

2. Empirische Untersuchung

Im Kern der empirischen Untersuchung steht die Frage, ob Themenattribute moderieren, wie stark Medienstimuli auf Meinungen wirken. Entsprechend den aufgestellten Zusammenhänge ($Z1 - Z10$) soll jeweils überprüft werden, ob die Ausprägung eines Themenattributs den Grad der Medienwirkung verändert. Geht man davon aus, dass ein Thema und seine Attribute der sozialen Konstruktion unterliegen, so ist eine experimentelle Variation nur in Ausnahmefällen möglich: Zum Beispiel bei der Verfügbarkeit (Bizer et al., 2004, S. 230) oder dem Wissen zu einem Thema (Price & Neijens, 1998). Andere Themenattribute, wie die Obtrusiveness, sind so stark mit ihrem Thema verknüpft, dass eine Manipulation nur möglich ist, indem man den Versuchspersonen hypothetische Streitfragen vorlegt (Bizer & Krosnick, 2001, S. 574; Crano, 1995, S. 143; Johnson & Eagly, 1989, S. 292). Die kognitive und soziale Verankerung eines Themas bleibt dann aber außen vor, was die externe Validität der Befunde einschränkt.

Die Alternative besteht darin, mit unterschiedlichen Themen zu arbeiten, welche tatsächlich sozial konstruiert wurden (Lecheler, Vreese & Slothuus, 2009). Während die externe Validität hierbei sehr hoch ist, geht dieses Vorgehen zur Lasten der internen Validität – denn Themen sind komplex und variieren nicht nur im untersuchten Themenattribut, sondern auch in zahlreichen weiteren Eigenschaften. Trotz dieser Einschränkung werden Themenattribute, als unabhängige Variable, nachfolgend anhand existierender Themen variiert. Alleine diese Variante erlaubt es nämlich, Meinungsänderungen auf gesellschaftlicher Ebene zu beobachten – eine kontrollierte experimentelle Manipulation hingegen ist stets nur mit einzelnen Versuchspersonen möglich.

Die abhängigen Variable ist der Grad der Medienwirkung. Ihre Messung ist keine geringere Herausforderung als die Variation der Themenattribute. Die kurz- und mittelfristige Wirkung eines einzelnen Stimulus ist im experimentellen Design noch relativ einfach zu beobachten. Deutlich anspruchsvoller ist eine valide Beobachtung, wie stark Medieninhalte die Bevölkerungsmeinung zu einem bestimmten Thema beeinflussen (Gitlin, 1978; Noelle-Neumann, 1987). Zur Klärung der Forschungsfrage muss aber quantifiziert werden, in welchem Ausmaß die kumulative Berichterstattung auf die Meinung zu grundverschiedenen The-

men wirkt. Eine *direkte* Messung scheitert hier schon an der Vergleichbarkeit der Medienberichterstattung.

Als Indikator für den Grad der Medienwirkung wird deshalb die Veränderung der Bevölkerungsmeinung herangezogen. Diese Veränderung ist aus dem Verlauf demoskopischer Meinungsumfragen vergleichsweise einfach zu ermitteln. Ein Indikator für den Grad der Medienwirkung ist diese Veränderung insofern, als medial vermittelte Informationen in aller Regel die beste Erklärung für systematische Veränderungen der Bevölkerungsmeinung sind (Moscovici, 1998, S. 209, 239): Die alternative Erklärung für Verschiebungen der Bevölkerungsmeinung ist eine Primärerfahrung, welche große Teile der Bevölkerung zur selben Zeit machen (z.B. Massenentlassungen, Streiks im Bereich der Infrastruktur, das Inkrafttreten eines Gesetzes oder eine Hitzewelle, welche z.B. der Salienz von Klimaschutz-Themen zuträglich wäre). Doch synchrone Primärerfahrungen sind recht selten – bei den Inhalten der Massenmedien ist es hingegen üblich, dass sie weitere Teile der Bevölkerung synchron erreichen (Vlašić, 2004, 2012b). Weniger durch einzelne Berichte oder Sendungen (Jarren, 2000; Vlašić & Brosius, 2002), wohl aber durch die Lenkung von Aufmerksamkeit (Entman, 1993; McCombs & Shaw, 1972) und durch die Vermittlung und Diskussion von Ereignissen über viele Kanäle hinweg (Noelle-Neumann & Mathes, 1987; Wilke, 1999).

In der Realität kann die Veränderung der kollektiven Meinungsverteilung nur ein grober Indikator für den Grad der Medienwirkung sein – denn dieser Indikator hängt nicht nur vom Grad der Medienwirkung ab, sondern auch ganz wesentlich von der Intensität persuasiver Inhalte im Medienangebot. Und die Intensität variiert sowohl im Zeitverlauf ganz wesentlich als auch zwischen unterschiedlichen Themen. Die führt zu Fehlern erster Art, wenn die Intensität der Berichterstattung mit der unabhängigen Variable (Themenattribut) zusammenhängt – insbesondere kann anhand des Indikators daher nicht überprüft werden, ob die Medienberichterstattung auf etablierte Themen schwächer wirkt als auf neue Themen (Zusammenhang Z10, S. 47). Sind Themenattribut und Umfang der Berichterstattung voneinander unabhängig, führt der Messfehler zu Fehlern zweiter Art – steht der Prüfung von Hypothesen also nicht im Wege. Vor allem für die Messgenauigkeit stellt es aber eine große Einschränkung dar, wenn die Berichterstattung (als Ursache von Meinungsänderungen) bei der Messung von Medienwirkungen nicht erfasst wird. Doch mit den derzeit verfügbaren Möglichkeiten, Berichterstattung manuell oder automatisiert zu erfassen, ist es nicht möglich, die für Meinungsänderungen relevanten Aspekte der Berichterstattung über eine große Anzahl von Themen und über einen längeren Zeitraum hinweg akkurat, vergleichbar und mit realisiertem Aufwand zu messen. Als weitere Einschränkung setzt die Messlogik für die Analyse aggregierter Daten eine überwiegend

konsonante Berichterstattung voraus (Maurer, 2004, S. 410) – wobei Konsonanz hier nicht bedeutet, dass alle Medienpublikationen dieselbe Position vertreten. Vielmehr müssen sie auf Ereignisse ähnlich reagieren, beispielsweise nach einem Unfall ein Thema negativer bewerten als vorher.

Trotz der genannten Nachteile wird die Veränderlichkeit der kollektiven Meinungsverteilung im Folgenden als Indikator für den Grad der Medienwirkung eingesetzt – nicht zuletzt aus Mangel an alternativen Indikatoren, welche eine Betrachtung von Medienwirkungen im Aggregat erlauben würden. Aus theoretischer Perspektive bietet der Indikator zudem einen großen Vorteil: Die Veränderlichkeit bzw. Stabilität der Bevölkerungsmeinung ist direkt anschlussfähig an die Forschung zur Einstellungsstärke, welche den untersuchten Themenattribute zugrunde liegt – genauer an die *Persistenz* individueller Einstellungen.

Zur Überprüfung der Zusammenhänge Z1 bis Z10 (Kap. 1.4, S. 31) wird also beobachtet, ob die Ausprägung eines Themenattributs mit der Veränderlichkeit/Stabilität der Bevölkerungsmeinung zum jeweiligen Thema zusammenhängt. Da sich die meisten Themenattribute nicht isoliert betrachten oder manipulieren lassen, werden jeweils mehrere Themen miteinander verglichen. Die analytische Einheit ist deshalb das Thema: Es wird beobachtet, ob die Bevölkerungsmeinung bei Themen mit hoher Ausprägung eines bestimmten Themenattributs stabiler oder variabler ist als bei Themen mit geringer Ausprägung. Die Beobachtung einer großen Anzahl von Themen kontrolliert potenzielle Konfundierungen – also Unterschiede zwischen den Themen, welche über das jeweils untersuchte Themenattribut hinaus gehen – sofern diese nicht systematisch mit dem beobachteten Themenattribut zusammenhängen. Eine weitere Beschränkung stellt folglich die mögliche Kollinearität von Themenattributen dar: Im Fall regelmäßiger gemeinsam auftretender Themenattribute kann nicht ermittelt werden, welches Themenattribut für mehr bzw. weniger Stabilität verantwortlich ist.

Studienanlage

Diese Arbeit definiert ein Thema als soziales Konstrukt und postuliert, dass sich dieses Konstrukt in den Inhalten der Massenmedien spiegelt. Ob die Massenmedien das Bild des Themas – und damit die Themenattribute – vermitteln und/oder die soziale Konstruktion nur aufgreifen und darstellen, ist für die Studienanlage nicht von Belang. Wesentlich ist, dass aus einer Analyse von Medieninhalten (I) erschlossen werden kann, wie stark die einzelnen Themenattribute bei einem Themas ausgeprägt sind: Wird ein Thema eher positiv oder negativ dargestellt (Valenz)? Ist es emotional stark aufgeladen oder nicht (Wertladung)?

Um die Veränderlichkeit bzw. Stabilität der Bevölkerungsmeinung zu messen, muss die kollektive Meinungsverteilung gemessen werden. Dies erfordert eine Befragung (II) mit mindestens zwei, im Idealfall mit mehreren Messzeitpunkten. Mehr Messzeitpunkte reduzieren den Einfluss der oben beschriebenen Störfaktoren, z.B. steigt damit die Wahrscheinlichkeit, dass man Zeiträume intensiver und ausbleibender Berichterstattung zu einem Thema gleichermaßen erfasst. Natürlich bietet es sich an, in einer Befragung nicht nur Meinungen abzufragen (II.a), sondern auch die individuellen Einstellungsattribute der zugrunde liegenden Einstellung (II.b). Dies ermöglicht eine Abschätzung, wie gut die mediale Darstellung und die individuelle Wahrnehmung eines Themas übereinstimmen. Eine substanzielle Diskrepanz stünde im Widerspruch zu den theoretischen Annahmen, wonach Themenattribute mit den individuellen Einstellungen i.w.S. zusammenhängen und auf diesem Wege Medienwirkungen moderieren.

Die Messung der Bevölkerungsmeinung erfordert eine bevölkerungsrepräsentative Meinungsumfrage. Aus ökonomischen Erwägungen heraus ist es nicht vertretbar, zur explorativen Untersuchung eines gewagten theoretischen Modells eine Serie bevölkerungsrepräsentativer Umfragen zu beauftragen (Ferber, 1977, S. 58; Meltzer, Naab & Daschmann, 2012, S. 252) – von begrenzten Ressourcen ganz abgesehen. Als Alternative wird eine nicht-repräsentative Auswahl von Befragten (unten, S. 85) untersucht, denn im Gegensatz zur absoluten Stärke der Meinungslager kann der Grad, wie stark sich die Meinungsverhältnisse verändern, auch in einem Convenience Sample (Leiner, 2014a) gut abgeschätzt werden.

Darüber hinaus bietet die Umfrageforschung repräsentative Meinungsumfragen, welche von dritter Seite durchgeführt wurden. Wenn für eine Frage Messungen zu mehreren Zeitpunkten vorliegen, kann auch mit diesen Sekundärdaten (III) die Veränderung der Bevölkerungsmeinung quantifiziert werden. Das Studiendesign ist nicht daran gebunden, dass die Sekundärdaten für einen bestimmten Zeitraum verfügbar sind: Medieninhalte können auch für zurückliegende Zeiträume unproblematisch untersucht werden, um die Themenattribute zu messen.

Ist die Befragung (II) überflüssig, wenn sich Themenattribute aus Medieninhalten ermitteln lassen und die Stabilität der öffentlichen Meinung aus Sekundärdaten hervorgeht? Mitnichten, denn die gemessenen Werte, wie stark sich die Meinung zu unterschiedlichen Themen verändert, lassen sich in einer gezielt konzipierte Befragung deutlich besser vergleichen als bei Sekundärdaten. Zudem sind aus einer Bevölkerungsumfrage in aller Regel nur die aggregierten Meinungsverteilungen ersichtlich, keine individuellen Daten – und schon gar keine Informationen über individuelle Meinungsänderungen und die zugrundeliegenden Einstellungen. Eine dezidierte Befragung kann parallel individuelle Daten (Mikroebene) und aggregierte Daten (Makroebene) liefern. Das erlaubt die paral-

lele Modellierung der Zusammenhänge auf Mikro- und Makroebene, basierend auf derselben Datengrundlage – ein wirksames Instrument zur Kontrolle ökologischer Fehlschlüsse (Rössler, 2006, S. 151–152). Oder pragmatisch formuliert: Eine Befragung bietet die Option, die zugrundeliegenden Befunde aus der Forschung zur Einstellungsstärke im Kontext von Medienthemen zu überprüfen – und zwar sowohl generell, als auch in Abhängigkeit vom Thema. Es wäre beispielsweise denkbar, dass negative Einstellungen nur bei negativ besetzten Themen stabiler sind, nicht aber bei Themen, die überwiegend positiv besetzt sind.

Die drei Erhebungen sind so ausgelegt, dass ihre Daten in eine gemeinsame Auswertung einfließen. Es sind *keine* unabhängigen Teilstudien. Eine zentrale Anforderung ist daher, dass sich die Daten aus den unterschiedlichen Erhebungen einander zuordnen lassen. Die analytische Einheit ist das Thema (S. 55) – folglich müssen alle Erhebungen Daten zu denselben Themen liefern. Die engsten Grenzen setzen dabei die Sekundärdaten (III): Wie veränderlich die Bevölkerungsmeinung zu einem Thema ist, kann post-hoc nur dann ermittelt werden, wenn zu diesem Thema Bevölkerungsumfragen mit mehreren Messzeitpunkten (Zeitreihen) vorliegen. Die Auswahl der Themen muss sich folglich nach der Verfügbarkeit von Sekundärdaten richten – entsprechend basiert die empirische Überprüfung auf einem Convenience Sample von Themen. Die ausgewählten Themen stehen nicht repräsentativ für die Grundgesamtheit öffentlicher Streitfragen. Die Auswahl bevorzugt Themen, die über einen längeren Zeitraum überdurchschnittlich viel öffentliche Aufmerksamkeit erhalten. Zeitlich eng begrenzte Themen und regionale oder nur für Teilgruppen relevante Themen werden nicht betrachtet. Generell beschränkt (a) die Verfügbarkeit muttersprachlicher Kodierer für die Inhaltsanalyse sowie (b) die Verfügbarkeit von Befragungsteilnehmern die vorliegende empirische Studie auf deutsche Themen und Medieninhalte.

Zur Auswahl der Themen werden zunächst Zeitreihen zur Bevölkerungsmeinung aus zahlreichen Quellen gesammelt (Kap. 2.3, S. 104). Entsprechend der Verfügbarkeit von Zeitreihen wird der Untersuchungszeitraum für Sekundärdaten auf die Jahre 1991 bis 2010 eingeschränkt – auch mit Hinblick auf die deutsche Wiedervereinigung, die nicht nur eine inhaltliche Zäsur in der öffentlichen Meinung setzte, sondern auch die Grundgesamtheit von Meinungsumfragen in Deutschland veränderte. Zuletzt erfüllten 11 Zeitreihen bzw. Themen alle Kriterien der Studie (Kap. 2.3, S. 106). Nicht alle Auswertungen sind auf Sekundärdaten angewiesen (Abbildung 5, Auswertungen B–E). Um die Genauigkeit dieser statistischen Auswertungen zu erhöhen, wird der Themenkatalog um weitere 6 Streitfragen ergänzt: Das Thema „Todesstrafe“ erhielt in der deutschen Umfrageforschung vor 1980 auffällig viel Aufmerksamkeit und provoziert in besonderem Maße Wertkonflikte. Die „NATO Luftangriffe in Libyen“ sind den „NATO Luft-

Tabelle 2: In der empirischen Untersuchung betrachtete Themen

Thema	Verfügbarkeit von Sekundärdaten	Verwendete Messzeitpunkte
Wiedervereinigung Deutschlands	1979–2005	34
EU-Mitgliedschaft Deutschlands	1977–1994	68
Einführung des Euro	2007–2010	4
Abtreibung	1986–1995	12
Kernkraft	1977–2002	10
NATO Luftangriffe Serbien/Kosovo	April–Juni 1999	10
Bundeswehreinsatz Afghanistan	2007–2010	11
Irak-Krieg	2002–2003	4
Asylrecht	1986–1992	14
Zuwanderung von Ausländern	1982–2004	28
Ökosteuer	2000–2008	5
Abschaffung der Wehrpflicht		○
Steuersenkungen		○
Legalisierung von Marihuana		○
Gleichgeschlechtliche Ehe		○
Todesstrafe		○
NATO Luftangriffe Libyen		○

Anmerkungen. Die mittlere Spalte weist den vollständige Zeitraum der recherchierten Zeitreihen aus. In die Studie werden nur Messzeitpunkte zwischen 1991 und 2010 verwendet (Tabelle 11, S. 107). Die rechte Spalte gibt an, wie viele Messzeitpunkte (repräsentative Umfrageergebnisse) zu einem Thema tatsächlich in die Studie einfließen.

angriffen in Serbien und Kosovo“ inhaltlich verwandt und wurden aufgrund ihrer Aktualität im Zeitraum der Befragung ergänzt. Eine Sichtung der US-amerikanischen Polls liefert weitere 4 Themen, die auch in Deutschland große politischen und medialen Aufmerksamkeit erhalten hatten. Insgesamt beobachtet die Studie 17 Themen, für 11 davon sind hinreichende Sekundärdaten verfügbar (Tabelle 2).

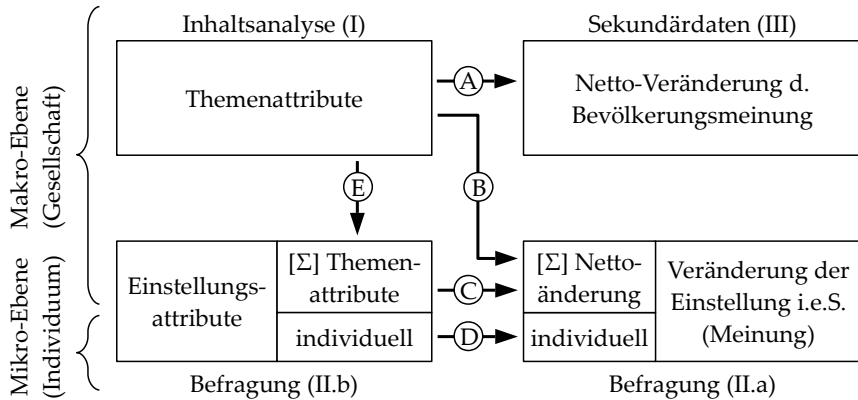


Abbildung 5: Empirisches Pendant zum theoretischen Modell

Anmerkungen. Die Pfeile (A–E) symbolisieren Zusammenhänge zwischen den Konstrukten (Kästchen). Die Einstellungsattribute (links unten) und die Veränderung der Einstellung i.e.S. (rechts unten) können jeweils auf unterschiedlichen Ebenen betrachtet werden: Als individuelle Eigenschaften von Personen oder aggregiert [Σ] als Eigenschaften von Themen.

Empirisches Modell

Welchen moderierenden Einfluss haben die einzelne Themenattribute auf den Grad der Medienwirkung? Während die Themenattribute im theoretischen Modell (Abbildung 4, S. 51) eine moderierende Variable sind, müssen sie zur empirischen Untersuchung der Forschungsfrage die Rolle der unabhängigen Variable einnehmen (Abbildung 5, links). Entsprechend wird der Zusammenhang zwischen Medieninhalten und Bevölkerungsmeinung – also der Grad der Medienwirkung – zur abhängigen Variable. Er wird durch den Grad der Meinungsänderung operationalisiert (rechts, S. 53). Die gesellschaftliche Ebene wird durch Inhaltsanalyse und Sekundärdaten abgebildet (Abbildung 5, oben: Makro-Ebene), die individuelle Ebene anhand der Befragung (unten: Mikro-Ebene).

Die Forschungsfrage wird sowohl auf individueller, als auch auf gesellschaftlicher Ebene untersucht (S. 50). Analyseeinheit auf gesellschaftlicher Ebene sind Themen, wobei jeweils Unterschiede in den Themenattributen betrachtet werden. Auf dieser Ebene sagt die Theorie drei Zusammenhänge (Abbildung 5: A–C) vorher: Ersten (A) sollen die aus historischen Medieninhalten (1991-2010) ermittelten Themenattribute erklären, wie stark sich die Bevölkerungsmeinung bei den unterschiedlichen Themen über einen langen Zeitraum verändert hat. Zweiten (B) sollen die aus aktuellen Medieninhalten (2011/2012) ermittelten Themenattribute

erklären, wie stark sich die Meinungsverteilung verändert, welche anhand der Befragung über einen vergleichsweise kurzen Zeitraum gemessen wird. Und drittens (C) sollen Themenattribute auch dann, wenn sie auf Basis von Einstellungsattributen in der Befragung ermittelt werden, die Veränderung der Meinungsverteilung erklären, welche in der Befragung zu beobachten ist.

Die Analyseeinheit auf individueller Ebene sind Personen. Eine theoretische Prämisse lautet, dass die individuelle Einstellungsstärke vorhersagt, wie wahrscheinlich eine individuelle Meinungsänderungen ist (D). Im Sinne der Colman'schen Badewanne (Coleman, 1986, 1991; Esser, 1993) ist diese Prämisse zugleich die Individualhypothese der Theorie – also die sachliche Erklärung für die vermuteten Zusammenhänge auf gesellschaftlicher Ebene. Die Frage an die empirische Untersuchung lautet: Lassen sich die Befunde zur Einstellungsstärke auf das Einstellungsobjekt *Thema* übertragen? Eine weitere Prämisse besagt, dass Medienberichterstattung und individuellen Einstellungsattribute dieselbe kollektive Konzeption eines Themas spiegeln. Ein Vergleich (E) von Einstellungsattributen auf individueller Ebene mit den inhaltsanalytisch gemessenen Themenattributen verrät, wie stark Medien das individuelle Bild eines Themas prägen. Anhand des verwendeten Designs ist Kausalität weder nachzuweisen, noch wird von der Theorie eine strenge Kausalität unterstellt. Wie bereits in Kapitel 1.3 (S. Fehler: Referenz nicht gefunden) skizziert, ist die Medienberichterstattung vor allem ein Indikator für die gesellschaftliche Konstruktion eines Themas, nicht unbedingt deren alleinige Ursache. Mitunter bildet die Berichterstattung die Wahrnehmung der Rezipienten auch nur ab – denkbar etwa beim Themenattribute Obtrusiveness.

Da sich die gesellschaftliche Konstruktion eines Themas mit der Zeit verändert, ist weiterhin zu überprüfen, ob man zumindest von einer relativen Invarianz der Themenattribute ausgehen kann. Anhand der Inhaltsanalyse kann deren Veränderung über einen längeren Zeitraum (F) beobachtet werden, anhand der Befragung über einen kürzeren Zeitraum (G) – dafür aber mit besser vergleichbaren Daten.

Aus den vielfältigen Zusammenhängen (A–G und Z1–Z10, Kap. 1.4, S. 31), die zwischen Thema und Medienwirkung erwartet werden, ergibt sich eine große Anzahl einzelner Zusammenhänge: Für die 4 Zusammenhänge A–D sind jeweils 16 Zusammenhänge (Z1–Z10) zwischen Themenattributen und Veränderlichkeit zu untersuchen. Zusammenhang F ist ebenfalls für alle 16 Themenattribute zu überprüfen. Hinzu kommt die Prüfung der Prämisse (F, G) für jedes untersuchte Thema und jedes Themenattribut. In der statistischen Auswertung (Kap. 3) treten diese Zusammenhänge aber in den Hintergrund – im Fokus stehen die abstrakten

Zusammenhänge A–G und die explorative Teilfrage, *welche* Themenattribute besonders einflussreich sind (S. 50).

2.1. Messung von Themenattributen mittels Inhaltsanalyse

Anhand der Inhaltsanalyse soll ermittelt werden, wie die gesellschaftliche Konstruktion der untersuchten Themen aussieht – genauer, welche Ausprägungen die untersuchten Themenattribute (Tabelle 1, S. 49) jeweils haben⁴⁷. Man muss zwar davon ausgehen, dass die Darstellung von Themen in der Berichterstattung von der Konstruktion der Bevölkerung abweicht (S. 12) – diesem Messfehler steht allerdings der große Vorteil gegenüber, dass die Berichterstattung Aufschluss über die historische Konstruktion von Themen geben kann.

Die Inhaltsanalyse beschränkt sich auf die *journalistische Berichterstattung*, denn gerade politischen Streitfragen dürften zum größten Teil durch Berichterstattung vermittelt werden (Schulz, 1990, S. 70) und nicht etwa durch Politikerreden, Diskussionsrunden oder Unterhaltungsformate (Bartsch & Schneider, 2014). Deshalb und weil die Berichterstattung die Aufgabe hat, die gesellschaftliche Realität darzustellen, sollte sie mit der gesellschaftliche Konstruktion von Themen gut übereinstimmen.

Ein Thema ist auf einer deutlich abstrakteren Ebene angesiedelt als der einzelne Medienbeitrag. Einzelne Beiträge zeigen nur einen kleinen und individuell gefärbten Ausschnitt des sozialen Konstrukts – das ganze Bild lässt sich erst anhand mehrerer Beiträge errahnen. Die Schwierigkeit bei der Erfassung eines komplexen sozialen Konstrukts besteht darin, dass Journalisten vorwiegend über konkrete Sachverhalte, Akteure und Meinungen schreiben. Mitunter umfasst dies auch eine Beschreibung und Bewertung des übergeordneten Themas (Lünenborg & Berghofer, 2010, S. 39; Weischenberg, Malik & Scholl, 2006, S. 356) – explizite Äußerungen zu den untersuchten Themenattributen (z.B. Wertladung oder Salienz) wird man aber vergeblich suchen. Das bedeutet nicht, dass die Berichterstattung solche Themenattribute nicht beinhaltet oder vermittelt: Kodiert sind sie etwa in der Platzierung eines Beitrags (Kiouisis, 2004) oder „zwischen den Zeilen“ in sprachlichen Feinheiten.

⁴⁷ Nach Krippendorff (2004, S. 77) ist eine Inhaltsanalyse besonders dafür geeignet, eine sprachlich konstituierte soziale Realität zu messen – die öffentliche Meinung und ihr Teilbereich öffentlicher Streitfragen sind ein solcher Untersuchungsgegenstand.

Untersuchte Medien

Um sprachliche Feinheiten zu erfassen, sind muttersprachliche Kodierer erforderlich. Das beschränkt die Inhaltsanalyse der vorliegenden Studie auf die deutschsprachige Berichterstattung. Printmedien greifen, im Vergleich mit Funkmedien, mehr Themen auf (Schulz, 1990, S. 61) und verfolgen diese typischerweise auch länger als populäre Fernseh- oder Radioprogramme, die nur relativ wenig Sendezeit auf politische Inhalte verwenden. Für die Analyse von politischen Streitfragen über einen längeren Zeitraum sind Printmedien daher besser geeignet – die gute Verfügbarkeit in Archiven und die effiziente Schriftform bieten darüber hinaus ökonomische Vorteile. Die Frage, ob etwa das Fernsehen Themen in Hinblick auf die untersuchten Themenattribute anders darstellt, muss an dieser Stelle offen bleiben. Für einzelne Themenattribute ist eine andere Darstellung anzunehmen, z.B. für die Valenz (Engesser et al., 2014) – andererseits sprechen Befunde zur Orientierung der Medien untereinander (Reinemann, 2003) gegen gravierende Unterschiede zwischen unterschiedlichen Medien (Schulz, 1990, S. 47, 117).

Innerhalb der gedruckten Berichterstattung untersucht die Inhaltsanalyse Wochenzeitungen und Zeitschriften. Denn während der inhaltliche Schwerpunkt tagesaktueller Publikationen auf Ereignissen und Stellungnahmen liegt (Kepplinger, 1999, S. 201), bieten Wochenzeitungen und politische Zeitschriften deutlich mehr Platz für Interpretationen, Bewertungen, Hintergründe und die Gegenüberstellung von Standpunkten (Buckman, 1993, S. 783; Wilke, 2009, S. 481). Genau diese Einordnung und Beschreibung eines Themas verspricht explizite und implizite Äußerungen zur Natur des Themas – also Hinweise auf die untersuchten Themenattribute. Es ist nicht auszuschließen, dass politische Zeitschriften nicht nur formal im Artikelumfang von anderen Publikationen abweichen, sondern dass es darüber hinaus systematische Verzerrungen bei der Interpretation von Themen gibt. Geht man allerdings davon aus, dass Zeitungsartikel unzureichend Hinweise auf die Ausprägung von Themenattributen liefern, ist dieser Messfehler unumgänglich.

Die mit Abstand auflagenstärkste politischen Wochenzeitung in Deutschland ist *Die Zeit*. Sie gilt als unabhängig von Parteien oder Verbänden (Wilke, 2009, S. 482) und ihr Politik-Ressort ist in der politischen Mitte einzuordnen (Pürer & Raabe, 2007, S. 162–164). Nicht-tagesaktuelle Berichterstattung findet sich darüber hinaus in den politischen Nachrichtenmagazinen *Spiegel* und *Focus* sowie in der deutschlandweit auflagenstärksten Illustrierten *Stern* (Pürer & Raabe, 2007, S. 171), welche einen hohen Anteil politischer Inhalte hat und daher den Nachrichtenmagazinen nahe steht (Wilke, 2009, S. 485). Publizistische Bedeutung ha-

Stabilität öffentlicher Meinung

Wie der Charakter einer Streitfrage den Einfluss der
Medien begrenzt

Leiner, D.J.

2016, XV, 281 S. 20 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-12284-3