der Kampagne, die dadurch verstärkt wird, dass die Kandidaten diese im Interesse von Image und Karriere nach Kräften fördern.(...) Bei der individuellen Selbstdarstellung treten die Parteien in den Hintergrund.“¹⁹⁰

Lengauer und Vorhofer zeigten in ihrer inhaltsanalytischen Untersuchung, dass sich die Wahlberichterstattung 2008 in Österreich den internationalen Trends, wie Entsachlichung, Dramatisierung und Personalisierung anschließt, bei dem inhaltsanalytische Diskussionen und Standpunkte von Analysen der Wahlkampfstrategie verdrängt werden. Sie unterschieden drei Kategorien der Politikvermittlung: polity (Diskussionen über die Struktur des politischen Systems), policy (klassische Sachpolitikthemen) und politics (Wahlkampfprognosen, Wahlkampfführung, Spekulationen über z.B. Koalitionsvarianten).¹⁹¹

In der Wahlkampfberichterstattung

„(...) zeigt sich, dass in der massenmedialen Reflexion des Wahlkampfes entsachlichte Darstellungen deutlich über Sachinhalten dominieren. Nur ein Drittel der Berichterstattung zur österreichischen Politik fokussierte im Kern auf sachpolitische Fragen, während sich mehr als die Hälfte auf metapolitische Darstellungen (Horse Race, Koalitionsspekulationen, Interessenspolitisches, etc.) konzentrierte.“¹⁹²

Eine Reihung der am öftesten publizierten Berichte aller untersuchten Medien zusammengefasst, ergab auf den ersten sieben Plätzen politics-Themen (1. Interessenspolitisches, 2. Medienauftritte, 3. Wahlspekulation). Erst der achte Platz wurde von einem polity-Thema (Wahlrecht/-prozedere) eingenommen. Auf Platz neun (Steuern) und Platz zehn (Wirtschaft) landeten klassische policy-Themen. Insgesamt deckten gerade einmal zwanzig Themenfelder drei Viertel der Berichterstattung ab.¹⁹³

TV-Duelle zwischen SpitzenkandidatInnen gelten als das Medienformat, das am meisten öffentliche Aufmerksamkeit generiert und auch die größten Wirkungen auf das Wahlverhalten hat. Fernsehdiskussionen zwischen SpitzenpolitikerInnen standen bei den

¹⁹⁰ Holtz-Bacha, 2002: 52

¹⁹¹ Vgl. Lengauer/ Voehofer, 2010: 155f

¹⁹² Lengauer/ Vorhofer, 2010: 187

¹⁹³ Vgl. Lengauer/ Vorhofer, 2010: 158ff

Nationalratswahlen 1999 und 2002 auf Platz 1 der Kommunikationskanäle mit der größten subjektiven Einflussstärke auf die Wahlentscheidung.¹⁹⁴ 2008 belegten die Duelle immerhin den zweiten Platz.¹⁹⁵

Dabei spielen nicht nur die Duelle per se die Hauptrolle, sondern auch die Medienberichterstattung über diese Streitgespräche. Kaum ist ein Duell geschlagen, beurteilen in den Nachrichtensendungen bereits die Experten Auftreten und Performance, Stärken und Schwächen der Duellanten. In den Tageszeitungen erscheinen Analysen und Kommentare zu den Darbietungen, Meinungsumfragen küren SiegerIn und VerliererIn der Diskussionen. Die massenmediale Vorberichterstattung gleicht der vor Sportereignissen, Prognosen über den Ausgang und Analysen über die KontrahentInnen kommen ebenso vor wie Spekulationen über mögliche Auswirkungen auf die WählerInnen oder den Wahlkampf.¹⁹⁶ Maier und Reinemann gehen davon aus, dass deshalb nicht nur TV-Duelle Wirkungen beim Publikum entfalten können, sondern dass sich die redaktionelle Nachberichterstattung zu den Duellen als ebenso relevant zeigt und etwa gleich große Wirkungen auf das Publikum hat.¹⁹⁷

Zu diesen Wirkungen gehören unter anderem *Aktivierungseffekte* (steigendes Interesse für den Wahlkampf durch Vorberichterstattung, Mobilisierung der WählerInnen), *politische Lerneffekte* (die vorkommenden zentralen Wahlkampfthemen und unterschiedliche Positionen dazu erhöhen den subjektiven Informationsstand der RezipientInnen), *Agenda Setting-* und *Priming-Effekte* (wenn es bestimmte Themen in den Mittelpunkt der Diskussion schaffen), *Evaluierungseffekte* (ursprüngliche Bewertungen zu Imagemerkmale eines Kandidaten werden neu beurteilt), *Reinforcement-Effekte* (durch Duelle verstärken sich KandidatenInnenneigungen) bzw. *Konversions-Effekte* (Änderungen der bestehenden Präferenzen) und auch *Motivations-* oder *Demobilisierungseffekte* unter den ParteianhängerInnen.¹⁹⁸

Die TV-Duell Berichterstattung von *Österreich*, *Kronen Zeitung*, *Standard*, *Presse*, *Zeit im Bild* und *ATV-Aktuell* während des österreichischen Wahlkampfes 2008 wurde von Artikeln über Inszenierungen dominiert. Plasser und Lengauer analysierten den inhaltlichen Hauptaspekt von 234 Beiträgen, die sich entweder auf eines der zehn Duelle,

¹⁹⁴ Vgl. Plasser/Lengauer, 2010: 202

¹⁹⁵ Vgl. Plasser/Lengauer, 2010: 208

¹⁹⁶ Vgl. Plasser/Lengauer, 2010: 193f

¹⁹⁷ Vgl. Maurer/Reinemann, 2007: 328

¹⁹⁸ Vgl. Plasser/Lengauer, 2010: 195f

andere Debatten, wie die Elefantenrunde oder TV-Konfrontationen im Allgemeinen bezogen. Dabei fanden sie heraus, dass in den Artikeln Performance-Darstellungen bei weitem öfter vorkamen als policy-Aspekte. Damit war das Thematisierungsverhalten der TV-Konfrontationsberichte konträr zu dem der eigentlichen Duelle, in denen 80% der Aussagen policy Themen betrafen.¹⁹⁹

„Betrachtet man die inhaltlichen Schwerpunkte der Medienbeiträge zu den TV-Konfrontationen, dann wird deutlich, dass ein Drittel aller Berichte eine direkte Bilanz des Auftrittsverhaltens und Debattenstils des Kandidaten zog. Dabei spielte die Darstellung von Gewinnern und Verlierern ebenso eine Rolle wie Reflexionen zur Beliebtheit und Überzeugungskraft der Diskutanten. Somit wurde die Kandidaten-Performance dreimal häufiger in den Mittelpunkt der Berichterstattung gestellt als die sachpolitische Bilanz der Diskussion (11,1 Prozent der Beiträge).“²⁰⁰

Neben den über 33% der Beiträge, bei denen die *Performance-Bilanz der Kandidaten* dominierte, standen aber auch andere Hauptaspekte im Zentrum der Berichterstattung, die nicht policy-zentriert waren. So wurde die Perspektive in 10,7% der Berichte auf die *allgemeine Bilanz der TV-Konfrontationen*, in 9,8% auf *Prognose über den Verlauf kommender Konfrontationen*, in 8,5 auf die *Allgemeine Bedeutung der TV-Konfrontation für die Wahl* und in 6,8% auf die *Ankündigung einer Konfrontation* gerichtet.²⁰¹

Plasser und Lengauer resümieren, dass sich die mediale Reflexion von TV-Konfrontationen zur *apolitischen Angelegenheit* entwickelt. Medien profitieren dadurch, indem sie kostengünstige Inhalte produzieren können, die wenig Recherche erfordern und hohe Quoten bringen. Indem der Fokus auf die Dramatik der Performance gelegt wird, können Medien durch diese Inszenierungen *Neuigkeiten* bringen, die nicht mehr wirkliche sachpolitische Inhalte benötigen.²⁰²

¹⁹⁹ Vgl. Plasser/Lengauer, 2010: 223f

²⁰⁰ Plasser/Lengauer, 2010: 223

²⁰¹ Vgl. Plasser/Lengauer, 2010: 224

²⁰² Vgl. Plasser/Lengauer, 2010: 236

1.4. Ereignisbegriff in der Publizistikwissenschaft

Die Nachrichtenforschung interessiert sich für die Auswahl der Ereignisse, über die Massenmedien berichten. Die Berichterstattung kann als Widerspiegelung der Wirklichkeit betrachtet werden, in der Journalisten nach Selektionskriterien abwägen, was wert ist eine Mediennachricht zu werden. Für Kepplinger greift dieser Ansatz aber zu kurz, da Medien nicht nur über eine vorgegebene Ereigniswelt berichten. Die Medienberichterstattung kann nämlich selbst Ereignisse generieren, über die dann wiederum berichtet wird, wenn z.B. eigens für sie Inszenierungen stattfinden, die es sonst nie geben würde. Des Weiteren können Medienberichte nicht unbedingt als Widerspiegelung eines Ereignisses angesehen werden, wenn die Möglichkeit besteht, dass Anlass und Gegenstand des Ereignisses identisch sind.²⁰³

Grundlegend kann das Ereignis als ein zeitlich und räumlich begrenztes Geschehen mit erkennbarem Anfang und Ende definiert werden. Wo dieser Anfang bzw. das Ende liegt, kann aber verschieden betrachtet werden und hängt von der individuellen Sichtweise ab.²⁰⁴ Das Ereignis eines Wahlkampfauftritts kann seinen Anfang mit dem Betreten der Bühne des Politikers, der Politikerin haben, er kann aber genauso gut viel früher liegen, wenn der Aufbau der Bühne dem Ereignis zugerechnet wird. Analog verhält es sich mit dem Ende, es kann auf den Abschluss der Rede fallen, es kann aber auch viel später sein, wenn man das Ende zu dem Zeitpunkt des Verlassens der Wahlveranstaltungszuschauer setzt.

Ein Sonderfall von Ereignissen sind Stellungnahmen, da sie zwar ebenfalls einen Anfang und ein Ende haben, aber eine verweisende Funktion besitzen. Sie können sich auf andere Ereignisse beziehen, ein Thema ansprechen oder auf eine andere Stellungnahme verweisen.²⁰⁵

Als Sachthemen gelten aktuelle politische Themen, die z.B. als Probleme angesprochen werden und Lösungsaspekte beinhalten.²⁰⁶ Sachthemen können auch genuine Ereignisse sein, die unabhängig von der massenmedialen Berichterstattung passieren, wie Katastrophen. Medien können genuine Ereignisse nicht beeinflussen, aber sie können

²⁰³ Vgl. Kepplinger, 2011: 67

²⁰⁴ Vgl. Kepplinger, 2011: 69

²⁰⁵ Vgl. Kepplinger, 2011: 69f

²⁰⁶ Vgl. Meyer/Kampmann, 1998: 62

über sie berichten. Genuine politische Ereignisse sind z.B. Nationalratssitzungen oder internationale Konferenzen.²⁰⁷

Mediatisierte Ereignisse sind Ereignisse, die es zwar ohne eine mediale Berichterstattung geben würde, aber durch die erwartete Medienkulisse erhalten sie einen spezifischen Charakter, der ihre Rahmenbedingungen verändert. Beispiel dafür sind Sportereignisse, Parteitage oder politische Kundgebungen (Demonstrationen), bei denen die Medien für eine Verbreitung der Informationen sorgen.²⁰⁸

Inszenierte Ereignisse oder auch Pseudoereignisse sind Ereignisse und Handlungen, deren einziger Grund das Auf-sich- Lenken der Aufmerksamkeit der Massenmedien ist, um Berichterstattung für sich zu erzeugen. Zu Pseudoereignissen werden z.B. Pressekonferenzen, Fernsehauftritte, TV-Duelle gezählt, bei denen Präsentation, Ort und Zeit gewählt und geplant sind. Pseudoereignisse müssen einerseits einen gewissen Nachrichtenwert besitzen, damit sie für Medien wichtig genug sind, um Nachrichten daraus zu machen. Andererseits muss die Präsentation des Image und der Information so geplant sein, damit die beabsichtigte Message von den Medien aufgenommen wird.²⁰⁹ Diese nicht *wirklich* stattfindenden Ereignisse gibt es nur, weil es massenmediale Berichterstattung gibt, deren Selektionskriterien von den *Kreatoren* dieser Pseudoereignisse benutzt werden, um Medienberichterstattung zu erzielen. Durch diese Methodik zum Zwecke der massenmedialen Artikulation werden Ereignisse konstruiert, die professionell aufbereitet sind und somit leichter die journalistischen Selektionsbarrieren überwinden können.²¹⁰

Zu den Pseudoereignissen gehören auch Präsentationen, die nur den Imagefaktor in den Blickwinkel rücken. So wird der Kandidat als aktiver Sportler dargestellt, um ihn mit Dynamik in Verbindung zu bringen, als sorgende Politikerin in Gummistiefeln nach einem Hochwasser oder als VeranstaltungsbesucherIn (Festzelt) als Mann/Frau des Volkes.²¹¹

Bei dieser *Konstituierung einer Realität* kann zwischen unterschiedlichen Arten differenziert werden. Pseudoereignisse als einfache Evokation von Ereignissen zum

²⁰⁷ Vgl. Blahacek, 2009: 74

²⁰⁸ Vgl. Blahacek, 2009: 75

²⁰⁹ Vgl. Jarren, 1998: 713f

²¹⁰ Vgl. Slominski, 1993: 70f

²¹¹ Vgl. Filzmaier, 2006: 18f

alleinigen Zwecke der Berichterstattung, *Reziproke-Effekte* als Evokation von bestimmten Verhaltensweisen während der Berichterstattung, die durch die Anwesenheit der JournalistInnen ausgelöst werden und *Fokussierte-Effekte* als Beschleunigung oder Dramatisierung der Berichterstattung zum Zwecke einer Folgeberichterstattung.²¹²

Ereignisse sind für Kepplinger immer Teil von Ereignisnetzen, d.h. Ereignisse werden durch andere Ereignisse verursacht bzw. verursachen Ereignisse andere Folgeereignisse. Er beschreibt diese Tatsache mit dem Ereignis eines Tankerunglücks auf See, das die Folge eines Unwetters sein kann oder die Folge der Trunkenheit des Kapitäns, dessen Ursache wiederum private Probleme sein können. Das Unglück löst dann wiederum weitere Folgeereignisse aus, eine Umweltkatastrophe, ökologische Schäden, Aufräumarbeiten durch Ölsperren, ökonomische Einbußen für die Fischerei usw. Auslöseereignisse, also Ereignisse, die die Aufmerksamkeit der Medien auf ein Geschehen lenken, stehen demnach nicht direkt am Anfang eines Ereignisnetzes, sondern sind nur der Ausschnitt, den die Medien für berichterstattungswert ansehen. Diese Auslöseereignisse wirken auf zwei Handlungsebenen, der *Ebene der Darstellung* und der *Ebene des Dargestellten*. Auf der Ebene der Darstellung regen sie Medienberichterstattung an, auf der Ebene des Dargestellten verursachen sie Folgeereignisse. Wird das Folgeereignis zum Anlass der Berichterstattung, nennt man das *Re-Thematisierung*.²¹³

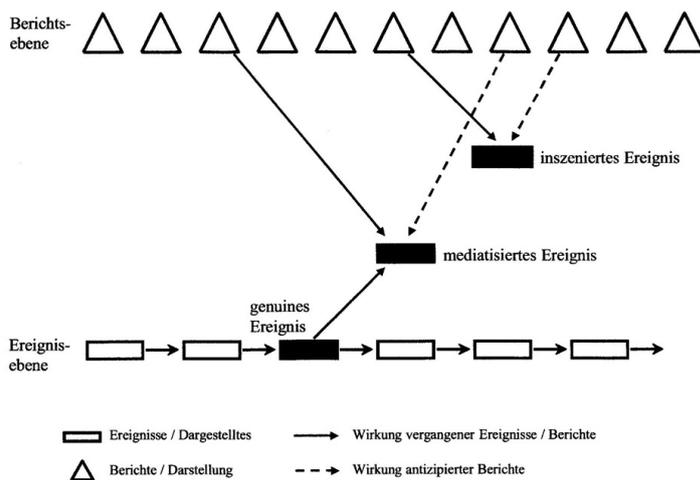


Abb. 4: Ursachen genuiner, mediatisierter und inszenierter Ereignisse.²¹⁴

²¹² Vgl. Kepplinger, 1982: 108

²¹³ Vgl. Kepplinger, 2011: 72ff

²¹⁴ Kepplinger, 2011: 79

In der Abbildung 4 werden die Positionen der genuinen, mediatisierten und inszenierten Ereignisse zwischen den beiden Handlungsebenen deutlich. Genuine Ereignisse liegen in der untersten Ebene. Mediatisierte Ereignisse sind durch die Berichterstattung beeinflusst, die Ursache des Geschehens liegt sowohl in der Ereignisebene als auch in der Berichterstattungsebene. Die vergangene Medienberichterstattung wie auch die zu erwartende wirken sich darauf aus. Inszenierte Ereignisse werden durch die Berichterstattung selbst ausgelöst, wiederum durch vergangene und erwartete Medienberichte.²¹⁵

²¹⁵ Vgl. Kepplinger, 2011: 78f

2. Empirische Untersuchung

In diesem Teil werden zuerst die Forschungsfragen der Arbeit und die aus der verwendeten Literatur abgeleiteten Hypothesen vorgestellt und begründet. Danach folgt die Operationalisierung der Variablen. Anschließend wird genauer auf die Forschungsmethode eingegangen. Zuletzt wird die Prüfung der Hypothesen dargestellt.

2.1 Forschungsfragen und Hypothesen

FF1: Wie unterscheiden sich partizipative Medien bei ihrer Themensetzung in der Berichterstattung zur Nationalratswahl von traditionellen Medien?

H1: Partizipative Medien haben ein anderes Themenspektrum/andere Themenpräferenzen als traditionelle Medien.

Begründung:

Die Themenwahl partizipativer Medien richtet sich eher nach persönlichen Interessen als nach klassischen Auswahlmerkmalen, wie z.B. Nachrichtenfaktoren.²¹⁶ Da das übergeordnete Thema Nationalratswahl aber vorgegeben ist, wird die mögliche Themenwahl aber eingeschränkt.

Beiglböck versuchte in seiner Arbeit herauszufinden, ob es Überschneidungen zwischen den Agenden traditioneller Nachrichtenmedien und Weblogs gibt. Er kam zu dem Ergebnis, dass es zwar Überschneidungen gab, aber Weblogs überwiegend eigene Themen behandelten.²¹⁷

„Blogger bringen zwar eine Aufmerksamkeit („awareness“) für Medienthemen mit, und manche erachten diese Themen auch als derart wichtig („salience“), dass sie selbst darüber bloggen. Großteils setzen Blogger ihre inhaltlichen Prioritäten („priority“) jedoch anders.“²¹⁸

²¹⁶ Vgl. Domsalla u.a., 2012: 213f

²¹⁷ Vgl. Beiglböck, 2009: 85ff

²¹⁸ Beiglböck, 2009: 85

Für Armborst sind die herkömmlichen Selektionskriterien sogar im Wesentlichen irrelevant:

„Ein weiterer Unterschied zum professionellen Journalismus besteht darin, dass die gängigen Kriterien der Nachrichtenauswahl für Blogger offenbar weitgehend bedeutungslos sind: Sie wählen ihre Themen nach persönlichen Interessen und publizieren auch dann, wenn die Informationen ungesichert sind.“²¹⁹

Hallermayers Untersuchung zeigt, dass dies auch auf die Akteure der Berichterstattung zutrifft:

„Interessant ist, dass genau diejenigen Parteien, welche in der Tageszeitung wenig genannt werden, in den Blogs stärker vertreten sind (wie Piraten, Linke, SPD). Die Medienlogik der Tageszeitung scheint Regierungsparteien einen stärkeren Zugang zur massenmedialen Öffentlichkeit zu gewähren als Oppositions- oder kleineren Parteien. Die Placeblogger scheinen anderen Selektionskriterien zu folgen und bieten genau den Parteien ein größeres Forum, welche die Lokalpresse weniger berücksichtigt.“²²⁰

Susanne In der Smitten's Arbeit zu Online-Vergemeinschaftung hat gezeigt, dass in Weblogs allerlei politische Themen aufgegriffen werden, zu Innenpolitik, zu anderen Staaten und innerhalb des internationalen Systems. Dass ein großer Anteil über Bildungspolitik schreibt, führt sie auf die Beschreibung des typischen Bloggers, der typischen Bloggerin als gebildeten Menschen unter 30 zurück.²²¹ Die von ihr durchgeführte Inhaltsanalyse ergab aber auch, dass nur in 10% der Beiträge über PolitikerInnen, Parteien oder Wahlen geschrieben wurde. Die Themenfelder Krieg und Militär, Frieden und Menschenrechte, Natur, Umwelt, Tiere bzw. Privat- und Berufsleben waren um einiges populärer.²²²

²¹⁹ Armborst, 2006: 185

²²⁰ Hallermayer, 2012: 268

²²¹ Vgl. In der Smitten, 2007: 264

²²² Vgl. In der Smitten, 2007: 190

FF2: Inwieweit gibt es einen Zusammenhang in der Themensetzung bei partizipativen und traditionellen Medien?

H2: Partizipative Medien haben in ihrer Themensetzung die gleichen „Top“-Themen wie die traditionellen Medien.

Begründung:

Partizipative Medien, die sich mit Politik bzw. der Nationalratswahl befassen, werden zwangsläufig von den zentralen AkteurInnen der Politik und den Medien, die über sie berichten, beeinflusst. Die Berichterstattung eines Wahlkampfes kann nur von einer begrenzten Zahl an Themen dominiert werden.

„Dafür berichten Placeblogs besonders intensiv über Medien, Parteien und Wirtschaft. Sie fokussieren sich also stärker auf Themen, die die Presseberichterstattung ergänzen.“²²³

Der Intermedia Agenda-Setting-Ansatz lässt folglich vermuten, dass die wichtigsten Themen der traditionellen Leitmedien einen Einfluss auf die Themensetzung der partizipativen Medien haben.

„The concept of intermedia agenda-setting suggests that elite media outlets such as The New York Times serve as a guide or proxy for other news organizations regarding the major issues of the day.“²²⁴

Traditionelle Medien berichten im Wahlkampf über Parteien und KandidatInnen, auch über deren Auftreten in anderen Medien. Partizipative Medien berichten auch über Parteien und KandidatInnen und greifen folglich ebenso deren Präsentation in anderen Medien als Thema auf.

„Generell lässt sich festhalten, dass die Weblog-Kommunikation eine entscheidende Ausweitung der bisherigen Wahlkampf-Kommunikation darstellt, die sich traditionell aus der politischen PR der Parteien und ihrer Kandidaten sowie der entsprechenden massenmedialen Kommunikation zusammengesetzt hat.“²²⁵

²²³ Hallermayer, 2012: 265

²²⁴ McCombs u.a., 2011: 80

²²⁵ Bucher/Büffel, 2005: 111

Im Bereich der partizipativen Medien haben sich sogar eigene Formate herausgebildet, die sich ausschließlich der Medienkritik widmen. Medien sind ein zentraler Akteur bei Wahlen und stehen deshalb auch im Berichterstattungsfokus.

„Medien sind eines der zentralen Themen der Weblog-Kommunikation, die Analyse der Berichterstattung eines der dominierenden Handlungsmuster.“²²⁶

FF3: Wie unterscheiden sich partizipative und traditionelle Medien in Bezug auf Sachthemenberichte und inszenierte bzw. mediatisierte Ereignisse?

H3a: Partizipative Medien berichten in einem geringeren Umfang über inszenierte Ereignisse als traditionelle Medien.

H3b: Partizipative Medien berichten in einem geringeren Umfang über mediatisierte Ereignisse als traditionelle Medien.

H3c: Partizipative Medien berichten in einem größeren Umfang über Sachthemen als traditionelle Medien.

Begründung:

Der Forschungsstand zur Wahlberichterstattung in Kapitel 1.3.2 zeigte, dass politics Themen während eines Wahlkampfes die Medienagenda dominieren. TV-Duelle zwischen SpitzenkandidatInnen wurden von den Medien thematisiert, analysiert und kommentiert. Der Umfang, den Berichte zu TV-Konfrontationen in der Medienberichterstattung ausmachen, liegt bei bis zu einem Drittel.²²⁷ Ähnlich verhält es sich mit Berichten über Wahlkampfveranstaltungen und anderen Fernsehauftritten.²²⁸

Das Beispiel *Indymedia* zeigt besonders deutlich, dass sich partizipativer Journalismus von den Massenmedien bewusst abzugrenzen versucht und eine mediale Gegenöffentlichkeit zustande bringen will. Auch die Studien zu anderen partizipativen Medien in Kapitel 1.1.3 zeigen auf, dass für partizipative JournalistInnen andere Kriterien

²²⁶ Bucher/Büffel, 2005: 99

²²⁷ Vgl. Plasser/Lengauer, 2010: 221f

²²⁸ Vgl. Lengauer/Vorhofer, 2010: 160

für die Nachrichtenauswahl gelten als für traditionellen Medien. Die persönliche Erfahrung, die Verbindung mit dem eigenen Leben oder kulturelle Relevanz sind partizipative Berichterstattungsmotive.²²⁹

FF4: Wie unterscheiden sich partizipative Medien in der Verwendung von symbolischer Politik von traditionellen Medien?

H4: Traditionelle Medien haben in ihrer Berichterstattung mehr symbolische Politik-Elemente als partizipative Medien.

Begründung

Wie der Forschungsstand zu Wahlberichterstattung in Kapitel 1.3.2 darlegte, folgt die Medienberichterstattung internationalen Trends, wie Dramatisierung und Personalisierung. Politische Akteure können mit der Öffentlichkeit fast ausschließlich über Massenmedien kommunizieren, ihre Standpunkte werden dargelegt, aber eben auch der politische Gegner angegriffen, Stichwort negative-campaigning.

„Im Zuge der Auseinandersetzung mit der Verbindung von Politik und Medien bzw. Mediendemokratie und Mediokratie wurde deutlich, dass sich die Politik an den massenmedialen Vermittlungslogiken zumindest orientiert. Für Sarcinelli heißt das, dass auch die symbolische Politik ihre Penetranz nur unter diesen Vermittlungslogiken entfalten kann. Damit wird aber die Massenkommunikation nicht nur das Transportmittel symbolischer Politik, sondern auch Bedingung für deren Generierung und Darstellung. Massenmedien werden dadurch zu einem Schlüsselinstrument politischer Steuerung und Herrschaftssicherung.“²³⁰

Partizipative Medien sind (noch) nicht eine solche Verbindung mit der Politik eingegangen, wie sie Meyer in seiner Arbeit zu symbolischer Politik und Mediokratie beschreibt. Entweder, weil sie viel zu klein und unbedeutend für politische Akteure erscheinen oder weil sie bewusst einen Gegenstandspunkt zu den traditionellen Medien bilden wollen.

²²⁹ Vgl. Fröhlich/ Quiring/ Engesser, 2012: 1051ff

²³⁰ Vgl. Sarcinelli, 1987: 199f

2.2 Operationalisierung

Hypothese 1

Unabhängige Variable: Art des untersuchten Mediums

Traditionelles Medium

Kollektives partizipatives Medium

Abhängige Variable: Berichterstattungsthema

Berichterstattungsthema

Die Bestimmung der Themen erfolgt anhand der AUTNES Issues-Liste 2013.²³¹ Durch diese sehr umfangreiche Issue-Liste soll herausgefunden werden, ob partizipativer Journalismus einer gänzlich anderen Themenstruktur folgt als traditioneller Journalismus, also ob eher auf spezifische politische Themen, wie Neue Mittelschule oder Pensionen eingegangen wird oder ob eher abstraktere Probleme, wie Armut oder Bildung die Berichte bestimmen.

Die fehlende allgemeingültige Definition des Themenbegriffs²³² bedingt die Aufgabe ein geeignetes Kategoriensystem für eine Untersuchung zu verwenden. Die Autnes-Issue-Liste bietet ein erprobtes Instrument der Themencodierung für die Nationalratswahlkampfberichterstattung.

Die journalistische Aufarbeitung eines Themas kann unterschiedliche inhaltliche Aspekte ins Zentrum der Berichterstattung setzen und damit den inhaltlichen Rahmen festlegen. Das Thema Leistungen für Krankenversicherte kann z.B. im Rahmen Steuererhöhung oder Budgetdefizit gesetzt werden und könnte somit in einer dieser Kategorien stehen.

Für die vorliegende Untersuchung wurde die Themencodierung über das Hauptthema und das Zweitthema erfasst, um so Effekte auf die Themen durch die journalistische Aufarbeitung zu umgehen.

²³¹ Kritzinger, Sylvia u.a., 2013

²³² Vgl. Hüning/Otto, 2002: 196

Hypothese 2

Unabhängige Variable: Art des untersuchten Mediums

Traditionelles Medium

Kollektives partizipatives Medium

Abhängige Variable: Themenüberschneidung der „Top-Themen“

Häufigkeiten der traditionellen „Top-Themen“

Häufigkeiten der partizipativen „Top-Themen“

Bezugnahme auf ein traditionelles Medium

Hypothese 3

Unabhängige Variable: Art des untersuchten Mediums

Traditionelles Medium

Kollektives partizipatives Medium

Abhängige Variable a: Auslöseereignis genuin

Abhängige Variable b: Auslöseereignis inszeniert

Abhängige Variable c: Auslöseereignis mediatisiert

Hypothese 4

Unabhängige Variable: Art des untersuchten Mediums

Traditionelles Medium

Kollektives partizipatives Medium

Abhängige Variable: Symbolische Politik

Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Kompetenz

Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Durchsetzungsvermögen

Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Ehrlichkeit

Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Moral

Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Charisma

Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Erscheinungsbild, Image, Auftreten

Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Interaktionsmodus

2.3 Forschungsmethode

Die quantitative Inhaltsanalyse ist eine wichtige Methode bei der Forschung zu Medienberichterstattung, Kommunikation im Allgemeinen bzw. politischer Kommunikation im Speziellen. Dabei werden quantifizierbare Dimensionen in Texten gesammelt und analysiert. Für die Überprüfung der formulierten Hypothesen erschien die quantitative Inhaltsanalyse als bester Weg einer möglichst objektiven und systematischen Beschreibung des Untersuchungsgegenstandes.

2.3.1 Untersuchungssample und Untersuchungszeitraum

Ziel der Untersuchung ist die Analyse der Berichterstattung des partizipativen Journalismus während der Nationalratswahl 2013. Der Untersuchungszeitraum erstreckte sich vom 1.8.2013, also zwei Monate vor der Wahl, bis zum 31.10.2013, ein Monat nach der Wahl.

Das Sample wurde auf kollektive Formate eingegrenzt. Dabei mussten die drei folgenden Bedingungen erfüllt sein, um als kollektiv partizipativ zu gelten: (1) der journalistische Anspruch, (2) der journalistische Kommunikations- und Produktionsprozess muss den Top-Down-Prozess um einen Bottom-Up-Prozess erweitern, (3) der Berufs- und Professionsaspekt muss im Hintergrund bleiben.

Der zentrale Aspekt der Erweiterung der Top-Down um einen Bottom-Up-Prozess bestand aus der Möglichkeit des Mitmachens an der journalistischen Produktion, also der Veröffentlichung eigener Beiträge. Die folgenden vier kollektiven Formate erfüllten diese Bedingungen: *Indymedia*²³³, *Kärnöl*²³⁴, *Provinnsbruck*²³⁵ und *Radiofabrik*²³⁶.

Um den Bezug zur Nationalratswahl zu gewährleisten, wurden nur solche Artikel ins Sample aufgenommen, in denen ein politischer Aspekt erkennbar war. Über den alleinigen Bezug zur Nationalratswahl würden nicht mehr viele Artikel übrig bleiben, da nur ca. jeder vierte Beitrag den Wahlkampf erwähnte. Nach der Aussortierung blieben $N = 121$ Beiträge für die Codierung übrig.

²³³ Vgl. <https://linksunten.indymedia.org/de/publish>

²³⁴ Vgl. <http://www.kaernoel.at/cgi-bin/kaernoel/comax.pl?page=page.std;job=CENTER:texts.contact>

²³⁵ Vgl. <http://provinnsbruck.at/über-uns/>

²³⁶ Vgl. <http://www.radiofabrik.at/aboutus/leitbild.html>

Als Vergleichssample wurde die Berichterstattung der beiden österreichischen Tageszeitungen *Der Standard* und die *Kronen Zeitung* ausgewählt. Die Artikel wurden über die APA-DeFacto Datenbank recherchiert. Alle Beiträge, in denen das Wort Nationalratswahl bzw. NR Wahl vorkam, wurden als traditionelles Mediensample herangezogen. Nach dem Aussortieren regionaler Mutationen, doppelter Artikel, Anreißern, Kurzporträts, Wissenskästchen, Fernsehprogrammen, Leserbriefen und Interviews blieben $N = 435$ Artikel für die Codierung übrig. Ebenso wurden alle Artikel, in denen die Nationalratswahl nur z.B. als zeitlicher Bezug verwendet wurde, aussortiert.

2.3.2 Pretest

Vor dem Beginn der Hauptcodierung wurde ein Pretest durchgeführt, um das Erhebungsinstrument auf allfällige Schwachstellen zu testen. Getestet wurden jeweils 10 Artikel der beiden Untersuchungssample.

Folgende Änderungen wurden aufgrund des Pretest vorgenommen:

Die Akteurseigenschaft Sympathie wurde gestrichen, da es sich eigentlich nicht um eine Eigenschaftszuschreibung, sondern eher um eine Bewertung handelt und damit nicht wirklich zu der analysierten Kategorie symbolische Politik gehört.

Bei der Beitragsart wurden die Ausprägungen „Ankündigung/Aufruf“ hinzugefügt.

Der Themenblock bzw. das Thema „Ergebnis“ wurde hinzugefügt. Darunter fallen alle Berichte, deren einziges Thema die Wiedergabe der erreichten Prozente durch die Parteien ist.

2.3.3 Überprüfung der Reliabilität

Zur Überprüfung der Sorgfalt der Codierung bzw. der Güte des Messinstruments, um damit die Objektivität der Inhaltsanalyse zu gewährleisten, wurden, nach Abschluss der Codierung, 75 Artikel (11 *Indymedia*, 11 *Provinnsbruck*, 6 *Radiofabrik*, 6 *Kärnöl*, 20 *Der Standard*, 21 *Kronen Zeitung*) ein zweites Mal codiert. Dies liegt über dem von Rössler geforderten Minimum von 30 bis 50 Codierungen.²³⁷ Im durchgeführten Test

²³⁷ Vgl. Rössler, 2005: 191

wurde der Grad der Übereinstimmung für die zur Beantwortung der Forschungsfragen kritischen Variablen bestimmt. Der Reliabilitätskoeffizient hängt vom Schwierigkeitsgrad der jeweiligen Kategorie ab. Für Rössler ist ein Koeffizient von .80 für inhaltliche Kategorien zu fordern, wobei bei komplizierten und mühsam abgrenzbaren Kategorien ein Koeffizient von .75 als Erfolg zu werten ist.²³⁸

Die Koeffizienten der Themenvariablen sind mit ca. 0.7 zufriedenstellend, der des Auslöseereignisses ebenso. Die sehr hohen Koeffizienten der anderen Variablen lassen sich durch das sehr seltene Vorkommen dieser Variablen erklären.

Tabelle 1: Reliabilitätstest

Variable	Reliabilitätskoeffizient
V9 Hauptthema	.73
V10 Themenblock Hauptthema	.85
V11 Nebenthema	.72
V12 Themenblock Nebenthema	.73
V13 Bezugnahme/Quelle/Zitation	.97
V15 Bezugnahme auf den Wahlkampf	1.00
V16 Auslöser-Ereignis	.71
V17 Bezugnahme auf TV-Duell	.99
V18 Bezugnahme auf Pressekonferenz	1.00
V19 Bezugnahme auf Parteitag	.99
V20 Bezugnahme auf Demonstration	.99
V21 Bezugnahme auf Gedenkfeier	1.00
V22 Bezugnahme auf Wahlkampfveranstaltung	.97
V26 Symbolische Politik von unten	1.00
V27 Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Kompetenz	.97
V28 Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Durchsetzungsvermögen	.99
V29 Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Ehrlichkeit	.99
V30 Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Moral	.96
V31 Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Charisma	1.00
V32 Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Erscheinungsbild, Image	.97
V33 Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Interaktionsmodus	.96

²³⁸ Vgl. Rössler, 2005: 192

2.3.4 Methodenkritik

Beim Auslöser Ereignis zeigte sich, dass bei sehr vielen Beiträgen keine Zuordnung möglich war. Artikel wurden z.B. folgendermaßen verfasst: Politiker XY freut sich über Thema Z. In welcher Arena viele dieser Aussagen gemacht wurden, wurde innerhalb der Artikel aber nicht immer beschrieben und konnten somit nur schwer zugeordnet werden. Die Variable Auslöser Ereignis konnte bei ca. 10% der partizipativen und 28% der traditionellen Medien nicht codiert werden.

Eine Erweiterung des Ereignis Begriffs um ein medialisiertes Ereignis, in das z.B. Aussagen von Politikern, Verweise auf Interviews in anderen Medien oder auch Umfragen als Auslöser Ereignis fallen, ist eine Überlegung wert.

Die Akteurseigenschaften konnten insgesamt nur sehr selten codiert werden. Dies kann an der genauen Codieranweisung liegen, die nur explizit akteursbezogene Erwähnungen erfasste.

Die Variable Pressekonferenz konnte ebenfalls nicht oft codiert werden. Dass Artikel gerade wegen Pressekonferenzen oder Presseaussendungen von politischen Akteuren geschrieben werden, steht außer Frage. Rein über eine Inhaltsanalyse der Medienberichte ist dies aber schwer auszumachen, da Presseaussendungen innerhalb eines Artikels nicht erwähnt wurden. Ein Vergleich der Berichterstattung mit einer Inhaltsanalyse von Presseaussendungen erscheint fruchtbarer.

Der Suchstring „Nationalratswahl oder NR Wahl“ stellte sich nicht als optimal heraus. Dies fällt vor allem bei der Tatsache auf, dass sehr wenige Artikel im Sample sind, die sich mit den TV-Duellen beschäftigen. In solchen Artikeln kommt anscheinend das Wort Nationalratswahl nicht sehr oft vor. Eher heißen diese Artikel dann Strache vs. Glawischnig, Sieger im Duell usw.

2.4 Auswertung der Daten und Überprüfung der Hypothesen

In diesem Kapitel folgt nun die Darstellung der Ergebnisse der Inhaltsanalyse der Berichterstattung. Die Daten wurden mit Hilfe von STATA 13 ausgewertet. Im Rahmen der Untersuchung wurden 121 partizipative und 435 traditionelle Artikel analysiert, davon entfallen 29 auf *Indymedia*, 72 auf *Provinnsbruck*, 12 auf *Radiofabrik*, 8 auf *Kärnöl*, 183 auf *Der Standard* und 252 auf die *Kronen Zeitung*. Die ungleiche Verteilung ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass es noch recht wenige kollektive partizipative Formate in Österreich gibt.

Im folgenden Abschnitt werden zuerst einzelne Charakteristika der beiden Journalismusformen deskriptiv beschrieben, um einen Überblick über die Medien zu erhalten. Dies sind der Umfang der Artikel in Anzahl der Wörter und die Beitragsart. Anschließend werden die einzelnen Hypothesen der Reihe nach geprüft.

Der durchschnittliche Umfang der partizipativen Medien war $M = 430$ Wörter, mit einem Minimum von 35 und einem Maximum von 4905 Wörtern.

Der durchschnittliche Umfang der traditionellen Medien war geringer, mit $M = 305$ Wörtern, bei einem Minimum von 48 und einem Maximum von 1346 Wörtern.

Tabelle 2: Beitragsart

		partizipativ			traditionell		
		Freq.	Percent	Cum.	Freq.	Percent	Cum.
Beitragsart	Kurznachricht	1	0,8	0,8	71	16,3	16,3
	Nachricht	20	16,5	17,4	285	65,5	81,8
	Reportage	7	5,8	23,1	25	5,8	87,6
	Kommentar	46	38,0	61,2	42	9,7	97,2
	Essay	4	3,3	64,5	0	0,0	97,2
	Portrait	0	0,0	64,5	3	0,7	97,9
	Rezension	7	5,8	70,3	4	0,9	98,9
	Ankündigung	34	28,1	98,4	5	1,2	100,0

	Sonstige	1	0,8	99,2	0	0,0	100,0
	nicht erkennbar	1	0,8	100,0	0	0,0	100,0
	Total	121	100		435	100	

Wie in Tabelle 2 zu erkennen ist, bestehen drei große Unterschiede zwischen den beiden Formen. (1) traditionelle Medien publizieren größtenteils Nachrichten (66%) und Kurznachrichten (16%). Die partizipativen Medien publizieren dagegen nur ca. 17% Nachrichten und Kurznachrichten. (2) Kommentare machen ca. 10% der traditionellen Berichterstattung aus, während Kommentare bei der partizipativen Berichterstattung mit 38% den ersten Platz einnehmen. (3) Den zweiten Platz bei den partizipativen Medien nehmen mit 28% Ankündigungen und Aufrufe ein, solche Artikel kommen bei den traditionellen Medien fast gar nicht vor (ca. 1%).

Nach diesem kurzen Überblick werden nun im folgenden Abschnitt die einzelnen Hypothesen der Reihe nach geprüft.

2.4.1 Hypothese 1

Partizipative Medien haben ein anderes Themenspektrum/ andere Themenpräferenzen als traditionelle Medien.

Um H1 zu prüfen wurden Pearson's Chi-Quadrat-Tests zwischen den Hauptthemenblöcken und den beiden Journalismusformen bzw. den Hauptthemenblöcken und den einzelnen Medien gerechnet. Im Anschluss daran wurden cchi-Quadrat-Tests durchgeführt, um den jeweiligen Beitrag der Themenblöcke auf die Chi-Quadrat-Statistik zu ermitteln.

Danach wurden, wenn möglich Fisher's exact-Tests, sonst Chi-Quadrat-Tests, zwischen den einzelnen Themen pro Themenblock und den beiden Journalismusformen gerechnet, um Unterschiede innerhalb der jeweiligen Themenblöcke ausfindig zu machen.

Neben den Hauptthemenanalysen wurden auch Haupt- und Nebenthema zusammengeführt und ebenfalls Pearson's Chi-Quadrat, Fishers exact und cchi2-Tests sowohl zu den Themenblöcken als auch zu den einzelnen Themen, durchgeführt.

Bei den einzelnen Themen innerhalb der Themenblöcke wurden wegen dem Bezug zur Forschungsfrage nur die statistisch signifikanten Ergebnisse (Wirtschaft, Gesellschaft, Umweltschutz, Immigration und Politics) dargestellt. Auf die Darstellung der nicht signifikanten Ergebnisse der einzelnen Themen innerhalb der Themenblöcke (Wohlfahrtsstaat, Budget, Bildung, Kultur, Sicherheit, Außenpolitik, Europa, Infrastruktur, Institutionenreform, Regierungsbildung und Ideologie) wurde verzichtet.

Zur besseren Übersichtlichkeit der Ergebnistabellen wurden bei der Darstellung der Themenblöcke die absoluten Zahlen weggelassen und nur die Prozentwerte angegeben. Die Stichprobengröße N wird angegeben.

Tabelle 3: Hauptthemenblock

		partizipativ	traditionell	Total
Hauptthemenblock	Wirtschaft	10,2	3,5	5,0
	Wohlfahrtsstaat	1,7	2,1	2,0
	Budget	1,7	0,7	0,9
	Bildung	6,8	1,6	2,8
	Kultur	11,9	1,4	3,7
	Sicherheit	7,6	3,0	4,0
	Außenpolitik	0,9	0,2	0,4
	Europa	1,7	0,7	0,9
	Infrastruktur	7,6	4,2	5,0
	Gesellschaft	14,4	2,1	4,8
	Umweltschutz	5,9	1,2	2,2
	Institutionenreform	3,4	8,2	7,1
	Immigration	8,5	1,6	3,1
	Regierungsbildung	0,0	4,2	3,3
	Ideologie	0,9	0,2	0,4
	Politics	15,3	51,9	44,0
	Ergebnis	1,7	13,1	10,6
	Total	100	100	100
N	118	428	546	

Pearson chi2(16) = 156.1527 Pr = 0.000

Der Pearson's Chi-Quadrat-Test ergab einen hoch signifikanten Unterschied bei der Hauptthemenblockpräferenz zwischen den beiden Journalismusformen $\chi^2(16, N = 546) = 156.2, p < .001$

Die größten Unterschiede des Hauptthemenblocks zwischen den beiden Journalismusformen sind bei Wirtschaft, Bildung, Kultur, Sicherheit, Gesellschaft,

Umweltschutz und Immigration, wo der partizipative Journalismus häufiger berichtet, bzw. bei Institutionenreform, Politics und Ergebnis, wo der traditionelle Journalismus häufiger berichtet.

Tabelle 4: cchi2 Hauptthemenblock

		partizipativ	traditionell	Total
Hauptthemenblock	Wirtschaft	6,5	1,8	8,3
	Wohlfahrtsstaat	0,1	0	0,1
	Budget	0,8	0,2	1
	Bildung	7	1,9	8,9
	Kultur	21,7	6	27,6
	Sicherheit	3,8	1	4,8
	Außenpolitik	0,7	0,2	1
	Europa	0,8	0,2	1
	Infrastruktur	1,7	0,5	2,2
	Gesellschaft	23,1	6,4	29,4
	Umweltschutz	7,5	2,1	9,6
	Institutionenreform	2,3	0,6	3
	Immigration	10,9	3	13,9
	Regierungsbildung	3,9	1,1	5
	Ideologie	0,7	0,2	1
	Politics	22,1	6,1	28,2
	Ergebnis	8,9	2,4	11,3
	Total	122,4	33,7	156,2
	N	118	428	546

Wie in Tabelle 4 zu erkennen ist, haben die Themenblöcke Wirtschaft (8,3), Bildung (8,9), Kultur (27,6), Gesellschaft (29,4), Umweltschutz (9,6), Immigration (13,9), Politics

(28,2) und Ergebnis (11,3) den größten Beitrag auf die Chi-Quadrat-Statistik. Diese Ergebnisse decken sich bis auf die Bereiche Sicherheit und Institutionenreform mit den Ergebnissen des Chi-Quadrat-Tests (Tabelle 3).

Tabelle 5: Hauptthemenblock der einzelnen Medien

		indymedia	provinsbruck	radiofabrik	kaernoel	der standard	kronen zeitung	Total
Hauptthemenblock	Wirtschaft	11,1	8,3	9,1	25,0	2,8	4,1	5,0
	Wohlfahrtsstaat	0,0	0,0	9,1	12,5	1,7	2,4	2,0
	Budget	0,0	1,4	0,0	12,5	1,1	0,4	0,9
	Bildung	3,7	8,3	0,0	12,5	2,8	0,8	2,8
	Kultur	3,7	13,9	18,2	12,5	2,2	0,8	3,7
	Sicherheit	14,8	5,6	9,1	0,0	4,4	2,0	4,0
	Außenpolitik	0,0	1,4	0,0	0,0	0,0	0,4	0,4
	Europa	0,0	0,0	18,2	0,0	0,6	0,8	0,9
	Infrastruktur	0,0	12,5	0,0	0,0	1,7	6,1	5,0
	Gesellschaft	25,9	8,3	18,2	25,0	3,3	1,2	4,8
	Umweltschutz	7,4	6,9	0,0	0,0	0,6	1,6	2,2
	Institutionenreform	0,0	4,2	9,1	0,0	9,9	6,9	7,1
	Immigration	18,5	6,9	0,0	0,0	2,8	0,8	3,1
	Regierungsbildung	0,0	0,0	0,0	0,0	7,2	2,0	3,3
	Ideologie	3,7	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,4
	Politics	11,1	19,4	9,1	0,0	49,7	53,4	44,0
	Ergebnis	0,0	2,8	0,0	0,0	8,8	16,2	10,6
	Total	100	100	100	100	100	100	100
	N	27	72	11	8	181	247	546

Pearson chi2(80) = 315.0011 Pr = 0.000

Der Pearson's Chi-Quadrat-Test ergab einen hoch signifikanten Unterschied bei der Hauptthemenblockpräferenz zwischen den einzelnen Medien $\chi^2(80, N = 546) = 315.0, p < .001$

Die größten Unterschiede des Hauptthemenblocks zwischen den einzelnen Medien sind bei Wirtschaft, Bildung, Kultur, Sicherheit, Infrastruktur, Gesellschaft, Institutionenreform, Immigration, Regierungsbildung, Politics und Ergebnis.

Tabelle 6: cchi2 Hauptthemenblock der einzelnen Medien

		indymedia	provinnbruck	radiofabrik	kaernoel	der standard	kronen zeitung	Total
Hauptthemenblock	Wirtschaft	2,1	1,7	0,4	6,5	1,7	0,4	12,8
	Wohlfahrtsstaat	0,5	1,5	2,7	4,4	0,1	0,2	9,4
	Budget	0,2	0,2	0,1	11,7	0,1	0,7	13
	Bildung	0,1	8,2	0,3	2,8	0	3,4	14,7
	Kultur	0	20,6	6,3	1,7	1	5,5	35,1
	Sicherheit	7,8	0,4	0,7	0,3	0,1	2,5	11,8
	Außenpolitik	0,1	2,1	0	0	0,7	0	2,9
	Europa	0,2	0,7	35,8	0,1	0,3	0	37,1
	Infrastruktur	1,3	8,3	0,5	0,4	4	0,6	15,2
	Gesellschaft	25,4	1,9	4,2	6,9	0,8	6,5	45,7
	Umweltschutz	3,3	7,4	0,2	0,2	2,2	0,4	13,7
	Institutionenreform	1,9	0,9	0,1	0,6	2	0	5,5
	Immigration	20,6	3,4	0,3	0,2	0,1	4,2	28,8
	Regierungsbildung	0,9	2,4	0,4	0,3	8,3	1,2	13,4
	Ideologie	8,2	0,3	0	0	0,2	0,9	9,6

	Politics	6,6	9,8	3	3,5	1,4	5,1	29,5
	Ergebnis	2,9	4,2	1,2	0,8	0,5	7,2	16,8
	Total	82,3	73,7	56,4	40,4	23,4	38,8	315
	N	27	72	11	8	181	247	546

Wie in Tabelle 6 zu erkennen ist, haben die Themenblöcke Wirtschaft (12,8), Bildung (14,7), Kultur (35,1), Sicherheit (11,8), Europa (37,1), Infrastruktur (15,2), Gesellschaft (45,7), Umweltschutz (13,7), Immigration (28,8), Regierungsbildung (13,4), Politics (29,5) und Ergebnis (16,8) den größten Beitrag auf die Chi-Quadrat-Statistik. Diese Ergebnisse decken sich bis auf die Bereiche Europa, Umweltschutz und Institutionenreform mit den Ergebnissen des Chi-Quadrat-Tests (Tabelle 5).

Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass sich auch die einzelnen Medien innerhalb der Journalismusformen unterscheiden. Deshalb müssen die Ergebnisse der Untersuchung zwischen den beiden Formen mit Vorsicht interpretiert werden, da die beiden Formen eher keine homogenen Gruppen bilden. Dies kann auch an dem unterschiedlich großen Sample der einzelnen Medien liegen.

Nachdem die Unterschiede des Hauptthemenblocks analysiert wurden, wurde im Folgenden das Haupt- und Nebenthema zusammengefasst. Die Vorgehensweise erfolgt dabei analog zu den Berechnungen des Hauptthemenblocks.

Tabelle 7: Gesamtthemenblock

		partizipativ	traditionell	Total
Themenblock	Wirtschaft	12,2	4,2	6,2
	Wohlfahrtsstaat	1,1	2,0	1,8
	Budget	1,7	1,1	1,2
	Bildung	4,4	2,2	2,7
	Kultur	9,4	1,1	3,2
	Sicherheit	10,6	2,7	4,7

	Außenpolitik	0,6	0,4	0,4
	Europa	3,3	0,9	1,5
	Infrastruktur	5,6	4,2	4,5
	Gesellschaft	13,3	2,0	4,8
	Umweltschutz	4,4	0,9	1,8
	Institutionenreform	4,4	9,8	8,5
	Immigration	11,1	1,5	3,8
	Regierungsbildung	0,6	4,4	3,4
	Ideologie	1,1	0,2	0,4
	Politics	15,0	51,0	42,1
	Ergebnis	1,1	11,6	9,0
	Total	100	100	100
	N	180	551	731

Pearson chi2(16) = 222.2929 Pr = 0.000

Der Pearson's Chi-Quadrat-Test ergab einen hoch signifikanten Unterschied bei der Themenblockpräferenz zwischen den beiden Journalismusformen $\chi^2(16, N = 731) = 222.3.2, p < .001$

Die größten Unterschiede des Gesamtthemenblocks zwischen den beiden Journalismusformen sind bei Wirtschaft, Kultur, Sicherheit, Infrastruktur, Gesellschaft, und Immigration wo der partizipative Journalismus häufiger berichtet, bzw. bei Institutionenreform, Regierungsbildung, Politics und Ergebnis, wo der traditionelle Journalismus häufiger berichtet.

Tabelle 8: cchi2 Gesamtthemenblock

		partizipativ	traditionell	Total
Themenblock	Wirtschaft	10,8	3,5	14,3
	Wohlfahrtsstaat	0,5	0,1	0,6
	Budget	0,3	0,1	0,4
	Bildung	1,9	0,6	2,5
	Kultur	22,7	7,4	30,1
	Sicherheit	13,5	4,4	17,9
	Außenpolitik	0,1	0	0,1
	Europa	4	1,3	5,3
	Infrastruktur	0,4	0,1	0,6
	Gesellschaft	27,5	9	36,4
	Umweltschutz	7,2	2,4	9,5
	Institutionenreform	3,5	1,1	4,6
	Immigration	24,9	8,1	33
	Regierungsbildung	4,3	1,4	5,7
	Ideologie	2,2	0,7	2,9
	Politics	31,5	10,3	41,7
	Ergebnis	12,5	4,1	16,6
	Total	167,6	54,7	222,3
	N	180	551	731

Wie in Tabelle 8 zu erkennen ist, haben die Themenblöcke Wirtschaft (14,3), Kultur (30,1), Sicherheit (17,9), Gesellschaft (36,4), Umweltschutz (9,5), Immigration (33), Politics (41,7) und Ergebnis (16,6) den größten Beitrag auf die Chi-Quadrat-Statistik. Diese Ergebnisse decken sich bis auf die Bereiche Umweltschutz, Infrastruktur, Institutionenreform und Regierungsbildung mit den Ergebnissen des Chi-Quadrat-Tests (Tabelle 7).

Die Ergebnisse der Zusammenfassung von Haupt- und Nebenthema unterscheiden sich auch bis auf den Bereich Bildung nicht von den Ergebnissen des Hauptthemenblocks (Tabelle 3).

Tabelle 9: Gesamtthemenblock der einzelnen Medien

		indymedia	provinsbruck	radiofabrik	kaernoel	der standard	kronen zeitung	Total
Themenblock	Wirtschaft	8,2	10,1	11,1	42,9	2,4	5,7	6,2
	Wohlfahrtsstaat	0,0	0,0	5,6	7,1	1,2	2,7	1,8
	Budget	0,0	2,0	0,0	7,1	2,0	0,3	1,2
	Bildung	2,0	6,1	0,0	7,1	3,2	1,3	2,7
	Kultur	2,0	13,1	11,1	7,1	1,6	0,7	3,2
	Sicherheit	24,5	5,1	11,1	0,0	4,0	1,7	4,7
	Außenpolitik	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,4
	Europa	0,0	1,0	22,2	7,1	0,8	1,0	1,5
	Infrastruktur	2,0	9,1	0,0	0,0	1,2	6,6	4,5
	Gesellschaft	22,5	7,1	22,2	14,3	3,2	1,0	4,8
	Umweltschutz	6,1	5,1	0,0	0,0	0,4	1,3	1,8
	Institutionenreform	0,0	6,1	5,6	7,1	11,6	8,3	8,5
	Immigration	24,5	8,1	0,0	0,0	2,4	0,7	3,8
	Regierungsbildung	0,0	1,0	0,0	0,0	7,2	2,0	3,4
	Ideologie	2,0	1,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,4
	Politics	6,1	22,2	11,1	0,0	49,6	52,2	42,1
	Ergebnis	0,0	2,0	0,0	0,0	8,8	14,0	9,0
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	N	49	99	18	14	250	301	731

Pearson chi2(80) = 470.6764 Pr = 0.000

Der Pearson's Chi-Quadrat-Test ergab einen hoch signifikanten Unterschied bei der Themenblockpräferenz zwischen den einzelnen Medien $\chi^2(80, N = 731) = 470.7$, $p < .001$

Die größten Unterschiede des Gesamtthemenblocks zwischen den einzelnen Medien sind bei Wirtschaft, Kultur, Sicherheit, Infrastruktur, Gesellschaft, Institutionenreform, Immigration, Regierungsbildung, Politics und Ergebnis. Diese Ergebnisse decken sich bis auf den Bereich Bildung mit den Ergebnissen des Hauptthemenblocks (Tabelle 5).

Tabelle 10: cchi2 Gesamtthemenblock der einzelnen Medien

		indymedia	provinsbruck	radiofabrik	kaernoel	der standard	kronen zeitung	Total
Themenblock	Wirtschaft	0,3	2,5	0,7	30,6	5,7	0,1	40
	Wohlfahrtsstaat	0,9	1,8	1,4	2,3	0,5	1,3	8,1
	Budget	0,6	0,5	0,2	4	1,2	2	8,5
	Bildung	0,1	4	0,5	1	0,2	2,2	7,9
	Kultur	0,2	31,4	3,6	0,7	1,9	5,9	43,7
	Sicherheit	41,5	0	1,6	0,7	0,2	5,8	49,8
	Außenpolitik	0,2	0,9	0,1	0,1	1	0,5	2,7
	Europa	0,7	0,2	51,3	3	0,8	0,5	56,5
	Infrastruktur	0,7	4,6	0,8	0,6	6,1	3	15,8
	Gesellschaft	31,9	1,1	11,4	2,6	1,3	9	57,4
	Umweltschutz	5,2	6	0,3	0,2	2,7	0,3	14,7
	Institutionenreform	4,2	0,7	0,2	0	2,9	0	7,9
	Immigration	54,6	4,7	0,7	0,5	1,3	7,9	69,7
	Regierungsbildung	1,7	1,7	0,6	0,5	10,4	1,8	16,7
	Ideologie	3,2	0,9	0,1	0,1	0	1,2	5,4

	Politics	15,1	9,3	4,1	5,9	3,3	7,2	44,9
	Ergebnis	4,4	5,4	1,6	1,3	0	8,1	20,8
	Total	165,4	75,4	79,4	54	39,6	56,8	470,7
	N	49	99	18	14	250	301	731

Wie in Tabelle 10 zu erkennen ist, haben die Themenblöcke Wirtschaft (40), Kultur (43,7), Sicherheit (49,8), Europa (56,5), Infrastruktur (15,8), Gesellschaft (57,4), Umweltschutz (14,7), Immigration (69,7), Regierungsbildung (16,7), Politics (44,9) und Ergebnis (20,8) den größten Beitrag auf die Chi-Quadrat-Statistik. Diese Ergebnisse decken sich bis auf die Bereiche Europa, Umweltschutz und Institutionenreform mit den Ergebnissen des Chi-Quadrat-Tests (Tabelle 9).

Nach der Ergebnisdarstellung der Themenblöcke wird im Folgenden auf die Unterschiede zwischen den einzelnen Themen innerhalb der jeweiligen Blöcke eingegangen. Analog zu der Vorgehensweise bei den Themenblöcken werden auch hier zuerst die Analysen des Hauptthemas und dann die Analysen des Gesamthemas dargestellt. Es werden nur die statistisch signifikanten Ergebnisse innerhalb eines Themenblocks dargestellt. Dies sind Wirtschaft, Gesellschaft, Umweltschutz und Politics. Die Berichterstattung der beiden Journalismusformen innerhalb der Themenblöcke Wohlfahrtsstaat, Budget, Bildung, Kultur, Sicherheit, Außenpolitik, Europa, Infrastruktur, Institutionenreform, Regierungsbildung und Ideologie, unterschied sich nicht signifikant.

Um trotz der geringen Häufigkeiten der einzelnen Themen zuverlässige Resultate zu erhalten, wurde, wenn möglich, der exakte Fisher-Test gerechnet, sonst Chi-Quadrat-Tests.

Tabelle 11: Hauptthemenblock Wirtschaft

	partizipativ	traditionell	Total
99	2	0	2
Arbeitslosigkeit: J..	0	1	1
Arbeitslosigkeit: a..	0	2	2
Bekämpfung Weltwirt..	0	1	1

Einsatz von Gentech..	1	0	1
Förderung des Fremd..	0	1	1
Förderungen/Maßnahm..	0	1	1
Förderungen/Maßnahm..	0	1	1
Kapitalismus/Marktw..	3	0	3
Kennzeichnungspflic..	1	0	1
Landwirtschaft/Land..	1	1	2
Mieten/Wohnungspreise	3	0	3
Reduktion Unternehm..	0	1	1
Spekulation/Finanzg..	0	2	2
Wettbewerbsfähigkei..	0	3	3
soziales/faieres/ger..	1	0	1
staatlicher Rettung..	0	1	1
N	12	15	27

Fisher's exact = 0.004

Der Fisher's exact-Test ergab beim Themenblock Wirtschaft einen sehr signifikanten Unterschied der Themenpräferenzen zwischen den einzelnen Journalismusformen ($N = 27$), $p < .01$

Während die partizipativen Medien ihre Aufmerksamkeit eher auf die Themen Kapitalismus/Marktwirtschaft/Unternehmer/Eigentum bzw. Mieten/Wohnungspreise richteten, berichteten die traditionellen Medien eher über Arbeitslosigkeit, Spekulation/Finanzgeschäfte/Börse, Förderungen/Maßnahmen für Unternehmen und Wettbewerbsfähigkeit/Standortqualität.

Tabelle 12: Hauptthemenblock Gesellschaft

	partizipativ	traditionell	Total
99	1	0	1
Bürgerrechte/Mensch..	3	0	3
Frauen in Politik	0	1	1
Gendermainstreaming..	1	0	1
Gleichberechtigung ..	1	0	1
Gleicher Lohn bei g..	0	1	1
Glücksspiel/Wetten/..	0	4	4
Medienvielfalt/Medi..	2	0	2
ORF: Strukturreform..	0	1	1
Patriotismus/Nation..	1	0	1
Rechtsextremismus/N..	5	0	5
Religion/Glaube/Kir..	1	0	1
Unterstützung/Entsc..	1	0	1
mehrsprachiger Schu..	1	0	1
Öffentlich-rechtlic..	0	2	2
N	17	9	26

Fisher's exact = 0.001

Der Fisher's exact-Test ergab beim Themenblock Gesellschaft einen sehr signifikanten Unterschied der Themenpräferenzen zwischen den einzelnen Journalismusformen ($N = 26$), $p < .01$

Während die partizipativen Medien ihre Aufmerksamkeit eher auf die Themen Bürgerrechte/Menschenrechte, Medienvielfalt/Medienlandschaft und Rechtsextremismus/Neonazis richteten, berichteten die traditionellen Medien eher über Glücksspiel/Wetten/Lotto und den ORF. Auffällig ist auch, dass von den partizipativen Medien um einiges mehr über Gesellschaft geschrieben wurde als beim traditionellen Journalismus.

Tabelle 13: Hauptthemenblock Umweltschutz

	partizipativ	traditionell	Total
Klimaschutz (allg.)	0	1	1
Lärmschutz	0	1	1
Naturschutzgebiete/..	1	1	2
Tierschutz (allg.)	5	0	5
Tierversuche	1	0	1
Umweltschutz/Nachha.	0	2	2
N	7	5	12

Fisher's exact = 0.023

Der Fisher's exact-Test ergab beim Themenblock Umweltschutz einen signifikanten Unterschied der Themenpräferenzen zwischen den einzelnen Journalismusformen ($N = 12$), $p < .05$

Der Unterschied zwischen den beiden Medien muss beim Thema Umweltschutz auf die Einordnung der Themen in die Themenblöcke zurückgeführt werden. Tierschutzthemen befinden sich nämlich im Themenblock Umweltschutz. Bei der Analyse zeigte sich, dass die partizipativen Medien über Tierschutz berichteten und die traditionellen Medien eher über Umweltschutz. Auch hier zeigte sich, dass partizipative Medien mehr berichten.

Tabelle 14: Hauptthemenblock Politics

	partizipativ	traditionell	Total
Familie/Lebenspartn..	0	1	1
Fernseh-Auftritte P..	0	4	4
Onlinekampagnen der..	1	2	3
Parteienprofile	5	13	18
Personalentscheidun..	0	46	46
Politikerprofile	5	17	22

Proteste bei Wahlka..	2	0	2
Spekulationen Wahlc..	1	17	18
Sportveranstaltungen	0	1	1
TV-Konfrontationen ..	0	19	19
Vorzugsstimmenwahlk..	0	4	4
Wahlbeteiligung (al..	2	7	9
Wahlempfehlungen	0	1	1
Wahlkampagnen der P..	0	23	23
Wahlkampfstil	0	1	1
Wahlkampfstil der P..	0	1	1
Wahlkampfveranstalt..	0	18	18
Wahlumfragen (Wahla..	0	11	11
Wahlverhalten/Wähle..	0	12	12
Wahlwerbung der Par..	2	13	15
Wählerstromanalyse;..	0	1	1
innerparteiliche Ko..	0	9	9
N	18	221	239

Pearson chi2(21) = 61.3082 Pr = 0.000

Der Pearson's Chi-Quadrat-Test ergab beim Themenblock Politics einen hoch signifikanten Unterschied der Themenpräferenz zwischen den einzelnen Medien χ^2 (21, $N = 239$) = 61.3, $p < .001$

Die größten Unterschiede zwischen den beiden Medien konnten beim Thema Politics nachgewiesen werden. Die Analyse zeigte, dass traditionelle Medien zwar ähnlich viel über Parteien- und Politikerprofile schrieben, aber im Gegensatz zu den partizipativen Medien größtenteils Personalentscheidungen thematisierten. Auch wurde viel über Spekulationen Wahlchancen, Fernsehauftritte, TV-Konfrontationen, Wahlkampagnen, Wahlkampfveranstaltungen, Wahlumfragen, Wählerverhalten, und innerparteiliche Konflikte geschrieben, Themen die beim partizipativen Journalismus fast nie vorkamen.

Partizipative Medien thematisierten Proteste bei Wahlkampfveranstaltungen, die Wahlbeteiligung und die Wahlwerbung.

Nachdem die Unterschiede des Hauptthemas analysiert wurden, wurde im Folgenden wieder das Haupt- und Nebenthema zusammengefasst. Die Vorgehensweise erfolgt dabei analog zu den Berechnungen der Hauptthemen.

Tabelle 15: Gesamtthemenblock Wirtschaft

	partizipativ	traditionell	Total
Arbeitslosigkeit: J..	0	1	1
Arbeitslosigkeit: a..	0	2	2
Bekämpfung Weltwirt..	1	1	2
Einsatz von Gentech..	1	0	1
Förderung des Fremd..	0	1	1
Förderungen/Maßnahm..	0	2	2
Förderungen/Maßnahm..	0	1	1
GAP/Gemeinsame Agra..	0	1	1
Kapitalismus/Marktw..	9	0	9
Kennzeichnungspflic..	1	0	1
Kontrolle von Unter..	0	1	1
Landwirtschaft/Land..	3	1	4
Mieten/Wohnungspreise	3	0	3
Mieten/Wohnungsprei..	1	0	1
Offenlegung von Agr..	0	1	1
Reduktion Unternehm..	0	1	1
Spekulation/Finanzg..	0	2	2
Wettbewerbsfähigkei..	0	7	7
Wettbewerbskontroll..	1	0	1

Wirtschaftspolitik ..	1	0	1
soziales/faibles/ger..	1	0	1
staatlicher Rettung..	0	1	1
N	22	23	45

Pearson chi2(21) = 39.9975 Pr = 0.007

Der Pearson's Chi-Quadrat-Test ergab beim Themenblock Wirtschaft (Haupt- plus Nebenthema) einen sehr signifikanten Unterschied in der Themenpräferenz zwischen den einzelnen Medien $\chi^2(21, N = 45) = 40.0, p < .01$

Auch hier zeigte sich wie bei den Hauptthemen, dass die partizipativen Medien ihre Aufmerksamkeit auf die Themen Kapitalismus/Marktwirtschaft/Unternehmer/Eigentum bzw. Mieten/Wohnungspreise richteten. Auch die Landwirtschaft wurde thematisiert. Die traditionellen Medien berichteten wiederum eher über Arbeitslosigkeit, Spekulation/Finanzgeschäfte/Börse, Förderungen/Maßnahmen für Unternehmen und Wettbewerbsfähigkeit/Standortqualität. Auffällig ist auch, dass von den partizipativen Medien fast gleich viele Artikel ein Wirtschaftsthema behandelten wie der traditionelle Journalismus.

Tabelle 16: Gesamtthemenblock Gesellschaft

	partizipativ	traditionell	Total
Bürgerrechte/Mensch..	3	0	3
Frauen in Politik	0	1	1
Gendermainstreaming..	1	0	1
Gleichberechtigung ..	1	1	2
Gleicher Lohn bei g..	0	1	1
Glücksspiel/Wetten/..	0	4	4
Homosexuelle: Ehe	1	0	1
Medienvielfalt/Medi..	2	1	3
ORF: Strukturreform..	0	1	1

Patriotismus/Nation..	1	0	1
Rechtsextremismus/N..	12	0	12
Religion/Glaube/Kir..	1	0	1
Unterstützung/Entsc..	1	0	1
mehrsprachiger Schu..	1	0	1
Öffentlich-rechtlic..	0	2	2
N	24	11	35

Fisher's exact = 0.000

Der Fisher's exact-Test ergab beim Themenblock Gesellschaft (Haupt- plus Nebenthema) einen hoch signifikanten Unterschied in den Themenpräferenzen zwischen den einzelnen Journalismusformen ($N = 35$), $p < .001$

Hier zeigte sich, dass die partizipativen Medien ihre Aufmerksamkeit vor allem auf das Thema Rechtsextremismus/Neonazis richteten, das in den traditionellen Medien nie vorkam. Eine Veränderung zum Hauptthema konnte beim traditionellen Journalismus fast nicht festgestellt werden. Glückspiel/Wetten/Lotto und der ORF wurden am öftesten thematisiert.

Tabelle 17: Gesamtthemenblock Umweltschutz

	partizipativ	traditionell	Total
Klimaschutz (allgem..)	0	1	1
Lärmschutz	0	1	1
Naturschutzgebiete/..	1	1	2
Tierschutz	1	0	1
Tierschutz (allgem.)	5	0	5
Tierversuche	1	0	1
Umweltschutz/Nachha..	0	2	2
N	8	5	13

Fisher's exact = 0.032

Der Fisher's exact-Test ergab beim Themenblock Umweltschutz (Haupt- plus Nebenthema) einen signifikanten Unterschied in den Themenpräferenzen zwischen den einzelnen Journalismusformen ($N = 13$), $p < .05$

Der Unterschied zum Hauptthema beträgt hier nur einen Artikel der partizipativen Medien über Naturschutzgebiete/Nationalparks.

Tabelle 18: Gesamtthemenblock Immigration

	partizipativ	traditionell	Total
Abschiebung illegal..	3	0	3
Asyl/Aufnahme Flüch..	4	3	7
Asylzentren/Erstauf..	1	0	1
Ausländerfeindlichk..	2	0	2
Bleiberecht für Asy..	5	0	5
Einwanderung/Auslän..	2	1	3
Maßnahmen zur Integ..	1	0	1
Wahlrecht für Auslä..	0	4	4
antirassistische In..	2	0	2
N	20	8	28

Fisher's exact = 0.022

Der Fisher's exact-Test ergab beim Themenblock Immigration (Haupt- plus Nebenthema) einen signifikanten Unterschied der Themenpräferenzen zwischen den einzelnen Journalismusformen ($N = 28$), $p < .05$

Im Unterschied zum Hauptthema wurde beim Gesamtthema der Unterschied bei Immigration signifikant. Hier zeigte sich, dass die traditionellen Medien ihre Aufmerksamkeit auf das Thema Wahlrecht für Ausländer legten. Die partizipativen Medien berichteten hingegen über Bleiberecht für Asylwerber, Abschiebungen und antirassistische Initiativen. Auffällig ist auch hier, dass Immigration vermehrt von den partizipativen Medien thematisiert wurde.

Tabelle 19: Gesamtthemenblock Politics

	partizipativ	traditionell	Total
Familie/Lebenspartn..	0	1	1
Fernseh-Auftritte P..	0	4	4
Onlinekampagnen der..	1	2	3
Parteienprofile	8	17	25
Personalentscheidun..	0	58	58
Politikerprofile	6	27	33
Proteste bei Wahlka..	2	1	3
Spekulationen Wahlc..	2	21	23
Sportveranstaltungen	0	1	1
TV-Konfrontationen ..	0	20	20
Vorzugsstimmenwahlk..	0	7	7
Wahlbeteiligung (al..	4	11	15
Wahlempfehlungen	1	1	2
Wahlkampagnen der P..	1	28	29
Wahlkampfstil	0	1	1
Wahlkampfstil der P..	0	1	1
Wahlkampfveranstalt..	0	18	18
Wahlumfragen (Wahla..	0	11	11
Wahlverhalten/Wähle..	0	15	15
Wahlwerbung der Par..	2	16	18
Wählerstromanalyse;..	0	1	1
innerparteiliche Ko..	0	18	18
N	27	280	307

Pearson chi2(21) = 61.5893 Pr = 0.000

Der Pearson's Chi-Quadrat-Test ergab beim Themenblock Politics (Haupt- plus Nebenthema) einen hoch signifikanten Unterschied in den Themenpräferenzen zwischen

den beiden Journalismusformen $\chi^2(21, N = 307) = 61.6, p < .001$

Auch bei der Zusammenzählung von Haupt- und Nebenthema zeigten sich die größten Unterschiede zwischen den beiden Medien beim Thema Politics. Im Gegensatz zum Hauptthema zeigte die Analyse, dass traditionelle Medien auch noch mehr über Parteien- und Politikerprofile schrieben als die partizipativen Medien. Auch der Gegensatz bei den Personalentscheidungen war enorm. Die Themen Spekulationen Wahlchancen, Fernsehauftritte, TV-Konfrontationen, Wahlkampagnen, Wahlkampfveranstaltungen, Wahlumfragen, Wählerverhalten, und innerparteiliche Konflikte waren auch hier vermehrt beim traditionellen Journalismus zu finden, Themen, die beim partizipativen Journalismus fast nie vorkamen. Partizipative Medien thematisierten außerdem Proteste bei Wahlkampfveranstaltungen, die Wahlbeteiligung und die Wahlwerbung.

Hypothese 1, dass partizipative Medien ein anderes Themenspektrum haben als traditionelle Medien, kann somit verifiziert werden. Dies zeigte sich sowohl bei den Themenblöcken Wirtschaft, Kultur, Sicherheit, Infrastruktur, Gesellschaft, Immigration (vermehrt partizipative Berichterstattung) Institutionenreform, Regierungsbildung, Politics und Ergebnis (vermehrt traditionelle Berichterstattung) als auch bei den spezifischen Themen innerhalb der Themenblöcke Wirtschaft, Gesellschaft, Umweltschutz, Immigration und Politics.

2.4.2 Hypothese 2

Partizipative Medien haben in ihrer Themensetzung die gleichen „Top-Themen“ wie die traditionellen Medien.

Um H2 zu prüfen, wurden zuerst die Themenbereiche, die 75% der Gesamtberichterstattung beim Hauptthema ausmachten, erhoben. Anschließend wurde, wenn möglich, ein Fisher's exact-Test, sonst ein Chi-Quadrat-Test zwischen diesen „Top-Themen“ und den beiden Journalismusformen gerechnet. Ein signifikantes Ergebnis dabei bedeutete keinen Zusammenhang zwischen den „Top-Themen“. Im Anschluss daran

wurde überprüft, ob bei den partizipativen Medien bei den „Top-Themen“ eine Bezugnahme auf ein traditionelles Medium vorhanden war. Analog vorgegangen wurde bei der Zusammenrechnung von Haupt- und Nebenthema.

Tabelle 20: Gesamthäufigkeit der Hauptthemenblöcke

Hauptthemenblock	Freq.	Percent	Cum.
Politics	239	43,77	43,77
Ergebnis	58	10,62	54,4
Institutionenreform	39	7,14	61,54
Wirtschaft	27	4,95	66,48
Infrastruktur	27	4,95	71,43
Gesellschaft	26	4,76	76,19
Sicherheit	22	4,03	80,22
Kultur	20	3,66	83,88
Regierungsbildung	19	3,48	87,36
Immigration	17	3,11	90,48
Bildung	15	2,75	93,22
Umweltschutz	12	2,2	95,42
Wohlfahrtsstaat	11	2,01	97,44
Budget	5	0,92	98,35
Europa	5	0,92	99,27
Außenpolitik	2	0,37	99,63
Ideologie	2	0,37	100
Total	546	100	

Die Themen Politics (43,77%), Ergebnis (10,62%), Institutionenreform (7,14%), Wirtschaft (4,95%), Infrastruktur (4,95%) und Gesellschaft (4,76%) machten 75% der Gesamtberichterstattung des Hauptthemas aus.

Tabelle 21: Top-Themen Hauptthema

	partizipativ	traditionell	Total
Wirtschaft	19,4	4,2	6,5
Infrastruktur	14,5	5,1	6,5
Gesellschaft	27,4	2,5	6,3
Institutionenreform	6,5	9,9	9,4
Politics	29,0	62,4	57,5
Ergebnis	3,2	15,8	13,9
Total	100	100	100
N	62	354	416

Fisher's exact = 0.000

Der Fisher's exact-Test ergab bei den „Top-Themen“ einen hoch signifikanten Unterschied der Themenpräferenzen zwischen den beiden Journalismusformen beim Hauptthema ($N = 416$), $p < .001$

Das signifikante Ergebnis bedeutet, dass sich die beiden Journalismusformen bei den „Top-Themen“ unterscheiden. Platz (1) ist zwar bei beiden Formen Politics, alle anderen Themen sind aber anders gereiht. Partizipativ: (2) Gesellschaft, (3) Wirtschaft, (4) Infrastruktur, (5) Institutionenreform und (6) Ergebnis. Traditionell: (2) Ergebnis, (3) Institutionenreform, (4) Infrastruktur, (5) Wirtschaft und (6) Gesellschaft.

Tabelle 22: Bezugnahme traditionelles Medium

	keine Quelle	Quelle	Total
Wirtschaft	11	1	12
Wohlfahrtsstaat	2	0	2
Budget	1	1	2
Bildung	7	1	8
Kultur	12	2	14

Sicherheit	4	5	9
Außenpolitik	1	0	1
Europa	2	0	2
Infrastruktur	9	0	9
Gesellschaft	15	2	17
Umweltschutz	7	0	7
Institutionenreform	4	0	4
Immigration	9	1	10
Ideologie	1	0	1
Politics	12	6	18
Ergebnis	2	0	2
N	99	19	118

Fisher's exact = 0.165

Der Fisher's exact-Test ergab keinen signifikanten Unterschied zwischen den Hauptthemenblöcken der partizipativen Medien und der Bezugnahme auf ein traditionelles Medium ($N = 118$), $p = .165$

Am öftesten wurde bei den Themen Sicherheit (5) und Politics (6) eine Quelle genannt. Von den „Top-Themen“ wurden bei Politics, Wirtschaft (1) und Gesellschaft (2) traditionelle Quellen zitiert, bei Infrastruktur, Institutionenreform und Ergebnis aber keine. Insgesamt wurde nur bei 19 Artikeln (15,7%) eine Quelle genannt.

Tabelle 23: Bezugnahme traditionelles Medium Top-Thema

	keine Quelle	Quelle	Total
Wirtschaft	11	1	12
Infrastruktur	9	0	9
Gesellschaft	15	2	17
Institutionenreform	4	0	4
Politics	12	6	18
Ergebnis	2	0	2
N	53	9	62

Fisher's exact = 0.248

Der Fisher's exact-Test ergab keinen signifikanten Unterschied zwischen den „Top-Themen“ und der Bezugnahme auf ein traditionelles Medium ($N = 62$), $p = .248$

Bei den „Top-Themen“ wurde nur bei 9 Artikeln (14,5%) eine Quelle genannt. Dieser Wert ist sogar geringer als der aller Themenblöcke.

Tabelle 24: Gesamthäufigkeit der Haupt- plus Nebenthemenblöcke

	Freq.	Percent	Cum.
Politics	307	42	42
Ergebnis	66	9,03	51,03
Institutionenreform	62	8,48	59,51
Wirtschaft	45	6,16	65,66
Gesellschaft	35	4,79	70,45
Sicherheit	34	4,65	75,1
Infrastruktur	33	4,51	79,62
Immigration	28	3,83	83,45
Regierungsbildung	26	3,56	87
Kultur	23	3,15	90,15
Bildung	20	2,74	92,89
Wohlfahrtsstaat	13	1,78	94,66
Umweltschutz	13	1,78	96,44
Europa	11	1,5	97,95
Budget	9	1,23	99,18
Außenpolitik	3	0,41	99,59
Ideologie	3	0,41	100
Total	731	100	

Die Themen Politics (42%), Ergebnis (9,03%), Institutionenreform (8,48%), Wirtschaft (6,16%), Gesellschaft (4,79%) und Sicherheit (4,65%) machten 75% der Gesamtberichterstattung des Hauptthemas aus.

Tabelle 25: Top-Themen Haupt- plus Nebenthema

	partizipativ	traditionell	Total
Wirtschaft	21,6	5,2	8,2
Sicherheit	18,6	3,4	6,2
Gesellschaft	23,5	2,5	6,4
Institutionenreform	7,8	12,1	11,3
Politics	26,5	62,6	55,9
Ergebnis	2,0	14,3	12,0
Total	100	100	100
N	102	447	549

Pearson $\chi^2(5) = 147.7256$ Pr = 0.000

Der Pearson's Chi-Quadrat-Test ergab bei den „Top-Themen“ einen hoch signifikanten Unterschied der Themenpräferenzen zwischen den beiden Journalismusformen beim Haupt- plus Nebenthema $\chi^2(5, N = 549) = 147,73, p < .001$

Das signifikante Ergebnis bedeutet, dass sich die beiden Journalismusformen bei den „Top-Themen“ des Haupt- plus Nebenthema unterscheiden. Platz (1) ist wiederum bei beiden Formen Politics, alle anderen Themen sind aber anders gereiht. Partizipativ: (2) Gesellschaft, (3) Wirtschaft, (4) Sicherheit, (5) Institutionenreform und (6) Ergebnis. Traditionell (2) Ergebnis, (3) Institutionenreform, (4) Wirtschaft, (5) Sicherheit und (6) Gesellschaft.

Hypothese 2, dass partizipative Medien in ihrer Themensetzung die gleichen „Top-Themen“ wie traditionelle Medien haben, muss somit falsifiziert werden. Die Analyse ergab, dass die partizipativen Medien nicht nur andere Themen bevorzugten (Tabelle 3 bei H1), sondern dass sie auch bei den „Top-Themen“ der traditionellen Medien andere Themen für ihre Berichterstattung auswählten. Nur das Thema Politics war bei beiden Medienformen die Nummer 1, alle anderen waren unterschiedlich gereiht. Die Analyse ergab auch kein signifikantes Ergebnis bei der Bezugnahme auf ein traditionelles Medium. Bei den „Top-Themen“ wurden sogar verhältnismäßig weniger Quellen zitiert als bei allen Themenblöcken zusammen. Auffallend war aber auch, dass beim Thema Politics die meisten Bezüge zu traditionellen Quellen waren.

2.4.3 Hypothese 3

H3a: Partizipative Medien berichten in einem geringeren Umfang über inszenierte Ereignisse als traditionelle Medien.

H3b: Partizipative Medien berichten in einem geringeren Umfang über mediatisierte Ereignisse als traditionelle Medien.

H3c: Partizipative Medien berichten in einem größeren Umfang über Sachthemen als traditionelle Medien.

Um die Hypothesen H3a, H3b und H3c zu prüfen, wurde ein Fisher's exact-Test mit den beiden Journalismusformen und dem Auslöseereignis gerechnet. Ein Pearson's chi-Quadrat-test wurde gerechnet, um einen Unterschied zwischen den einzelnen Medien festzustellen. Außerdem wurden die Variablen Pressekonferenz, TV-Duell und symbolische Politik von unten addiert, um damit einen t-Test für die inszenierten Ereignisse zu rechnen. Analog wurden die Variablen Parteitag, politische Kundgebung, Demonstration und Gedenkfeier addiert, um damit einen t-Test für die mediatisierten Ereignisse zu rechnen.

Tabelle 26: Auslöseereignisse der Journalismusformen

		partizipativ	traditionell	Total
Auslöseereignis	genuine	84	237	321
		77,1	75,48	75,89
	inszeniert	9	40	49
		8,26	12,74	11,58
	mediatisiert	16	37	53
		14,68	11,78	12,53
	N	109	314	423
	Total	100	100	100

Fisher's exact = 0.365

Der Fisher's exact-Test ergab keinen signifikanten Unterschied zwischen dem Auslöseereignis und den beiden Journalismusformen ($N = 423$), $p = .365$. Die Häufigkeiten bei den genuinen Ereignissen sind nahezu identisch 77% partizipativ zu 75% traditionell. Über inszenierte Ereignisse berichten die partizipativen Medien zu 8,2%, traditionell 12,74, über mediatisierte Ereignisse berichten die partizipativen Medien zu 14,7%, traditionell 11,8%. Die Unterschiede sind aber nicht statistisch auffällig.

Tabelle 27: Auslöseereignisse der einzelnen Medien

		indymedia	provinsbruck	radiofabrik	kaernoel	der standard	kronen zeitung	Total
Auslöseereignis	genuine	22	52	3	7	92	145	321
		75,9	83,9	27,3	100,0	69,2	80,1	75,9
	inszeniert	0	3	6	0	19	21	49
		0	4,8	54,6	0,0	14,3	11,6	11,6
	mediatisiert	7	7	2	0	22	15	53
		24,1	11,3	18,2	0,0	16,5	8,3	12,5
	N	29	62	11	7	133	181	423
	Total	100	100	100	100	100	100	100

Pearson $\chi^2(10) = 39.3292$ Pr = 0.000

Der Pearson's Chi-Quadrat-Test ergab einen hoch signifikanten Unterschied zwischen dem Auslöseereignis und den einzelnen Medien $\chi^2(21, N = 423) = 39.3, p < .001$

Schaut man sich die Auslöseereignisse der einzelnen Medien an, kann ein signifikanter Unterschied festgestellt werden. Dies deutet wiederum darauf, dass sich die Medien innerhalb der jeweiligen Mediensample unterscheiden.

Tabelle 28: Inszenierte Ereignisse

Two-sample t test with equal variances

Group	Obs	Mean	Std. Err.	Std. Dev.	[95% Conf. Interval]	
partizip	121	.0165289	.0066058	.0726641	.0034498	.029608
traditio	435	.0291188	.0045178	.0942272	.0202392	.0379984
combined	556	.0263789	.0038196	.090065	.0188762	.0338816
diff		-.0125898	.0092496		-.0307584	.0055787

diff = mean(partizip) - mean(traditio) t = **-1.3611**
 Ho: diff = 0 degrees of freedom = **554**

Ha: diff < 0 Ha: diff != 0 Ha: diff > 0
 Pr(T < t) = **0.0870** Pr(|T| > |t|) = **0.1740** Pr(T > t) = **0.9130**

Der t-Test für eine unabhängige Stichprobe ($N = 556$) für inszenierte Ereignisse als Summe aller Nennungen von Pressekonferenzen, TV-Duellen und symbolischer Politik von unten ergab keinen signifikanten Unterschied bezüglich der Berichterstattung über inszenierte Ereignisse zwischen partizipativem, ($M = 0.017$, $SD = 0.073$) und traditionellem Journalismus ($M = 0.029$, $SD = 0.094$), $t(554) = -1.3611$, $p = .1740$.

Tabelle 29: Mediatisierte Ereignisse

Two-sample t test with equal variances

Group	Obs	Mean	Std. Err.	Std. Dev.	[95% Conf. Interval]	
partizip	121	.0413223	.0181693	.1998622	.0053484	.0772962
traditio	435	.0850575	.0133909	.2792884	.0587385	.1113765
combined	556	.0755396	.0112172	.264498	.0535062	.0975729
diff		-.0437352	.0271456		-.097056	.0095857

diff = mean(partizip) - mean(traditio) t = **-1.6111**
 Ho: diff = 0 degrees of freedom = **554**

Ha: diff < 0 Ha: diff != 0 Ha: diff > 0
 Pr(T < t) = **0.0539** Pr(|T| > |t|) = **0.1077** Pr(T > t) = **0.9461**

Der t-Test für eine unabhängige Stichprobe ($N = 556$) für mediatisierte Ereignisse als Summe aller Nennungen von Parteitag, politischen Kundgebungen, Demonstrationen und Gedenkfeiern ergab keinen signifikanten Unterschied bezüglich der Berichterstattung über mediatisierte Ereignisse zwischen partizipativem, ($M = 0.041$, $SD = 0.2$) und traditionellem Journalismus ($M = 0.085$, $SD = 0.28$), $t(554) = -1.6111$, $p = .1077$.

Die Hypothesen 3a, 3b und 3c, dass partizipative Medien in einem geringeren Umfang über inszenierte und mediatisierte und häufiger über genuine Ereignisse berichten, muss daher falsifiziert werden. Die beiden Journalismusformen berichten etwa gleich viel über genuine, inszenierte und mediatisierte Ereignisse. Drei Viertel der Berichterstattung machen dabei genuine Ereignisse aus.

Ein Blick auf die Themen innerhalb der Themenblocktabellen Politics 13 und 18, zeigt aber, dass traditionelle Medien die inszenierten und mediatisierten Ereignisse Fernsehauftritte, TV-Duelle und Wahlkampfveranstaltungen als Haupt- bzw. Nebenthema haben. Bei den partizipativen Medien konnte nie eines dieser Ereignisse als Haupt- oder Nebenthema codiert werden. Die einzige Ausnahme dabei bildete das Thema Proteste bei Wahlkampfveranstaltungen, das beim partizipativen nicht aber beim traditionellen Journalismus codiert wurde.

2.4.4 Hypothese 4

Traditionelle Medien haben in ihrer Berichterstattung mehr symbolische Politik-Elemente als partizipative Medien.

Um H4 zu prüfen wurden zuerst Fisher's exact-Tests zu allen Akteurseigenschaften gerechnet. Im Anschluss wurden die Akteurseigenschaften zusammengerechnet und daraus eine neue Variable symbolische Politik Gesamt generiert, um damit einen t-Test rechnen zu können.

Tabelle 30: Akteurseigenschaft Kompetenz

	partizipativ	traditionell	Total
kommt nicht vor	116	398	514
	95,9	91,5	92,5
kommt vor	5	37	42
	4,1	8,5	7,6
N	121	435	556
Total	100	100	100

Fisher's exact = 0.122

Der Fisher's exact-Test ergab bei der Akteurseigenschaft Kompetenz keinen signifikanten Unterschied zwischen den einzelnen Journalismusformen ($N = 556$), $p = .122$

Tabelle 31: Akteurseigenschaft Durchsetzungsvermögen

	partizipativ	traditionell	Total
kommt nicht vor	119	414	533
	98,4	95,2	95,9
kommt vor	2	21	23
	1,7	4,8	4,1
N	121	435	556
Total	100	100	100

Fisher's exact = 0.193

Der Fisher's exact-Test ergab bei der Akteurseigenschaft Durchsetzungsvermögen keinen signifikanten Unterschied zwischen den einzelnen Journalismusformen ($N = 556$), $p = .193$

Tabelle 32: Akteurseigenschaft Ehrlichkeit

	partizipativ	traditionell	Total
kommt nicht vor	108	410	518
	89,3	94,3	93,2
kommt vor	13	25	38
	10,7	5,8	6,8
N	121	435	556
Total	100	100	100

Fisher's exact = 0.066

Der Fisher's exact-Test ergab bei der Akteurseigenschaft Kompetenz keinen signifikanten Unterschied zwischen den einzelnen Journalismusformen ($N = 556$), $p = .066$

Tabelle 33: Akteurseigenschaft Moral

	partizipativ	traditionell	Total
kommt nicht vor	106	410	516
	87,6	94,3	92,8
kommt vor	15	25	40
	12,4	5,8	7,2
N	121	435	556
Total	100	100	100

Fisher's exact = 0.017

Der Fisher's exact-Test ergab bei der Akteurseigenschaft Moral einen signifikanten Unterschied zwischen den einzelnen Journalismusformen ($N = 556$), $p = .017$

Entgegen der Annahme kam die Eigenschaft Moral aber bei den partizipativen Medien signifikant öfter vor als bei den traditionellen Medien.

Tabelle 34: Akteurseigenschaft Charisma

	partizipativ	traditionell	Total
Kommt nicht vor	117	421	538
	96,7	96,8	96,8
kommt vor	4	14	18
	3,3	3,2	3,2
N	121	435	556
Total	100	100	100

Fisher's exact = 1.000

Der Fisher's exact-Test ergab bei der Akteurseigenschaft Charisma keinen signifikanten Unterschied zwischen den einzelnen Journalismusformen ($N = 556$), $p = 1.0$

Tabelle 35: Akteurseigenschaft Image

	partizipativ	traditionell	Total
kommt nicht vor	117	406	523
	96,7	93,3	94,1
kommt vor	4	29	33
	3,3	6,7	5,9
N	121	435	556
Total	100	100	100

Fisher's exact = 0.197

Der Fisher's exact-Test ergab bei der Akteurseigenschaft Image keinen signifikanten Unterschied zwischen den einzelnen Journalismusformen ($N = 556$), $p = .197$

Tabelle 36: Akteurseigenschaft Interaktionsmodus

	partizipativ	traditionell	Total
kommt nicht vor	119	414	533
	98,35	95,17	95,86
kommt vor	2	21	23
	1,65	4,83	4,14
N	121	435	556
Total	100	100	100

Fisher's exact = 0.193

Der Fisher's exact-Test ergab bei der Akteurseigenschaft Interaktionsmodus keinen signifikanten Unterschied zwischen den einzelnen Journalismusformen ($N = 556$), $p = .193$

Tabelle 37: symbolische Politik Gesamt

Two-sample t test with equal variances

Group	Obs	Mean	Std. Err.	Std. Dev.	[95% Conf. Interval]	
partizip	121	.0531287	.0088927	.0978202	.0355217	.0707357
traditio	435	.056486	.0053218	.1109942	.0460264	.0669457
combined	556	.0557554	.0045882	.108188	.0467431	.0647677
diff		-.0033574	.0111285		-.0252165	.0185018

diff = mean(partizip) - mean(traditio) t = -0.3017
 Ho: diff = 0 degrees of freedom = 554

Ha: diff < 0 Ha: diff != 0 Ha: diff > 0
 Pr(T < t) = 0.3815 Pr(|T| > |t|) = 0.7630 Pr(T > t) = 0.6185

Der t-Test für eine unabhängige Stichprobe ($N = 556$) für symbolische Politik Gesamt als Summe aller Akteurs-Eigenschaften ergab keinen signifikanten Unterschied bezüglich der

Verwendung von symbolischer Politik zwischen partizipativem ($M = 0.053$, $SD = 0.098$) und traditionellem Journalismus ($M = 0.056$, $SD = 0.111$), $t(554) = -0.3017$, $p = .763$.

Tabelle 38: symbolische Politik Gesamt für das Thema Politics

Two-sample t test with equal variances

Group	Obs	Mean	Std. Err.	Std. Dev.	[95% Conf. Interval]	
partizip	18	.1349206	.0270171	.1146237	.0779196	.1919217
traditio	221	.0659341	.0080118	.1191042	.0501443	.0817238
combined	239	.0711297	.0077579	.1199343	.0558468	.0864126
diff		.0689866	.0291166		.0116262	.126347

diff = mean(partizip) - mean(traditio) t = 2.3693
 Ho: diff = 0 degrees of freedom = 237

Ha: diff < 0 Ha: diff != 0 Ha: diff > 0
 Pr(T < t) = 0.9907 Pr(|T| > |t|) = 0.0186 Pr(T > t) = 0.0093

Der t-Test für eine unabhängige Stichprobe ($N = 239$) für symbolische Politik als Summe aller Akteurs-Eigenschaften für das Thema Politics ergab einen signifikanten Unterschied bezüglich der Verwendung von symbolischer Politik zwischen partizipativem ($M = 0.135$, $SD = 0.115$) und traditionellem Journalismus ($M = 0.066$, $SD = 0.119$), $t(237) = 2.3693$, $p = .0186$.

Entgegen der Annahme kam symbolische Politik beim Thema Politics aber bei den partizipativen Medien signifikant öfter vor als bei den traditionellen Medien.

Die Hypothese 4, dass traditionelle Medien in ihrer Berichterstattung mehr symbolische Politik als partizipative Medien verwenden, muss aufgrund der Ergebnisse falsifiziert werden. Es zeigte sich sogar, dass partizipativer Journalismus bei der Akteurseigenschaft Moral mehr symbolische Politik verwendete als traditioneller Journalismus. Es muss aber auch auf die Tatsache hingewiesen werden, dass insgesamt nur sehr selten eine Eigenschaft codiert werden konnte. Die Mittelwerte der symbolischen Politik Gesamt

verdeutlichen das besonders. Der Wert symbolische Politik Gesamt konnte zwischen 0 und 1 liegen. Sowohl bei den partizipativen Medien ($M = 0,053$) als auch bei den traditionellen Medien ($M = 0,056$) war der Wert aber sehr gering.

Fazit

Diese Arbeit stellte sich die Frage, ob partizipativer Journalismus einen Beitrag zur Pluralisierung der Themen und Meinungen in den Medien beitragen kann. Zum Abschluss sollen nun die Hypothesen der vier forschungsleitenden Fragen besprochen werden, um eine Antwort auf diese Frage geben zu können. Tragen partizipative Medien zur Diversität im Journalismus etwas bei oder reproduzieren sie nur die gleichen Themen wie die traditionellen Medien und können für keine Pluralisierung sorgen?

Die Hypothese 1, dass partizipative Medien ein anderes Themenspektrum als traditionelle Medien haben, konnte durch die Inhaltsanalyse verifiziert werden. Für den partizipativen Journalismus waren während des Untersuchungszeitraums andere Themen von Interesse. Besonders auffällig war der Unterschied bei den folgenden Themenblöcken: Gesellschaft lag bei den partizipativen Medien auf Platz zwei, gefolgt von Kultur, Wirtschaft und Immigration, zusammen ca. 45% der Artikel. Diese vier Themen machten bei der traditionellen Berichterstattung nicht einmal 9% aus! Die ersten vier Plätze bei den traditionellen Medien nahmen hingegen Politics, Ergebnis, Institutionenreform und Regierungsbildung ein, zusammen über drei Viertel der Berichterstattung. Im Gegensatz dazu berichteten die partizipativen Journalisten nur in ca. 20% der Artikel über diese Themen. Schaute man genauer auf die Themen innerhalb der einzelnen Themenblöcke, ergaben sich ebenfalls signifikante Unterschiede. Dies fiel wiederum besonders bei den Themen Gesellschaft, Wirtschaft, Immigration auf. Während sich die partizipativen Medien mehr auf Themen, wie Menschenrechte, Rechtsextremismus, Kapitalismus, Mieten bzw. Bleiberecht und Abschiebungen von Asylwerbern konzentrierten, legten die traditionellen Medien ihren Fokus auf Themen, wie Finanzgeschäfte, Arbeitslosigkeit, Förderungen für Unternehmen, Standortqualität, den ORF bzw. Wahlrecht für Ausländer.

Auch innerhalb des Politics Themenblocks unterschieden sich die beiden Formen. Der traditionelle Journalismus schrieb viel über TV-Duelle, Spekulationen über Wahlchancen, Wahlumfragen, Wahlkampagnen und Wahlkampfveranstaltungen und ganz besonders über Personalentscheidungen. Diese Themen kamen bei der partizipativen Berichterstattung fast nie vor. Die beiden Journalismusformen berichteten also nicht nur unterschiedlich häufig, sondern unterschieden sich auch in der speziellen Themenwahl.

Die Hypothese 2, die von einem Zusammenhang der „Top-Themen“ ausging, musste hingegen falsifiziert werden. Nur das Thema Politics belegte bei beiden Formen den

ersten Platz, alle anderen waren unterschiedlich. Ob dieser Zustand den Agenda-Setting-Ansatz entkräftet, bleibt aber fraglich. Die Ansätze der Gegenöffentlichkeit lassen ja eine bewusste Gegenthematisierung vermuten. Der Untersuchungszeitraum Wahlkampf spielt hierbei sicher auch eine große Rolle, warum gerade Politics die Nummer eins wurde.

Ebenfalls falsifiziert werden mussten die Hypothesen 3a, 3b und 3c, dass partizipative Medien vermehrt über genuine und weniger über inszenierte bzw. mediatisierte Ereignisse berichten als der traditionelle Journalismus. Die Häufigkeiten waren fast ident und statistisch nicht auffällig. Bei beiden Formen machten genuine Ereignisse dabei drei Viertel der Berichterstattung aus. Dabei muss aber angemerkt werden, dass diese Auslösevariable sehr oft als nicht erkennbar codiert werden musste. So konnte sie bei ca. 10% der partizipativen und 28% der traditionellen Medien nicht zugeordnet werden. Diese große Differenz ist ein Hinweis auf den großen Unterschied der beiden Formen.

Die Hypothese 4, die sich auf die Verwendung von symbolischer Politik bezog, musste ebenfalls falsifiziert werden. Bis auf die Akteurseigenschaft Moral waren alle anderen Eigenschaften statistisch unauffällig. Moral wurde sogar öfter von den partizipativen Medien erwähnt. Insgesamt konnten die Akteurseigenschaften-Variablen aber nicht überzeugen, um symbolische Politik zu messen. Interessant war aber, dass gerade bei der Eigenschaft Moral ein Unterschied erkennbar war. Dies könnte als Indiz für Entfremdung bzw. Verdrossenheit der Politik gegenüber interpretiert werden.

Die Eigenschaften konnten einerseits nur sehr selten codiert werden, was auf die genaue Codieranweisung (die Eigenschaft musste auf einen politischen Akteur bezogen sein) zurückführbar ist, aber andererseits ist symbolische Politik auch ein außerordentlich komplexer Vorgang. Dieser zielt zum Teil gerade auf geplante Täuschung und Scheinstrategie ab, um sich selbst in ein besseres und den politischen Gegner in ein schlechteres Licht zu rücken als es der Realität entspricht. Verschleiert und unterschwellig zu sein, entspricht dem Wesen der strategischen Inszenierungen, sonst würden sie auch sofort erkannt werden und könnten keine Wirkungen entfalten.

Symbolische Politik nur über diese Eigenschaften messen zu wollen greift dabei sicher zu kurz. Quantitativ vorzugehen, gestaltet sich deshalb aber auch als schwierig und erscheint als wenig zielführend, da dabei nicht die (sprachlichen) Feinheiten zu erkennen sind, die dieses Konzept ausmachen. Durch die rein quantitative Messung der einzelnen Eigenschaften ist auch eine Kontextualisierung dieser Zuschreibungen nicht möglich. Ein

qualitativer bzw. qualitativ orientierter Ansatz erscheint hierfür deshalb leistungsfähiger, damit die Charakteristika dieser Art der Kommunikation entdeckt und Merkmale der symbolischen Politik entlarvt werden können. Interessant wäre auch zu untersuchen, wer symbolische Inhalte innerhalb eines Artikels äußert. Sind es politische Akteure oder JournalistInnen? Dazu müsste eine Untersuchung auf einer Subjekt-Objekt-Ebene durchgeführt und jeder Artikel Satz für Satz analysiert werden. Ein möglicher Unterschied zwischen den partizipativen und traditionellen Journalismustypen könnte dabei einige Antworten zu den Ansätzen der Mediokratie bzw. symbolischen Politik liefern.

Eine interessante Divergenz zwischen den beiden Formen lag aber auch in der Form der Artikel selber. Die traditionellen Medien publizierten großteils Nachrichten und Kurznachrichtenbeiträge, die partizipativen großteils Kommentare und Ankündigungen bzw. Aufrufe.

Jede Forschungsarbeit untersteht gewissen (Interpretations-) Limitationen, dies ist bei dieser Magisterarbeit nicht anders. Für die Untersuchung wurde von zwei Gruppen ausgegangen, partizipativem und traditionellem Journalismus. Die Ergebnisse deuten aber darauf hin, dass sich auch die einzelnen Medien innerhalb der Journalismusformen unterscheiden und eher nicht homogene Gruppen bilden. Die einzelnen partizipativen Medien haben auch ein unterschiedliches Selbstverständnis und Leitbild ihrer Arbeit. Auch die Generalisierbarkeit der Befunde unterliegt Einschränkungen. Für diese Arbeit wurde die österreichische Nationalratswahl als Bezugspunkt gebraucht. Partizipativer Journalismus in Österreich steckt aber noch in den Kinderschuhen und ist, im Gegensatz z.B. zu Deutschland, noch eher am Rande angesiedelt.

Auch wenn dem Thema partizipativer Journalismus in letzter Zeit immer mehr Beachtung geschenkt wird, so muss an dieser Stelle aber auf den theoretischen und empirischen Aufholbedarf bei diesem Phänomen hingewiesen werden. Obwohl partizipative Projekte in Österreich noch nicht den großen Durchbruch erreicht haben, zeigt sich Bewegung in dieser Materie. Eine Aussicht darauf zeigt *Der Standard*, der seit Juli 2014²³⁹ Userartikel in seinem Onlineauftritt veröffentlicht, ein Musterfall für professionell-partizipativen Journalismus.

²³⁹ Vgl. *Der Standard Online*, 2014

Literatur

Albrecht, Steffen: Wahlblogs revisited. Nutzung von Weblogs im Bundestagswahlkampf 2009. In: Schweizer, Eva Johanna/ Albrecht, Steffen: Das Internet im Wahlkampf. Analysen zur Bundestagswahl 2009. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2011. S.181-200.

Appenzeller, Simon/Flemming, Felix/Küpper, Lena (Hg.): Bürgerproteste im Spannungsfeld von Politik und Medien. Beiträge zur 7. Fachtagung des DFPK. Berlin: Frank&Timme Verlag für wissenschaftliche Literatur. 2012.

Armborst, Matthias: Kopfgeldjäger im Internet oder publizistische Avantgarde? Was Journalisten über Weblogs und ihre Macher wissen sollten. Berlin: LIT Verlag. 2006.

Arnold, Sabine R./ Fuhrmeister, Christian/ Schiller, Dietmar (Hg.): Politische Inszenierung im 20. Jahrhundert: Zur Sinnlichkeit der Macht. Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag. 1998.

Atton, Chris: Activist media as mainstream model: What can professional journalists learn from Indymedia. In: Franklin, Bob/ Carlson, Matt: Journalists, sources and credibility. New perspectives. New York/London: Routledge. 2011. S.61-72.

Bauer, Thomas A.: In Zukunft mehr Kommunikation. Gesellschaft im Spiegel des Medienwandels. In: Koschnick, Wolfgang J. (Hg.): FOCUS-Jahrbuch 2011. Schwerpunkt: Die Zukunft der klassischen elektronischen Medien. München: FOCUS Magazin Verlag. 2011. S.465-547.

Behmer, Markus/ Blöbaum, Bernd/ Scholl, Armin/ Stöber, Rudolf (Hg.): Journalismus im Wandel. Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2005.

Beiglböck, Ernst: Themen deutschsprachiger Weblogs. Eine Inhaltsanalyse unter dem Aspekt der Agenda-Setting-Hypothese. Diplomarbeit. Universität Wien. 2009.

Berger, Cornelia: Agenda-Setting in Wahlkämpfen. Eine Untersuchung zum Landtags – Wahlkampf in Niederösterreich 2008. Diplomarbeit. Universität Wien. 2011.

Bernhard, Martin: Parteienagenda versus Medienagenda. Input- und Outputanalyse der NÖ Landtagswahl 2003. Diplomarbeit. Universität Wien. 2003.

Bieber, Christoph: Politische Projekte im Internet. Online-Kommunikation und politische Öffentlichkeit. Frankfurt/New York: Campus Verlag. 1999.

Blahacek, Thomas: Symbolische Politik in Printmedien. Diplomarbeit. Universität Wien. 2009.

Bonfadelli, Heinz/ Jarren, Ottfried/ Siegert, Gabriele (Hg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Bern/Stuttgart/Wien: Haupt Verlag. 2010.

Bonfadelli, Heinz/ Friemel, Thomas N./ Wirth, Werner: Medienwirkungsforschung. In: Bonfadelli, Heinz/ Jarren, Ottfried/ Siegert, Gabriele (Hg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Bern/Stuttgart/Wien: Haupt Verlag. 2010. S.605-656.

Bowman, Shayne/ Willis, Chris: We Media. How audiences are shaping the future of news and information. Reston: The Media Center at the American Press Institute: 2003.

Bucher, Hans Jürgen/Büffel, Steffen: Vom Gatekeeper-Journalismus zum Netzwerk-Journalismus. Weblogs als Beispiel journalistischen Wandels unter den Bedingungen globaler Medienkommunikation. In: Behmer, Markus/Blöbaum, Bernd/Scholl, Armin/Stöber, Rudolf(Hg.): Journalismus und Wandel. Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2005. S.85-122.

Brauneck, Manfred/ Schneilin, Gérard (Hg.): Theaterlexikon 1. Begriffe und Epochen, Bühnen und Ensembles. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag. 2001.

Brecht, Bertolt: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Rede über die Funktion des Rundfunks. 1932. In: Pias, Claus/Vogl, Joseph/Engell, Lorenz/Fahle, Oliver/Neitzel, Britta (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: DVA. 2000. S.259-263.

Bruns, Axel: Citizen Journalism and Everyday Life: A Case Study of Germany's Myheimat.De. In: Franklin, Bob/ Carlson, Matt (Hg.): Journalists, Sources and Credibility. New Perspectives. New York: Routledge. 2011. S.182-194.

Carpenter, Serena: A study of content diversity in online citizen journalism and online newspaper articles. In: New Media and Society Vol.12 (7). 2010. S.1064-1084.

Carpenter, Serena: How online citizen journalism publications and online newspapers utilize the objectivity standard and rely on external sources. In: Journalism & Mass Communication Quarterly. Vol.85(3). 2008. S.531-548.

Czerwick, Edwin: Zur Nicht-Thematisierung streitwürdiger Themen. Eine Bestandaufnahme. In: Sarcinelli, Ulrich (Hg.): Demokratische Streitkultur. Theoretische Grundpositionen und Handlungsalternativen in Politikfeldern. Opladen: Westdeutscher Verlag. 1990. S.177-193.

Deichmann, Carl: Symbolische Politik und politische Symbole. Dimensionen politischer Kultur. Schwalbach: Wochenschau Verlag. 2007.

Dienel, Peter C.: Alte und neue Arenen politischen Streitens. In: Sarcinelli, Ulrich (Hg.): Demokratische Streitkultur. Theoretische Grundpositionen und Handlungsalternativen in Politikfeldern. Opladen: Westdeutscher Verlag. 1990. S.121-143.

Domsalla, Stefanie/Justen, Kathrin/Kleiner, Anna/Posdich, Marie Louise: Die Bedeutung von Twitter und Weblogs für Web 2.0-affine Politikjournalisten. Eine quantitative Befragung. In: Appenzeller, Simon/Flemming, Felix/Küpper, Lena (Hg.): Bürgerproteste im Spannungsfeld von Politik und Medien. Beiträge zur 7. Fachtagung des DFPK. Berlin: Frank&Timme Verlag für wissenschaftliche Literatur. 2012. S.199-216.

Donsach, Wolfgang/ Jandura, Olaf (Hg.): Chancen und Gefahren der Mediendemokratie. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. 2003.

Dörner, Andreas/ Vogt, Ludgera: Der Wahlkampf als Ritual. Zur Inszenierung der Demokratie in der Multiptiongesellschaft. Aus Politik und Zeitgeschichte. Vol. 15. 2002. S.15-22.

Dörner, Andreas: Politischer Mythos und symbolische Politik. Der Hermannmythos: zur Entstehung des Nationalbewußtseins der Deutschen. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag. 1996.

Dylla, Daria W.: Eine ökonomische Analyse der Mediendemokratie. Der Rational-Choice-Ansatz und die Stimmenmaximierung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2008.

Edelman, Murray: Politik als Ritual. Die symbolische Funktion staatlicher Institutionen und politisches Handeln. Frankfurt/New York: Campus Verlag. 2005.

Eichhorn, Wolfgang: Agenda-Setting-Prozesse: eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung. München: Verlag Reinhard Fischer. 1996.

Einspänner-Pflock, Jessica/ Dang-Anh, Mark/ Thimm, Caja (Hg.): Digitale Gesellschaft – Partizipationskulturen im Netz. Münster: LIT Verlag. 2014.

Engesser, Sven: Die Qualität des Partizipativen Journalismus im Web. Bausteine für ein integratives theoretisches Konzept und eine explanative empirische Analyse. Wiesbaden: Springer VS. 2013.

Engesser, Sven: Professionell-partizipative Nachrichtensites. In: Quandt, Thorsten/ Schweiger, Wolfgang (Hrsg.): Journalismus online – Partizipation oder Profession? Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2008a. S.111-128.

Engesser, Sven: Partizipativer Journalismus: Eine Begriffsanalyse. In: Zerfaß, Ansgar/ Welker, Martin/ Schmidt, Jan (Hg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web.

Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik und Publizistik. Köln: Herbert von Halem Verlag. 2008b. S.47-71.

Engesser, Sven/ Wimmer Jeffrey: Gegenöffentlichkeit(en) und partizipativer Journalismus im Internet. In: Publizistik Vol. 54(1). 2009. S.43-63.

Enzensberger, Hans Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Kursbuch 20. Frankfurt a.M.: Verlag Zweitausendeins. 1970.

Fabris, Hans Heinz: Journalismus und bürgernahe Medienarbeit. Formen und Bedingungen der Teilhabe an gesellschaftlicher Kommunikation. Salzburg: Verlag Wolfgang Neugebauer. 1979.

Falter, Jürgen W.: Politik als Inszenierung. Ein Essay über die Problematik der Mediendemokratie in 24 Punkten. In: von Alemann, Ulrich/ Marschall, Stefan (Hg.): Parteien in der Mediendemokratie. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 2002. S.420-430.

Filzmaier, Peter/ Karmasin, Matthias/ Klepp, Cornelia (Hg.): Politik und Medien – Medien und Politik. Wien: Facultas Verlag. 2006.

Filzmaier, Peter: Wag the Dog? Amerikanisierung der Fernsehlogik und mediale Inszenierung in Österreich. In: Filzmaier, Peter/ Karmasin, Matthias/ Klepp, Cornelia (Hg.): Politik und Medien – Medien und Politik. Wien: Facultas Verlag. 2006. S.9-50.

Forster, Klaus: Journalismus im Spannungsfeld zwischen Freiheit und Verantwortung. Das Konzept des ‚Public Journalism‘ und seine empirische Relevanz. Köln: Herbert von Halem Verlag. 2006.

Franklin, Bob/ Carlson, Matt (Hg.): Journalists, Sources and Credibility. New Perspectives. New York: Routledge. 2011.

Friedrichsen, Mike (Hg.): Medienzukunft und regionale Zeitungen. Der lokale Raum in der digitalen und mobilen Medienwelt. Baden-Baden: Nomos Verlag. 2010.

Fröhlich, Romy/ Quiring, Oliver/ Engesser, Sven: Between idiosyncratic self-interests and professional standards: A contribution to the understanding of participatory journalism in Web 2.0. Results from an online survey in Germany. In: Journalism Vol.13(8). 2012. S.1041-1063.

Haas, Tanni: The pursuit of public journalism. Theory, practice and criticism. New York/London: Routledge. 2007.

Habermas, Jürgen: Die Neue Unübersichtlichkeit. Kleine Politische Schriften V. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. 1996.

Hallermayer, Michael: Erweiterung lokaler Öffentlichkeit durch Placeblogs. Eine empirische Fallstudie zur lokalen Kommunikation in Augsburg. In: Appenzeller, Simon/Flemming, Felix/Küpper, Lena (Hg.): Bürgerproteste im Spannungsfeld von Politik und Medien. Beiträge zur 7. Fachtagung des DFPK. Berlin: Frank&Timme Verlag für wissenschaftliche Literatur. 2012. S.257-273.

Hamm, Marion: Zur Verkettung von physikalischen und virtuellen Öffentlichkeiten. In: Raunig, Gerald/ Wuggenig, Ulf (Hg.): Publicum. Theorien der Öffentlichkeit. Wien: Verlag Turia + Kant. 2005. S.176-186.

Hickersberger, Michaela/ Lutter, Johannes: Wahlkampagnen aus normativer Sicht. Am Beispiel des österreichischen Europaparlamentswahlkampf 1996. Dissertation. Universität Wien. 1998.

Holtz-Bacha, Christina: Parteien und Massenmedien im Wahlkampf. In: von Alemann, Ulrich/ Marschall, Stefan (Hg.): Parteien in der Mediendemokratie. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 2002. S.42-56.

Huber, Martin/ Kaspar, Emily: myheimat.de – lokale und sublokale Inhalte für Zeitungsverlage. In: Friedrichsen, Mike (Hg.): Medienzukunft und regionale Zeitungen. Der lokale Raum in der digitalen und mobilen Medienwelt. Baden-Baden: Nomos Verlag. 2010. S.185-203.

Hüning, Wolfgang/ Otto, Kim: Agenda-Setting im nordrhein-westfälischen Landtagswahlkampf 2000? Massenmediale Themenstruktur und Wählerwahrnehmung. In: Sarcinelli, Ulrich/ Schatz, Heribert (Hg.): Mediendemokratie im Medienland. Inszenierung und Themensetzungsstrategien im Spannungsfeld von Medien und Partieliten am Beispiel der nordrhein-westfälischen Landtagswahl 2000. Opladen: Leske und Budrich. 2002. S.155-199.

Imhof, Kurt: Mediengesellschaft und Medialisierung. In: Medien und Kommunikationswissenschaft Vol. 54. 2006. S.191-215.

In der Smitten, Susanne: Online-Vergemeinschaftung. Potentiale politischen Handelns im Internet. München: Verlag Reinhard Fischer. 2007.

Jackob, Nikolaus (Hg.): Wahlkämpfe in Deutschland. Fallstudien zur Wahlkampfkommunikation 1912-2005. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2007.

Jarren, Otfried/ Sarcinelli, Ulrich/ Saxer, Ulrich (Hg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 1998.

Johnson, Kirsten A.: Citizen Journalism, Agenda-Setting and the 2008 Presidential Election. In: Web Journal of Mass Communication Research. Vol. 28(1). 2011.

Karpinski, Detmar/Uthmann, Olaf: Mit Volldampf Richtung Kanzleramt. Politische Werbung in Deutschland – Eine Positionsbestimmung. In: Machnig, Matthias (Hg.): Politik – Medien – Wähler. Wahlkampfkommunikation im Medienzeitalter. Opladen: Leske + Budrich. 2000. S.231-239.

Kennamer, David/ South, Jeff: Election Coverage Reflects Civic Journalism Values. In: Newspaper Research Journal. Vol. 23(4). 2002. S.34-45.

Kepplinger, Hans Matthias: Realitätskonstruktionen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2011.

Kepplinger, Hans Mathias: Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft. München/Freiburg: Verlag Karl Alber. 1998.

Kepplinger, Hans Mathias: Die Grenzen des Wirkungsbegriffs. In: Publizistik Vol. 27. 1982. S.98-113.

Kimber, Megan: Blogging the 2009 Queensland State Election. In: Media International Australia. No. 145. 2012. S.75-85.

Knabe, Florian/ Möhring, Wiebke/ Schneider, Beate: Konkurrenz, Korrektorat oder Ideenpool? Die Beziehung von Lokaljournalisten zu partizipativen lokalen Plattformen am Beispiel von *myheimat.de*. In: Loosen, Wiebke/ Dohle, Marco (Hg.): Journalismus und (sein) Publikum. Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung. Wiesbaden: Springer VS. 2014. S.153-170.

Kritzinger, Sylvia/ Thomas, Kathrin/ Glantschnigg, Christian/ Aichholzer, Julian/ Glinitzer, Konstantin/ Johann, David/ Wagner, Markus/ Zeglovits, Eva: AUTNES Comparative Study of Electoral Systems Post-Election Survey 2013 - Documentation. Wien: Universität Wien. 2013.

Kronacher, Michael: Härte mit Stil: Politik inszenieren. In: Machnig, Matthias (Hg.): Politik – Medien – Wähler. Wahlkampfkommunikation im Medienzeitalter. Opladen: Leske + Budrich. 2000. S. 49-55.

Lazzarato, Maurizio: Kampf, Ereignis, Medien. In: Raunig, Gerald (Hg.): Bildräume und Raumbilder. Repräsentationskritik in Film und Aktivismus. Wien. Verlag Turia + Kant. 2004. S.175-184.

Lengauer, Günther/ Vorhofer, Hannes: Wahlkampf am und abseits des journalistischen Boulevards: Redaktionelle Politikvermittlung im Nationalratswahlkampf 2008. In: Plasser, Fritz (Hg.): Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. Wien: Facultas Verlag. 2010. S.145-192.

Loosen, Wiebke/ Dohle, Marco (Hg.): Journalismus und (sein) Publikum. Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung. Wiesbaden: Springer VS. 2014.

Lünenborg, Margreth: Public Journalism. Konzept – Entstehung – gesellschaftliche Relevanz. In: Behmer, Markus/ Blöbaum, Bernd/ Scholl, Armin/ Stöber, Rudolf (Hg.): Journalismus im Wandel. Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2005. S.143-159.

Lutz, Klaus/ Rösch, Eike/ Seitz, Daniel (Hg.): Partizipation und Engagement im Netz. Neue Chancen für Demokratie und Medienpädagogik. München: Kopaed. 2012.

Machnig, Matthias (Hg.): Politik – Medien – Wähler. Wahlkampfkommunikation im Medienzeitalter. Opladen: Leske + Budrich. 2000.

Machnig, Matthias: Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. In: Machnig, Matthias (Hg.): Politik – Medien – Wähler. Wahlkampfkommunikation im Medienzeitalter. Opladen: Leske + Budrich. 2000. S.145-152.

Maier, Michael: The Readers Edition. Wie Mediennutzer dem Journalisten Konkurrenz machen. In: Meckel, Miriam/ Stanoevska-Slabeva, Katarina (Hg.): Web 2.0. Die nächste Generation Internet. Baden-Baden: Nomos Verlag. 2008. S.204-211.

Maurer, Marcus: Agenda-Setting. Baden-Baden: Nomos Verlag. 2010.

Maurer, Marcus/ Reinemann, Carsten: TV-Duelle als Instrumente der Wahlkampfkommunikation: Mythen und Fakten. In: Jakob, Nikolaus (Hg.): Wahlkämpfe in Deutschland. Fallstudien zur Wahlkampfkommunikation 1912-2005. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2007. S.317-331.

McGregor, Judy/ Fountain, Susan/ Comrie, Margie: From Contest to Content. The Impact of Public Journalism on New Zealand Election Campaign Coverage. In: Political Communication. Vol. 17(2). 2000. S.133-148.

Meckel, Miriam/ Stanoevska-Slabeva, Katarina (Hg.): Web 2.0. Die nächste Generation Internet. Baden-Baden: Nomos Verlag. 2008.

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

Merten, Klaus: Image, PR und Inszenierungsgesellschaft. In: Publizistik Vol. 59(1). 2014. S.45-64.

Meyer, Thomas: Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. 2001.

Meyer, Thomas/ Ontrup, Rüdiger/ Schicha, Christian: Die Inszenierung des Politischen. Zur Theatralität des Mediendiskurses. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 2000.

Meyer, Thomas/Kampmann, Martina: Politik als Theater. Die neue Macht der Darstellungskunst. Berlin: Aufbau-Verlag. 1998.

Meyer, Thomas/ Ontrup, Rüdiger: Das Theater des Politischen: Politik und Politikvermittlung im Fernsehzeitalter. In: Willems, Herbert/ Jurga, Martin: Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 1998. S.523-541.

Meyer, Thomas: Die Inszenierung des Scheins. Voraussetzungen und Folgen symbolischer Politik. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. 1992.

McCombs, Max/Holbert, R. Lance/Kiousis, Spiro/Wanta, Wayne: The News and Public Opinion. Media Effects on Civic Life. Cambridge: Polity Press. 2011.

Milioni, Dimitra L.: Probing the online counterpublic sphere: the case of Indymedia Athens. In: Media, Culture and Society. Vol.31(3). 2009. S.409-431.

Nuernbergk, Christian: Partizipation durch Anschlusskommunikation in der Blogosphäre. Ergebnisse einer Inhalts- und Netzwerkanalyse. In: Einspänner-Pflock, Jessica/Dang-Anh, Mark/Thimm, Caja (Hg.): Digitale Gesellschaft – Partizipationskulturen im Netz. Münster: LIT Verlag. 2014. S.190-207.

Paulussen, Steve/ D'heer, Evelien: Using citizens for community journalism. Findings from a hyperlocal media project. In: Journalism Practice Vol.7(5). 2013. S.588-603.

Pfetsch, Barbara/ Marcinkowski, Frank (Hg.): Politik in der Mediendemokratie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2009.

Pfetsch, Barbara/ Marcinkowski, Frank: Problemlagen der „Mediendemokratie“ – Theorien und Befunde zur Medialisierung von Politik. In: Pfetsch, Barbara/ Marcinkowski, Frank (Hg.): Politik in der Mediendemokratie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2009. S.11-33.

Plasser, Fritz (Hg.): Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. Wien: Facultas Verlag. 2010.

Plasser, Fritz/Lengauer, Günther: Wahlkampf im TV-Studio: Konfrontationen in der Medienarena. In: Plasser, Fritz (Hg.): Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. Wien: Facultas Verlag. 2010. S.193-240.

Pörksen, Bernhard/ Loosen, Wiebke/ Scholl, Armin (Hg.): Paradoxien des Journalismus: Theorie – Empirie – Praxis. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2008.

Quandt, Thorsten/ Schweiger, Wolfgang (Hrsg.): Journalismus online – Partizipation oder Profession? Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2008.

Raunig, Gerald/ Wuggenig, Ulf (Hg.): Publicum. Theorien der Öffentlichkeit. Wien: Verlag Turia + Kant. 2005.

Raunig, Gerald (Hg.): Bildräume und Raumbilder. Repräsentationskritik in Film und Aktivismus. Wien. Verlag Turia + Kant. 2004.

Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. 2005.

Sarcinelli, Ulrich: Politische Inszenierung im Kontext des aktuellen Politikvermittlungsgeschäfts. In: Arnold, Sabine R./ Fuhrmeister, Christian/ Schiller, Dietmar (Hg.): Politische Inszenierung im 20. Jahrhundert: Zur Sinnlichkeit der Macht. Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag. 1998. S.146-157.

Sarcinelli, Ulrich (Hg.): Demokratische Streitkultur. Theoretische Grundpositionen und Handlungsalternativen in Politikfeldern. Opladen: Westdeutscher Verlag. 1990.

Sarcinelli, Ulrich: Symbolische Politik. Zur Bedeutung symbolischen Handelns in der Wahlkampfkommunikation der Bundesrepublik Deutschland. Opladen. Westdeutscher Verlag. 1987.

Sarcinelli, Ulrich/ Geisler, Alexander: Die Demokratie auf dem Opferaltar kampagnenpolitischer Aufrüstung? Anmerkungen zur Modernisierung von Wahlkampfkommunikation. In: Machnig, Matthias (Hg.): Politik – Medien – Wähler. Wahlkampfkommunikation im Medienzeitalter. Opladen: Leske + Budrich. 2000. S.153-163.

Sarcinelli, Ulrich/ Schatz, Heribert (Hg.): Mediendemokratie im Medienland. Inszenierung und Themensetzungsstrategien im Spannungsfeld von Medien und Parteiliten am Beispiel der nordrhein-westfälischen Landtagswahl 2000. Opladen: Leske und Budrich. 2002.

Schmitt-Beck, Rüdiger: Das Nadelöhr am Ende. Die Aufmerksamkeit der Wähler für die Wahlkampfkommunikation als Voraussetzung wirksamer Kampagnen. In: Machnig, Matthias (Hg.): Politik – Medien – Wähler. Wahlkampfkommunikation im Medienzeitalter. Opladen. Leske + Budrich. 2000. S.21-48.

Schönbach, Klaus: Das Prinzip der zuverlässigen Überraschung. Bürgerjournalismus und die Zukunft der traditionellen Nachrichtenmedien. In: Pörksen, Bernhard/ Loosen, Wiebke/ Scholl, Armin (Hg.): Paradoxien des Journalismus: Theorie – Empirie – Praxis. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2008. S.503-511.

Schwartzberg, Roger Gérald: Politik als Showgeschäft. Moderne Strategien im Kampf um die Macht. Düsseldorf/Wien: Econ Verlag. 1980.

Schweizer, Eva Johanna/ Albrecht, Steffen: Das Internet im Wahlkampf. Analysen zur Bundestagswahl 2009. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2011.

Slominski, Peter: Nachricht und Ereignis. Zur Problematik der ereignisorientierten Berichterstattung. Diplomarbeit. Universität Wien. 1993.

Sommer, Franz: Die Inszenierte Agenda. „Kommunikationspartnerschaft“ politisches System – Mediensystem im Spannungsfeld zwischen „Ereignismanagement“ und „negativer Publizität“. Dissertation. Universität Wien. 1992.

Steiner, Katharina: Menschen eine Bühne bieten. Bürgerjournalismus im Zeitalter des Internets. Dissertation. Universität Wien. 2013.

von Alemann, Ulrich/ Marschall, Stefan (Hg.): Parteien in der Mediendemokratie. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 2002.

Willems, Herbert/ Jurga, Martin: Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 1998.

Willems, Herbert: Inszenierungsgesellschaft. Zum Theater als Modell, zur Theatralität von Praxis. In: Willems, Herbert/ Jurga, Martin: Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 1998. S.23-79.

Wimmer, Jeffrey: Gegenöffentlichkeiten 2.0: Formen, Nutzung und Wirkung kritischer Öffentlichkeiten im Social Web. In: Zerfaß, Ansgar/ Welker, Martin/ Schmidt, Jan (Hg.):

Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik und Publizistik. Köln: Herbert von Halem Verlag. 2008. S.210-230.

Winter, Rainer: Politischer Aktivismus, digitale Medien und die Konstitution einer transnationalen Öffentlichkeit. In: Lutz, Klaus/ Rösch, Eike/ Seitz, Daniel (Hg.): Partizipation und Engagement im Netz. Neue Chancen für Demokratie und Medienpädagogik. München: Kopaed. 2012. S. 43-51.

Zerfaß, Ansgar/ Welker, Martin/ Schmidt, Jan (Hg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik und Publizistik. Köln: Herbert von Halem Verlag. 2008.

Internetquellen

Bundesministerium für Inneres: Nationalratswahlen 2013 – Wahltag, Stichtag, Gesamtergebnis.

http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_wahlen/nationalrat/2013/End_Gesamt.aspx (15.1.2015)

Der Standard Online: Ihr Userartikel auf derStandard.at.

<http://derstandard.at/2000003224555/Ihr-Leserartikel-auf-derstandardat> 17.7.2014.

(12.1.2015)

GNU: Philosophie des Gnu Projekts. <http://www.gnu.org/philosophy/philosophy.de.html>

(1.12.2014)

Indymedia. <https://linksunten.indymedia.org/de/publish> (11.12.2014)

Indymedia. Hidden. <https://linksunten.indymedia.org/en/node/hidden> (01.12.2014)

Kärnöl. <http://www.kaernoel.at/cgi->

[bin/kaernoel/comax.pl?page=page.std;job=CENTER:texts.contact](http://www.kaernoel.at/cgi-bin/kaernoel/comax.pl?page=page.std;job=CENTER:texts.contact) (11.12.2014)

Provinnsbruck. <http://provinnsbruck.at/über-uns/> (11.12.2014)

Radiofabrik. <http://www.radiofabrik.at/aboutus/leitbild.html> (11.12.014)

Abbildungsverzeichnis

<i>Abb. 1: Qualität und Reichweite der Gegenöffentlichkeit.</i>	14
<i>Abb. 2: Dreieck der Partizipation.</i>	21
<i>Abb. 3: Ebenen der Partizipation und dazugehörige Formen des Gegenstands.</i>	22
<i>Abb. 4: Ursachen genuiner, mediatisierter und inszenierter Ereignisse.</i>	66

Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 1: Reliabilitätstest.</i>	77
<i>Tabelle 2: Beitragsart.</i>	79
<i>Tabelle 3: Hauptthemenblock.</i>	82
<i>Tabelle 4: cchi2 Hauptthemenblock.</i>	83
<i>Tabelle 5: Hauptthemenblock der einzelnen Medien.</i>	84
<i>Tabelle 6: cchi2 Hauptthemenblock der einzelnen Medien.</i>	85
<i>Tabelle 7: Gesamtthemenblock.</i>	86
<i>Tabelle 8: cchi2 Gesamtthemenblock.</i>	88
<i>Tabelle 9: Gesamtthemenblock der einzelnen Medien.</i>	89
<i>Tabelle 10: cchi2 Gesamtthemenblock der einzelnen Medien.</i>	90
<i>Tabelle 11: Hauptthemenblock Wirtschaft.</i>	91
<i>Tabelle 12: Hauptthemenblock Gesellschaft.</i>	93
<i>Tabelle 13: Hauptthemenblock Umweltschutz.</i>	94
<i>Tabelle 14: Hauptthemenblock Politics.</i>	94
<i>Tabelle 15: Gesamtthemenblock Wirtschaft.</i>	96
<i>Tabelle 16: Gesamtthemenblock Gesellschaft.</i>	97
<i>Tabelle 17: Gesamtthemenblock Umweltschutz.</i>	98
<i>Tabelle 18: Gesamtthemenblock Immigration.</i>	99

<i>Tabelle 19: Gesamthemenblock Politics</i>	100
<i>Tabelle 20: Gesamthäufigkeit der Hauptthemenblöcke</i>	102
<i>Tabelle 21: Top-Themen Hauptthema</i>	103
<i>Tabelle 22: Bezugnahme traditionelles Medium</i>	103
<i>Tabelle 23: Bezugnahme traditionelles Medium Top-Thema</i>	104
<i>Tabelle 24: Gesamthäufigkeit der Haupt- plus Nebenthemenblöcke</i>	105
<i>Tabelle 25: Top-Themen Haupt- plus Nebenthema</i>	106
<i>Tabelle 26: Auslöseereignisse der Journalismusformen</i>	108
<i>Tabelle 27: Auslöseereignisse der einzelnen Medien</i>	109
<i>Tabelle 28: Inszenierte Ereignisse</i>	110
<i>Tabelle 29: Mediatisierte Ereignisse</i>	110
<i>Tabelle 30: Akteurseigenschaft Kompetenz</i>	112
<i>Tabelle 31: Akteurseigenschaft Durchsetzungsvermögen</i>	112
<i>Tabelle 32: Akteurseigenschaft Ehrlichkeit</i>	113
<i>Tabelle 33: Akteurseigenschaft Moral</i>	113
<i>Tabelle 34: Akteurseigenschaft Charisma</i>	114
<i>Tabelle 35: Akteurseigenschaft Image</i>	114
<i>Tabelle 36: Akteurseigenschaft Interaktionsmodus</i>	115
<i>Tabelle 37: symbolische Politik Gesamt</i>	115
<i>Tabelle 38: symbolische Politik Gesamt für das Thema Politics</i>	116

Anhang

Autnes Issue-Liste 2013

Kritzinger, Sylvia u.a.: Autnes Manuelle Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung zur österreichischen Nationalratswahl 2013 – Dokumentation. Wien 2014

Themenblock	Thema
Wirtschaft	Wirtschaftspolitik (allgem.)
Wirtschaft	Wirtschaftswachstum
Wirtschaft	Strukturreform (allgem.)
Wirtschaft	außenwirtschaftliches Gleichgewicht/ausgeglichene Zahlungsbilanz
Wirtschaft	Bekämpfung Inflation/Teuerung; Sicherung Kaufkraft/Preisstabilität
Wirtschaft	Zinsen
Wirtschaft	Arbeitslosigkeit: allgemein
Wirtschaft	Arbeitslosigkeit: Jugendliche
Wirtschaft	Arbeitslosigkeit: Frauen
Wirtschaft	Arbeitslosigkeit: Ältere Arbeitnehmer
Wirtschaft	Arbeitslosigkeit: Behinderte/chronisch Kranke
Wirtschaft	Recht auf Arbeit
Wirtschaft	Aktive Arbeitsmarktpolitik
Wirtschaft	Kapitalismus/Marktwirtschaft/Unternehmer/Eigentum (allgem.)
Wirtschaft	Soziale Marktwirtschaft
Wirtschaft	Ökosoziale Marktwirtschaft
Wirtschaft	Rolle des Staates in Wirtschaft (allgem.)
Wirtschaft	staatliche Preiskontrolle (allgem.)
Wirtschaft	Konjunkturprogramm/öffentliche Investitionen
Wirtschaft	(Re-)Verstaatlichung
Wirtschaft	(Re-)Verstaatlichung von Banken (spezif.)
Wirtschaft	Privatisierung/Liberalisierung/Deregulierung (allgem.)
Wirtschaft	Privatisierung/Liberalisierung/Deregulierung Schienenverkehr/Bahn
Wirtschaft	Privatisierung/Liberalisierung/Deregulierung Luftverkehr (inkl. AUA)
Wirtschaft	Privatisierung/Liberalisierung/Deregulierung Telekommunikation/Post
Wirtschaft	Privatisierung/Liberalisierung/Deregulierung Wasserversorgung
Wirtschaft	Privatisierung/Liberalisierung/Deregulierung Energieversorgung
Wirtschaft	Liberalisierung/Wettbewerb im Gesundheitssektor
Wirtschaft	Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten (generell)
Wirtschaft	Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten (nicht am Sonntag)
Wirtschaft	Liberalisierung der Gewerbeordnung
Wirtschaft	Wettbewerbskontrolle/Bekämpfung Kartelle, Monopole, Preisabsprachen
Wirtschaft	Globalisierung/Abbau Zölle/Öffnung Weltmärkte
Wirtschaft	soziales/fares/gerechtes Welthandelssystem
Wirtschaft	Wettbewerbsfähigkeit/Standortqualität Österreichs
Wirtschaft	Schutz nationaler Märkte/Protektionismus
Wirtschaft	Investitionen österreichischer Betriebe im Ausland
Wirtschaft	Tobin-Steuer/Besteuerung internationaler Finanzströme
Wirtschaft	(Re-)Verstaatlichung von Banken (spezif.)
Wirtschaft	Tobin-Steuer/Besteuerung internationaler Finanzströme

Wirtschaft	staatlicher Rettungsschirm/Bad Bank
Wirtschaft	Liberalisierung des internationalen Kapitalverkehrs
Wirtschaft	Bekämpfung Weltwirtschaftskrise/Bankenkrise
Wirtschaft	Hohe Gehälter/Sonderzahlungen/Bonus/Boni
Wirtschaft	Spekulation/Finanzgeschäfte/Börse
Wirtschaft	Besteuerung von Spekulationsgewinnen/Aktien
Wirtschaft	Basel II-Richtlinien
Wirtschaft	Bankensteuer
Wirtschaft	Finanzmarktaufsicht/Kontrolle der Finanzmärkte
Wirtschaft	Förderungen/Maßnahmen für Unternehmen (allgem.)
Wirtschaft	Förderungen/Maßnahmen für kleine und mittlere Unternehmungen (KMU)
Wirtschaft	Förderungen einzelner Unternehmen bei Notfällen (bail out etc.)
Wirtschaft	private Investitionen im Inland fördern/Risikokapital
Wirtschaft	Förderung des Fremdenverkehrs
Wirtschaft	Förderung Selbständigkeit/Selbstständigkeit/Unternehmensgründungen (allgem.)
Wirtschaft	neue Selbstständige/Selbständige (spezif.)
Wirtschaft	Strafsteuer bei hohen Unternehmensgewinnen (spezif.)
Wirtschaft	Kontrolle von Unternehmen (Lohndumping etc.)
Wirtschaft	hohe Gehälter/Abfindungen von Managern (Privatwirtschaft)
Wirtschaft	Schutz von Arbeitnehmern (allgem.)
Wirtschaft	Arbeitsrecht (striktes)/gegen flexible Arbeitswelt
Wirtschaft	geringfügig/atypisch/teilzeit-Beschäftigte (Personengruppe)
Wirtschaft	geringfügige/atypische/teilzeit Beschäftigung (Arbeitsverhältnis)
Wirtschaft	Schwarzarbeit
Wirtschaft	Kündigungsschutz (starker)
Wirtschaft	Kurzarbeit
Wirtschaft	Kollektivvertrag/Tarifvertrag
Wirtschaft	Löhne/Lohn/Gehalt/Einkommen
Wirtschaft	Mindestlöhne/Mindestlohn
Wirtschaft	Kombilohn/Kombilöhne
Wirtschaft	Abfertigungen
Wirtschaft	Gewerkschaft
Wirtschaft	Mitbestimmung am Arbeitsplatz
Wirtschaft	Streik
Wirtschaft	Gleichstellung Arbeiter-Angestellte
Wirtschaft	Arbeitszeit
Wirtschaft	Flexibilisierung der Arbeitszeit (generell)
Wirtschaft	Flexibilisierung der Arbeitszeit (außer Sonntag)
Wirtschaft	Urlaub
Wirtschaft	Gesunder Arbeitsplatz (Lärm/Chemikalien)
Wirtschaft	Mitarbeiterbeteiligung (Aktien)
Wirtschaft	Konkurrenzkláuseln
Wirtschaft	Pendler
Wirtschaft	staatliche Preiskontrolle (allgem.)
Wirtschaft	Konsumentenschutz (allgem.)
Wirtschaft	Benzinpreiskontrolle/Öffnung amtlicher Tankstellen (spezif.)
Wirtschaft	Autofahrer
Wirtschaft	Mieten/Wohnungspreise (allgem.)
Wirtschaft	Kontrolle von Mietpreisen/Mieterschutz
Wirtschaft	sozialer, gemeinnütziger Wohnungsbau/Wohnbeihilfe
Wirtschaft	privater Wohnbau/Wohnbauförderung
Wirtschaft	Amnestie für private Schuldner/Privatkonkurs/Privatinsolvenz
Wirtschaft	Lebensmittel/Ernährung/Lebensmittelqualität/Lebensmittelsicherh

	eit
Wirtschaft	Landwirtschaft/Landwirte/Bauern (allgem.)
Wirtschaft	Agrarförderungen/Subventionen/Direktzahlungen (allgem.)
Wirtschaft	Förderung von kleinen/mittleren landwirtschaftlichen Betrieben
Wirtschaft	Förderung von Bergbauern
Wirtschaft	Offenlegung von Agrarsubventionen
Wirtschaft	ökologische Landwirtschaft
Wirtschaft	Einsatz von Gentechnik in Landwirtschaft
Wirtschaft	Kennzeichnungspflicht Gentechnik
Wirtschaft	Agrarkonzerne/Großbauern
Wirtschaft	Agrartreibstoffe/Biodiesel/Agrosprit
Wirtschaft	Pestizide/Bienensterben
Wohlfahrtsstaat	Lebensstandard/Lebensqualität/Wohlstand in Österreich (allgem.)
Wohlfahrtsstaat	Lebensstandard/Lebensqualität/Wohlstand im ländlichen Raum
Wohlfahrtsstaat	Sozialpolitik/Wohlfahrtsstaat (allgem.)
Wohlfahrtsstaat	soziale Gerechtigkeit/Gleichheit/Chancengleichheit (allgem.)
Wohlfahrtsstaat	Umverteilung (spezif.)
Wohlfahrtsstaat	Treffsicherheit/Kritik an Gießkanne
Wohlfahrtsstaat	Grundeinkommen/Mindestsicherung/Grundsicherung
Wohlfahrtsstaat	Wahlmöglichkeiten/Eigenverantwortung/Leistung (allgem.)
Wohlfahrtsstaat	Sozialbeiträge/Lohnnebenkosten (allgem.)
Wohlfahrtsstaat	Sozialbeiträge/Lohnnebenkosten für Unternehmer
Wohlfahrtsstaat	Sozialbeiträge/Lohnnebenkosten für Arbeitnehmer
Wohlfahrtsstaat	Sozialmissbrauch (allgem. bzw. Inländer)
Wohlfahrtsstaat	Armut (allgem.)
Wohlfahrtsstaat	Zahlungen an Arme/Sozialhilfe/Notstandshilfe/Teuerungsausgleich
Wohlfahrtsstaat	Fünf-Punkte-Plan (Wahlkampf 2008)
Wohlfahrtsstaat	Bettelverbot
Wohlfahrtsstaat	Reform/Zusammenlegung/Einsparung bei Sozialversicherungen
Wohlfahrtsstaat	Unterstützung von Arbeitslosen/Arbeitslosengeld
Wohlfahrtsstaat	Ausbau der Arbeitslosenversicherung
Wohlfahrtsstaat	Beschleunigung/Verbesserung der Arbeitslosenvermittlung
Wohlfahrtsstaat	Privatisierung der Arbeitslosenvermittlung
Wohlfahrtsstaat	weniger Geld bei Ablehnung von Arbeit
Wohlfahrtsstaat	Pflicht zur gemeinnützigen Arbeit für Arbeitslose
Wohlfahrtsstaat	Liberalisierung/Wettbewerb im Gesundheitssektor
Wohlfahrtsstaat	Gesundheitssystem (allgem.)
Wohlfahrtsstaat	Refom des Gesundheitssystems (allgem.)
Wohlfahrtsstaat	Ausgaben Gesundheitssystem
Wohlfahrtsstaat	Versorgung verbessern/sichern (allgem.)
Wohlfahrtsstaat	Zusammenlegung Krankenkassen/Einsparung Verwaltung (Chipkarte)
Wohlfahrtsstaat	Leistungen für Krankenversicherte
Wohlfahrtsstaat	Selbstbehalte/Ambulanzgebühr/Rezeptgebühr
Wohlfahrtsstaat	Krankenversicherungsbeiträge
Wohlfahrtsstaat	(Teil-)Finanzierung durch Staat/Steuern/Budget/Subventionen
Wohlfahrtsstaat	private Krankenversicherung
Wohlfahrtsstaat	Zweiklassen-Medizin
Wohlfahrtsstaat	Kontrolle/Qualitätssicherung im Gesundheitswesen
Wohlfahrtsstaat	Kundennähe im Gesundheitswesen (z.B. Öffnungszeiten, Wartezeiten)
Wohlfahrtsstaat	Patientenrechte individuell (Patientenverfügungen)
Wohlfahrtsstaat	Patientenrechte kollektiv (Mitbestimmung bei Krankenkassen)
Wohlfahrtsstaat	Vorsorge/Eigenverantwortung/gesunder Lebenswandel (allgem.)
Wohlfahrtsstaat	Nichtraucherschutz/Rauchverbote (spezif.)

Wohlfahrtsstaat	Organspenden
Wohlfahrtsstaat	Lohnfortzahlung bei Krankheit
Wohlfahrtsstaat	Pflege alter Menschen (allgem.)
Wohlfahrtsstaat	Pflegegeld
Wohlfahrtsstaat	Vermögensgrenze bei Pflegegeld/Beteiligung von Angehörigen/Regress
Wohlfahrtsstaat	Ausbau der Altenbetreuung (Heime/Residenzen)
Wohlfahrtsstaat	private/häusliche Pflege (z.B. finanzielle Besserstellung)
Wohlfahrtsstaat	private/häusliche Pflege durch (illegale) Ausländer
Wohlfahrtsstaat	Sachwalterschaft/Entmündigung/gesetzliche Betreuung
Wohlfahrtsstaat	Integration/Hilfe für Behinderte
Wohlfahrtsstaat	Pflege: Finanzierung über Steuern/Privatisierungserlöse
Wohlfahrtsstaat	Pflege: Finanzierung über Sozialabgaben/Pflegeversicherung
Wohlfahrtsstaat	Hospiz/Sterbebegleitung/Palliativmedizin
Wohlfahrtsstaat	Pensionisten/Senioren (allgem.)
Wohlfahrtsstaat	Pensionsreform (allgem.)
Wohlfahrtsstaat	Einheitliches Pensionssystem
Wohlfahrtsstaat	Verlängerung Lebensarbeitszeit/Erhöhung Pensionseintrittsalter
Wohlfahrtsstaat	Altersteilzeit
Wohlfahrtsstaat	Frühpensionen/Vorruhestand
Wohlfahrtsstaat	Hacklerregelung
Wohlfahrtsstaat	Pensionserhöhung (allgem.)
Wohlfahrtsstaat	Pensionserhöhung für kleine Pensionen/Witwen
Wohlfahrtsstaat	Pensionsfinanzierung I: Versicherungsbeiträge
Wohlfahrtsstaat	Pensionsfinanzierung II: Budget/Steuern
Wohlfahrtsstaat	Besteuerung Pensionen
Wohlfahrtsstaat	Betriebspensionen (zweite Säule)
Wohlfahrtsstaat	private Pensionsvorsorge (dritte Säule)
Wohlfahrtsstaat	Anrechnung von Erziehungs-/Pflegezeiten für Pension; Mütterpension
Wohlfahrtsstaat	Pensionssystem: Umlageverfahren/Generationenvertrag
Wohlfahrtsstaat	Pensionssystem: Drei-Säulen-Modell
Wohlfahrtsstaat	Familien (als soziale Gruppe, allgem.)
Wohlfahrtsstaat	Förderung von Familien/Zahlungen an Familien/Familienbeihilfe
Wohlfahrtsstaat	Müttergehalt
Wohlfahrtsstaat	Steuerabzug für Familien mit Kindern/Familienplitting
Wohlfahrtsstaat	Karenzgeld/Kinderbetreuungsgeld/Karenzzeit (allgem.)
Wohlfahrtsstaat	Einkommensabhängiges Karenzgeld/Kinderbetreuungsgeld (spezif.)
Wohlfahrtsstaat	Zuverdienstgrenzen bei Karenzgeld/Kinderbetreuungsgeld (spezif.)
Wohlfahrtsstaat	Papamonat/Väter in Karenz (spezif.)
Wohlfahrtsstaat	Hilfe für AlleinerzieherInnen (z.B. erhöhtes Karenzgeld)
Wohlfahrtsstaat	Recht auf Teilzeitarbeit für Eltern
Wohlfahrtsstaat	Kinderrechte normieren (Verfassung)
Wohlfahrtsstaat	Jugendschutz (Verbote)
Wohlfahrtsstaat	Bundeseinheitlicher Jugendschutz (spezif.)
Wohlfahrtsstaat	Kinder/Jugendliche (allgem.)
Wohlfahrtsstaat	Beseitigung Kriegsrelikte/Bomben durch Staat
Wohlfahrtsstaat	Staatliche Hilfe bei Naturkatastrophen/Hochwasserschutz
Wohlfahrtsstaat	Ehrenamt/freiwillige Feuerwehr/Blaulichtorganisation/Zivil- u. Bürgergesellschaft
Wohlfahrtsstaat	Doping
Wohlfahrtsstaat	Sportförderung - Masse/Breitensport
Wohlfahrtsstaat	Sportförderung - Elite/Spitzensport
Wohlfahrtsstaat	Vereine/Freizeiteinrichtungen

Budget	Finanzpolitik (allgem.)
Budget	Budgetdefizit/Neuverschuldung
Budget	Staatsverschuldung
Budget	Staatsquote
Budget	Starke Wahrung (Schilling!)
Budget	Einsparung bei Ausgabenseite (allgem.)
Budget	Gewinne der Nationalbank/Goldreserven ins Budget
Budget	Schulden ausgelagerter Gesellschaften/Holdings (OB, IAG, Asfinag ...)
Budget	Besteuerung von Spekulationsgewinnen/Aktien
Budget	Steuerpolitik (allgem.)
Budget	Steuerreform (allgem.)
Budget	Vereinfachung des Steuersystem
Budget	Steuerreduktion/Senkung Abgabenquote (allgem.)
Budget	Steuererhohung (allgem.)
Budget	Besteuerung Pensionen
Budget	Steuerabzug für Familien mit Kindern/Familienplitting
Budget	Mehrwertsteuer (allgem.)
Budget	Mehrwertsteuer (spezifische Produkte)
Budget	Lohnsteuer/Einkommensteuer
Budget	Steuerbefreiung Kleinverdiener
Budget	Steuersenkung kleine und mittlere Einkommen
Budget	Steuersenkung Spitzeneinkommen
Budget	Steuererhohung Spitzeneinkommen
Budget	Progressive Einkommensteuer
Budget	Flat-Tax
Budget	Besteuerung Urlaubs-/Weihnachtsgeld
Budget	Besteuerung uberstunden/Nacht-, Sonn-, Feiertagsarbeit
Budget	Kapitalertragssteuer/Besteuerung Zinsen
Budget	Vermogenssteuer/Luxussteuer
Budget	Steuerabsetzbarkeit haushaltsnaher Dienstleistungen
Budget	Grundsteuer
Budget	Erbschaftssteuer
Budget	Schenkungssteuer
Budget	Kirchensteuer
Budget	Mineralolsteuer/Heizolsteuer
Budget	Absetzbarkeit von Spenden
Budget	Tobin-Steuer/Besteuerung internationaler Finanzströme
Budget	Unternehmenssteuern (allgem.)
Budget	Reduktion Unternehmensteuern
Budget	Erhöhung Unternehmensteuern
Budget	Steuerliche Entlastung KMU (Mittelstand)
Budget	Körperschaftssteuer
Budget	Gewerbesteuer
Budget	Umsatzsteuer
Budget	Einheitliche Unternehmensbesteuerung
Bildung	Bildung/Bildungspolitik (allgem.)
Bildung	Chancengleichheit in Bildungspolitik
Bildung	Elitenforderung/Leistung in Bildungspolitik
Bildung	Ausbildung Pädagogen (Kindergarten, Schule)
Bildung	Bezahlung Pädagogen (Kindergarten, Schule)
Bildung	Politische Bildung
Bildung	Kindergärten/Kinderbetreuung (allgem.)
Bildung	Betreuung Kleinkinder (Kinderkrippe/Krabbelstuben)
Bildung	Erweiterung Öffnungszeiten Kindergärten/Krabbelstuben

Bildung	Gratiskindergarten
Bildung	verpflichtendes Kindergartenjahr
Bildung	Ausbau private häusliche Kinderbetreuung/Tagesmütter
Bildung	Bildung im Kindergarten/Frühförderung
Bildung	Schulen/Infrastruktur an Schulen (allgem.)
Bildung	Schüler (als soziale Gruppe)
Bildung	Schulautonomie
Bildung	Gesamtschule (10-14jährige)/Neue Mittelschule
Bildung	Nachmittagsbetreuung/Kinderhorte
Bildung	Ganztagschule
Bildung	Gratisschulbücher
Bildung	Finanzielle Förderung Schüler/Schülerbeihilfe
Bildung	Gebühren für Schulbesuch
Bildung	Privatschulen
Bildung	Senkung der Klassenschülerhöchstzahl/kleine Klassen
Bildung	kleine Schulen/Klassen am Land/Dorfschulen
Bildung	Zentralmatura
Bildung	Noten/Sitzenbleiben
Bildung	Fremdsprachenunterricht/Naturwissenschaften/Wirtschaftskunde
Bildung	Private Nachhilfeeinrichtungen
Bildung	individuelle Förderung von Schülern
Bildung	Lehrer (als soziale Gruppe)
Bildung	Universitäten/Fachhochschulen (allgem.)
Bildung	Forschung, Entwicklung, Innovation, Wissenschaft
Bildung	Urheberrecht/Copyright/Patente
Bildung	Studenten (als soziale Gruppe)
Bildung	Wissenschaftler/Forscher (als soziale Gruppe)
Bildung	Privatuniversitäten
Bildung	Aufnahmetests/Einschränkung freier Hochschulzugang
Bildung	Studiengebühren (allgem.)
Bildung	Studienbeihilfe/Stipendien
Bildung	Studiengebühren für Ausländer (spezif.)
Bildung	Beschränkung der Ausländerzahl an Unis/Quoten
Bildung	Hochschulorganisation I: Autonomie
Bildung	Hochschulorganisation II: Demokratie
Bildung	Studieninhalte praxisnäher/Bedürfnisse der Wirtschaft
Bildung	Auslandsaufenthalte von Studenten/Wissenschaftlern
Bildung	Bolognaprozess/einheitlicher Hochschulraum/BA+MA
Bildung	Lehre/duales Ausbildungssystem (allgem.)
Bildung	Lehrlinge (als soziale Gruppe)
Bildung	Öffentliche Finanzierung Lehrlingsausbildung/Unterstützung Lehrlinge
Bildung	gratis Matura für Lehrlinge
Bildung	Erwachsenenbildung (allgem.)/Volkshochschule
Bildung	Weiterbildung/Qualifikation/Bildungskarenz/Fortbildung/Sabbatical
Bildung	Praktikanten (als soziale Gruppe)
Bildung	Berufsinformation (Jugendliche und allgem.)
Bildung	Urheberrecht/Copyright/Patente
Kultur	Kunst und Kultur/Kulturgüter (allgem.)
Kultur	Freiheit der Kunst
Kultur	Öffentliche Finanzierung von Kunst und Kultur
Kultur	Private Finanzierung von Kunst und Kultur
Kultur	Transparenz/Objektivierung bei Kulturförderung
Sicherheit	Kriminalität (allgem.)
Sicherheit	organisierte Kriminalität

Sicherheit	Mafiaparagraf §278a StGB
Sicherheit	Jugendkriminalität
Sicherheit	Übertretungen/Missbrauch durch Polizei/Nebentätigkeiten von Polizisten
Sicherheit	Polizei (allgem.)
Sicherheit	Online-Kriminalität/Cyber-Kriminalität (spezif.)
Sicherheit	Strukturreform Polizei/Zusammenlegung mit Gendarmerie
Sicherheit	Mittel für Polizei (Geld, Posten)
Sicherheit	Polizeirechte/-befugnisse
Sicherheit	internationale Zusammenarbeit der Polizei
Sicherheit	Grenzkontrollen/Grenzschutz/Visas
Sicherheit	Befugnisse für Geheimdienste
Sicherheit	Kontrolle von Geheimdiensten
Sicherheit	Datenschutz
Sicherheit	Härtere Bestrafung (allgem.)
Sicherheit	Härtere Bestrafung jugendlicher Täter
Sicherheit	Härtere Bestrafung bei Kindesmissbrauch/Sexualstraftaten/Vergewaltigung
Sicherheit	Härtere Bestrafung bei Eigentumsdelikten
Sicherheit	Härtere Bestrafung bei Körperverletzung etc.
Sicherheit	Todesstrafe
Sicherheit	weiche Formen von Bestrafung (außergerichtlicher Strafausgleich, Amnestien)
Sicherheit	Verbesserung der Haftbedingungen
Sicherheit	Prävention (allgem.)
Sicherheit	Prävention durch Bildung/Soziales
Sicherheit	Videoüberwachung
Sicherheit	Sicherungsverwahrung/Auflagen nach Haftentlassung
Sicherheit	Resozialisierung
Sicherheit	Wirtschaftskriminalität (allgem.)
Sicherheit	Bankgeheimnis (striktes)
Sicherheit	Steuerflucht/Stiftungen/Steuerhinterziehung
Sicherheit	Terrorismus (allgem.)
Sicherheit	Folter
Sicherheit	Online-Terrorismus/Cyber-Terrorismus (spezif.)
Sicherheit	Liberalisierung von Drogen
Sicherheit	Hilfe für Drogenabhängige
Sicherheit	privater Waffenbesitz
Sicherheit	private, gesellschaftliche Verbrechensbekämpfung (Bürgerwehren, Stadtwachen)
Sicherheit	kommerzielle Verbrechensbekämpfung (Wachdienste)
Sicherheit	Opferschutz (allgem.)
Sicherheit	Entschädigung für Opfer (finanziell)
Sicherheit	Rechte des Opfers (z.B. bei Gerichtsverfahren)
Sicherheit	Häusliche Gewalt
Sicherheit	Hilfe/Beratung bei häuslicher Gewalt (Frauenhäuser etc.)
Bundesheer	Bundesheer/Landesverteidigung/Armee (allgem.)
Bundesheer	Bundesheer/Landesverteidigung-Budget
Bundesheer	Bewaffnung Bundesheer (Abfangjäger, Panzer)
Bundesheer	Infrastruktur/Personalstärke Bundesheer (Kasernen etc.)
Bundesheer	Einsatz Bundesheer im Grenzschutz/Assistenzeinsatz
Bundesheer	Einsatz Bundesheer im Inneren (Polizeifunktion)
Bundesheer	Einsatz Bundesheer im Katastrophenschutz
Bundesheer	Ergebnis Nachverhandlung Abfangjäger/Eurofighter
Bundesheer	allgemeine Wehrpflicht
Bundesheer	Verkürzung Wehrpflicht

Bundesheer	Miliz
Bundesheer	Berufsheer/Freiwilligenheer
Bundesheer	Wehrdienstleistende/Präsenzdiener/Rekruten (als soziale Gruppe)
Bundesheer	Gewissensprüfung
Bundesheer	Zivildienst (allgem.)
Bundesheer	Zivildienstler (als soziale Gruppe)
Bundesheer	Frauen zum Bundesheer
Bundesheer	Zivildienst für Frauen (freiwillig)
Bundesheer	Reform Bundesheer (allgemein)
Bundesheer	Auslands-/UNO-Einsätze des Bundesheeres
Bundesheer	Waffen-/Rüstungsexporte (allgem.)
Bundesheer	Kontrolle von Waffen-/Rüstungsexporten
Bundesheer	Abrüstung/Verbot bestimmter Waffen (ABC, Streubomben, Landminen, ...)
Außenpolitik	Außenpolitik (allgem.)/internationale Zusammenarbeit
Außenpolitik	UNO/Reform UNO/Unterorganisationen der UNO
Außenpolitik	WTO/GATT/IWF/Weltbank/G7/G8/G20
Außenpolitik	OSZE/KSZE
Außenpolitik	Europarat
Außenpolitik	Nato (allgem.)
Außenpolitik	Natobeitritt Österreichs
Außenpolitik	Neutralität
Außenpolitik	Entwicklungshilfe/Entwicklungszusammenarbeit
Außenpolitik	Schutz Südtirols
Außenpolitik	Beziehung zu einzelnen Ländern
Außenpolitik	Anerkennung jugoslawischer Teilstaaten
Außenpolitik	Krieg (allgem.)
Außenpolitik	Sanktionen gegen einzelne Länder
Europa	Europäische Integration (allgem.)
Europa	Föderale/starke EU/Kompetenzerweiterung
Europa	Europa der Vaterländer/Europa der Nationen
Europa	Subsidiaritätsprinzip der EU
Europa	Kerneuropa/Europa der verschiedenen Geschwindigkeiten
Europa	Brüsseler Zentralismus
Europa	Re-Nationalisierung/Rückholung von Kompetenzen
Europa	EU-Beitritt Österreichs
Europa	EU-Mitgliedschaft Österreichs
Europa	Einfluss Österreichs in EU
Europa	Einfluss kleiner/mittlerer Mitglieder in EU
Europa	EU-Sanktionen gegen Österreich (2000)
Europa	EU-Verfassung (allgem.)
Europa	EU-Reformvertrag/Lissabonvertrag (allgem.)
Europa	Vertrag von Nizza (allgem.)
Europa	Vertrag von Amsterdam (allgem.)
Europa	Vertrag von Maastricht (allgem.)
Europa	EWR
Europa	Einheitliche Europäische Akte (allgem.)
Europa	Euratom
Europa	Euro (ECU)
Europa	Einführung/Einhaltung Stabilitätspakt (starker Euro)
Europa	Hilfe in der europ. Staatsschuldenkrise (ESM; z.B. Griechenland, PIGS)
Europa	Erweiterung der EU (allgem.)
Europa	Norderweiterung/EFTA-Erweiterung
Europa	EU-Osterweiterung I

Europa	EU-Osterweiterung II (Bulgarien/Rumänien)
Europa	EU-Beitritt der Balkanstaaten
Europa	EU-Beitritt Ungarn
Europa	EU-Beitritt Polen
Europa	EU-Beitritt Tschechien
Europa	EU-Beitritt Slowakei
Europa	EU-Beitritt Rumänien
Europa	EU-Beitritt Bulgarien
Europa	EU-Beitritt Kroatien
Europa	EU-Beitritt Serbien
Europa	EU-Beitritt Bosnien-Herzegowina
Europa	EU-Beitritt Türkei
Europa	EU-Beitritt Island
Europa	EU-Beitritt Israel
Europa	Demokratie/Mitbestimmung in EU
Europa	Ausbau Rechte EP
Europa	Direktwahl der Kommission
Europa	nationale Referenden bei Verträgen/Erweiterung (allgem.)
Europa	nationales Referendum bei Türkeibeitritt
Europa	europaweite Referenden bei Verträgen/Erweiterung (allgem.)
Europa	europaweites Referendum bei Türkeibeitritt
Europa	EU-Budget (allgem.)
Europa	Nettobeitrag Österreichs
Europa	Förderungen, Subventionen, Regionalpolitik (alles außer Agrar)
Europa	GAP/Gemeinsame Agrarpolitik/Subventionen/Förderungen
Europa	Übergangsfristen für Zugang zum Arbeitsmarkt
Europa	Dienstleistungsrichtlinie/Bolkestein
Europa	Soziales Europa
Europa	Zusammenarbeit Justiz/Innenpolitik (allgem.)
Europa	Schengen/Frontex
Europa	europäische Polizei
Europa	europäischer Haftbefehl
Europa	Quotenregelungen für Flüchtlinge/Zuwanderer
Europa	gemeinsame Standards Flüchtlings-/Asylwesen
Europa	Liste sicherer Drittstaaten
Europa	GASP/Gemeinsame Außen- und Sicherheitspolitik (allgem.)
Europa	Militärischer Beistand der EU-Mitglieder (spezif.)
Europa	Bolognaprozess/einheitlicher Hochschulraum/BA+MA
Europa	Europäischer Binnenmarkt (policies; nicht EWR)
Infrastruktur	Ausbau Straßen/Verkehrsinfrastruktur (allgem.)
Infrastruktur	Ausbau Autobahnen (allgem.)
Infrastruktur	Private (Mit-)Finanzierung des Straßenbaus/Public Private Partnership
Infrastruktur	LKW-Maut
Infrastruktur	PKW-Maut/Road-Pricing
Infrastruktur	Kontrolle Straßenverkehr/Bestrafung Verkehrsdelikte
Infrastruktur	Radfahrer/Fußgänger
Infrastruktur	Privatisierung/Liberalisierung/Deregulierung Schienenverkehr/Bahn
Infrastruktur	Ausbau Bahn (allgem.)
Infrastruktur	Ausbau der Bahn (spezifische Projekte)
Infrastruktur	Öffentlicher Personenverkehr/öffentliche Verkehrsmittel
Infrastruktur	Privatisierung/Liberalisierung/Deregulierung Luftverkehr (auch AUA)
Infrastruktur	Ausbau Flughäfen/Luftfahrt (allgem.)
Infrastruktur	Besteuerung von Flugbenzin

Infrastruktur	Ausbau Wasserstraßen
Infrastruktur	Privatisierung/Liberalisierung/Deregulierung Energieversorgung
Infrastruktur	Agrartreibstoffe/Biodiesel/Agrosprit
Infrastruktur	Energieversorgung/Energiepolitik (allgem.)
Infrastruktur	Energie-Selbstversorgung/Unabhängigkeit/Autarkie
Infrastruktur	Energiepreise
Infrastruktur	Energiesparen
Infrastruktur	erneuerbare Energien (allgem.)
Infrastruktur	Wasserkraft
Infrastruktur	Atomenergie
Infrastruktur	Energie aus fossilen Brennstoffen
Infrastruktur	Benzinpreis
Infrastruktur	Privatisierung/Liberalisierung/Deregulierung Telekommunikation/Post
Infrastruktur	Telekommunikationssinfrastruktur
Infrastruktur	Infrastruktur (allgem.)
Infrastruktur	Raumordnung/Raumplanung/Raumentwicklung
Infrastruktur	Müllentsorgung/Mülltourismus/Müllverbrennung
Infrastruktur	Verkehr/Mobilität (allgem.)
Gesellschaft	Arbeitslosigkeit: Frauen
Gesellschaft	Anrechnung von Erziehungs-/Pflegezeiten für Pension; Mütterpension
Gesellschaft	Gleichberechtigung von Männern und Frauen
Gesellschaft	Soziale Sicherheit von Frauen
Gesellschaft	Schutz vor sexueller Belästigung
Gesellschaft	Vereinbarkeit Familie-Beruf (allgem.)
Gesellschaft	Gleicher Lohn bei gleicher Arbeit
Gesellschaft	Förderung von Frauen/Mädchen im Beruf/Ausbildung (allgem.)
Gesellschaft	Bevorzugung von Frauen bei gleicher Qualifikation (spezif.)
Gesellschaft	Quotenregelungen im öffentlichen Bereich
Gesellschaft	Quotenregelungen in Privatwirtschaft
Gesellschaft	Angleichung Pensionsalter Männer/Frauen
Gesellschaft	Gendermainstreaming/Genderbudgeting/Gender Budgeting
Gesellschaft	Frauen in Politik
Gesellschaft	traditionelle Ehe
Gesellschaft	Ehe und unverheiratete Beziehung/Patchworkfamilien gleichstellen
Gesellschaft	Adoptionsrecht für unverheiratete Paare (spezif.)
Gesellschaft	Vereinfachung Scheidungsrecht
Gesellschaft	Unterhaltszahlungen für Geschiedene/Kinder/Unterhaltsvorschuss durch Staat
Gesellschaft	Rechte geschiedener Väter
Gesellschaft	heterosexuelle Kontakte liberalisieren (Schutzalter senken etc.)
Gesellschaft	Homosexuelle: Gleichstellung/Gleichberechtigung/Unterstützung (allgem.)
Gesellschaft	Homosexuelle: Ehe
Gesellschaft	Homosexuelle: eingetragene Partnerschaft/Zivilpakt
Gesellschaft	Homosexuelle: Adoptionsrecht
Gesellschaft	Abtreibung (allgem.)
Gesellschaft	Abtreibung: Fristenregelung
Gesellschaft	Abtreibung: Indikationsregelung
Gesellschaft	Abtreibung: Beratung
Gesellschaft	Spätabtreibung
Gesellschaft	Babyklappen/anonyme Geburt
Gesellschaft	medizinisch-technische Eingriffe in Erbgut/Gentherapie/Stammzellenforschung

Gesellschaft	Patente auf Leben
Gesellschaft	Euthanasie/Sterbehilfe
Gesellschaft	Religion/Glaube/Kirche (allgem.)
Gesellschaft	Trennung Kirche-Staat (allgem.)
Gesellschaft	Christliche Symbole in öffentlichen Gebäuden/Schulen
Gesellschaft	Christlicher Religionsunterricht an öffentlichen Schulen
Gesellschaft	gesetzliche Anerkennung neuer Religionen/Kirchen/Sekten
Gesellschaft	Ethikunterricht (alternativ)
Gesellschaft	Zensur/Einschränkung Redefreiheit (allgem.)
Gesellschaft	Pornographie/Pornografie
Gesellschaft	Killerspiele/Gewaltverherrlichung
Gesellschaft	Glücksspiel/Wetten/Lotto
Gesellschaft	Werbeverbote aus ethischen Gründen (Pornographie/Pornografie, Gewalt)
Gesellschaft	Werbeverbote aus gesundheitlichen Gründen (Zigaretten, Alkohol)
Gesellschaft	Prostitution
Gesellschaft	Unterstützung/Entschädigung für NS-Opfer
Gesellschaft	Unterstützung/Entschädigung für Vertriebene/Wehrmachtsangehörige
Gesellschaft	Rechtsextremismus/Neonazis
Gesellschaft	Antisemitismus
Gesellschaft	Austrofaschismus/Ständestaat/Dollfuß-Regime
Gesellschaft	Minderheitenschutz (Kärntner Slowenen, burgenländische Kroaten, Roma)
Gesellschaft	mehrsprachige Ortstafeln
Gesellschaft	mehrsprachiger Schulunterricht/Kulturförderung
Gesellschaft	Bürgerrechte/Menschenrechte/Grundrechte
Gesellschaft	Pressefreiheit/kritische Öffentlichkeit
Gesellschaft	Presseförderung
Gesellschaft	ORF: Strukturreform/Reform Entscheidungsgremien
Gesellschaft	Gebühren für ORF
Gesellschaft	Werbung im ORF
Gesellschaft	Einfluss der Parteien im ORF
Gesellschaft	Privatfernsehen/Private Radiosender
Gesellschaft	Medienvielfalt/Medienlandschaft
Gesellschaft	Kronenzeitung/Boulevard
Gesellschaft	Öffentlich-rechtliches Fernsehen (ORF)
Gesellschaft	Patriotismus/Nationalismus/Heimat (allgem.)
Gesellschaft	österreichische Leitkultur/kulturelle Identität
Gesellschaft	Nationalhymne (bestehende)
Umweltschutz	Umweltschutz/Nachhaltigkeit/Naturschutz (allgem.)
Umweltschutz	härteres Umweltrecht, Verschärfung
Umweltschutz	Umweltministerium (Kompetenzen)
Umweltschutz	Naturschutzgebiete/Nationalparks
Umweltschutz	Benzinpreis
Umweltschutz	Ökosteuer
Umweltschutz	Pfandsysteme/Recycling/Abfallvermeidung/Mülltrennung
Umweltschutz	Einschränkung Transitverkehr/Fahrverbote LKW
Umweltschutz	Lärmschutz
Umweltschutz	Umweltverträglichkeitsprüfung
Umweltschutz	Klimaschutz (allgem.)/Kyotoprotokoll
Umweltschutz	Emissionshandel (Marktkräfte)
Umweltschutz	Luftverschmutzung/Feinstaub
Umweltschutz	Tierschutz (allgem.)
Umweltschutz	bundeseinheitliches Tierschutzgesetz (spezif.)

Umweltschutz	Tiertransporte/Legebatterien/Hormone in Tiermast
Umweltschutz	Tierversuche
Institutionenreform	Reform institutionelle Ordnung des Staates/Verfassungsreform (allgem.)
Institutionenreform	Parlamentarisches Regierungssystem
Institutionenreform	Präsidentielles Regierungssystem
Institutionenreform	Streichung/Verkleinerung politischer Institutionen (Präsident, Bundesrat ...)
Institutionenreform	Richtlinienkompetenz für Kanzler
Institutionenreform	Sozialpartnerschaft/Korporatismus/Pflichtmitgliedschaft in Kammern
Institutionenreform	Dritte Republik
Institutionenreform	Verweis auf anderes Bundesland
Institutionenreform	Verweis auf anderes Land
Institutionenreform	Demokratie/Partizipation/Mitbestimmung (allgem.)
Institutionenreform	Demokratie/Partizipation/Mitbestimmung: spezifische Gruppen
Institutionenreform	Leistung/Effizienz in Politik
Institutionenreform	Reform der Kammern (Wirtschaftskammer, Arbeiterkammer, ...)
Institutionenreform	Politische Kultur/politischer Anstand/ordentliches Verhalten Politiker
Institutionenreform	Gehaltserhöhung für Politiker/Bezüge
Institutionenreform	Offenlegung von Nebentätigkeiten/Politikereinkommen
Institutionenreform	Machtmissbrauch von/durch Parteien (allgem.)
Institutionenreform	Ämterpatronage/Proporz/Postenschacher/Parteibuchwirtschaft
Institutionenreform	legale Parteienfinanzierung (z. B. öffentlich und Spenden)
Institutionenreform	illegale Parteienfinanzierung/Korruption
Institutionenreform	Aufklärung spezifischer Skandale und Affären (inkl. Untersuchungsausschuss)
Institutionenreform	Föderalismus (allgem.)
Institutionenreform	Kompetenzen der Bundesländer
Institutionenreform	Zusammenlegung/Abschaffung von Bundesländern
Institutionenreform	Reform des Finanzausgleiches (allgem.)
Institutionenreform	Steuerhoheit für Länder
Institutionenreform	Bundesaufsicht über Länder/Gemeinden
Institutionenreform	Öffentlicher Dienst/Beamte (allgem.)
Institutionenreform	Einsparung Öffentlicher Dienst/Abbau Beamte
Institutionenreform	Reform/Verschlinkung/Modernisierung der Verwaltung/Abbau Bürokratie
Institutionenreform	Auskunftspflicht/Transparenz der Behörden/gläserner Staat
Institutionenreform	Privilegien von Beamten
Institutionenreform	Lehrerdienstrecht
Institutionenreform	Reform des Parlamentes (allgem.)
Institutionenreform	Kontrollrechte/Minderheitenrechte/Untersuchungsausschüsse
Institutionenreform	Abwahl des Parlamentspräsidenten
Institutionenreform	Innerparteiliche Demokratie/Vorwahlen von Kandidaten
Institutionenreform	öffentliche Parteienfinanzierung
Institutionenreform	Offenlegung/Beschränkung von Wahlkampfkosten
Institutionenreform	Frauen in Politik
Institutionenreform	Personalisierung des Wahlrechts
Institutionenreform	mehrheitsförderndes Wahlrecht/Mehrheitswahlrecht
Institutionenreform	proportionales/gerechtes Wahlrecht/Verhältniswahlrecht
Institutionenreform	Wahlrecht/Wählen mit 16
Institutionenreform	Erleichterungen für Auslandsösterreicher
Institutionenreform	Briefwahl (Inland)
Institutionenreform	Legislaturperiode
Institutionenreform	Bundeswahlbehörde/Stimmzettel: pro FPÖ

Institutionenreform	direkte Demokratie (allgem.)
Institutionenreform	Volksbegehren
Institutionenreform	Volksabstimmung
Institutionenreform	Volksbefragung
Institutionenreform	Volksabstimmung nach erfolgreichem Volksbegehren
Institutionenreform	Justizreform (allgem.)
Institutionenreform	Weisungsrecht des Justizministers
Institutionenreform	Verwaltungsgerichtshof/Verfassungsgerichtshof
Institutionenreform	gleichberechtigter Zugang zur Justiz (Gebühren senken etc.)
Institutionenreform	Beschleunigung von Gerichtsverfahren
Institutionenreform	außergerichtliche Einigung
Institutionenreform	Rechtsstaat
Institutionenreform	Unabhängigkeit der Justiz (allgem.)
Immigration	Einwanderung/Ausländer (allgem.)
Immigration	Beschränkung Anzahl Ausländer
Immigration	Kriterien für Einwanderung (Green Card, Punktesystem, Schlüsselarbeitskräfte)
Immigration	Familiennachzug/Familienzusammenführung
Immigration	Asyl/Aufnahme Flüchtlinge, Kriegsflüchtlinge, Verfolgte
Immigration	Aufnahme Wirtschaftsflüchtlinge
Immigration	Asylzentren/Erstaufnahmezentren/Schubhaftzentren
Immigration	Bleiberecht für Asylwerber
Immigration	Kontrolle von Asylwerbern/Aufenthaltspflicht/Schubhaft/Meldepflicht
Immigration	Asylmissbrauch/Asyl-Missbrauch
Immigration	Asylgerichtshof
Immigration	Beschleunigung/Verbesserung des Asylverfahrens (= keine Verschärfung)
Immigration	Abschiebung illegaler Ausländer/Asylwerber aus Drittstaaten
Immigration	Beschäftigungserlaubnis für Asylwerber
Immigration	Integration (allgem.)
Immigration	Maßnahmen zur Integration (Unterstützung)
Immigration	Maßnahmen zur Integration (Zwang/Anpassung)
Immigration	Wahlrecht für Ausländer (allgem.)
Immigration	Ausweitung des Wahlrechts für EU-Ausländer
Immigration	(kommunales)Wahlrecht für Nicht-EU-Ausländer
Immigration	Immigranten/Zweite Generation als Kandidaten
Immigration	Parallelgesellschaft
Immigration	Multikulturalismus/Dialog/Anerkennung von Differenz/Pluralismus
Immigration	Jus soli (Staatsbürgerschaft über Geburtsort)
Immigration	Jus sanguinis (Staatsbürgerschaft über Abstammung)
Immigration	doppelte Staatsbürgerschaft
Immigration	Erleichterte Einbürgerung/Zugang Staatsbürgerschaft (allgem.)
Immigration	Einbürgerung/Zugang Staatsbürgerschaft spezifische Personen
Immigration	Islam/Muslime (allgem.)
Immigration	Moscheen/Minarette/islamische Einrichtungen (allgem.)
Immigration	Islam in Schulen/beim Bundesheer
Immigration	Kopftuch/Burka/Niqab
Immigration	Zwangsverheiratung/Genitalverstümmelung/Ehrenmord/Kulturverbrechen
Immigration	Schächten
Immigration	islamischer Terrorismus/Islamismus/Fundamentalismus/Hassprediger
Immigration	Ausländerkriminalität (allgem.)
Immigration	Abschiebung ausländischer Straftäter (individuell)
Immigration	Abschiebung der Angehörigen ausländischer Straftäter

	(Kollektivstrafe)
Immigration	Kriminaltourismus
Immigration	Schlepperunwesen/Menschenhandel
Immigration	Sozialhilfe/Sozialleistungen nur für Österreicher
Immigration	Eigenes Sozialsystem für Ausländer
Immigration	Sozialmissbrauch durch Ausländer
Immigration	Abschiebung arbeitsloser Ausländer
Immigration	Verpflichtende Deutschkenntnisse vor Schuleintritt
Immigration	Ausbau Sprachförderung (Unterstützung)
Immigration	Unterricht in Muttersprache
Immigration	maximaler Ausländeranteil in Schulklassen
Immigration	eigene Schulklassen für Ausländer
Immigration	Vorrang für inländische Arbeitnehmer
Immigration	befristete Beschäftigungsbewilligung (Gastarbeiter, Saisonier, Erntehelfer)
Immigration	(illegales) ausländisches Pflegepersonal (spezif.)
Immigration	Arbeitserlaubnis für legale Ausländer
Immigration	antirassistische Initiativen (Staat, Gesellschaft)
Immigration	Ausländerfeindlichkeit/Rassismus
Regierungsbildung	Thema Regierungsbildung/Koalitionsfragen (allgem.)
Regierungsbildung	eigene Regierungsbeteiligung
Regierungsbildung	große Koalition (allgem.)
Regierungsbildung	SPÖ-ÖVP (SPÖ stellt Bundeskanzler)
Regierungsbildung	ÖVP-SPÖ (ÖVP stellt Bundeskanzler)
Regierungsbildung	SPÖ-FPÖ
Regierungsbildung	ÖVP-FPÖ
Regierungsbildung	SPÖ-Grüne
Regierungsbildung	ÖVP-Grüne
Regierungsbildung	ÖVP-FPÖ-BZÖ
Regierungsbildung	SPÖ-FPÖ-BZÖ
Regierungsbildung	mit der SPÖ ...
Regierungsbildung	mit der ÖVP ...
Regierungsbildung	mit der FPÖ ...
Regierungsbildung	mit dem BZÖ ...
Regierungsbildung	mit den Grünen ...
Regierungsbildung	SPÖ-Grüne-LIF
Regierungsbildung	SPÖ-LIF
Regierungsbildung	ÖVP-BZÖ
Regierungsbildung	Expertenregierung
Regierungsbildung	Allparteienregierung
Regierungsbildung	Minderheitsregierung
Regierungsbildung	Einparteienregierung
Regierungsbildung	Dreiparteienregierung
Ideologie	Sozialdemokratisch
Ideologie	Christdemokratisch
Ideologie	Konservativ/Bürgerlich
Ideologie	politische Mitte (Begriff/Slogan)
Ideologie	Liberal
Ideologie	Freiheitlich
Ideologie	Rechts/National
Ideologie	Grün/Alternativ
Ideologie	Kommunistisch/Sozialistisch/Links
Ideologie	Dritter Weg (Begriff/Slogan)
Politics	Wahlkampagnen der Parteien (allgem.)
Politics	Wahlkampfstil der Parteien (spezif.)

Politics	Wahlwerbung der Parteien (spezif.)
Politics	Wahlkampforganisation speziell (z.B. Wahlkampfzentralen, an Kampagnen beteiligte Agenturen, Macher-Porträts, Spin Doktoren etc.)
Politics	Wahlkampfkosten/-ausgaben (spezif.)
Politics	Onlinekampagnen der Parteien (Websites, Blogs, Unterstützungsplattformen, Social Networking Sites etc.)
Politics	Wahlkampfveranstaltungen (allgem.)
Politics	Proteste bei Wahlkampfveranstaltungen/Wahlkampfflashmobs (spezif.)
Politics	Fernseh-Auftritte PolitikerInnen (allgem.)
Politics	TV-Konfrontationen der Spitzenkandidaten (spezif.)
Politics	Spekulationen Wahlchancen (NICHT Wahlumfrage)
Politics	Wahlumfragen (Wahlabsicht/-präferenz)
Politics	Wahlbeteiligung (allgem.)
Politics	Wahlempfehlungen
Politics	Parteienprofile
Politics	Politikerprofile
Politics	Werte-/Moralverfall (allgem.)
Politics	Politikverdrossenheit
Politics	innerparteiliche Konflikte
Politics	Personalentscheidungen
Politiker in der allg. Berichterstattung	Familie/Lebenspartner der KandidatInnen
Politiker in der allg. Berichterstattung	Hobbies, sportliche Aktivitäten von PolitikerInnen (Joggen, Bergsteigen, Skifahren,...)
Politiker in der allg. Berichterstattung	Kulturelle Ereignisse
Politiker in der allg. Berichterstattung	Sportveranstaltungen
Politiker in der allg. Berichterstattung	Charity
Politiker in der allg. Berichterstattung	Katastrophen
Politiker in der allg. Berichterstattung	Unfälle
Politiker in der allg. Berichterstattung	Nachrufe/Todesfälle
Politiker in der allg. Berichterstattung	Jubiläen/Gedenktage/Rückblicke
Politiker in der allg. Berichterstattung	Hochwasserkatastrophe 2002
Politiker in der allg. Berichterstattung	Hochwasserkatastrophe 2013
Ergebnis	Ergebnis
nicht einordenbar	nicht einordenbar

Codebuch

Formale Ebene

V1 Beitragsidentifikation ID

Fortlaufende Nummerierung

V2 Medientyp

0 Partizipatives Medium

1 Traditionelles Medium

V3 Medium

1 linksunten.indymedia.org

2 provinnsbruck.at

3 radiofabrik

4 kärnöl

5 Der Standard

6 Kronen Zeitung

V4 Datum

V5 Titel

V6 Gesamtumfang

Anzahl der Wörter des Beitrags

V7 Autor

V8 Beitragsart

Interviews, Leserbriefe werden nicht in die Codierung mit aufgenommen

- 1 Kurznachricht, Meldung (maximal zwei Absätze)
- 2 Nachricht, Bericht (länger als zwei Absätze)
- 3 Reportage, Feature
- 4 Leitartikel, Kommentar, Kolumne, Glosse
- 5 Essay
- 6 Porträt
- 7 Rezension
- 8 Ankündigung, Aufruf
- 9 Sonstige Beitragsart

Inhaltliche Ebene

V9 Hauptthema

Thema, das den größten Raum (in Worten) innerhalb des Beitrags einnimmt. Nehmen zwei oder mehr Themen gleich viel Raum ein, wird das Erstgenannte codiert.

Exaktes Thema anhand Autnes Issue Liste

V10 Themenblock Hauptthema

- 1 Wirtschaft
- 2 Wohlfahrtsstaat
- 3 Budget
- 4 Bildung
- 5 Kultur
- 6 Sicherheit
- 7 Außenpolitik
- 8 Europa
- 9 Infrastruktur
- 10 Gesellschaft
- 11 Umweltschutz
- 12 Institutionenreform
- 13 Immigration
- 14 Regierungsbildung
- 15 Ideologie
- 16 Politics

- 17 Ergebnis
- 88 nicht vorhanden
- 99 nicht einordenbar

V11 Nebenthema

Siehe V9

V12 Themenblock Nebenthema

Siehe V10

V13 Bezugnahme/Quelle/Zitation

Erhebt ob eine Bezugnahme auf ein anderes traditionelles Nachrichtenmedium wie Fernsehen, Radio, Zeitschriften, Zeitungen bzw. deren Online Auftritte im Beitrag vorkommt.

Wird nur für partizipative Medien codiert.

- 0 keine Bezugnahme
- 1 Bezugnahme auf traditionelle Medien

V14 Bezugnahme/Quelle/Zitation modernes Medium

Erhebt ob eine Bezugnahme auf ein anderes Medium wie Blogs im Beitrag vorkommt.

Wird nur für partizipative Medien codiert.

- 0 keine Bezugnahme
- 1 Bezugnahme auf anderes Medium

V15 Bezugnahme auf den Wahlkampf

Erhebt ob innerhalb des Beitrags Bezug auf den Nationalratswahlkampf 2013 genommen wird.

- 0 nein
- 1 ja

V16 Auslöser-Ereignis

Erhebt ob der Anlass des Beitrags, also das auslösende Ereignis warum ein Beitrag geschrieben wurde, ein genuines, inszeniertes oder mediatisiertes Ereignis war. Wenn zwei Ereignisse als gleichwertige Auslöser vorkommen bzw. eine Unterscheidung nicht möglich ist, wird das erstgenannte codiert.

Falls sich ein Beitrag auf einen anderen Medienbeitrag bezieht, wird dessen Auslöser-Ereignis übernommen.

- 1 genuines Ereignis
- 2 inszeniertes Ereignis (Pressekonferenzen, TV-Duelle, „Freizeitbilder“, symbolische Politik von unten)
- 3 mediatisiertes Ereignis (Parteitage, politische Kundgebungen, Demonstrationen, Gedenkfeiern)
- 99 nicht erkennbar

V17 Bezugnahme auf TV-Duell

Erhebt ob innerhalb des Beitrags ein Verweis auf ein TV-Duell vorkommt.

- 0 kommt nicht vor
- 1 kommt vor

V18 Bezugnahme auf Pressekonferenz

Erhebt ob innerhalb des Beitrags ein Verweis auf eine Pressekonferenz vorkommt.

0 kommt nicht vor

1 kommt vor

V19 Bezugnahme auf Parteitag

Erhebt ob innerhalb des Beitrags ein Verweis auf einen Parteitag vorkommt.

0 kommt nicht vor

1 kommt vor

V20 Bezugnahme auf Demonstration

Erhebt ob innerhalb des Beitrags ein Verweis auf eine Demonstration vorkommt.

0 kommt nicht vor

1 kommt vor

V21 Bezugnahme auf Gedenkfeier

Erhebt ob innerhalb des Beitrags ein Verweis auf eine Gedenkfeier vorkommt.

0 kommt nicht vor

1 kommt vor

V22 Bezugnahme auf Wahlkampfveranstaltung

Erhebt ob innerhalb des Beitrags ein Verweis auf eine Wahlkampfveranstaltung (Wahlkampfauftritte, Wahlkampftour, ...) vorkommt.

0 kommt nicht vor

1 kommt vor

V23 Bezugnahme auf Wahlkampfstil

Erhebt ob innerhalb des Beitrags ein Verweis auf den Wahlkampfstil (Negative Campaigning, Wahlkampfstrategie, ...) vorkommt.

0 kommt nicht vor

1 kommt vor

V24 Verweis auf Wahlumfragen

Erhebt ob innerhalb des Beitrags ein Verweis auf eine Wahlumfrage vorkommt.

0 kommt nicht vor

1 kommt vor

V25 Verweis auf Spekulation Wahlchancen

Erhebt ob innerhalb des Beitrags ein Verweis auf Spekulationen über den Wahlausgang, die Wahlchancen oder Wahlchancen einer Partei bzw. eines Politikers vorkommt.

0 kommt nicht vor

1 kommt vor

V26 Symbolische Politik von unten

Erhebt ob innerhalb des Beitrags auf Handlungen des zivilen Ungehorsams z.B. Steuerverweigerungen, Sitzstreiks oder Besetzungen verwiesen wird?

0 kommt nicht vor

1 kommt vor

V27 Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Kompetenz

Reizwörter zur Identifizierung dieser Eigenschaft sind u.a. Intelligenz, Sachverstand, Qualifikation, Fähigkeit, Weitsichtigkeit, Entscheidungsfähigkeit, Geschick, Stärke, Einfallsreichtum bzw. deren Opponenten.

0 kommt nicht vor

1 kommt vor

V28 Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Durchsetzungsvermögen

Reizwörter zur Identifizierung dieser Eigenschaft sind u.a. durchboxen, packt an, kämpferisch, tatkräftig, entschlossen, aktiv bzw. deren Opponenten.

0 kommt nicht vor

1 kommt vor

V29 Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Ehrlichkeit

Reizwörter zur Identifizierung dieser Eigenschaft sind u.a. glaubwürdig, seriös, hält seine Versprechen bzw. deren Opponenten.

0 kommt nicht vor

1 kommt vor

V30 Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Moral

Reizwörter zur Identifizierung dieser Eigenschaft sind u.a. Moral, Tugendhaftigkeit, Integrität, Vertrauen, Anstand, Fairness, Loyalität bzw. deren Opponenten.

0 kommt nicht vor

1 kommt vor

V31 Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Charisma

Reizwörter zur Identifizierung dieser Eigenschaft sind u.a. Selbstbewusstsein, Siegertyp, Ausstrahlung, Erfolg bzw. deren Opponenten.

0 kommt nicht vor

1 kommt vor

V32 Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaft Erscheinungsbild, Image, Auftreten

Reizwörter zur Identifizierung dieser Eigenschaft sind u.a. jung, dynamisch, schön, fit, gut angezogen, Image, Gestik, Mimik, Blockkontakt, Kameraverhalten bzw. deren Opponenten.

0 kommt nicht vor

1 kommt vor

V33 Bezugnahme auf Akteurs-Eigenschaften Interaktionsmodus

Reizwörter zur Identifizierung dieser Eigenschaft sind u.a. konfrontativ, harmonisch, offensiv, defensiv, aktiv, passiv, angriffig bzw. deren Opponenten.

0 kommt nicht vor

1 kommt vor

Lebenslauf

Sebastian Mackowitz

Studium

Seit März. 2012	Magisterstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
Seit März. 2012	Masterstudium der Politikwissenschaft an der Universität Wien
Okt. 2008 - Jan. 2012	Bakkalaureatsstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien
Okt. 2008 – Jan. 2012	Bakkalaureatsstudium der Germanistik an der Universität Wien
Okt. 2007 – Juli 2008	Diplomstudium der Germanistik an der Universität Innsbruck

Schulbildung

1992- 1996	Volksschule in Innsbruck
1996- 2000	Reithmannngymnasium in Innsbruck
2000- 2006	HTBLA Anichstraße in Innsbruck mit Matura abgeschlossen

Berufserfahrung

März 2010 – Dez. 2011	Lomographic Society International, Archiv
Juni 2013 – Dez. 2014	Forschungsbeihilfe AUTNES Media Side am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft Wien

Abstract

Die technischen Publikationsmöglichkeiten des Internets ermöglichen einen Rollenwechsel der Mediennutzer von passiven MedienkonsumentInnen zu aktiven PartizipantInnen, die strikte Sender – Empfänger Trennung wird dadurch aufgehoben.

In dieser Masterarbeit wird die Berichterstattung kollektiver publizistischer Formate während der Nationalratswahl 2013 anhand einer qualitativen Inhaltsanalyse untersucht, um so das Potential der mobilisierenden Kraft einer kommunikativen Chancengleichheit aufzuzeigen. Ein Vergleich mit traditionellen Journalismusprodukten anhand der Themen, der berichteten Ereignisse und der auftretenden symbolischen Politik soll Aufschluss über die derzeitige Konsistenz des partizipativen Journalismus geben.

Während sich kein Unterschied bei der Verwendung symbolischer Politik-Elemente feststellen ließ, konnte aber bei der Themenauswahl das Pluralisierungspotential der partizipativen Medien nachgewiesen werden, obwohl sich die Berichterstattung beider Medientypen als Politics-dominiert zeigte. Bei der Frage durch welche Anlassereignisse die Berichterstattung ausgelöst wird, also genuine, inszenierte oder mediatisierte Ereignisse, konnte ebenfalls kein signifikanter Unterschied zwischen den beiden Journalismusformen nachgewiesen werden. Ein Blick auf die Politics Themen zeigte aber, dass traditionelle Medien öfter über inszenierte und mediatisierte Ereignisse berichteten als partizipative Medien.

The technical publishing possibilities of the internet enable a role change from passive consumer behavior to active participants. The stringent transmitter-receiver separation is repealed.

This thesis concentrates on the news coverage of collective journalism formats during the 2013 Austrian general election, to demonstrate the mobilizing powers of the equality of communication opportunities. The comparison with traditional journalism on the basis of issue coverage, trigger events and symbolic politics shall give an evaluation on the condition of participative journalism.

While there was no significant difference in the use of symbolic politic-elements, the potential which participative journalism can provide for the pluralization in respect of topic selection, could be proven during this study. Differences between genuine, stage managed and mediatized trigger events could also not be revealed. However, a closer look at the politics issues showed that traditional media are covering more stage managed and mediatized events than participative media within this topic.