

turvorbild seiner Untersuchung, orientiert sich aber in der theoretischen Ausrichtung an dem Ansatz der Strukturanalytischen Rezeptionsforschung von Michael Charlton und Klaus Neumann-Braun (115). „Der Strukturaspunkt des Ansatzes beinhaltet den Anspruch, die Bedeutungsstrukturen auf den verschiedenen, den eigentlichen Rezeptionsprozess multifaktoriell bestimmenden Ebenen des Medientextes, des situativen, soziokulturellen und des subjektiv-biographischen Kontextes zu analysieren und miteinander in Beziehung zu setzen.“ (115) Dieser Ansatz sei „für die vorliegende Studie angeschlussfähig und geeignet – auch das Interesse an Lebensbewältigung und Identitätsbildung mit Hilfe von Medien ist kompatibel.“ (115) Die Auswertung der Interviews bleibt jedoch stark der Interpretation verhaftet und lässt nur wenig Einfluss dieser kommunikationswissenschaftlichen Theoriebildung und Methodik sichtbar werden. Vielmehr werden der Fachausrichtung des Verfassers entsprechend in einem eigenen Abschnitt unterschiedliche Konsequenzen der Interview-Auswertung für die Praktische Theologie diskutiert.

Trotz dieser Mängel zeigt die vorliegende Studie, dass medienbiographische Interviews eine mögliche Schnittstelle zwischen kulturred und kommunikationswissenschaftlichen Forschungsansätzen bilden. So besitzt auch die vorliegende Untersuchung für Theologie und Kommunikationswissenschaft unterschiedliche Erklärungspotenziale: Die Verfahren individueller Sinnkonstruktion lassen sich in Modellen zusammenfassen. Gleichzeitig zeigt sich die differenzierte Rolle von Medien und Medieninhalten in unterschiedlichen Phasen der Sozialisation. Medien als Ersatzreligion mit diversen Sinnstiftungspotenzialen bilden einen zentralen Faktor außerkirchlicher Religionskultur. Und so ergänzt Jörg Herrmann konzenterweise die bishergige Medienkultur- und -wirkungsforschung durch den Faktor Religion.

Joan Kristin Bleicher

Olaf Jandura

Kleinparteien in der Mediendemokratie

Wiesbaden : VS, 2007. – 303 S.

ISBN 978-3-531-15018-5

Im politischen System der Bundesrepublik Deutschland nehmen die „Kleinparteien“ FDP und Bündnis 90/Die Grünen eine zentrale Stellung ein. Wie die Bürger diese Parteien wahrnehmen, hängt wesentlich von den Informationen ab, die ihnen die Massenmedien zur Verfügung stellen. Daraus ergeben sich kommunikations- und politikwissenschaftlich relevante Fragen: 1) Wie ist das „Medienbild“ der Kleinparteien – im Vergleich zu Großparteien – beschaffen? 2) Gibt es systematische Unterschiede in der Berichterstattung über Klein- und Großparteien? 3) Worauf beruht die Berichterstattung über Kleinparteien? Welche Rolle spielen deren parlamentarische Aktivitäten, ihre Selbstdarstellung und journalistische Nachrichtenauswahlgründe?

Trotz der Relevanz dieser Fragen wurden sie bislang in der Forschung weitgehend vernachlässigt. Die Dissertation von Olaf Jandura, die von Wolfgang Donsbach betreut und 2005 an der TU Dresden eingereicht wurde, beantwortet diese Fragen. Es handelt sich um die erste Untersuchung dieser Art. Sie ist theoretisch fundiert und methodisch innovativ.

Im ersten Teil der Arbeit werden der Forschungshintergrund dargelegt und die bisherigen Forschungsbefunde aus der Literatur systematisiert. Im Mittelpunkt stehen der Stellenwert der Parteien im politischen System der Bundesrepublik Deutschland, der Wandel von der Parteien- zur Mediendemokratie, die Darstellung von Kleinparteien in der Medienberichterstattung und mögliche Ursachen für diese Darstellung. Der Teil schließt mit 17 Hypothesen.

Im zweiten Teil der Arbeit präsentiert Olaf Jandura Ergebnisse einer eigenen empirischen Studie. Dabei greift er sowohl auf Primär- als auch auf Sekundärdaten zurück, die zunächst getrennt betrachtet und dann systematisch miteinander verknüpft werden: Inhaltsanalyse der Berichterstattung in Printmedien und in Hauptnachrichtensendungen des Fernsehens, Inhaltsanalyse der Presseerklärungen, Dokumentenanalyse zu den parlamentarischen Aktivitäten. Die Untersuchung bezieht sich auf die Bundestagswahlen 1998 und 2002 sowie die

dazugehörigen Legislaturperioden.

Zu den Ergebnissen im Einzelnen. Die Analyse beginnt mit den parlamentarischen Aktivitäten der FDP und der Grünen in der 13. und der 14. Legislaturperiode: Demnach waren die Grünen die mit Abstand aktivste Fraktion. Sie thematisierten überdurchschnittlich oft Fragen der Umwelt-, der Außen-, der Verkehrs- und der Innenpolitik. Auch die Aktivitäten der FDP waren zahlreich. Sie thematisierte überdurchschnittlich oft Fragen der Rechts-, der Wirtschafts- und der Finanzpolitik.

Sodann werden die 1.530 Pressemitteilungen der Union, der SPD, der FDP und der Grünen im Vorfeld der Bundestagswahlen untersucht. Demnach konzentrieren sich die Parteien in ihrer Selbstdarstellung stärker auf Sach- als auf Wahlkampfthemen. Entgegen den Entpolitisierungsbehauptungen mancher Kritiker machen Sachthemen etwa drei Viertel der gesamten Selbstdarstellung von Parteien in Pressemitteilungen aus. Das Themenpektrum beider Parteien war in den Pressemitteilungen gleich vielfältig (1998) oder vielfältiger (2002) als das Spektrum der parlamentarischen Aktivitäten. Als rhetorische Mittel findet sich sowohl *Negative Campaigning* als auch *Selbstlob*.

Besonders interessant sind die Ergebnisse zur Medienberichterstattung über Kleinparteien: Über Kleinparteien wird seltener berichtet als über Großparteien. Allerdings ist diese Berichterstattung in Qualitätszeitungen deutlich überdurchschnittlich, während sie in BILD und im Fernsehen deutlich unterdurchschnittlich ausfällt. Dabei wird über die Grünen häufiger berichtet als über die FDP. Gemessen an Realitätsindikatoren (u. a. Wahlergebnis) erlangen die Kleinparteien in der Berichterstattung jedoch eine überproportionale Bedeutung. Allerdings wird über Kleinparteien in Regierungsverantwortung am häufigsten im Zusammenhang mit anderen Akteuren (meist Koalitionspartner) berichtet.

Die thematische Vielfalt der Berichterstattung über kleine Regierungsparteien ist größer als die Vielfalt der Berichterstattung über kleine Oppositionsparteien. Anders als in den Pressemitteilungen der Parteien selbst dominierte in der Berichterstattung über die Parteien 1998 der Wahlkampf-Aspekt vor den Sachthemen. 2002 standen hingegen Sachthemen im Mittelpunkt der Berichterstattung – und dies gilt sowohl für die Klein- als auch für die Großparteien. Erwartungsgemäß berichteten privat-

kommerzielle Sender und BILD häufiger über den Wahlkampf als über Sachthemen.

Ebenfalls interessant: 1998 wurden mehr negative als positive Berichte über die Kleinparteien publiziert. Das Verhältnis war aber ähnlich wie bei den Großparteien. 2002 fanden sich ähnliche Ergebnisse; allerdings wurde über die FDP am negativsten berichtet. Und es existierten publizistische Lager: BILD, Welt und FAZ stellten die FDP positiver dar als die Grünen. FR und SZ stellten die Grünen positiver dar als die FDP. Gleiches gilt für die Spitzenkandidaten der beiden Parteien.

Abschließend werden die parlamentarischen Aktivitäten, die Selbstdarstellung der Parteien und die Medienberichterstattung miteinander verglichen. Demnach überbetonen die Massenmedien die Wahlkampf-Dimension und sie unterbetonen die Sachthemen-Dimension. Dies gilt ganz besonders für kleine Oppositionsparteien. Bei kleinen Regierungsparteien besteht ein stärkerer Zusammenhang zwischen den beiden Themenagenden der Pressemitteilungen und der Berichterstattung als bei kleinen Oppositionsparteien. Und der Anteil des *Negative Campaigning* ist 2002 in den Massenmedien niedriger als in den Pressemitteilungen, während die Medien 1998 das *Negative Campaigning* eher aufgenommen haben.

Die Zahl der Aktivitäten der Kleinparteien im Deutschen Bundestag wirkt sich hingegen nicht auf den Umfang der Berichterstattung aus. Zwischen den Themenagenden der Fraktionen und der Berichterstattung besteht praktisch kein Zusammenhang. D. h. die Bürger erfahren über die Massenmedien nicht ausreichend, mit welchen Themen sich die Kleinparteien im Parlament auseinandersetzen. „Die vorliegende Studie verdeutlicht, dass Kleinparteien gegenüber den Großparteien in der Medienberichterstattung benachteiligt werden. Dies gilt nicht für den Umfang, jedoch für die thematische Breite der Berichterstattung“ (S. 240).

Mit „Kleinparteien in der Mediendemokratie“ leistet Olaf Jandura einen wichtigen Beitrag zur Diskussion über das Medienbild der Kleinparteien in Deutschland, der nicht nur für Kommunikationswissenschaftler, sondern auch für Politikwissenschaftler, für Verantwortliche in den Parteien und Fraktionen sowie für Journalisten interessant ist und dem viele Leser zu wünschen sind.

Frank Brettschneider