

Schauplätze, Personen und Handlungen, erfunden, das heißt von Autoren und Programm-machern nach eigenem Gutdünken zusammengestellt werden [...].“ (S. 93) Die Eigenwirklichkeit dagegen will zeigen, „was außerhalb des Fernsehens passiert, und zwar weder in der Realität noch in der Narration. Es handelt sich um Sendungen mit Spiel- und Showcharakter.“ (ebenda) Über die Trennschärfe solcher Vorschläge wird gegebenenfalls noch zu diskutieren sein. Es ist aber in diesem Gesamtrahmen der einzige erkennbare Eigenvorschlag zur Systematisierung eines bestimmten Teilgebiets, hier der Programmgattungsforschung, der seitens des Autors des „Handbuchs Fernsehfor-schung“ vorgelegt wird.

Positiv hervorzuheben sind die am Ende jedes Kapitels vorgenommenen Zusammenfas-sungen, die aber letztlich nicht die Struktur er-setzen können, die von einem Handbuch er-wartet wird. Die kommentierten Literaturhin-weise sind Teil einer solchen Konzeption. Es sollte dennoch selbst entschieden werden, ob die jeweils vorgeschlagenen Lektüreempfeh-lungen eine sinnvolle Ergänzung des inhaltli-chen Abschnitts sind. Es werden letztlich sehr viele Informationen verarbeitet, aber zugleich wird dadurch eine sehr weite Vorstellung einer Handbuch-Konzeption realisiert. Für diese Buchbesprechung ist daher letztlich der vom Autor favorisierte Selektionsmodus doch ent-scheidend für den Bewertungsmodus gewesen.

Michael Jäckel

Oliver Quiring

Wirtschaftsberichterstattung und Wahlen

Konstanz: UVK, 2004. – 300 S.

ISBN 3-89669-437-5

Zugl. Erlangen-Nürnberg: Univ., Diss., 2003

„Die Wirtschaftsberichterstattung der Fern-sehnachrichten hatte weitreichende politische Folgen.“ So lautet eine der Schlussfolgerungen von Oliver Quiring in seiner empirisch fun-dierten Untersuchung von Einflüssen der Wirt-schaftsberichterstattung der Medien auf die Bundestagswahl 1998. Genau genommen ana-lysiert er die „komplexen Interaktionen zwis-chen wirtschaftlichen Entwicklungen, der Wirtschaftsberichterstattung der Medien und wahlrelevanten Vorstellungen der Bevölke-rung“ (16). Sein Zentrales Anliegen dabei: Cha-

rakteristika der Wirtschaftsberichterstattung herauszuarbeiten, mögliche Einflusswege auf wahlrelevante Vorstellungen nachzuvollziehen und vorhandene direkte und indirekte Medien-wirkungen zu identifizieren (vgl. 17). Um die-sem anspruchsvollen Forschungsvorhaben ge-recht zu werden, entwickelt der Autor auf Ba-sis einer interdisziplinären Variablenidentifi-zierung und Annäherung an das komplexe Thema (Kap. 2 bis 4) seine Untersuchungsan-lage (Kap. 5).

Zunächst erhält der Leser einen Überblick über den Stand kommunikationswissenschaf-licher Forschung mit vergleichbarer Problem-stellung. Im Vordergrund stehen britische und US-amerikanische Studien sowie eine deutsche Untersuchung von Wolfgang Donsbach (1999). In einer kritischen Würdigung der vorgestell-ten, durch „Heterogenität“ gekennzeichneten Konzepte (30) kommt der Verfasser zu dem Schluss, dass es sinnvoll sei, „die Wirtschafts-berichterstattung in einen allgemeineren Kon-text der Wahlforschung zu stellen.“ (33) Zu diesem Zweck bezieht er zwei politikwissen-schaftliche Modelle des Wahlverhaltens in die Betrachtung mit ein: das „Economic-Voting-Konzept“ und das „sozialpsychologische Mo-dell des Wahlverhaltens“, womit zugleich einige (medienexterne) Einflussfaktoren auf die wahlrelevanten Vorstellungen der Bevölkerung eingeführt werden. Zu nennen sind hierbei vor allem die „Parteiidentifikation“, die „Kandida-tenorientierung“, die „Problemlösungskompe-tenz der Parteien“ und die subjektive „Ein-schätzung der allgemeinen wirtschaftlichen Lage“. Im letzten Schritt, bei der Grundlegung seiner Untersuchungsanlage, nimmt der Ver-fasser mögliche Quellen für Wirtschaftsinfo-mationen unter die jetzt wieder kommunikati-onswissenschaftliche Lupe. Nach Diskussion der untereinander interagierenden Informati-onsquellen „persönliche Erfahrung“, „soziales Umfeld“ (interpersonale Kommunikation) und „Massenmedien“, folgert er tendenziell, dass die Bevölkerung ihr Wissen zu wirtschaftlichen Belangen zunehmend und vorrangig aus den Massenmedien bezieht. Dabei genieße das Fernsehen und hier wahrscheinlich vor allem die Fernsehnachrichten eine Vorrangstellung unter allen möglichen medialen Quellen für Wirtschaftsinformationen (vgl. 55ff.).

Auf Basis der vorangegangenen Variablen-identifizierung wird im fünften Kapitel eine komplexe Untersuchungsanlage entfaltet. Aus-

gehend von der „realen wirtschaftlichen Entwicklung“, über die „Medienberichterstattung zu wirtschaftlichen Themen“ und die „Vorstellungen zu einzelnen wirtschaftlichen Entwicklungen“, bis hin zu den „Kandidatenpräferenzen“ und der „wahrgenommenen Parteikompetenz“ reiht der Verfasser eine Variablenkette auf, bei der alle Einflusswege, direkt oder indirekt auf die „Wahlpräferenzen der Bevölkerung“ zulaufen (vgl. 60ff.). Die Datengrundlage zur Erfassung der Wirtschaftsberichterstattung bildet eine von dem Institut „Medien Tenor“ durchgeführte, kontinuierliche Inhaltsanalyse der Nachrichtensendungen von ARD (Tagesthemen), ZDF (Heute Journal), RTL (RTL Aktuell) und SAT.1 (SAT.1 18:30) zwischen den Jahren 1994 bis 1998. Die Bevölkerungsvorstellungen während des gleichen Zeitraums wurden mit den Daten aus einer kontinuierlichen, groß angelegten „Forsa“-Umfrage erfasst. Und als Realindikatoren, mit deren Hilfe die realen wirtschaftlichen Entwicklungen nachgezeichnet werden, dienen Indikatoren aus dem Zeitreihenservice des Statistischen Bundesamtes und der Deutschen Bundesbank.

Das weitere Vorgehen ist unterteilt in vier Untersuchungsschritte, die – gemäß der gewählten Analysestrategie – immer wieder zueinander in Beziehung gesetzt werden, wobei der jeweils zentrale Aspekt hinsichtlich seiner Abhängigkeit von allen vorher betrachteten Variablen kontrolliert wird. Im Fokus der ersten beiden Schritte steht die Berichterstattung der Medien (Kap. 6). Nach Definition des Begriffs der „Wirtschaftsberichterstattung“ als „Themen mit direkt erkennbarem wirtschaftlichen Bezug“ (70), werden die Daten der Inhaltsanalyse ausgewertet. Es wird überprüft, wie die Wirtschaftsberichterstattung im Untersuchungszeitraum beschaffen war und ob sie sich an wirtschaftlichen Realitätsindikatoren orientierte oder eher medienimmanenten Eigenheiten folgte. Die zentralen Ergebnisse: Die untersuchten Nachrichtensendungen weiteten ihr Angebot an Wirtschaftsinformationen deutlich aus, wobei das Thema „Arbeitslosigkeit“ eindeutig dominierte (Häufigkeit: 38,5 %), gefolgt vom Thema „Wirtschaftswachstum“ (8,2 %). Ferner überwogen negative, gleichförmige und vereinfachende Berichte, die kaum mit den Realindikatoren übereinstimmen.

In den beiden abschließenden Untersuchungsschritten wurden die Einflüsse der Wirt-

schaftsberichterstattung auf die wirtschaftlichen (Kap. 7) und auf die politischen Vorstellungen der Bevölkerung (Kap. 8) geprüft. Dabei stellte sich heraus, dass die von den Fernsehnachrichten vereinfacht und übertrieben negativ dargestellten Aspekte deutliche Folgen für die Vorstellung der Bevölkerung von der wirtschaftlichen Entwicklung hatten. Sie weckten das Interesse an bestimmten Themen und nahmen Einfluss darauf, wie problematisch und dringlich einzelne wirtschaftliche Aspekte wahrgenommen wurden. Ferner stellt der Verfasser fest, dass die Medien maßgeblich zur Politisierung ehemals rein wirtschaftlicher Vorstellungen beigetragen haben und dass sie die Vorstellungen von den Kandidaten und von der Kompetenz der Parteien beeinflussten – zwei Faktoren, die direkten Einfluss auf die Wahlpräferenzen haben. Vor allem habe die Berichterstattung aber eine gewisse Perspektivlosigkeit bei der Bevölkerung gefördert; die viel zitierte „Politikverdrossenheit“.

In der Schlussbetrachtung resümiert der Verfasser, dass die Wirtschaftsberichterstattung der Fernsehnachrichten für die politischen Veränderungen nach 1998 „zumindest teilweise verantwortlich waren“ (235) und bewertet die oben skizzierten Ergebnisse noch einmal im Zusammenhang. Bemerkenswert dabei: Die kritische Reflexion der Untersuchung sowie der Gültigkeit und Aussagekraft ihrer Ergebnisse – was gut zu der Sorgfalt und wissenschaftlichen Ernsthaftigkeit passt, die sich durch die gesamte Arbeit zieht. Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch, dass Perspektiven für mögliche Folgeuntersuchungen aufgezeigt werden. Beispielhaft hierfür ist der interessante Vorschlag anzuführen, Daten zu Persönlichkeitsmerkmalen und individuellem Medienkonsum mit Inhaltsanalysedaten zu verbinden, wodurch sich einzelne Einflüsse der Berichterstattung „wesentlich exakter und differenzierter bestimmen lassen könnten“ (242).

Was fällt in der Arbeit sonst noch auf? Zunächst einmal das der Untersuchung zugrunde liegende Mediensample, das vom Verfasser selbst als relativ klein bewertet wird (242). Auch wenn der lange, lückenlose Erhebungszeitraum ebenso wie die Qualität des Datenmaterials und der Umgang mit demselben überzeugen: Vier Nachrichtensendungen sind einfach zu wenig, um dem vielschichtigen Untersuchungsgegenstand „Einflüsse der Wirtschaftsberichterstattung der Medien auf wahl-

relevante Vorstellungen“ gerecht werden zu können. Dafür erscheint allein schon die Menge möglicher Einflüsse anderer Medien als zu groß. Dies umso mehr angesichts des steigenden Interesses immer größerer Bevölkerungskreise an wirtschaftlichen Themen nach dem und um den Börsengang der Telekom im Jahr 1996, also mitten im Untersuchungszeitraum. Dass sich ‚ein Volk von Aktionären‘ bei der Suche nach dem für Börsianer so wertvollen Gut „Wirtschaftsinformation“ vorrangig auf Basis der Informationsangebote der vier untersuchten Nachrichtensendungen ein Bild von der wirtschaftlichen Lage machen soll, ist schwer vorstellbar, insbesondere, weil zu dieser Zeit das Angebot an Wirtschaftsinformationen in allen Mediengattungen boomte. Die Argumentation des Verfassers, die auf allgemeinen Mediennutzungsdaten aus unterschiedlichen Jahren beruht, erscheint in diesem wichtigen Kontext nicht ausreichend – auch wenn die angeführten forschungswirtschaftlichen Gründe gut nachvollziehbar sind (vgl. 52 ff. und 65).

Auffallend ist auch das Thema „Arbeitslosigkeit“, angesichts dessen eindeutiger Dominanz unter allen untersuchten Themen sich eine Reihe von Fragen aufdrängt: Ist das Thema „Arbeitslosigkeit“ tatsächlich ein Thema „mit direkt erkennbarem wirtschaftlichen Bezug“ wie es der Verfasser unterstellt? Oder ist es ein Thema, das für Medien und Publikum eher sozialpolitische als wirtschaftliche oder wirtschaftspolitische Relevanz besitzt? Und was ist, wenn sich dieser Verdacht bestätigen würde? Wären dann die in der Untersuchung konstatierten Effekte unter Umständen gar nicht auf die Wirtschaftsberichterstattung zurückzuführen, sondern auf die Medienberichterstattung zu sozialpolitischen Themen? Diese Fragen bleiben vom Verfasser leider undiskutiert, was wahrscheinlich damit zusammenhängt, dass es seiner Ansicht nach prinzipiell schwierig ist, den Begriff der „Wirtschaftsberichterstattung“ aus Publikumsicht praktikabel zu bestimmen (69). So nachvollziehbar dieses Argument auch sein mag: Den Einfluss der Wirtschaftsberichterstattung auf die wahlrelevanten Vorstellungen der Bevölkerung zu untersuchen, ohne dabei zu wissen, was von den ‚Vorstellung-habenden Wählern‘ und den ‚Wirtschaftsberichterstattungs-Machern‘ überhaupt als Wirtschaftsberichterstattung angesehen wird, verursacht einen bitteren Beigeschmack. Allerdings hätte eine Diskussion der hier ange-

schnitten Problematik, bei der sich z. B. eine systemtheoretische Herangehensweise anbieten könnte, die eine zusammenhängende analytische Betrachtung sozial- und wirtschaftspolitischer Rationalitäts- und Bewertungskriterien innerhalb des Gesellschaftssystems ermöglicht, den Rahmen der Untersuchung bei weitem sprengt. Vielleicht ist dies eine interessante Problemstellung für mögliche Folgeuntersuchungen. Ob und wie die Ergebnisse derartiger, metatheoretischer Auseinandersetzungen dann aber auch praktikabel und empirisch operationalisierbar sind, steht auf einem anderen Blatt.

Aufgrund der angeführten Bedenken erscheint die Gültigkeit und Aussagekraft der Untersuchungsergebnisse als eingeschränkt oder zumindest als hinterfragbar, was der Verfasser nicht nur in seinen Schlussbetrachtungen, sondern an verschiedenen Stellen der Arbeit direkt oder indirekt selbst einräumt (vgl. u. a. 63 f., 95, 120). Der Wert der Untersuchung besteht demnach vorrangig darin, dass sie eine Vielzahl von erwähnten und unerwähnten Anknüpfungspunkten für Folgeuntersuchungen aufzeigt – was m. E. ein wesentliches Kriterium für die Qualität einer wissenschaftlichen Arbeit darstellt. Darüber hinaus beinhaltet die pragmatische, interdisziplinär fundierte Untersuchungsanlage, die vom Verfasser selbst zu unrecht als „eher schwerfällig“ bezeichnet wird (241), eine Reihe von Anhaltspunkten und Ideen für empirische und praxisorientierte Auseinandersetzungen mit komplexen kommunikationswissenschaftlichen Problemstellungen.

Achim Janik

Daniel Süss

Mediensozialisation von Heranwachsenden

Dimensionen – Konstanten – Wandel

Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004. – 372 S.

ISBN 3-531-14190-2

Seit mehr als 25 Jahren beschäftigen sich Kommunikationswissenschaftler an der Universität Zürich mit Mediensozialisation oder mit der „Sozialisationsperspektive in der Medienwirkungsforschung“, wie es Heinz Bonfadelli 1981 in seiner Dissertation umschrieb, und zwar sowohl theoretisch wie empirisch. Vor Bonfadellis Dissertation hatten Ulrich Saxer und seine Mitarbeiter bereits eine empirische