



**Projektbericht im Rahmen
des Masterseminars „Fernsehen
in Europa: Strukturen, Programme, Inhalte“¹**

Die Qualität privat- kommerzieller Haupt- nachrichtensendungen hinsichtlich ihrer demokratiefördernden Rolle

Ein internationaler Vergleich

Tobias Frühauf und Felix Antoine

Abstract

Das demokratische System ist ein Bezugssystem, für welches die Medien kommunikative Leistungen erbringen. So werden Medien normativ danach bewertet, inwieweit sie zur Realisierung demokratischer Prinzipien beitragen. In diesem Sinne steuern Fernsehnachrichten zu einem "climate of opinion" bei (Hartley 1982: 56). Die Bedeutung der Fernsehnachrichten drückt sich auch in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung in einer Vielzahl von Studien aus, die Nachrichten zum Gegenstand ihrer Untersuchung haben. Das vorliegende Forschungsprojekt konzentriert sich auf die Analyse der inhaltlichen Merkmale von Fernsehnachrichtensendungen. Die konkrete Zielsetzung des Projekts besteht darin, die Qualität privat-kommerzieller Hauptnachrichtensendungen in den Ländern Deutschland, Spanien und den USA zu untersuchen und zu vergleichen. Die Herleitung der Zielsetzung, die notwendige Eingrenzung des Untersuchungsgegenstands sowie die Ableitung der Qualitätskriterien spiegeln sich im Aufbau des theoretischen Teils der Arbeit, vom Forschungsstand bis hin zur Funktion der Medien in der westlichen Demokratie und der Operationalisierung des Qualitätsbegriffs, wider. Im Mittelpunkt steht die Frage, inwiefern sich die Qualität privat-kommerzieller Hauptnachrichtensendungen in verschiedenen Ländern hinsichtlich ihrer demokratiefördernden Rolle ähnelt oder unterscheidet.

¹ Das Masterprojekt wurde im Studienjahr 2012/2013 im Rahmen von drei Lehrveranstaltungen unter der Leitung von Prof. Dr. Josef Trappel, Mag. Manuela Grünangerl und Mag. Dr. Sascha Trültzsch an der Universität Salzburg durchgeführt.

Keywords

Medienqualität, Mediensystem, Demokratieförderung, Fernsehnachrichten, privat-kommerzieller Rundfunk, komparative Forschung

Zitiervorschlag

Frühauf, Tobias/Antoine, Felix (2013): Die Qualität privat-kommerzieller Hauptnachrichtensendungen hinsichtlich ihrer demokratiefördernden Rolle. Ein internationaler Vergleich. In: kommunikation.medien, Ausgabe 2. [<http://www.kommunikation-medien.at>]

1. Einleitung

„Mehr als jede andere Form politischer Herrschaft ist Demokratie auf Kommunikation angewiesen.“ (Voltmer 1999: 13) In repräsentativen Demokratien ist öffentliche Kommunikation unerlässlich. Die Kommunikation zwischen Regierenden und Regierten ist eine zentrale Voraussetzung für gelebte Demokratie. „Aufgrund ihrer Kapazität, große Mengen an Information zu sammeln, zu verarbeiten und zu verbreiten, sind die Medien Teil des Vermittlungssystems zwischen Bürgern und politischen System.“ (ebd.) Wenn daher über Leistungen und Fehlleistungen der Politikvermittlung durch Massenmedien in modernen industriestaatlichen Demokratien gesprochen wird, rückt vor allem das Fernsehen in den Mittelpunkt der öffentlichen und wissenschaftlichen Diskussion (vgl. Maurer 2005: 9). Das Massenmedium Fernsehen und spezifischer Fernsehnachrichten nehmen in der heutigen Gesellschaft eine wichtige soziale Rolle ein (vgl. McQuail 1992: 8). Nachrichtensendungen stehen dabei im Fokus, da das Nachrichten-Genre im Kern verantwortlich ist für die Position der Medien als eine privilegierte soziale Institution (vgl. McQuail 2010: 376). Hartley (1982: 56) spricht davon, dass Fernsehnachrichten soziales Wissen und kulturelle Werte produzieren.

Die Qualität der von den Medien erbrachten Vermittlungsleistung ist folglich von entscheidender Bedeutung (vgl. Voltmer 1999). Fernsehen ist allerdings kein reines Informations-, sondern primär ein Unterhaltungsmedium (vgl. Maurer 2005: 9). In diesem Sinne herrscht bei privat-kommerziellen Fernsehanbietern die Unterhaltungsmaxime. Fernsehnachrichten allerdings sind eine wichtige Informations- und Bildungsquelle in der heutigen Gesellschaft, die es zu bewahren und zu schützen gilt (vgl. Kamps 1998: 33). In vielen europäischen Ländern ist das öffentlich-rechtliche

Fernsehen per Regularien dazu verpflichtet, einen gewissen Anforderungskatalog an Qualitätsstandards einzuhalten. Private Fernsehsender jedoch müssen sich meist an diesen Anforderungskatalog nicht halten bzw. nur in abgeschwächter Form. Nachrichtensendungen werden allerdings nicht nur im öffentlich-rechtlichen Fernsehen produziert und vom Publikum rezipiert, sondern auch privat-kommerzielle Sender bieten alltäglich Nachrichtensendungen, oftmals auch parallel, an. Ziel dieses Beitrags ist es nun die Qualitätsmerkmale privat-kommerzieller Fernsehanbieter zu bestimmen, die für den demokratischen Meinungsbildungsprozess von Bedeutung sind, und die Leistungen dieser mittels der identifizierten Kriterien zu bewerten. Ein Vergleich der Länder Deutschland, Spanien und den USA soll darüber Aufschluss geben, inwiefern sich die Qualität privat-kommerzieller Hauptnachrichtensendungen in verschiedenen Mediensystemen hinsichtlich ihrer demokratiefördernden Rolle ähnelt oder unterscheidet.

2. Definition von Nachrichten und Nachrichtensendungen

Westerbarkey (1992: 285), der sich mit den Wirkungen von Nachrichtenfaktoren beschäftigt, definiert Nachrichten als „deskriptive Aussagen von geringer thematischer und sprachlicher Komplexität über Ereignisse. [...] Ereignisse sind Veränderungen von Beständen oder Veränderungen von Veränderungen, die als solche wahrgenommen werden.“ (ebd.) Damit besteht ein Zwang zur Reduktion der Informationskomplexität, denn nur ein Bruchteil der alltäglichen weltweiten Ereignisse kann tatsächlich zur Nachricht werden. Im Zusammenhang mit dem Nachrichtenprozess beschreibt Kühn (2010: 24) Nachrichten als „ein journalistisches Produkt, das zwar Nachrichtenjournalisten erstellen, dessen Profil aber letztlich durch die gesamtgesellschaftlichen Strukturen bestimmt wird“. Nachrichten dienen als Transporteur von aktuellen und relevanten Informationen (vgl. ebd.: 25). Dabei übt vor allem das Medium (Zeitung, Radio, Fernsehen etc.), in dem Nachrichten verbreitet werden, einen wesentlichen Einfluss auf deren Form aus (vgl. Hartley 1982: 5). Was sind also *klassische Merkmale* für Fernsehnachrichtensendungen?

Solche Merkmale sind einerseits inhaltliche Merkmale, wie Aktualität, Ausrichtung auf das allgemeine öffentliche Interesse oder thematische Universalität, und andererseits auch sendungstechnische Charakteristika, wie Sendungsvorspann und -abspann, die Vielfalt journalistischer Darstellungsformen und die Dauer oder Ankündigung der

Sendung (vgl. Maurer 2005: 71). Zusammenfassend sind zentrale Kriterien für Nachrichtensendungen (vgl. ebd.: 71-79):

- Aktualität der Berichterstattung
- Ausstrahlungsrhythmus bzw. die Ausstrahlung zu festen Zeitpunkten
- Erwartbarkeit von Sendungen – so sind nur die Sendungen als Nachrichten einzustufen, die vorher als solche angekündigt wurden
- Universalität, weil Nachrichten aktuelle Geschehnisse aus allen thematischen Bereichen umfassen
- Orientierung an der Allgemeinheit, das bedeutet sie sind nicht an spezifischen Zielgruppen ausgerichtet
- Dauer von fünf bis 30 Minuten, je nach Sender

Auf das Programm bezogen definieren Meckel und Kamps (1998: 11) Fernsehnachrichten: „Als Programmtyp sind Fernsehnachrichten ein meist fixiertes Angebot der Sender [...]. Sie dienen ihrem Publikum als Chronisten, Dokumentare, Archivare und Vermittler tagesaktueller Information.“ Gemessen an Kontinuität, Glaubwürdigkeit, Reichweite und subjektiven Nutzen sind Fernsehnachrichten die Gattung, die den Informationserwartungen der Zuseherinnen und Zuseher am eindringlichsten entgegenkommt (vgl. ebd.). Bei der Frage nach der Definition von Nachrichtensendungen verweisen Bruns und Marcinkowski (1997: 70) auf die Vielfältigkeit dieses Typs hin: So gibt es u.a. Hauptnachrichten, Kurznachrichten, Nachrichtenmagazine, regionale Nachrichten und Presseschauen. Der Fokus auf die Hauptnachrichtensendungen begründet sich dadurch, dass diese im Gegensatz zu den anderen Nachrichtenkategorien als „Standardnachrichten“ (Maurer 2005: 76) zu klassifizieren sind und alle von Maurer angeführten Kriterien erfüllen.

3. Qualität und Nachrichten: Forschungsstand

Schneider (1996: 26) formuliert polarisierend: „Qualität hat in aller Regel mit Geld zu tun. Die Idee, es reiche, kreativ zu sein, man müsse zur Verwertung von Ideen nicht besonders reich sein, kann nur dort entstehen, wo man das Wort ‚kreativ‘ ohnehin zu häufig und unnützlich im Munde führt.“ Qualität lässt sich allerdings weder so leicht auf finanzielle Mittel noch auf Kreativität zurückführen. „Im amerikanischen Journalismus [...] werden Diskussionen über Qualität und Erfolg seit jeher konkret, am passenden Produkt oder bezogen auf bestimmte, als Vorbilder ausgewählte Personen und Leistungen geführt.“ (Kübler 2005: 195) Zur Beurteilung einer Sendung oder des

gesamten Programms eines Fernsehsenders reicht es nicht, sich nur auf zentrale Indizes wie Marktanteil und Sehbeteiligung zu verlassen (vgl. Engel/Schlinker 2009: 603). „*Einen* Qualitätsmaßstab gibt es nicht. Qualität ist unter anderem abhängig vom Medium, der Zielgruppe, dem Genre und auch der Quellenlage.“ (Ruß-Mohl 1992: 85) In der Medien- und Kommunikationswissenschaft entbrannte damit ein Fachdiskurs darüber, was publizistische Qualitätskriterien sind und wie man sie begründen kann. Über allgemein gültige Qualitätskriterien sind sich die Forscherinnen und Forscher derzeit jedoch nicht einig (vgl. Oehmichen/Schneider 2008: 15). Dies liegt daran, dass die Kriterien nicht mit Hilfe einer objektiven Matrix festgehalten werden können:

Es gibt keine objektiv gültige Vorgehensweise, unterschiedliche Qualitäten trennscharf zu identifizieren und voneinander zu unterscheiden. Die einzige Möglichkeit der Objektivierung der Erkenntnisse besteht darin, die eingesetzten Verfahren zur Beurteilung von Qualität in allen ihren Teilen und Einzelschritten zu explizieren, kontinuierlich kritisch zu überprüfen und der internen und externen Diskussion zu unterwerfen. (Oehmichen/Schneider 2008: 16)

In diesem Sinne gibt es in den letzten Jahren in verschiedenen Ländern, als Reaktion auf die zunehmende Privatisierung der Medien, eine Reihe von Publikationen und Forschungen bezüglich der Qualität des Fernsehens (vgl. McQuail 2010: 343). Generell lassen sich dabei verschiedene Ansätze unter unterschiedlichen theoretischen Annahmen zur Begründung publizistischer Qualität erkennen (vgl. Bucher et al. 2012: 18f.):

- Akteursorientierte Ansätze, die Qualität auf gutes journalistisches Handeln zurückführen
- Rollen- oder organisationstheoretische Ansätze, die Journalismus als Form des sozialen Handelns betrachten
- Systemtheoretische Ansätze, die Qualitätskriterien funktional aus der Logik des Systems Journalismus ableiten
- Demokratietheoretische Ansätze, die normativ die Leistungen der Medien zur demokratischen Meinungsbildung definieren

Jeder dieser Ansätze ermöglicht es jeweils spezifische Qualitätskriterien herzuleiten und zu begründen. So ambitioniert und facettenreich die kategorialen Ansätze auch sind, lassen sich daraus jedoch keine universell geltenden Kriterien für Qualität ableiten. Der Qualitätsbegriff ist für Fernsehfilme, Nachrichten etc. jeweils spezifisch zu diskutieren (vgl. Kübler 2005: 198). Hinsichtlich Nachrichten untersuchen viele Studien den Weg der Nachrichtenproduktion, um Kriterien der Selektion zu erschließen. Ruhrmann und Göbbel (2007) zeigen in einer Studie zur Veränderung der Nachrichtenfaktoren auf, dass Nachrichten sich kommerziellen Mustern annähern,

indem sie immer unpolitischer und serviceorientierter werden und Nachrichtenfaktoren wie Personalisierung, Kontroverse und auch Aggression zunehmen. Bird (1998) untersucht die Boulevardisierung amerikanischer Fernsehnachrichten und folgert aus ihrer Rezeptionsstudie, dass ein echter Trend zu Personalisierung und Dramatisierung festzustellen ist, der Nachrichten zugänglicher für viele macht, aber zu einer Trivialisierung dessen führt, was Menschen von Nachrichten lernen.

Welches Informationsmaterial Journalistinnen und Journalisten über Nachrichtenagenturen in Deutschland bekommen, untersuchte Hagen (1995). Als Qualitätskriterien wählte er Relevanz, Richtigkeit, Transparenz, Sachlichkeit, Ausgewogenheit, Vielfalt, Aktualität und Verständlichkeit. Qualität ist dabei als Summe der genannten Kriterien zu betrachten, was jedoch die Frage der Gewichtung aufwirft und anhand multivalenter Kriterien schwer nachzuvollziehen ist. Einen empirischen Leistungsvergleich zwischen privat-kommerziellem und öffentlich-rechtlichem Fernsehen verfolgten Schatz und Schulz (1992) in ihrer Analyse von Qualität. Sie definieren Qualität „als Eigenschaft, die bestimmten Normen entspricht“ (ebd.: 690). Allerdings müssen bei der Beurteilung von Programmen verschiedene Wertesysteme (politische Werte, Werte der Ästhetik, Werte des Publikums, Werte der Profession) beachtet werden, die sich vermutlich von Land zu Land unterscheiden. Als verbindlichen normativen Orientierungsrahmen wählten Schatz und Schulz gesetzliche Regularien wie Gesetze und Staatsverträge. Vor diesem Hintergrund formulierten die Autoren fünf zentrale Kriterien: Vielfalt, Relevanz, Professionalität, Akzeptanz und Rechtmäßigkeit.

Grundsätzlich gilt es die Kriterien auf die jeweilige Problemstellung hin zu präzisieren. Bezogen auf die Analyse der Qualität von Nachrichten nennt McQuail (2010) neben dem Freiheitsgrad und inhaltlicher Vielfalt präzierte Qualitätskriterien wie Genauigkeit, Vollständigkeit, Relevanz und Objektivität. Für die hier diskutierte Problemstellung muss der Qualitätsbegriff des Weiteren im Hinblick auf Medien und ihre demokratische Funktion präzisiert werden.

4. Medien und ihre demokratische Funktion in Zeiten der Kommerzialisierung

Eine der Hauptaufgaben der Kommunikationswissenschaft ist es, den Zusammenhang zwischen Mediensystemen und politischen Systemen zu erforschen. Hierbei ist die am

meisten beachtete Forschungslinie jene, die sich mit der Ko-Evolution dieser beiden Forschungsgegenstände beschäftigt (vgl. Donk et al. 2012: 503). Innerhalb dieser Linie wird weitestgehend die Ausrichtung des Mediensystems an dem ihm zugrundeliegenden politischen System untersucht (z.B. Siebert et al. 1956; Hallin/Mancini 2004). In diesen Arbeiten wird anhand der Freiheiten, welche den Medien durch die jeweilige Herrschaftsform gewährt werden, ein Kategorienschema entworfen, damit auf dieser Basis internationale Vergleiche entstehen können. Eine deutlich weniger populäre Forschungsrichtung fragt im Umkehrschluss nach den Aufgaben, welche die Medien zu erfüllen haben, um das politische System, in dem sie operieren, zu fördern. Hierbei wird vor allem in die Richtung der demokratiefördernden Leistungen der Medien geforscht (z.B. Trappel/Meier 2011; Trappel et al. 2011). Für die vorliegende empirische Untersuchung sind insbesondere jene zuletzt genannten Arbeiten mit Blick auf die demokratiefördernden Leistungen der Medien relevant.

Die durch die geplatze Spekulations- und Immobilienblase verursachte Wirtschaftskrise erfasste mit kurzer Verzögerung auch die Medienbranche. Da sich das Fernsehen vor allem aus Werbeeinnahmen finanziert² (vgl. Zentralverband der Werbewirtschaft 2012: o.S.), sind diese Medienunternehmen stark von der globalen Konjunktur abhängig. Durch die neue Ausrichtung der Etats vieler krisengeschüttelter, werbetreibender Konzerne (zur Last der Werbeausgaben) traf dies insbesondere die privat-kommerziellen Fernsehanbieter (vgl. Trappel 2011: 233f.). Infolge dessen sahen sich viele Medienunternehmen gezwungen ihre Kosten zu senken, was in der Medienbranche gleichbedeutend mit Stellenabbau in den Redaktionen ist, da die Fixkosten zur Erstellung des gesendeten Contents fast die einzigen Einsparungsmöglichkeiten sind (vgl. ebd.: 234).

Im Anschluss an diese Korrekturen zur Erhaltung der Profitabilität wurden die Medienunternehmen von unterschiedlichen Seiten angesichts ihrer starken kommerziellen Ausrichtung kritisiert (vgl. ebd.). Eine fortschreitende Kommerzialisierung des Medienbereichs bzw. „die verstärkten Einflüsse der Werbewirtschaft auf die Medienproduktion, auf den Journalismus und auf die Medienrezeption“ (Siegert et al. 2010: 519f.) sind festzustellen. McQuail (2010: 551) sieht den Prozess der Kommerzialisierung ähnlich kritisch: „A process by which media structures and contents come to reflect the profit seeking goals of media industries and are too much governed by market considerations.“ Besonders anfällig für diese

² Die Finanzierung über Gebühren betrifft nur den öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

Entwicklung sind privat-kommerzielle Fernsehanbieter, da die Finanzierung durch Werbung die wirtschaftliche Existenzgrundlage bildet. Folgen sind ein Trend der Boulevardisierung und ein Sinken der publizistischen Qualität (vgl. Picard 2004: 61). In diesem Zusammenhang sind Inhalte vermutlich anspruchsloser, konformistischer, standardisierter und oberflächlicher (vgl. McQuail 2010: 572).

Die Auswirkungen dieser Krise haben die Logik der Medienunternehmen deutlich offenbart und es stellt sich die Frage, inwiefern Medien in der heutigen Demokratie noch ihre Leistungen zur Funktionserhaltung erfüllen? Diese Rolle ist allerdings nicht explizit festgeschrieben und wird deswegen aus einem gesellschaftlichen Aushandlungsprozess erschlossen (vgl. Trappel 2011: 235). Als Orientierungshilfe kann man das in fast jeder westlichen Demokratie geltende Selbstverständnis heranziehen (vgl. ebd.). Da in einer Demokratie alle (politische) Macht vom Volk ausgeht, ist es unabdingbar, dass die Bürgerinnen und Bürger Zugang zu politischen Informationen und Meinungen haben. Diese Funktion übernehmen idealtypisch die Massenmedien (vgl. Donk et al. 2012: 505). Jesper Strömbäck (2005: 332) fasst den Beitrag der Massenmedien zu einer funktionierenden Demokratie mit drei Grundfunktionen zusammen: 1.) Medien garantieren den freien Informationsfluss, 2.) schaffen ein öffentliches Forum für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Demokratie zur Artikulation von Meinungen und Interessen und 3.) sie agieren als Kontrolleure politischer Macht. Diese Grundpfeiler wurden innerhalb der Studie *Media for Democracy Monitor (MDM)* zu drei Indikatorenbündeln für die demokratische Performanz der Medien ausformuliert (vgl. Donk et al. 2012: 505):

- *Freiheit (Freedom)*: Damit ist der garantierte freie Informationsfluss mit relevanten und nützlichen Inhalten gemeint. Hierbei soll herausgefunden werden, inwiefern die Massenmedien die von der Politik gewährten Freiheiten zum Vorteil und Wohle der Demokratie nutzen. Aus dieser Dimension kann die Informationsfunktion der Medien begründet werden, was bedeutet, dass sie die Selbstbeobachtung der Gesellschaft übernehmen (vgl. Voltmer 1999: 13).
- *Gleichheit (Equality)*: Der Begriff beschreibt die Forumsfunktion der Medien für Interessen und Meinungen. Die Aufgabe der Medien ist es nicht nur Informationen aufzubereiten und zu verbreiten, sondern sie tragen auch zu dem wichtigen demokratischen Prozess der Meinungsbildung bei, indem sie Orientierungsleistungen übernehmen (vgl. Voltmer 1999: 161). Dabei ist besonders wichtig, dass ein Forum für die gesamte Bandbreite politischer Meinungen zur Verfügung steht und dass sämtliche politische Akteurinnen und

Akteure über die Medien ihre Botschaften an die Öffentlichkeit adressieren können (vgl. Voltmer 2000: 3).

- *Kontrolle (Control)*: Damit ist die Kontrolle von gesellschaftlicher Macht gemeint. Die Kontrollfunktion ist notwendig um eventuelle Einschränkungen der Freiheit oder Normverletzungen durch Staat oder Politik aufzuzeigen und damit zu verhindern. Des Weiteren bezieht sich die Kontrolle auch auf Institutionen abseits von Staat und Politik, welche ihre Interessen mit ökonomischer oder sozialer Macht durchzusetzen versuchen.

Die Funktionen, welche die Medien für die Demokratie leisten, sind bei Strömbäck (2005), Donk et al. (2012) und Voltmer (1999) ähnlich. Im weiteren Verlauf der Arbeit wird sich weitestgehend auf die Kriterien von Voltmer bezogen.

5. Operationalisierung des Qualitätsbegriffes

Die Beurteilung von Medieninhalten ist oft subjektiv (vgl. Hohlfeld 2003: 205). Daher müssen Überlegungen zur Objektivierung des Subjektiven anhand tragender Indikatoren für Qualität angestellt werden. Aus empirischer Sicht entspricht Qualität einem Merkmal, das Standards genügt, die auf zentralen Werten und Normen beruhen (vgl. Schulz 1996: 47). Ob diese Standards auf ästhetischen, professionellen, rechtlichen oder demokratietheoretischen Gesichtspunkten basieren, ist eine Selektionsentscheidung und ist anhand der Problemstellung zu erörtern. „In diesem Sinne ist der Qualitätsbegriff variabel und hinsichtlich jedes zu beurteilenden Gutes aufs Neue erklärungsbedürftig.“ (Hohlfeld 2003: 207)

In dem vorliegenden Forschungsprojekt wird sich dem Qualitätsbegriff aus demokratietheoretischer Perspektive genähert. Normative Leistungen der Medien zur demokratischen Meinungsbildung stellen somit den Ausgangspunkt zur Erschließung von Qualitätskriterien dar. Theoriebasierte normative Annahmen zur Bedeutung der Medien und Nachrichten hinsichtlich ihrer demokratiestützenden Rolle werden in spezifische, empirisch nachvollziehbare Qualitätskriterien übersetzt.

McQuail (1992) entwirft einen Rahmen für die Messung und Bewertung von Medieninhalten, dem Kriterien zugrunde liegen, die nicht aus dem Rundfunkrecht wie bei Schatz und Schultz (1992), sondern aus allgemeinen Werten und Normen abgeleitet werden. Als Hauptkriterien identifiziert er: Freiheit, Gleichheit und Ordnung. Allerdings gebraucht McQuail (1992) explizit den Begriff der *Media Performance* und nicht Qualität, weswegen sich in diesem Beitrag auf die Ausführungen von Voltmer

(1999) gestützt wird. Sie übersetzt die aus der Gesellschaftsperspektive entwickelte Konzeption von Medienperformanz, bereits unter Einbezug der in aktueller Forschung herausgestellten demokratischen Grundfunktionen von Medien (vgl. Strömbäck 2005; Donk et al. 2012), in empirisch messbare Indikatoren. Anhand der Auseinandersetzung mit normativen Prämissen im Zusammenhang mit Medienqualität und Demokratie sowie durch das Aufzeigen von Leistungserwartungen an die Medien entwickelt sie wesentliche demokratiethoretische Qualitätskriterien wie Vielfalt, Objektivität, ideologische Strukturierung und Kritik.

Funktion der Medien	Qualität
Information	Vielfalt Objektivität
Orientierung	Strukturierung
Kontrolle	Kritik

Abbildung 1: Schema demokratiethoretischer Qualitätskriterien in Anlehnung an Voltmer (1999: 64)

Ausgehend von diesem Ansatz kann die Qualität von Nachrichtensendungen hinsichtlich ihrer demokratiefördernden Rolle in empirisch messbare Indikatoren überführt werden. Information und Kontrolle stellen aus demokratiethoretischer Sicht zentrale Funktionen der Medien dar (vgl. Voltmer 1999: 30). Medienanbieter, auch privat-kommerzielle, stehen in der Pflicht, eine möglichst umfassende publizistische Repräsentation aller Interessen und Meinungen zu gewährleisten. Aus demokratiethoretischer Perspektive bemisst sich die Qualität publizistischer Leistungen damit besonders daran, inwieweit die Medien Bürgerinnen und Bürger zu einer *begründeten Meinungsbildung* befähigen (vgl. ebd.). „Unter dem Gesichtspunkt rationaler Entscheidungsfindung geht es hier darum, den Bürgern Wissen zu vermitteln, das sie befähigt, die zur Wahl stehenden Alternativen zu identifizieren und auf die eigenen Präferenzen zu beziehen.“ (ebd.: 183) Die rationale Entscheidungsfindung der Bürgerinnen und Bürger ist jedoch eingeschränkt. „The term ‘bounded rationality’ is used to designate rational choice that takes into account the cognitive limitations of the decision maker – limitations of both knowledge and computational capacity.“ (Simon 1997: 191) Die Wahrnehmung der Bürgerrolle ist als eher nachgeordneter Aspekt des Alltagshandelns zu betrachten und der Aufwand des Erwerbs umfassender Information steht oft in Konflikt mit anderen Verpflichtungen und Bedürfnissen.

Das Aufzeigen von Ursachen und Erklärungszusammenhängen sowie die Bewertung konkurrierender Standpunkte sind folglich neben den faktenorientierten Funktionen der Information und Kontrolle eine wichtige Aufgabe der Medien, da auf diese Weise Informationen Bedeutung und Relevanz gewinnen. (Voltmer 1999: 30)

Medien übernehmen somit eine *Orientierungsfunktion*, die der Tatsache Rechnung trägt, dass Fakten nicht für sich sprechen und der Einordnung in Bedeutungszusammenhänge bedürfen (vgl. ebd.: 183). Damit sind *Vielfalt* und *Strukturierung* unerlässlich im demokratischen Meinungsbildungsprozess. Das Kriterium der Objektivität definiert Voltmer (ebd.: 147) als faktische Richtigkeit. McQuail (2010: 200) merkt allerdings an, „it should not be confused with the broader notion of truth“. Er beschreibt bestimmte Eigenschaften, die Objektivität ausmachen:

One main feature is the adoption of a position of detachment and neutrality towards the object of reporting. Secondly, there is an effort to avoid partisanship: not taking sides in matters of dispute or showing bias. Thirdly, objectivity requires strict attachment to accuracy and other truth criteria (such as relevance and completeness). It also presumes a lack of ulterior motive or service to a third party. (McQuail 2010: 200)

Konzeptuell ist Objektivität damit kein direkt demokratieförderndes Qualitätskriterium, sondern ein professionsbedingtes Anforderungsmerkmal an Medien, dessen Erfüllung sich in verschiedene Bereiche erstreckt. Demokratietheoretisch relevant ist eher das Prinzip der Ausgewogenheit (Für und Wider), das in dem vorliegenden Beitrag unter dem Kriterium der Vielfalt untersucht wird. Ebenso soll in dieser Untersuchung dem Qualitätskriterium Kritik mehr Augenmerk geschenkt werden, da Medien eine Kontrolle der drei Staatsgewalten durch öffentliche Kommunikation ermöglichen (vgl. Beck 2007: 95). Die Qualitätskriterien *Vielfalt, Strukturierung und Kritik* werden daher im weiteren Verlauf näher diskutiert, um daraus Indikatoren zu ihrer empirischen Überprüfung abzuleiten.

5.1 Vielfalt

Vielfalt ist ein zentrales Kriterium zur Beschreibung der Qualität publizistischer Informationsleistungen. Die Sicherung der Vielfalt ist als notwendige Bedingung für das Funktionieren der Demokratie zu sehen, „da die freie politische Meinungsbildung des Einzelnen entscheidend davon geprägt wird, in welchem Maße er Zugang zu den vielfältigen Interessen und Meinungen im demokratischen Diskurs hat“ (Maurer 2005: 93). Vielfalt der Medieninformation bedeutet aus demokratietheoretischer Perspektive, dass die in der politischen Auseinandersetzung vorhandenen Alternativen in ihrer Breite und Unterschiedlichkeit publizistisch repräsentiert sind (vgl. Voltmer 1999: 38). Im Sinne der *Gleichheit* (vgl. Donk et al. 2012: 505) gilt es über alle relevanten

Probleme zu berichten, unterschiedliche (politische) Positionen zu repräsentieren und Akteurinnen und Akteuren Zugang zu öffentlicher Aufmerksamkeit zu ermöglichen. Vielfalt der Medieninformation trägt damit in besonderem Maße zu einem „enlightened understanding“ der Bürgerinnen und Bürger bei, einer auf der Kenntnis aller relevanten zur Wahl stehenden Alternativen beruhenden Entscheidungsfindung (vgl. Voltmer 1999: 123).

Im Fokus dieses Forschungsprojekts steht die inhaltliche Vielfalt. Vielfalt bezieht sich hierbei auf die quantitative Präsenz von Themen, Akteurinnen bzw. Akteuren und Meinungen in den Nachrichtensendungen. Bei Akteurinnen und Akteuren handelt es sich um für die Meinungsbildung relevante, kollektive und individuelle Akteurinnen und Akteure, wie z.B. Parteien und Interessensverbände bzw. Politikerinnen und Politiker. Meinungen bezeichnen Präferenzäußerungen, in denen für bestimmte Werte und Ziele Stellung bezogen wird, Strategien zur Lösung bestehender Probleme angeboten und Gruppeninteressen vertreten werden (vgl. ebd.: 39). Schatz und Schulz (1992) weisen zudem darauf hin, dass auch die Präsenz von Themen in die Beurteilung des Kriteriums Vielfalt mit einfließen muss, da bestimmte Interessen oder Probleme eng mit bestimmten Themen verknüpft sind. Dementsprechend wird das Kriterium Vielfalt mithilfe der Faktoren Themenvielfalt, Akteursvielfalt und Meinungsvielfalt untersucht.

5.2 Kritik

„Medien stehen in demokratischen Staaten nicht im Dienst der Regierung, sie unterliegen keiner zentralen Lenkung oder Zensur, sondern sind Foren, in denen auch Kritiker [...] zu Wort kommen.“ (Beck 2007: 94f.) Besonders die staatliche Macht, aber auch Wirtschaftskonzerne sollen durch die öffentliche Kommunikation in den Medien kontrolliert werden. „Durch Kritik werden Mißstände [sic!] aufgedeckt und an das Licht der Öffentlichkeit gebracht, die von den Verantwortlichen ignoriert oder sogar bewusst vertuscht werden.“ (Voltmer 1999: 50) Kritische Medieninhalte beziehen sich dabei, implizit oder explizit, auf Werturteile, da nur mit dem Verweis auf gesellschaftliche Werte und Normen Sachverhalte als Regelverletzung identifiziert werden können (vgl. ebd.). Während die Nachrichten normalerweise von Agenturen bezogen und in der Redaktion bearbeitet werden, erfordert die Ausübung von Kritik ein hohes Maß an Eigeninitiative und Recherche bzw. einen kostenintensiven und zeitaufwendigen investigativen Journalismus. Investigativer Journalismus hilft

skandalöse Sachverhalte aus den Bereichen Politik und Wirtschaft aufzudecken, um diejenigen, die Macht in einer Gesellschaft ausüben, zu kontrollieren und dafür zu sorgen, dass diese Rechenschaft ablegen. Dafür müssen von den Medien und Nachrichten bestimmte kritische Themenbereiche wie u.a. Korruption oder Normverstöße beim Umgang mit politischer Macht angesprochen werden, die als Indikatoren für die Kontrollfunktion der Medien fungieren (vgl. ebd.: 51).

5.3 Strukturierung

Medien bieten im Meinungsbildungsprozess der Bürgerinnen und Bürger wichtige Orientierungsleistungen, indem sie die dargestellten Ereignisse und Meinungen interpretieren (vgl. Voltmer 1999: 161). Diese teilweise präferenzielle Orientierungsleistung kann im Spannungsverhältnis mit den Qualitätskriterien der Informationsleistung der Medien stehen. „Durch eigene Stellungnahmen, teilweise auch durch eine systematische Selektivität bieten die Medien ihrem Publikum eine bevorzugte Lesart von Ereignissen und Kontroversen an.“ (ebd.: 53) Der Idealfall publizistischer Qualität liegt allerdings dann vor, wenn verlässliche Information und sinnhafte Orientierung gleichermaßen realisiert werden. Ein wesentlicher Indikator für das Kriterium der Strukturierung und der Orientierungsleistung ist daher die Trennung von Nachricht und Meinung, die die Nicht-Interferenz von Orientierungs- und Informationsleistung sicherstellen soll (vgl. ebd.: 162).

6. Forschungsdesign

Mit dem Begriff Mediensystem lässt sich beschreiben, „dass Medien nicht nur technische Artefakte sind, sondern dass sie soziale Organisationen sind, die auf vielfältige Weise in ökonomische, politische, soziale und kulturelle Gegebenheiten eingebunden sind und auch auf diese einwirken.“ (Thomaß 2007: 17) Grundsätzlich werden bei der vergleichenden Mediensystemforschung alle Medienbereiche, insbesondere auch die Presse, in die Untersuchung miteinbezogen. Für eine im Rahmen des vorliegenden Beitrags auf den Fernsehsektor beschränkte Auswahl kann der von Roger Blum (2005) entwickelte erweiterte pragmatische Differenz-Ansatz herangezogen werden. „Auch wenn die Zuordnung in dem ein oder anderen Fall möglicherweise nicht mehr haltbar ist und zu überprüfen wäre, so erlaubt dieses Modell doch, eine präzisere Beschreibung von Mediensystemen vorzunehmen, als es den vorangegangenen Modellen möglich war.“ (Thomaß 2007: 36). Der Ansatz

unterscheidet neun Dimensionen, die jeweils die Ausprägung *liberale Linie*, *mittlere Linie* oder *regulierte Linie* annehmen können.

Dimension	A: liberale Linie	B: mittlere Linie	C: regulierte Linie
1. Regierungssystem	Demokratisch	Autoritär	Totalitär
2. Politische Kultur	Polarisiert	Ambivalent	Konkordant
3. Medienfreiheit	Zensurverbot	Fallweise Zensur	Permanente Zensur
4. Medienbesitz	Privat	Privat und Öffentlich	Öffentlich
5. Medienfinanzierung	Durch Markt	Durch Markt und Staat	Durch Staat
6. Politischer Parallelismus	Schwach	Mittel	Stark
7. Staatskontrolle über die Medien	Schwach	Mittel	Stark
8. Medienkultur	Investigativ	Ambivalent	Konkordant
9. Medienorientierung	Kommerziell	Divergent	Service-public

Abbildung 2: Grundschemata des erweiterten pragmatischen Differenz-Ansatzes (vgl. Blum 2005: 9)

Aus demokratiethoretischer Perspektive eignet sich der erweiterte pragmatische Differenz-Ansatz, da Mediensysteme durch politische Systeme, durch den Grad der gesellschaftlichen Modernisierung und durch die politische Kultur determiniert werden (vgl. Blum 2005: 10). Mittels des Grundschemas hat Blum (ebd.: 9f.) sechs unterschiedliche Modelle abgeleitet. Daraus wurden, anlässlich der Problemstellung, drei Modelle westlicher Demokratien ausgewählt.³ Diese sind für diesen Beitrag relevant, da es hier um die Qualität der Medien in einem demokratischen System geht.

Dimension	USA	Spanien	Deutschland
1 Regierungssystem	A	A	A
2 Politische Kultur	A	B	B
3 Medienfreiheit	A	A	A
4 Medienbesitz	A	B	B
5 Medienfinanzierung	A	B	B
6 Politischer Parallelismus	A	B	A
7 Staatskontrolle über die Medien	A	B	A
8 Medienkultur	A	B	B
9 Medienorientierung	A	B	C

³ Ein viertes Demokratie-Modell ist das *osteuropäische Schockmodell*. Dieses Modell gilt für Länder mit starker Staatskontrolle über die Medien, wie etwa Russland, Weißrussland, die Türkei und der Iran (vgl. Blum 2005: 10).

Abbildung 3: Ausprägungen der Untersuchungsländer in Anlehnung an Blum (2005: 9f.)

Die Tabelle in Abbildung 3 zeigt nun die Ausprägungen der ausgewählten Länder im Vergleich. Exemplarisch für das *atlantisch-pazifische Liberalismus-Modell* stehen die USA. Hierbei handelt es sich um ein auf Kommerz und Autonomie ausgerichtetes Mediensystem. Für das *südeuropäische Klientel-Modell* fungiert Spanien als Exempel. Charakteristisch ist eine kommerziell-populäre Ausrichtung des Fernsehens und eine Public Service orientierte und elitäre Ausrichtung der Printmedien. Deutschland ist dem *nordeuropäische Service-public-Modell* zuzuordnen. Typisch für dieses Modell ist, dass Service-public-Orientierungen sowohl im Rundfunk als auch in den Printmedien stark zum Ausdruck kommen. Entscheidend dabei ist, dass sich alle Länder in ihrer Medienorientierung von den Eigenschaften kommerziell und divergent bis hin zu Service-public unterscheiden.

Im Fokus dieses Beitrags steht nun die Frage, inwiefern sich die Qualität privat-kommerzieller Hauptnachrichtensendungen in westlichen Mediensystemen hinsichtlich ihrer demokratiefördernden Rolle ähnelt oder unterscheidet? Dazu wurde folgende Hypothese formuliert:

Je höher der Kommerzialisierungsgrad der Medienorientierung im Mediensystem, desto niedriger ist die Qualität privat-kommerzieller Hauptnachrichtensendungen hinsichtlich ihrer demokratiefördernden Rolle.

In einem weiteren Schritt wurden aus den Untersuchungsländern kommerzielle Hauptnachrichtensendungen mit dem durchschnittlich höchsten Marktanteil ausgewählt, da diese unter den privaten TV-Anbietern die meisten Bürgerinnen und Bürger erreichen. Für die USA ist dies die Nachrichtensendung *Nightly News* des Fernsehsenders NBC mit 9,1 Prozent Marktanteil (Gesamtpublikum ab zwei Jahren) (vgl. TV-Key-Facts 2011: 632). In Spanien ist dies die Hauptnachrichtensendung *Noticias 1* des Senders Antena 3 mit einem Marktanteil von 15,4 Prozent (Gesamtpublikum ab vier Jahren) (vgl. TV-Key-Facts 2011: 487). Mit 18,4 Prozent Marktanteil sendete RTL mit *RTL Aktuell* 2011 die bevorzugte Hauptnachrichtensendung beim Gesamtpublikum ab drei Jahren in Deutschland (vgl. RTL Kommunikation 2011: o.S.).

Aus forschungspraktischen Gründen bezieht sich die Auswahl der Stichprobe auf eine natürliche Woche. Die Nachteile dieser Stichprobenauswahl, wie punktuelle Analyse der Sendung und eine mögliche Verzerrung der Ereignislage durch Großereignisse (vgl. Schubert/Stiehler 2002: 27), sind dabei durchaus bekannt. Und dennoch ist das

Verfahren in der gängigen Fernsehforschungspraxis die am häufigsten genutzte Stichprobenziehung (vgl. ebd.). Die Auswahl einer zusammenhängenden natürlichen Woche bietet die Möglichkeit, Daten über die Nachrichtenleistung der Fernsehsender zu gewinnen. Letztendlich fiel aufgrund des Zugangs zum Datenmaterial die Wahl auf die Woche vom 26. November 2012 bis 02. Dezember 2012.

Für Deutschland wurden 131 Minuten (durchschnittliche Sendungsdauer: ca. 19 Minuten), für die USA 191 Minuten (durchschnittliche Sendungsdauer: ca. 27 Minuten) und für Spanien 256 Minuten (durchschnittliche Sendungsdauer: ca. 37 Minuten) gesichtet. Dies entspricht 135 Sendungsteilen für Deutschland, 179 für die USA und 195 für Spanien. Da es sich bei Nachrichtensendungen um Sendungen handelt, die aus mehreren selbstständigen Beiträgen bestehen, bilden thematisch unterscheidbare fernsehpublizistische Beiträge die Untersuchungseinheit. Um einen Rückschluss auf die Gesamtsendezeit ziehen zu können, wurden aber auch andere Sendungsteile wie Anmoderation, Werbung etc. analysiert. Zur Ermittlung der Themenstruktur der fernsehpublizistischen Programmangebote wurden die Hauptkategorien für einen Themenstrukturvergleich der Nachrichtensendungen von Krüger (2012: 79) übernommen. Dieser dokumentiert und analysiert seit 1985 regelmäßig den Jahresverlauf deutscher Hauptnachrichten.

Als Methode zur Analyse der Hauptnachrichten eignet sich die quantitative Inhalts- bzw. Sendungsanalyse. Allgemein ist unter dem Begriff Inhaltsanalyse „eine Reihe unterschiedlicher Verfahren, welche der Beschreibung von Kommunikationsinhalten dienen“ (Ebster/Stalzer 2008: 201), zu verstehen. Mit diesem Verfahren werden prinzipiell Texte, Bilder sowie TV- und Radiosendungen untersucht (vgl. ebd.). Die Inhaltsanalyse kann vorhandenes Material sowohl selektieren als auch klassifizieren (vgl. Früh 2004: 119). Die quantitative Inhaltsanalyse kann daher als ein für Massenmedien geeignetes, typisches Analyseverfahren angesehen werden. Sie ermöglicht es, quantifizierende Aussagen über große Textmengen zutreffen. „Das deskriptive Ziel der Inhaltsanalyse besteht in der Reduktion der Komplexität und Vielfalt der vorliegenden Informationen, insofern an den untersuchten Texten nur *wenige, aber hypothesenrelevante Merkmale* betrachtet werden.“ (Bonfadelli 2002: 80, Hervorh. i. O.) So kann beispielsweise das im Wesentlichen quantitative Merkmal der Vielfalt erfasst werden. Nachrichtensendungen sind umso vielfältiger, je mehr verschiedene (politische) Themenbereiche, Akteurinnen bzw. Akteure und Meinungen miteinbezogen werden und eine ausgeglichene Sendedauer erhalten. Des Weiteren können mittels der Methode Aussagen sowohl über die Anzahl der Vermischung von

Information und Meinungen als auch über die Anzahl kritischer Beiträge getroffen werden, um auf dieser Basis auf die Qualität der Nachrichtensendungen hinsichtlich ihrer demokratiefördernden Rolle zu schließen.

7. Ergebnisse des Ländervergleichs

Der Ausgangspunkt der Durchführung der Analyse und des Ländervergleichs war, das Nachrichtenangebot privat-kommerzieller Fernsehanbieter in den verschiedenen Mediensystemen der Länder Deutschland, USA und Spanien hinsichtlich ihrer demokratiefördernden Funktion zu untersuchen und die zuvor aufgestellte Hypothese zu überprüfen. Für die Erhebung wurden jeweils sieben täglich ausgestrahlte Nachrichtensendungen einer natürlichen Woche analysiert.

7.1 Vielfalt

Die folgende Darstellung der Ergebnisse zur *Vielfalt* gliedert sich entsprechend der verschiedenen Aspekte des Qualitätskriteriums. So wird zunächst die thematische Vielfalt analysiert und daran anschließend die Akteurs- und Meinungsvielfalt. Abbildung 4 beschreibt, welche Themen von den Nachrichtensendungen *RTL Aktuell* (Deutschland), *NBC Nightly News* (USA) und *Antena 3 Noticias 1* (Spanien) während des Untersuchungszeitraums als Gegenstand öffentlicher Kommunikation ausgewählt wurden.



Abbildung 4: Anteil der Themen an der Gesamtsendedauer

Vor allem in Spanien ist eine hohe Themenvielfalt gegeben. An erster Stelle liegt die Politikberichterstattung mit 33 Prozent. Dem folgen Human Touch/Buntes (17 Prozent), Unfall/Katastrophe (11 Prozent), Kriminalität (8 Prozent) sowie Wirtschaft und Verbraucherthemen mit jeweils 7 Prozent. Auch in den USA erreicht die Politikberichterstattung mit einem Anteil von 32 Prozent einen ähnlichen Wert wie in Spanien. Allerdings werden die Nachrichten eindeutig von Human-Touch-Themen mit 39 Prozent dominiert. Weitere Anteile nehmen Unfall/Katastrophe (10 Prozent), Wissenschaft/Kultur (7 Prozent) Gesundheitsthemen (6 Prozent) sowie Verbraucherthemen (4 Prozent) und Wirtschaft (1 Prozent) ein. In Deutschland hingegen überwiegt die Sportberichterstattung mit insgesamt 24 Prozent. Diese ist im Gegensatz zu den anderen Untersuchungsländern nicht extern als eigenständige Sportnachrichtensendung ausgelagert, sondern bildet einen wesentlichen Teil der Sendezeit der Hauptnachrichtensendungen. Den zweithöchsten Sendeanteil bildet die Politikberichterstattung mit 21 Prozent. Darauf folgen Unfall/Katastrophe (14 Prozent), Verbraucherthemen (11 Prozent), Human Touch/Buntes (10 Prozent) und Gesellschaft/Justiz (8 Prozent).

Damit ist die Themenvielfalt in Spanien deutlich am höchsten. Ein breites Spektrum an Themen wird in der relativ langen Sendezeit abgedeckt. Allerdings werden vielen Themenbereiche wie z.B. Gesundheit und Wissenschaft/Kultur nur relativ kurz präsentiert. In Deutschland hingegen ist die Themenvielfalt nicht ganz so groß, allerdings ist die Sendezeit verschiedener Themen ausgeglichener gestaltet. So kann durchaus von einer gegebenen Themenvielfalt gesprochen werden. Eine deutlich geringer ausfallende Themenvielfalt, bedingt durch den hohen Anteil an Human-Touch-Beiträgen, kann für die USA festgestellt werden. Dennoch hat auch das Thema Politik ein relativ großes ‚Fenster‘, während andere Themenbereiche – abgesehen von der Unfall-/Katastrophen-Berichterstattung – nur marginal vorkommen.

Allein die allgemeine Themenvielfalt reicht allerdings noch nicht aus, um daraus auf die Erfüllung bzw. Nichterfüllung des Qualitätskriteriums der Vielfalt hinsichtlich der demokratiefördernden Funktion der Medien zu schließen. Ausschlaggebend ist die Funktion der Medien, den Bürgerinnen und Bürgern eine auf Alternativen basierende politische Meinungsbildung zu ermöglichen. Daher wurden in einem weiteren Schritt die redaktionellen Berichte mit politischem Inhalt auf die Präsenz verschiedener Politikthemen bzw. Politikbereiche untersucht.

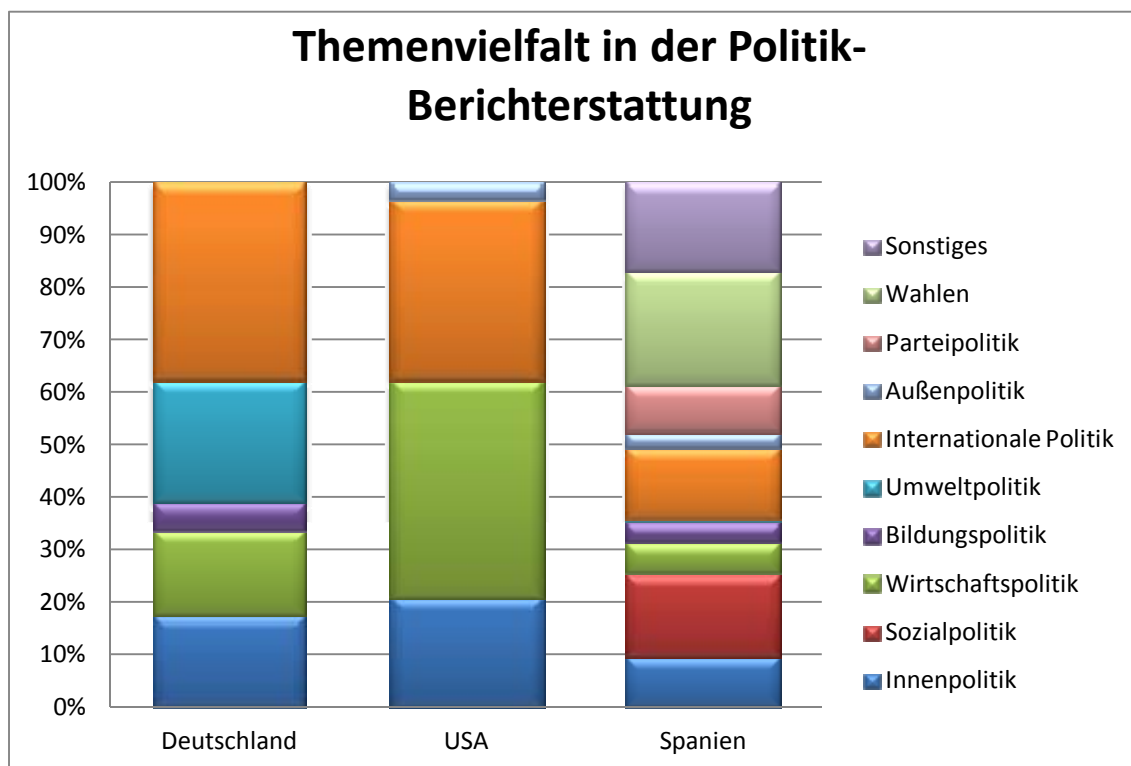


Abbildung 5: Anteil der Politikfelder an der Politik-Berichterstattung

Parallel zur allgemeinen Themenvielfalt ist die politische Berichterstattung in Spanien ebenso breit aufgestellt. Wenn auch Wahlen (21 Prozent) und Sonstiges (17 Prozent), bedingt durch die katalonischen Regionalwahlen und die Aufdeckung eines politischen Korruptionsskandals während des Erhebungszeitraums, die politische Berichterstattung überwiegen, so werden dennoch auch viele andere politische Themenfelder wie u.a. Sozialpolitik (16 Prozent), internationale Politik (13 Prozent) sowie Innenpolitik und Parteipolitik mit jeweils 9 Prozent relativ ausgeglichen bedient. In Deutschland hingegen dominiert in der politischen Berichterstattung das Themenfeld der internationalen Politik (38 Prozent), gefolgt von Umweltpolitik (23 Prozent), Innenpolitik sowie Wirtschaftspolitik (jeweils 17 Prozent) und Bildungspolitik (5 Prozent). Das Spektrum der politischen Themenfelder ist damit eindeutig geringer. Von noch geringerer Breite ist die politische Berichterstattung in den USA. Lediglich vier Themenfelder wurden im Untersuchungszeitraum behandelt. Davon nimmt die Wirtschaftspolitik mit 41 Prozent einen hohen Stellenwert ein. Auch internationale Politik (35 Prozent) und Innenpolitik (21 Prozent) werden ausgiebig behandelt, während lediglich drei Prozent der Berichterstattung auf die Außenpolitik verfallen. So zeichnet sich ein ähnliches Muster wie bei der allgemeinen Themenvielfalt ab: Große Pluralität im spanischen Fernsehen, etwas weniger Pluralität, jedoch relative Ausgeglichenheit in Deutschland und eine von einzelnen Themen dominierte Berichterstattung in den USA.

Um das zentrale Qualitätskriterium *Vielfalt* zu komplementieren, wurden des Weiteren die Akteursvielfalt und die Meinungsvielfalt untersucht. Aufgrund der Bedeutung der politischen Meinungsbildung im demokratischen Prozess konzentrierte man sich dabei auf die politischen Beiträge. Die Anzahl der Akteurinnen und Akteure, die durchschnittlich in den politischen Nachrichtenbeiträgen erwähnt werden, handeln oder zu Wort kommen, ist in Spanien mit 1,92 Akteurinnen bzw. Akteuren pro Beitrag zu beziffern. In Deutschland konnten durchschnittlich lediglich 1,67 Akteurinnen bzw. Akteure pro Beitrag festgestellt werden, während in den USA der mit Abstand höchste Durchschnittswert von 2,53 Akteurinnen bzw. Akteuren pro Beitrag gemessen wurde. Bei der Akteursvielfalt nehmen die amerikanischen Nachrichten eine Spitzenposition ein. Wichtig ist nun auch die Darstellung von Meinungen bzw. die Auswahl der Positionen, durch die Nachrichten das Spektrum der Alternativen, die in der Öffentlichkeit diskutiert werden können, definieren. Für die Meinungsbildungsfunktion ist es unabdingbar, dass möglichst häufig gegensätzliche Meinungen dargestellt werden. Meinungen beziehen sich auf Äußerungen der

Akteurinnen und Akteure, welche in den politischen Beiträgen zu Wort kommen bzw. vorkommen. Ein Für und Wider liegt vor, wenn sich gegensätzliche Meinungen aufeinander beziehen, während verschiedene Äußerungen, die sich nicht aufeinander beziehen, als mehrere Meinungen codiert wurden.

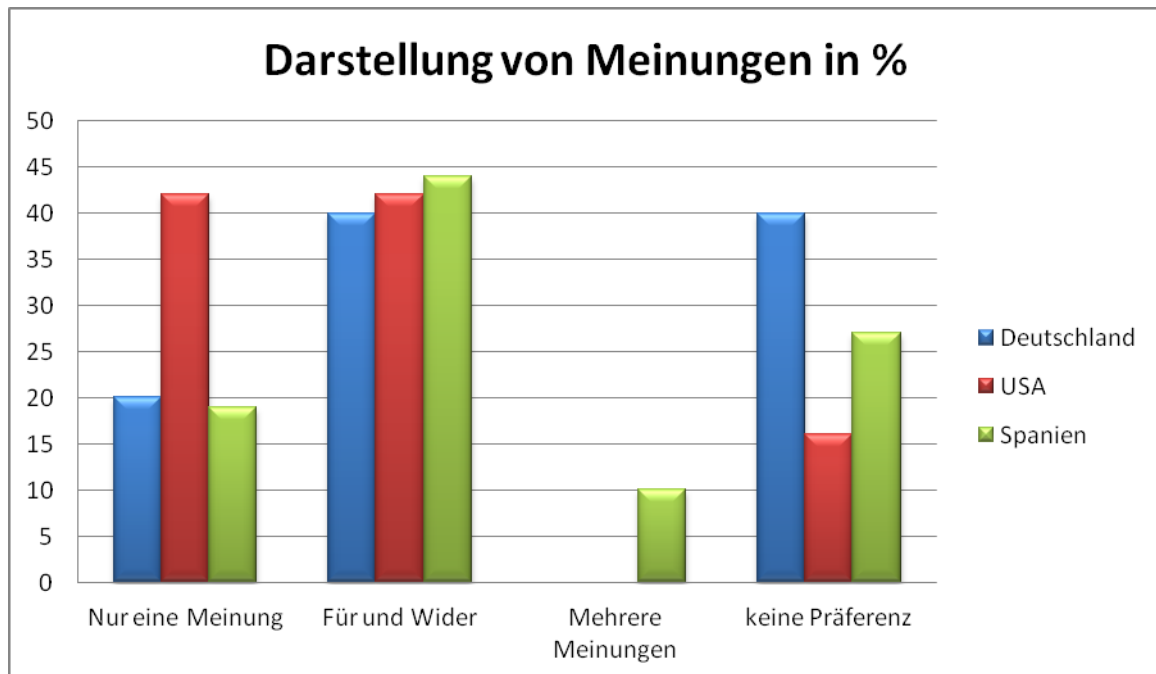


Abbildung 6: Anteil der Darstellung von Meinungen in der Politik-Berichterstattung in Prozent

In der Grafik zeigt sich, dass die Politikberichterstattung in den USA in 42 Prozent aller Fälle nur *eine* Meinung widerspiegelt. Dies ist nur bei 20 Prozent der deutschen Beiträge und bei 19 Prozent der spanischen Beiträge der Fall. Doch auch ein Für und Wider der Meinungsdarstellung konnte in den amerikanischen Hauptnachrichten in 42 Prozent aller Beiträge beobachtet werden. Auf die Darstellung einer Meinungsäußerung wurde nur in 16 Prozent aller politischen Beiträge verzichtet. In Spanien ist das Für-und-Wider-Prinzip vorherrschend in der Berichterstattung (44 Prozent), zudem wird in 27 Prozent aller Fälle auf Präferenzäußerungen verzichtet. Auch wurden lediglich in Spanien Beiträge mit der Darstellung von mehreren, sich nicht aufeinander beziehenden Meinungen vorgefunden. In Deutschland ist eine relativ ausgeglichene Berichterstattung festzustellen. Entweder werden gegensätzliche Meinungen dargestellt (40 Prozent) oder es erfolgt keine Präferenzäußerung (ebenfalls 40 Prozent). Nur ein Fünftel der Beiträge enthält eine Meinung. Insgesamt betrachtet dominiert die Für-und-Wider-Darstellung in diesen Ländern. In Deutschland wird allerdings in der gleichen Anzahl der Fälle auf die Darstellung von Meinungs- bzw.

Präferenzäußerungen verzichtet, während in den USA genauso häufig nur eine Meinung in den Berichten vertreten ist.

7.2 Kritik

Ein weiteres demokratietheoretisches Qualitätskriterium ist die Kontroll-Funktion der Medien. Diese wurde anhand der Anzahl kritischer Beiträge einerseits in der Gesamtberichterstattung und andererseits in der politischen Berichterstattung gemessen. In Deutschland sind 10 Prozent aller Beiträge als kritische Berichte zu klassifizieren. Allerdings reduziert sich der Anteil bei den politischen Beiträgen auf 7 Prozent. Insgesamt beziehen sich die kritischen Beiträge zu 60 Prozent auf den Kritikbereich *gesellschaftliche Missstände* und zu jeweils 20 Prozent auf Medienkritik und sonstige Kritikbereiche. In den spanischen Hauptnachrichten sind 8 Prozent aller Beiträge als kritisch zu bewerten. Bezogen auf das Themenfeld Politik steigt der Anteil auf 17 Prozent. Besonders häufig thematisiert wurde der Bereich der Korruption (65 Prozent). Andere kritische Beiträge fallen unter die Bezeichnung Wirtschaftsskandal (14 Prozent), Verschwendung öffentlicher Mittel, die Situation sozialer Randgruppen und die Effektivität politischer Maßnahmen (jeweils 7 Prozent). Am geringsten ist der Kritikanteil mit 5 Prozent an der gesamten Berichterstattung in den USA; innerhalb der Politikberichterstattung beträgt dieser hier 18 Prozent. Die Kritik dreht sich dabei hauptsächlich um Charaktereigenschaften von Politikern und Politikerinnen (67 Prozent). Der Rest bezieht sich auf Normverstöße im Umgang mit politischer Macht (33 Prozent). Festzuhalten ist, dass Kritik möglicherweise kein kontinuierliches Merkmal des Medieninhalts ist, sondern sich an einzelnen Fällen oder Ereignissen orientiert. Eine Bereitschaft Kritik auszuüben ist aber zumindest zu einem – wenn auch kleinen – Anteil gegeben.

7.3 Strukturierung

Als weiteres Kriterium zur Messung von Qualität diene die *Strukturierung*. Als Indikator fungiert die Messung der Vermischung von Nachricht und (medieneigner) Meinung außerhalb der dafür vorgesehenen Darstellungsformen. Lässt man entsprechend die Kommentare außen vor und betrachtet die verbleibenden redaktionellen Beiträge, so finden sich solche Verstöße am häufigsten in Spanien (7 Prozent). Dies liegt vor allem daran, dass nur in Spanien Sendungspromotionen als redaktionelle Nachrichtenbeiträge vorkommen, wobei sendereigene Programme

beworben werden. Eine Vermischung von Nachricht und Meinung konnte in Deutschland bei 6 Prozent aller Beiträge festgestellt werden und in den USA bei lediglich 3 Prozent. Die Trennung von Nachricht und Meinung wird in den Untersuchungsländern daher größtenteils eingehalten. Dennoch ist die Vermischung von Nachricht und Meinung bedenklich. So wurde beispielsweise bei *RTL Aktuell* ein Beitrag zum Leistungsschutzrecht (gesetzlicher Schutz für Presseerzeugnisse) mit eindeutiger Präferenzäußerung seitens der Moderation hinsichtlich der Belange der Verlage gesendet – RTL ist Teil von Bertelsmann, einem der größten Verlagshäuser und Medienkonzerne der Welt.

7.4 Zusammenfassung

Die empirische Analyse zeigt, dass sich am Ende der komplexe Vergleich der Qualität privat-kommerzieller Hauptnachrichtensendungen verschiedener Länder bzw. Mediensysteme innerhalb dieses Forschungsdesigns nicht mit einem einzelnen Kennwert beantworten lässt. In der Tabelle in Abbildung 7 wird eine Bewertung der Qualitätskriterien nach drei Kategorien – erfüllt (+), teilweise erfüllt (~) und nicht erfüllt (-) – versucht.

	Deutschland	USA	Spanien
Themenvielfalt	~	-	+
Themenvielfalt Politik	~	-	+
Akteursvielfalt	-	+	~
Meinungsvielfalt	+	-	+
Kritik	~	-	~
Trennung Nachricht u. Meinung	~	+	~

Abbildung 7: Zusammenfassende Bewertung der Qualität

Während die spanischen Hauptnachrichten das Qualitätskriterium Vielfalt erfüllen (Themenvielfalt, Themenvielfalt Politik, Akteurs- und Meinungsvielfalt), wird dies jedoch bei den deutschen Hauptnachrichten nur teilweise und bei den amerikanischen gar nicht erfüllt. Die Kontrollfunktion bzw. die Ausübung von Kritik kann in Deutschland und Spanien als teilweise erfüllt und in den USA als nicht erfüllt angesehen werden. Die Trennung von Nachricht und Meinung wurde in den USA relativ strikt eingehalten. Auch Spanien und Deutschland halten sich größtenteils an das Gebot, werden aber in dieser Kategorie aufgrund des doch etwas höheren Vorkommens von Mischformen als nur teilweise erfüllt klassifiziert.

Das Land bzw. Mediensystem mit kommerzieller Medienorientierung (USA) weist die niedrigste Qualität hinsichtlich der demokratiefördernden Rolle von Medien auf. Die USA steht an letzter Stelle, da die Kriterien der Vielfalt und der Kritik nicht erfüllt werden. Dennoch kann die Hypothese, je höher der Kommerzialisierungsgrad der Medienorientierung im Mediensystem, desto niedriger ist die Qualität privat-kommerzieller Hauptnachrichtensendungen hinsichtlich ihrer demokratiefördernden Rolle, nicht zur Gänze verifiziert werden. Das beste Ergebnis erzielt Spanien mit divergenter Medienorientierung: Alle Indikatoren werden erfüllt bzw. teilweise erfüllt. Die deutschen Hauptnachrichten hingegen erfüllen alle Kriterien nur teilweise. Die festgehaltene Service-public-Medienorientierung im Mediensystem wirkt sich nicht ausschlaggebend auf privat-kommerzielle Fernsehanbieter aus.

8. Fazit

Ziel des vorliegenden Beitrags war es, die Qualität privat-kommerzieller Hauptnachrichtensendungen dreier Länder aus unterschiedlichen Mediensystemen hinsichtlich der demokratiefördernden Rolle der Medien zu bewerten. Hierfür wurden im theoretischen Teil der Arbeit die in der Literatur häufig genannten Qualitätskriterien und Funktionen der Medien in einer Demokratie aufgezeigt und operationalisiert. In einem zweiten Schritt wurde die Untersuchung vorbereitet, indem die Auswahl der Untersuchungsländer mit Blum (2005) begründet und die Methode zur Überprüfung der Qualität der Nachrichtensendungen festgelegt wurde.

Rückblickend haben sich die Methode und die Länderauswahl als sinnvoll erwiesen. Differenzierte Ergebnisse zwischen den Ländern konnten aufgezeigt werden. Auch die operationalisierten Qualitätskriterien haben sich für das Forschungsprojekt als ausreichend erwiesen. Abstriche müssen jedoch bei der Stichprobenauswahl gemacht werden. Die im oberen Teil der Arbeit aufgezeigten Kritikpunkte an der natürlichen Woche haben sich auch in dieser Untersuchung als Problem erwiesen. Gerade in Spanien waren Teile der Untersuchungswoche von Regionalwahlen und einem Korruptionsskandal geprägt. Die durchgeführte Analyse kann daher keinen Anspruch auf Repräsentativität erheben. Unter anderem müsste die Anzahl der zu analysierenden Hauptnachrichtensendungen erhöht und andere privat-kommerzielle Fernsehanbieter in den jeweiligen Ländern miteinbezogen werden. Dies wäre ein guter Ausgangspunkt für weitere, ausführlichere Studien, die auf andere Länder ausgeweitet werden könnten.

Was in der vorliegenden Arbeit jedoch deutlich geworden ist, ist dass es eindeutige Unterschiede hinsichtlich der Qualität zwischen den Ländern gibt, welche sich allerdings nicht vollkommen aus dem im Beitrag verwendeten Klassifizierungsmodell von Mediensystemen erklären lassen. Die USA, die dem kommerziellen atlantisch-pazifischen Liberalismus-Modell angehören, schnitten in der Untersuchung am schlechtesten ab. Dies war durchaus zu erwarten und stützt die Annahme der Hypothese hinsichtlich einer niedrigeren Qualität bei kommerzieller Medienorientierung. Die deutschen Nachrichtensendungen haben sich jedoch ebenfalls als sehr kommerziell herausgestellt, was der Service-public-Orientierung des Mediensystems widerspricht. Spanien, dem eine divergente Medienorientierung zugeschrieben wird, hat in dieser Untersuchung überrascht. Die Hauptnachrichtensendung entsprach in den meisten untersuchten Punkten den aus der Theorie abgeleiteten Qualitätskriterien. Allerdings muss auch hier relativiert werden, dass sich lediglich in den Unterkategorien ein gutes Zeugnis ausstellen lässt, da vor allem das Kriterium der Kritik (Kontrollfunktion) von keiner Hauptnachrichtensendung mehr als zufriedenstellend erfüllt worden ist. Insgesamt lässt sich aus den Ergebnissen die Schlussfolgerung ziehen, dass publizistische Qualität vieldimensional ist und die einzelnen Kriterien nicht isoliert voneinander betrachtet werden können. Die privat-kommerziellen Fernsehsender erfüllen die demokratiefördernde Rolle größtenteils hinsichtlich der Vielfalt der Berichterstattung, zeigen aber Abstriche hinsichtlich der Kontrollfunktion der Medien.

Literatur

- Beck, Klaus (2007): Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Bird, S. Elizabeth (1998): News we can use. An audience perspective of on the tabloidisation of news in the United States. In: *The Public*, 5. Jg., H. 3, S. 33-49.
- Blum, Roger (2005): Bausteine zu einer Theorie der Mediensysteme. In: *Medienwissenschaften Schweiz*, o. Jg., H.2, S. 5-11.
- Bonfadelli, Heinz (2002): Medieninhaltsforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Konstanz: UVK.
- Bruns, Thomas/Marcinkowski, Frank (1997): Politische Information im Fernsehen. Eine Längsschnittstudie zur Veränderung der Politikvermittlung in Nachrichten und politischen Informationssendungen. Opladen: Leske + Budrich.

- Bucher, Hans-Jürgen/Huggenberger, Maria/Sauter, Martin/Schumacher, Peter (2012): Publizistische Qualität im lokalen Fernsehen. Eine sendungsbezogene. Baden-Baden: Nomos.
- Donk, André/Marcinkowski, Frank/Trappel, Josef (2012): Konzentration, Selbstverständnis und innere Demokratie. Nachrichtenmedien und ihr Beitrag zur Demokratie im internationalen Vergleich. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 60. Jg., H. 4, S. 501-520.
- Ebster, Claus/Stalzer, Liselotte (2008): Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. 3., überarb. Aufl. Wien: Facultas.
- Engel, Bernhard/Schlinker, Ute (2009): Programmbewertung und Erlebnisqualität beim Fernsehen. Service und zeitsouveräne Nutzung optimieren das Medium. In: Media Perspektiven, H. 11, S. 603-613.
- Früh, Werner (2004): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 5. Aufl. Konstanz: UVK.
- Hagen, Lutz M. (1995): Informationsqualität von Nachrichten. Meßmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hallin, Daniel C./Mancini, Paolo (2004): Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hartley, John (1982): Understanding News. London: Methuen.
- Hohlfeld, Ralf (2003): Objektivierung des Qualitätsbegriffs. Ansätze zur Bewertung von Fernsehqualität. In: Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter (Hg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 203-221.
- Kamps, Klaus (1998): Zur Politik nach Bonn...Politische Kommunikation in Fernsehnachrichten. In: Kamps, Klaus/Meckel, Miriam (Hg.): Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 33-48.
- Krüger, Udo Michael (2012): InfoMonitor 2011. Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. In: Media Perspektiven, H.2, S. 78-106.
- Kübler, Hans-Dieter (2005): Medienqualität - was macht sie aus? Zur Qualität einer nicht beendeten, aber verstummenden Debatte. In: Wunden, Wolfgang (Hg.): Wahrheit als Medienqualität. Münster: LIT, S. 193-210.
- Kühn, Kathrin (2010): Individuell und jederzeit. Anforderungen einer neuen Medientechnik am Beispiel des Audio-Podcasting. Berlin: Logos Verlag.
- Maurer, Torsten (2005): Fernsehnachrichten und Nachrichtenqualität : Eine Längsschnittstudie zur Nachrichtenentwicklung in Deutschland. München: Fischer.
- McQuail, Denis (1992): Media performance. Mass communication and the public interest. London: SAGE.
- McQuail, Denis (2010): McQuail's Mass Communication Theory. 6. Aufl. London: SAGE.

- Meckel, Miriam/Kamps, Klaus (1998): Fernsehnachrichten. Entwicklungen in Forschung und Praxis. In: Kamps, Klaus/Meckel, Miriam (Hg.): Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 11-29.
- Oehmichen, Ekkehardt/Schneider, Hardy (2008). Qualitätsanforderungen an Fernsichtinformationssendungen. Erfahrungen und Ergebnisse der Qualitätssteuerung im Hessischen Rundfunk. In: Media Perspektiven, H. 1 , S. 15-24.
- Picard, Robert G. (2004): Commercialism and Newspaper Quality. In: Newspaper Research Journal, 25. Jg., H. 1, S. 54-65.
- RTL Kommunikation (2011): Zuschauermarkt. Online unter http://kommunikation.rtl.de/de/pub/unternehmen/i198_1.cfm (07.01.2013).
- Ruhrmann, Georg/Göbbel, Roland (2007): Veränderung der Nachrichtenfaktoren und Auswirkungen auf die journalistische Praxis in Deutschland. Online unter <http://www.netzwerkecherche.de/files/nr-studie-nachrichtenfaktoren.pdf> (30.10.2012).
- Ruß-Mohl, Stephan (1992): Am eigenen Schopfe...Qualitätssicherung im Journalismus – Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche. In: Publizistik, 37. Jg., H. 1, S. 83-96.
- Schatz, Heribert/Schulz, Winfried (1992): Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In: Media Perspektiven, H.11, S. 690-712.
- Schneider, Norbert (1996): Zukunftsformel Programmqualität. Anmerkungen zu einer notwendigen Diskussion. In: Agenda. Zeitschrift für Medien, Bildung, Kultur, 19. Jg., H. 26, S. 15-22.
- Schulz, Winfried (1996): Qualität von Fernsehprogrammen. In: Hömberg, Walter/Pürer, Heinz (Hg.): Medien-Transformation. Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. Konstanz: UVK Medien, S. 45-59.
- Siebert, Frederick S./Peterson, Theodore/Schramm, Wilbur (1956): Four Theories of the Press. The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do. Urbana: University of Illinois Press.
- Siegert, Gabriele/Meier, Werner A./Trappel, Josef (2010): Auswirkungen der Ökonomisierung auf Medien und Inhalte. In: Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried/Siegert, Gabriele (Hg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. 3. Aufl. Bern: Haupt, S. 517-542.
- Simon, Herbert A. (1997): Models of Bounded Rationality. Empirically Grounded Economic Reason. Volume 3. Cambridge: MIT Press.
- Stiehler, Hans-Jörg/Schubert, Markus (2002): Programmentwicklung im DDR-Fernsehen zwischen 1968 bis 1974. Eine Programmstrukturanalyse. In: Dittmar, Claudia/Vollberg, Susanne (2002): Die Überwindung der Langeweile? Zur

- Programmentwicklung des DDR- Fernsehens 1968 - 1974. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag, S. 19-63.
- Strömbäck, Jesper (2005): In Search of a Standard: Four Models of Democracy and their Normative Implications for Journalism. In: Journalism Studies, 6. Jg., H. 3, S. 331-345.
- Thomaß, Barbara (2007): Mediensysteme vergleichen. In: Thomaß, Barbara (Hg.): Mediensysteme im internationalen Vergleich. Konstanz: UTB, S. 12-41.
- Trappel, Josef (2011): Wie die Medienorganisation zur Demokratie beiträgt – Mitbestimmung und Sicherung der redaktionellen Unabhängigkeit im Spiegel des Media for Democracy Monitor. In: Kleinsteuber, Hans/Nehls, Sabine (Hg.): Media Governance in Europa. Regulierung – Partizipation – Mitbestimmung. Wiesbaden: VS, S. 233-245.
- Trappel, Josef/Meier, Werner A. (Hg.) (2011): On Media Monitoring. The Media and Their Contribution to Democracy. New York: Peter Lang.
- Trappel, Josef/Nieminen, Hannu/Nord, Lars (Hg.) (2011): The MDM Media for Democracy Monitor. A Cross National Study of Leading News Media. Göteborg: Nordicom.
- TV-Key-Facts (2011): Television. European key facts. Köln: IP International Marketing Committee.
- Voltmer, Katrin (1999): Medienqualität und Demokratie. Eine empirische Analyse publizistischer Informations- und Orientierungsleistungen in der Wahlkampfkommunikation. Baden-Baden: Nomos.
- Voltmer, Katrin (2000): Structure of Diversity of Press and Broadcasting Systems. The Institutional Context of Public Communications in Western Democracies. Discussion Paper FS III 00-201. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB).
- Westerbarkey, Joachim (1992): Grundlagen und Aspekte der Nachrichtentheorie. In: Communications, 17. Jg., H. 3, S. 283-295.
- Zentralverband der Werbewirtschaft (2012): ZAW-Branchen-Analyse. Online unter <http://www.zaw.de/index.php?menuid=33> (22.12.12).

Kurzbiographie der Autorin

Tobias Frühauf, Bakk. Komm., studiert Kommunikationswissenschaft an der



Universität Salzburg. Im Rahmen der Lehrveranstaltung „Fernsehen in Europa“ war er aktiv an zwei Forschungsprojekten beteiligt. Sie beschäftigten sich mit der Qualität privat-kommerzieller Hauptnachrichtensendungen im internationalen Vergleich und den Auswirkungen der Kommerzialisierung auf die mediale Fußballberichterstattung.

Felix Antoine, Bakk. Komm., ist Masterstudent am Fachbereich



Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg. Im Rahmen seines Studiums beschäftigt er sich hauptsächlich mit den Themen Public Relations und Unternehmenskommunikation, zunehmend aber auch mit den Problemstellungen der Medienökonomie.