

54
71

Medien Journal

Die erste Seite ist eine Zusammenfassung von drei relativ unabhängigen, voneinander erstellten Arbeiten. So wurde sich mit Statistiken, Gaevara mit Kindern/Jugendlichen und Computer und Dorsey sich mit dem Aus Electronica-Center in Linz beschäftigen. Alle weiteren Arbeitsbereiche wurden getrennt durchgeführt.

In diesem Abschnitt traten einige Probleme bei dem Versuch, die Daten aus verschiedenen Jahren in ein einheitliches und vergleichbares Schema zu bringen. So wurde z.B. die MA nach dem Jahrgang 1992 erstellt und endgültig durch die MA ersetzt. In letzterer wurde die Eigenschaft "Haushaltsgröße" wieder aufgenommen. Welche in der OPTIMA nach 1988 eingestellt worden war. Aber noch kleinere Änderungen, wie etwa die von Ausprägungen, wurden vorgenommen.

Das hier bereits erwähnte Problem tritt hoffentlich nicht an der Kolonne der Salzburger Nachrichten oder der Krone. Statistische Abrechnungen sind kein Zufall, sondern kommen dabei, dass beide meine Vorlage waren. Beim Konvertieren von halbjährigen Postscript-Dateien werden (Voll-)Trennfähigkeiten (Prozessoren) möglich gemacht, wobei gleichzeitig zugeordnet haben, welche benutzten Daten haben, welche beibehalten werden. Sie sich, das behaltene, vergewissern Sie sich, das Sie die Option "Mit vielen Sachen" im Dialogfeld "Acrobat-Diagnostik" einstellen. Ein auf der Registerkarte "Einstellungen" haben. (In der Beifolgerzeile die...

Der folgende... Druck in der Kopfzeile erkennbar. Ein ausnehmend schönes... so sieht sie aus, die Verfahren... Problem... zur Folge, daß nur der "Personen... Grundzüge des statistischen Teils... Graphen... Informationen über die... Aber da was noch was... Graphen der...

Der folgende... Druck in der Kopfzeile erkennbar. Ein ausnehmend schönes... so sieht sie aus, die Verfahren... Problem... zur Folge, daß nur der "Personen... Grundzüge des statistischen Teils... Graphen... Informationen über die... Aber da was noch was... Graphen der...

Der folgende... Druck in der Kopfzeile erkennbar. Ein ausnehmend schönes... so sieht sie aus, die Verfahren... Problem... zur Folge, daß nur der "Personen... Grundzüge des statistischen Teils... Graphen... Informationen über die... Aber da was noch was... Graphen der...

Medieninhaltsanalyse

ortschritte der... Medieninhaltsanalyse... Der neue... am Bundeskanzler mit...

IMPRESSUM

Medien Journal – Zeitschrift für Kommunikationskultur
ISSN 1025-9473

Herausgeber:

Österreichische Gesellschaft für Kommunikations-
fragen (ÖGK) – Austrian Society of Communication.
5020 Salzburg, Rudolfskai 42

Vorstand der ÖGK:

Ursula MAIER-RABLER (Vorsitzende), Gabriele SIEGERT
(Geschäftsführerin), Marie-Luise ANGERER, Wolfgang
DUCHKOWITSCH, Fritz HAUSJELL, Roman HORAK, Michael
LATZER, Kurt LUGER, Karl NESSMANN, Rudi RENGEL, Franz
REST, Thomas STEINMAURER.

Inhaltliche Heftverantwortlichkeit:

Manfred KNOCH
Gabriele SIEGERT

Betreuung der Rezensionen:

Marie Luise ANGERER
Ursula MAIER-RABLER

Redaktion:

Franz REST

Redaktionsadresse:

A-5020 Salzburg, Rudolfskai 42,
Tel. +662/8044 4150, Fax: +662/8044 4190,
E-Mail: franz.rest@sbg.ac.at

© 1997 by StudienVerlag, Printed in Austria

Druck:

WB Druck, Höfen/Tirol

Verlag:

StudienVerlag, A-6010 Innsbruck, Andreas Hofer
Straße 38, Postfach 104, A-6010 Innsbruck,
Tel: +512/567045, Fax +512/567066,
E-mail: studienverlag@magnet.at

Bezugsbedingungen:

Medien Journal erscheint viermal jährlich. Einzelheft ÖS
85,-/DM 11,80/SFr 11,50. Jahresabonnement ÖS 300,-
Studentenabonnement ÖS 200,-/DM 27,80/SFr 26,-
Auslandsabonnement ÖS 350,-/DM 48,-/SFr 44,50,-
Alle Bezugspreise und Versandkosten unterliegen der
Preisbindung. Abbestellungen müssen spätestens drei
Monate vor Ende des Kalenderjahres schriftlich erfol-
gen.

Geschäftliche Zuschriften:

Abonnement-Bestellungen, Anzeigenaufträge usw. –
senden Sie bitte an den Verlag. Redaktionelle
Zuschriften – Artikel, Presseaussendungen, Bücher-
besprechungen – senden Sie bitte an die Redaktions-
adresse.

Das MEDIEN JOURNAL will ein Forum für die offene Diskussion
sein. Die mit dem Verfasseramen gekennzeichneten
Beiträge geben nicht in jedem Fall die Meinung der
Redaktion oder der Herausgeber wieder. Die Verfasser/innen
sind verantwortlich für die Richtigkeit der in
ihren Beiträgen mitgeteilten Tatbestände. Für unver-
langt eingesendete Manuskripte übernehmen Redak-
tion und Verlag keine Haftung. Die Zeitschrift und alle
in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge sind urheber-
rechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der
Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des
Verlages unzulässig. Das gilt insbesondere für die Ver-
vielfältigung, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und
die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen
Systemen.

21. JAHRGANG, NUMMER 3 / 1997 COVER & SATZ: MARCUS MERIGHI

INHALT

Hans Mathias KEPLINGER

Zum Charakter des manifesten
Inhalts von Kommunikation.....4

Georg RUHRMANN, Matthias KOHRING,
Alexander GÖRKE

Medienberichterstattung über
Umweltthemen11

Lutz M. HAGEN

Semantische Struktur- und
Inhaltsanalyse (SSI) und
Qualitätsanalyse von
Nachrichtenagenturen.....20

Jens TENSCHER, Peter R. Schrott

Fernsehanalyse am Beispiel von
Wahlkampfdebatten32

Knut HICKETHIER

Stichworte zur Film- und
Fernsehanalyse41

Harald KLEIN

Computerunterstützte
Textanalyse51

Auswahlbibliographie

Medieninhaltsanalyse
(von Gabriele Siegert).....61

Rezensionen.....64

DIE AUTORINNEN UND AUTOREN

Alexander Görke, M.A., Doktorand, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Westfälische Wilhelms-Universität Münster.
e-mail: gorkea@uni-muenster.de

Lutz M. Hagen, Dr., wissenschaftlicher Assistent, Lehrstuhl für Kommunikations- und Politikwissenschaft, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg.
e-mail: wskp40@wsfg1.wiso.uni-erlangen.de

Knut Hickethier, Dr., Universitätsprofessor, Literaturwissenschaftliches Seminar, Medienwissenschaft der Universität Hamburg.
e-mail: fs5a065@rzaisrv2.rrz.uni-hamburg.de

Hans Mathias Kepplinger, Dr., Universitätsprofessor, Institut für Publizistik, Johannes-Gutenberg-Universität Mainz.
e-mail: kepplinger@uni-mainz.de

Harald Klein, Dr., wissenschaftlicher Mitarbeiter, Institut für Soziologie, Friedrich-Schiller-Universität Jena.
e-mail: klein@ifsws.soziologie.uni-jena.de

Manfred Knoche, Dr., Universitätsprofessor, Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg.
e-mail: manfred.knoche@sbg.ac.at

Matthias Kohring, Dr., wissenschaftlicher Mitarbeiter, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft i.G., Technische Universität Ilmenau/Thüringen.
e-mail: matthias.kohring@rz.tu-ilmenau.de

Georg Ruhrmann, Dr., Vertretungsprofessor für Medienwissenschaft, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft i.G., Technische Universität Ilmenau/Thüringen.
e-mail: georg.ruhrmann@rz.tu-ilmenau.de

Peter R. Schrott, Ph.D., ZUMA, Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen, Mannheim. Abteilungsleiter: Textanalyse, Medienanalyse, Vercodung.
e-mail: schrott@zuma-mannheim.de

Gabriele Siegert, Dr., Universitätsassistentin, Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg.
e-mail: gabriele.siegert@sbg.ac.at

Jens Tenscher, M.A., ZUMA, Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen, Mannheim.
e-mail: tenscher@zuma-mannheim.de

EDITORIAL

Die Inhaltsanalyse ist nicht nur »das ureigenste Feld der Kommunikationsforschung«¹⁾ und eine Methode, die seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert systematisch angewandt wird. Sondern Sie ist auch eine Forschungsmethode, deren theoretischer Fortschritt sich als »Reifung zum basalen sozialwissenschaftlichen Erhebungsinstrument« charakterisieren läßt²⁾. Neben Befragung und Beobachtung hat sich die Inhaltsanalyse international und auch im deutschsprachigen Raum sichtbar zu einem »ebenbürtigen Instrument zur Erhebung sozialer Wirklichkeit etabliert«³⁾ und damit zu einem anerkannten Instrument der Sozialforschung entwickelt⁴⁾.

Während jedoch in der empirischen Sozialforschung insgesamt die Methode der Befragung nach wie vor als der »Königsweg«⁵⁾ gilt, kann die Methode der Inhaltsanalyse als der »Königsweg« in der Kommunikationswissenschaft angesehen werden⁶⁾. Dabei ist nicht nur die seit Ende der siebziger Jahre international sprunghaft ansteigende Anzahl inhaltsanalytischer Untersuchungen bemerkenswert, sondern vor allem auch der damit einhergehende theoretische und me-

- 1) Max Kaase/Winfried Schulz (1989): Perspektiven der Kommunikationsforschung, in: dies. (Hg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde, Opladen: Westdeutscher Verlag, 12.
- 2) Klaus Merten/Brit Großmann (1996): Möglichkeiten und Grenzen der Inhaltsanalyse, in: Rundfunk und Fernsehen, 44, 73.
- 3) Ebenda, 70.
- 4) Vgl. Peter R. Schrott/David J. Lanoue (1994): Trends and Perspectives in Content Analysis, in: Ingwer Borg und Peter Ph. Mohler (Hg.): Trends and Perspectives in Empirical Research. Berlin/New York: De Gruyter, 327-346.
- 5) Vgl. Max Kaase/Wolfgang R. Langenbucher (1986): Medienwirkungen auf Gesellschaft und Politik, in: Deutsche Forschungsgemeinschaft (Hg.): Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Teil I: Berichte und Empfehlungen, Weinheim: VCH, 25.
- 6) Vgl. Manfred Knoche/Monika Lindgens (1990): Fünf-Prozent-Hürde und Medienbarriere. Die Grünen im Bundestagswahlkampf 1987: Neue Politik, Medienpräsenz und Resonanz in der Wählerschaft, in: Max Kaase/Hans-Dieter Klingemann (Hg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1987, Opladen: Westdeutscher Verlag, 570.

thodische Fortschritt der Inhaltsanalyse, insbesondere als Medieninhaltsanalyse. Diesen Fortschritt kann man unseres Erachtens auf mindestens zehn Gebieten beobachten:

1. Die Methode der Inhaltsanalyse wird mittlerweile auf eine Vielzahl von Problembereichen der sozialen Wirklichkeit angewandt (Erweiterung der Forschungsfelder), wobei politische Probleme weiterhin im Vordergrund stehen.
2. Die Inhaltsanalysen beziehen sich auf eine Vielzahl von Medien (Erweiterung der Untersuchungsobjekte). Zwar liegt traditionell das Schwergewicht auf der Untersuchung von Pressemedien, aber insbesondere aufgrund der Entwicklung eines dualen Rundfunksystems hat sich zum Beispiel in Deutschland im vergangenen Jahrzehnt die Hörfunk- und Fernseh-Inhaltsanalyse stark entwickelt.
3. Inhaltsanalyse wird zwar nach wie vor v.a. als Textanalyse angewandt, sie erstreckt sich aber zunehmend auch auf audiovisuelle Produkte (Erweiterung des Untersuchungsmaterials).
4. Grundlagen der Inhaltsanalysen sind zunehmend komplexere Kategoriensysteme (Erweiterung der Untersuchungsdimensionen), die über eine grobe Deskription manifester Inhalte hinausgehen und auch latente Inhalte mit einbeziehen.
5. Auch hinsichtlich der statistischen Datenauswertung haben vorliegende inhaltsanalytische Arbeiten an Komplexität und Tiefe gewonnen (Erweiterung der Untersuchungsergebnisse).
6. Zunehmend wird die Inhaltsanalyse, insbesondere im Rahmen von Medienwirkungsforschung, in Methodenkombination mit Befragung oder Beobachtung angewandt (Erweiterung des Untersuchungsdesigns)⁷⁾.
7. Mehr und mehr wird die Inhaltsanalyse auch zu langfristigen Trendanalysen genutzt (Erweiterung des Untersuchungszeitraums), so daß darauf basierende Untersuchungsergebnisse als Indikatoren für sozialen Wandel gelten können.
8. Als Fortschritt ist es auch anzusehen, daß die Inhaltsanalyse zunehmend als Input-Output-Analyse eingesetzt wird (Erweiterung der Forschungsfelder und des Untersuchungsdesigns), entweder als Vergleich von Öffentlichkeitsarbeit (Input) und Medieninhalten (Output) oder als Vergleich von Medieninhalten (Output) mit externen Daten (Input).
9. Zusätzlich haben Verfahren der computerunterstützten Inhaltsanalyse an Bedeutung gewonnen (Erweiterung des Untersuchungsinstrumentariums), was sich in der Entwicklung von speziellen Software-Paketen und in der Anwendung dieses Instrumentariums zeigt.
10. Schließlich sollen auch die Fortschritte in der Anwendung der Inhaltsanalyse im Rahmen von Befragung (zum Beispiel zur Auswertung »offener« Fragen in standardisierten Interviews oder zur Auswertung von Leitfadengesprächen) und Beobachtung erwähnt werden, auch wenn sie über den Rahmen der in diesem Themenheft im Vordergrund stehenden Medieninhaltsanalyse hinausgehen.

Die Inhaltsanalyse hat sich nicht nur zu einer vielverwendeten Methode der etablierten wissenschaftlichen Projektforschung entwickelt, sie ist auch für eine unüberschaubare Flut von Seminar-, Diplom-, Magister- und Doktorarbeiten in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und teilweise auch schon in sozialwissenschaftlichen Nachbardisziplinen der »Königsweg«. Die »Beliebtheit« dieser Methode resultiert vermutlich in nicht unerheblichem Maße aus ihrer im Vergleich zu anderen Methoden wesentlich leichteren »Machbarkeit«. Diese ergibt sich vorrangig aus der generell leichteren Zugänglichkeit der Untersuchungsobjekte, insbesondere wenn es sich um Pressemedien handelt. Zugangsprobleme wie bei Befragungs- oder Beobachtungspersonen (Rücklaufprobleme, Verweigerungen etc.) treten in der Regel nicht auf, so daß die Repräsentativität der Untersuchung gesichert werden kann. Im Gegensatz zu anderen sozialwissenschaftlichen Methoden ist die Inhaltsanalyse auch im Prinzip ein

7) Vgl. hierzu insbesondere die Mehrzahl der Forschungsprojekte, die im Rahmen des deutschen DFG-Schwerpunktprogramms »Publizistische Medienwirkungen« in den achtziger Jahren durchgeführt wurden, in: Winfried Schulz (Hg.) (1992): Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft, Weinheim: VCH; vgl. zum Nutzen der Inhaltsanalyse für die Medienwirkungsforschung grundsätzlich auch Winfried Schulz (1986): Medienanalyse (Inhaltsanalyse) und Wirkungsforschung, in: Deutsche Forschungsgemeinschaft (Hg.): a.a.O., 111-116.

»nicht-reaktives« Meßverfahren, so daß methodische Probleme der Interaktion zwischen Forschern (Interviewern, Beobachtern) und Untersuchungspersonen entfallen⁸⁾.

Die Ursachen für den Aufschwung der Inhaltsanalyse im Bereich der etablierten empirisch-kommunikationswissenschaftlichen Forschung liegen zu einem beträchtlichen Teil auch in der Entwicklung des Massenmediensystems in den fortgeschrittenen Industriegesellschaften. Relevant ist hier zum einen die Ausdehnung des privatwirtschaftlichen Medienbereichs, insbesondere hinsichtlich neuer Hörfunk- und Fernsehangebote, auch in Richtung »neuer Medien«. Die Analyse von Medieninhalten als Analyse von Medienprodukten hat in diesem Zusammenhang, zum Beispiel im Rahmen der Konkurrenzstrategien und des Produktmarketings der Medienunternehmen, an wirtschaftlicher Relevanz gewonnen. Zum anderen haben die Massenmedien innerhalb von PR- und Öffentlichkeitsstrategien von Unternehmen und Organisationen, Parteien, Regierungen etc. an Bedeutung gewonnen, so daß in Wirtschaft, Kultur und Politik das Interesse am Einsatz der Inhaltsanalyse als Evaluierungsinstrument (»Input-Output-Analyse«) für PR, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing wächst.

In diesem aufgezeigten theoretischen, methodischen und forschungspraktischen Kontext stehen die sechs aktuellen Beiträge zur Medieninhaltsanalyse von theoretisch und praktisch ausgewiesenen Forschern in diesem Heft. Die Beiträge sind – im Sinne der oben angeführten zehn »Fortschrittsgebiete« – beispielhaft für den methodischen, theoretischen und forschungspraktischen Fortschritt der Anwendung der Medieninhaltsanalyse im deutschsprachigen Raum. Wie schon die für dieses Heft von Gabriele Siegert zusammengestellte Auswahlbibliographie zur Medieninhaltsanalyse für den Zeitraum 1990 bis 1997 (ohne Anspruch auf Vollständigkeit) zeigt, hat eine Vielzahl von (vorrangig) Kommunikationswissenschaftlern zu diesem Fortschritt der Medieninhaltsanalyse beigetragen. Wegen der notwendigen umfangmäßigen Begrenztheit der Themenhefte des Medien Journal mußte auch hinsichtlich der Themen und Autoren für dieses Heft eine Auswahl getroffen werden, so daß mit dieser Veröffentlichung nur im Ansatz ein »state of the art« der deutschsprachigen Medieninhaltsanalyse geboten werden kann.

Hans Mathias Kepplinger diskutiert in seinem Beitrag kritisch die theoretische Grundlage jeder Inhaltsanalyse: den manifesten Inhalt von Kommunikation. Auch Georg Ruhrmann, Matthias Kohring und Alexander Görke argumentieren in Bezug auf theoretische Grundlagen. Sie machen Vorschläge und Anmerkungen zur Anpassung der Inhaltsanalyse an neuere Entwicklungen der Journalismustheorie. Lutz M. Hagen erläutert und diskutiert anwendungsbezogen die semantische Struktur- und Inhaltsanalyse, wobei er dem technisch-formalen Aufwand den Ergebnis-Nutzen gegenüberstellt. Jens Tenscher und Peter Schrott zeigen anhand von TV-Wahlkampfdebatten eine klassische Variante von TV-Inhaltsanalysen mit neuem Focus: Mit der dynamischen Gesprächsanalyse wird der Interaktion von Politikern und Moderatoren untersucht. Ebenfalls auf Fernsehen bezugnehmend bringt Knut Hickethier eine weitere Theorieperspektive ein, in dem er auf der Basis des hermeneutischen Konzepts des Verstehens die Grundsätze und Prinzipien der Film- und Fernsehanalyse als Produktanalyse veranschaulicht. Im Beitrag von Harald Klein sind grundsätzliche Ausführungen über die Arbeitstechniken computerunterstützter Textanalyse mit einem LeserInnenservice verbunden: Der Auflistung und Evaluation von Software für computerunterstützte Inhaltsanalyse bzw. qualitative Datenanalyse sowie der Angabe wichtiger Informationen über das Internet.

Manfred Knoche / Gabriele Siegert

8) Mit Recht weisen allerdings Merten/Großmann (a.a.O., 75) darauf hin, daß »auch die Inhaltsanalyse als basales Instrument oberhalb der syntaktischen bzw. denotativ-semantischen Ebene nicht nicht-reaktiv« sein kann.

Hans Mathias Kepplinger

Zum Charakter des manifesten Inhalts von Kommunikation

Konzeptionelle Grundlagen

Ein Markstein auf dem Weg zur Entwicklung der quantitativen Inhaltsanalyse von einem Ad-hoc-Verfahren zu einer wissenschaftlichen Methode ist Bernard Berelsons Aufsatz »Content Analysis in Communication Research« aus dem Jahr 1952. Dort finden sich erstens operationale Definitionen der zentralen Begriffe – darunter der Begriffe »manifest« und »latenter« Inhalt – zweitens eine Explikation der Forderungen nach Objektivität der Klassifikationen im Sinne intersubjektiver Wiederholbarkeit und drittens eine Klärung der Voraussetzungen, unter denen quantitative Inhaltsanalysen sinnvoll und möglich sind.

Nach Berelson kann eine quantitative Inhaltsanalyse dann durchgeführt werden, wenn große Informationsmengen vorhanden sind und wenn ausschließlich ihr manifeste Inhalt erfaßt wird. Zur letzten Forderung schreibt Berelson: »Content analysis assumes that study of the manifest content is meaningful. This assumption requires that the content be accepted as a 'common meeting-ground' for the communicator, the audience, and the analyst. That is, the content analyst assumes that the 'meanings' which he ascribes to the content, by assigning it to certain categories, correspond to the 'meanings' intended by the communicator and/or understood by the audience. In other words, the assumption is that there is a common universe of discourse among the relevant parties, so that the manifest content can be taken as a valid unit of study«. (Berelson 1952, 19)

Gegen seine eigene Forderung führt Berelson zwei Argumente an, die die Existenz eines »common meeting-ground« infrage stellen und manche Stellungnahmen in der neueren Konstruktivismus-Debatte ziemlich alt aussehen lassen. Der erste Einwand lautet: »The only sense in which 'manifest content' exists is in the form of black-marks-on-white«. (ebd.) Der zweite Einwand liest sich folgendermaßen: »Every reader takes his own peculiar meanings away from the common content«. (ebd.) Im Anschluß daran illustriert Berelson das Problem

und seine eigene Lösung mit einem einfachen Modell: »If one imagines a continuum along which various communications are placed depending upon the degree to which different members of the intended audience get the same understandings from them, one might place a simple news story on a train wreck at one end ... and an obscure modern poem at the other ...«. (ebd.) Daraus folgert er: »The analysis of manifest content is applicable to materials at the end of the continuum where understanding is simple and direct, and not to the other«. (Berelson 1952, 19f)

Berelson beschreibt in seiner klassischen Darstellung wesentliche Teile eines Problems so, wie es auch heute noch gesehen wird. Dennoch steht seine Konzeption der Entwicklung einer Methode, die den theoretischen und praktischen Anforderungen gerecht wird, im Wege. Ein Grund liegt in der Größe des »common meeting-ground«, über den wir heute wesentlich mehr wissen als vor 45 Jahren, und dieses Wissen weist seinen Weg als Sackgasse aus: Zeitungsleser und -leserinnen nehmen z.B. zwar Personen (Politiker) zu etwa 75 Prozent so wahr, wie sie in Artikeln charakterisiert werden. (vgl. Brosius et al. 1991) Bei der verbalen Charakterisierung von Personen treffen sich folglich Schreibende und Lesende auf einem relativ großen »common meeting-ground«. Dies trifft jedoch auf Beiträge über Sachaussagen zu kontroversen Themen nicht zu. Zeitungslesende erkennen in Artikeln zu kontroversen Themen nur bei etwa der Hälfte der Sachargumente die Zielrichtung (bei einer Zufallswahrscheinlichkeit von 25%). Daraus folgt, daß sich die Autoren/Autorinnen und Leser/Leserinnen der Sachargumente zu kontroversen Themen auf einem vergleichsweise kleinen »common meeting-ground« treffen. (vgl. Kepplinger et al. 1994b) Dies gilt analog auch für Fernseh Zuschauer und -zuschauerinnen. Die Rezipienten von Nachrichtensendungen des Fernsehens behalten nur wenige der berichteten Ereignisse, und sie erinnern sich nur an einen kleinen Teil der mitgeteilten Informationen. Andererseits fügen sie den mitgeteilten Informationen zudem andere Informationen hinzu. Schließlich vermischen sie Informationen über verschiedene Sachverhalte miteinander. (vgl. Hoyer/Jacoby 1985; Kepplinger/Daschmann 1997)

Diese Befunde scheinen die Behauptungen über die generelle Individualität der Rezeption von Medieninformationen und damit die fundamentalen Einwände gegen die Existenz eines »common meeting-ground« zu bestätigen. Das trifft jedoch aus zwei Gründen nicht zu. Erstens folgt das Vergessen, Hinzufügen und Vermischen erkennbaren Regeln. Es handelt sich m.a.W. weder um einen willkürlichen noch um einen rein individuellen Vorgang. Vielmehr kann man hinter den individuell verschiedenen Verhaltensweisen allgemeine Gesetzmäßigkeiten erkennen, die das Verhalten beeinflussen. Zweitens gäbe es ohne ein Mindestmaß an intendiertem Informationstransfer überhaupt keine sprachliche Verständigung. Dies ist z.B. bei »Gesprächen« zwischen Deutschen und Chinesen der Fall, die jeweils nur ihre eigene Sprache verstehen. Ähnliches mag im Extremfall auch auf Presse-, Hörfunk- und Fernsehbeiträge zutreffen, der Regelfall ist es jedoch mit Sicherheit nicht. Trotzdem bleibt richtig, daß sich auch die Autoren verbaler Fernsehinformationen und die Fernseh Zuschauer und -zuschauerinnen nur auf einem sehr kleinen »common meeting-ground« treffen: Manches wird verstanden, vieles aber mißverstanden oder überhaupt nicht meßbar rezipiert.

Ein weiterer Grund dafür, daß Berelsons Konzeption der Entwicklung einer praktikablen Methode im Wege steht, liegt in der Ausklammerung von Konnotationen. Berelson fordert bekanntlich, daß bei quantitativen Inhaltsanalysen nur »relatively denotative communication materials« erfaßt werden dürfen. (Berelson 1952, 20) Dies wäre dann sinnvoll, wenn die re-

levanten Informationen von Presse, Hörfunk und Fernsehen ausschließlich oder zumindest weit überwiegend in ihrem rein denotativen Inhalt stecken würden. Dies ist jedoch nicht der Fall. Sowohl in der politischen Kommunikation als auch bei Unterhaltungsangeboten spielen vielmehr konnotative Elemente eine bedeutende Rolle. In vielen Fällen, vor allem bei anspruchsvolleren Beiträgen, erschließt sich die volle Bedeutung der Informationen erst durch das, was »zwischen den Zeilen« steht, in den Äußerungen »mitschwingt« oder aus dem Kontext erschlossen werden kann. Wer diese Elemente aus methodischen Gründen generell ausklammert, nimmt den Informationen unter Umständen genau das, was sie bedeutsam macht. Die Forderung nach der Beschränkung auf den manifesten Inhalt im Berelsonschen Sinn schränkt deshalb die Anwendung der quantitativen Inhaltsanalyse unabsichtlich derart ein, daß sie als Methode zur Analyse komplexer Kommunikationsprozesse teilweise unbrauchbar wird. Deshalb bleibt das eigentliche Problem, die wissenschaftliche Analyse der Masse der individuell und sozial bedeutsamen Medieninhalte, ungelöst. Den Schlüssel zu einer Lösung dieses Problems hierzu bildet die Bedeutung dessen, was man unter dem manifesten Inhalt verstehen soll: eine natürliche Gegebenheit oder ein wissenschaftliches Konstrukt.

Berelson betrachtet, ohne daß er dies ausdrücklich so darstellt, den manifesten Inhalt als eine natürliche Gegebenheit von Kommunikation, die Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen vorfinden. In dieser Betrachtungsweise besteht der manifeste Inhalt in der Bedeutung, die eine Information nach dem Verständnis normaler Menschen besitzt. Daraus folgt, daß nur dann ein manifeste Inhalt vorliegt, wenn normale Menschen die Information in gleicher Weise verstehen. Dies ist, wie wir wissen, häufig nicht der Fall. Die Vorgehensweise Berelsons ist zwar möglich, jedoch keineswegs zwingend notwendig. Den manifesten Inhalt einer Information kann man vielmehr auch als ein wissenschaftliches Konstrukt betrachten, das zum Zweck von empirischen Analysen hergestellt wird. In dieser Betrachtungsweise ist der manifeste Inhalt einer Information das, was mit Hilfe eines Instrumentes gemessen und dadurch manifest gemacht werden kann. Daraus folgt, daß der manifeste Inhalt nicht mit dem Verständnis normaler Menschen identisch sein muß. Ob dies der Fall ist, kann nur empirisch ermittelt werden. So kann man z.B. die Bedeutung ironischer Aussagen messen, die möglicherweise nur von einem kleinen Teil der Rezipienten verstanden wird. Das entscheidende Kriterium für die Bestimmung des manifesten Inhalts einer Information bildet dabei einzig und allein die Zuverlässigkeit (Reliabilität) des Meßinstruments (Codebuch).

Die Konzeption des manifesten Inhalts einer Information als wissenschaftliches Konstrukt entspricht der Definition von Intelligenz in der Intelligenzforschung: Intelligenz ist, was ein Intelligenztest mißt. Dies schließt andere Formen von Intelligenz, die von Intelligenztests nicht erfaßt werden, nicht aus. Sie gelten jedoch nicht als Intelligenz in dem – durch ein spezifisches Meßinstrument – definierten Sinn. Das gleiche gilt analog auch für die vorgeschlagene Definition des manifesten Inhalts. So kann man z.B. mit verschiedenen Meßinstrumenten unterschiedliche Aspekte von Sprache manifest machen und in diesem Sinn »manifestieren«. In einem Fall mag die abwertende Verwendung des Ausdrucks »Herr« in politischen Kommentaren interessieren, im anderen Fall nicht, dafür aber die Relativierung von Absichtserklärung durch Hinweis auf verdeckte Motive usw.. Beides ist nicht manifest im Berelsonschen Sinn, kann aber durch geeignete Codiervorschriften manifest gemacht werden. Ob dies sinnvoll ist, hängt in einem solchen Fall nicht von der Natur der Sache, sondern von der jeweiligen Fragestellung, dem theoretischen oder praktischen Ziel der Inhaltsanalyse, ab.

Die Konzeption des manifesten Inhalts als wissenschaftliches Konstrukt und seine Konzeption als natürliche Gegebenheit sind keine Alternativen, die sich gegenseitig ausschließen. Vielmehr wird man von Fall zu Fall entscheiden müssen, als was man manifesten Inhalt konzipieren und betrachten soll – als natürliche Gegebenheit oder als wissenschaftliches Konstrukt. Vor allem bei groben Ex-post-facto-Kombinationen von Inhaltsanalysen mit Umfragedaten, wie man sie z.B. meist für Agenda-Setting-Studien durchführen muß, wird man den manifesten Inhalt als natürliche Gegebenheit im Sinne Berelsons betrachten müssen, weil dies die solideste Schnittmenge zwischen den Medieninformationen und Bevölkerungsmeinungen herstellt. (vgl. Kepplinger et al. 1989, 73ff) Auch dann, wenn man den manifesten Inhalt als wissenschaftliches Konstrukt ansieht, folgt daraus nicht, daß sich der so ermittelte manifeste Inhalt von demjenigen, den man bei einer anderen Konzeption erhalten hätte, völlig unterscheiden würde: So wie es – solange man überhaupt von Kommunikation sprechen kann – Überschneidungen zwischen den intendierten und rezipierten Bedeutungen gibt, gibt es Überschneidungen zwischen dem manifesten Inhalt im Sinne einer natürlichen Bedeutung und im Sinne eines wissenschaftlichen Konstrukts. Dabei geht die Bedeutungsmenge, die im zweiten Fall erfaßt wird (wissenschaftliches Konstrukt), in der Regel über die Bedeutungsmenge des ersten Falls (natürliche Bedeutung) hinaus, weil hier der common sense als Grundlage von öffentlicher Kommunikation vorausgesetzt, dort aber die Erschließung zusätzlicher Bedeutungselemente ermöglicht wird.

Die Konzeption des manifesten Inhalts als wissenschaftliches Konstrukt bietet gegenüber seiner Konzeption als natürliche Gegebenheit zwei wesentliche Vorteile. Erstens ermöglicht sie eine wesentlich flexiblere und kreativere Anwendung der Methode auf zahlreiche Fragestellungen. Zweitens macht sie ein Problem bewußt, das im anderen Fall eher verdeckt wird: die letztlich immer vorhandenen, mehr oder weniger großen Diskrepanzen zwischen dem, was Journalisten und Journalistinnen mitteilen wollen, was man intersubjektiv und in diesem Sinne objektiv in ihren Darstellungen erkennen kann, und was einzelne Rezipienten daraus entnehmen und machen. Diese Diskrepanzen sollten durch Meßvorschriften nicht eliminiert, sondern aus praktischen und theoretischen Gründen offengelegt werden, weil sie nur dann in ihrer Größenordnung erkannt und aus ihren jeweiligen Ursachen erklärt werden können. Aus dieser Perspektive entpuppt sich der praktische Vorteil der Berelsonschen Konzeption – die Möglichkeit des Schlusses von den Medieninhalten auf die Kommunikatoren und Rezipienten – als theoretischer Nachteil: Sie legt die Problematik nicht offen, sondern verstellt sie.

Theoretische und praktische Relevanz

Die Definition des Begriffs manifesten Inhalts besitzt weitreichende Konsequenzen. Die erste Konsequenz betrifft – wie bereits erwähnt – die Anwendbarkeit des Verfahrens: Betrachtet man den manifesten Inhalt als eine natürliche Gegebenheit, wird die Anwendung der Inhaltsanalyse quantitativ und qualitativ sehr eingeschränkt: Man kann sie nur selten und nur bei relativ trivialen Botschaften einsetzen. Der Inhalt zahlreicher Botschaften kann folglich nicht ermittelt werden. Betrachtet man den manifesten Inhalt als wissenschaftliches Konstrukt, wird die Anwendung der Inhaltsanalyse quantitativ und qualitativ ausgeweitet: Man kann sie auf alles anwenden, was intersubjektiv meßbar ist. Das individuelle Verständnis der ermittelten Inhalte bleibt dabei unberücksichtigt.

Die zweite Konsequenz betrifft die sogenannten Inferenzen – den Schluß von Inhaltsanalyseergebnissen auf Merkmale der Kommunikatoren und Rezipienten: Betrachtet man den manifesten Inhalt als natürliche Gegebenheit, sind solche Inferenzen möglich. Die Ergebnisse von Inhaltsanalysen können folglich z.B. als Indikatoren für die Meinungen von Journalisten und Journalistinnen oder die Kenntnisse der Rezipienten genutzt werden. Relativierend ist jedoch anzufügen, daß die Zulässigkeit solcher Schlüsse seit Jahrzehnten ein Gegenstand von Zweifeln und Kontroversen ist. (vgl. u.a. Ritsert/Becker 1971, 59-66; Herkner 1974, 183ff; Merten 1983, 15ff, 53ff, 107ff; Früh 1991a, 43ff) Betrachtet man den manifesten Inhalt als wissenschaftliches Konstrukt, sind derartige Schlüsse zwar nicht unmöglich, müssen jedoch in jedem Einzelfall gerechtfertigt werden. Dabei ist zu entscheiden, ob die erfaßten Medieninhalte z.B. auf die Einstellungen und Meinungen der Kommunikatoren zurückzuführen sind bzw. welche Teile die Rezipienten so verstanden haben, wie sie ermittelt wurden. Dies kann durch Plausibilitätsüberlegungen geschehen oder auf der Grundlage empirischer Ergebnisse. Beide Vorgehensweisen führen jedoch zwangsläufig dazu, daß die fraglichen Beziehungen problematisiert und damit wissenschaftlich fruchtbar gemacht werden.

Die dritte Konsequenz betrifft den Zusammenhang zwischen den Variablen im Kommunikationsprozeß. Dies ist bei der Analyse der Entstehung von Nachrichten – dem Zusammenhang zwischen Ereignismerkmalen und Selektionskriterien einerseits sowie der Entscheidung über die Publikation und ihre Aufmachung – von Bedeutung, vor allem jedoch bei der Analyse der Wirkung von Nachrichten – dem Zusammenhang zwischen Nachrichtenmerkmalen und Rezipientenmerkmalen einerseits sowie der Veränderung von Kenntnissen, Meinungen, Einstellungen und Verhaltensweisen. Betrachtet man z.B. bei Wirkungsanalysen den manifesten Inhalt als natürliche Gegebenheit, kann man den Wirkungszusammenhang – weil Medieninhalt und Inhaltsrezeption identisch sind – vollständig durch zwei Variablen charakterisieren: Medieninhalte (Stimulus) und Medienwirkungen (Response). Diese Vorstellung wird der Realität offensichtlich nicht gerecht und führt nicht selten zu der ebenso abwegigen Behauptung, alle Rezipienten würden die Medieninhalte individuell verschieden verarbeiten.

Aus der Behauptung, alle Rezipienten würden Medieninhalte individuell verschieden verarbeiten, wird gelegentlich die Forderung abgeleitet, auf intersubjektive Inhaltsanalysen zugunsten von einzelfallbezogenen Rezeptionsanalysen zu verzichten. (vgl. u.a. Liebes/Katz 1986; Jensen 1986; Jensen 1995) Dies ist jedoch aus mehreren Gründen fragwürdig. Erstens ist, wie oben belegt wurde, die Prämisse falsch: Die Individuen verarbeiten Medieninhalte zwar unterschiedlich. Dies bedeutet jedoch weder, daß die individuelle Verarbeitung willkürlich erfolgt, noch, daß zwischen den individuellen Verständnissen keine Überschneidungen bestehen. Zweitens ändert sich durch die Beschränkung auf Rezeptionsstudien die zentrale Einheit der Analyse. Die zentrale Einheit ist nicht mehr der Medieninhalt – ihn gibt es als eigenständige Größe nicht mehr. Man kann folglich über den Medieninhalt auch keine sachgerechten Aussagen mehr machen. Zentrale Einheit ist nun der Kontakt zwischen Medienangebot und Rezipient. Folglich gibt es theoretisch so viele subjektive Bedeutungen wie Kontakte zwischen Informationsangeboten und Informationsnutzern. Dies sind theoretisch wie praktisch offensichtlich unsinnige Konsequenzen. Drittens werden durch die Behauptung, alle Rezipienten würden Medienangebote individuell unterschiedlich verarbeiten, und die daraus abgeleiteten Folgerungen die tatsächlich existierenden Verarbeitungsunterschiede tabuisiert. Statt die generellen Mechanismen zu spezifizieren, die individuelle Verarbeitungen steuern, werden sie einer systematischen Analyse entzogen. Damit erweist sich der

scheinbare Vorteil eines problemlosen Schlusses von den Medieninhalten auf Kommunikator- und Rezipientenmerkmale als ein wesentlicher Grund für die unzureichende wissenschaftliche Problematisierung fundamentaler Differenzen.

Betrachtet man den manifesten Inhalt als wissenschaftliches Konstrukt, muß man bei Wirkungsaussagen, weil Medieninhalt und Inhaltsrezeption auseinanderklaffen können, mindestens drei Variablen unterscheiden – objektiver (intersubjektiver) Medieninhalt, individuelle (subjektive) Rezeption und kollektive (überindividuelle) Reaktion. Die individuelle Rezeption stellt dabei eine intervenierende Variable dar, die die generelle Wirkung der objektiven Medieninhalte mehr oder weniger stark modifiziert. (vgl. Kepplinger et al. 1994a, 19ff, 69ff; dies. 1995) Die Rezeptionsanalyse ersetzt hierbei nicht die Inhaltsanalyse auf Gebieten, auf denen sie nicht angewandt werden kann. Sie ergänzt vielmehr die Inhaltsanalyse, um zu klären, wann und warum objektiver Inhalt und subjektive Bedeutung auseinander fallen.

Aus diesen Feststellungen folgt zum einen, daß bei Wirkungsstudien neben den abhängigen Variablen (Kenntnisse, Meinungen usw.) systematisch auch die intervenierenden Variablen (subjektives Verständnis intersubjektiv meßbarer Medienangebote) erhoben werden müssen. Andernfalls werden im Kommunikationsprozeß Wirkursachen unterstellt, die tatsächlich nicht vorhanden sind, und es liegen Wirkungen vor, die aufgrund der bisherigen Forschungsdesigns theoretisch nicht erwartet und methodisch nicht erfaßt werden können. Dies dürfte eine Ursache für fehlgeschlagene Versuche sein, Medienwirkungen nachzuweisen. Zum anderen folgt daraus, daß die Zusammenhänge zwischen objektiven Inhalten im Sinne von intersubjektiv meßbaren Informationsangeboten und subjektivem Verständnis weit über das bisherige Maß hinaus theoretisch entfaltet und empirisch untersucht werden müssen. Hierzu kann man einfache Hypothesen formulieren und testen, z.B.: Die Differenz zwischen objektivem Inhalt und subjektivem Verständnis von Sachverhalten dürfte um so größer sein, je geringer das Vorwissen der Befragten ist, je komplexer die Themen sind und je differenzierter die Inhaltsanalysen sind, mit denen die objektiven Inhalte intersubjektiv klassifiziert werden. Erst das wissenschaftliche Konstrukt eines objektiven Inhalts, den es selbstverständlich als eine natürliche Gegebenheit nicht gibt, schafft die Voraussetzung dafür, daß die Ursachen des subjektiven Verständnisses – als Abweichung von einem methodisch definierten Kriterium – systematisch erforscht werden können. Der eigentliche theoretische Grund dafür, den manifesten Inhalt als wissenschaftliches Konstrukt zu begreifen besteht m.a.W. in der Notwendigkeit, die vorgefundenen Gegebenheiten der Alltagswelt aufzubrechen, in Variablen zu zerlegen und die Regelmäßigkeiten ihres Zusammenwirkens quantitativ zu erforschen. (vgl. Brosius 1995; Donsbach 1991; Früh 1991b; Kepplinger et al. 1991)

Literatur

- Berelson**, Bernard (1952): *Content Analysis in Communication Research*. New York: Macmillan.
- Brosius**, Hans-Bernd/Staab, Joachim Friedrich/Gaßner, Hans-Peter (1991): Stimulus und Stimulusmessung. Zur dynamisch-transaktionalen Rekonstruktion wertender Sach- und Personendarstellungen in der Presse. In: Früh, Werner (Hg.). *Medienwirkungen: Das dynamisch-transaktionale Modell. Theorie und empirische Forschung*. Opladen: Westdeutscher, 215-235.
- Brosius**, Hans-Bernd (1995): Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption. Ein Modell zur Wahrnehmung und Verarbeitung von Nachrichten. Opladen: Westdeutscher.
- Donsbach**, Wolfgang (1991): *Medienwirkung trotz Selektion. Einflußfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten*. Köln: Böhlau.
- Früh**, Werner (1991a): *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. 3. überarbeitete Auflage. München: Ölschläger.
- Früh**, Werner (1991b): *Medienwirkungen: Das dynamisch-transaktionale Modell. Theorie und empirische Forschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Herkner**, Werner (1974): *Inhaltsanalyse*. In: van Koolwijk, Jürgen/Wieken-Mayser, Maria (Hg.). *Techniken der empirischen Sozialforschung, Bd. III. Erhebungsmethoden: Beobachtung und Analyse von Kommunikation*. München: Oldenburg, 158-191.
- Hoyer**, Wayne D./**Jacoby** Jacob (1985): Miscomprehension of Public Affair Programming. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 29, 437-443.
- Jensen**, Klaus Bruhn (1986): *Making Sense of the News*. Aarhus: Aarhus University Press.
- Jensen**, Klaus Bruhn (1995): *The Social Semiotics of Mass Communication*. London: Sage.
- Kepplinger**, Hans Mathias (1989): Content Analysis and Reception Analysis. In: *American Behavioral Scientist*, 33, 175-182.
- Kepplinger**, Hans Mathias/Brosius, Hans-Bernd/Dahlem, Stefan (1994a): Wie das Fernsehen Wahlen beeinflusst. Theoretische Modelle und empirische Analysen. München: Reinhard Fischer.
- Kepplinger**, Hans Mathias/Brosius, Hans-Bernd/Dahlem, Stefan (1995): Das fehlende Bindeglied. In: Jarren, Otfried/Knaup, Bettina/Schatz, Heribert (Hg.). *Rundfunk im politischen Kommunikationsprozeß. Jahrbuch 1995 der Arbeitskreise Politik und Kommunikation der VPW und DGPK*. Münster: LIT, 144-161.
- Kepplinger**, Hans Mathias/Brosius, Hans-Bernd/Staab, Friedrich/Linke, Günter (1991): Instrumentelle Aktualisierung. Grundlagen einer Theorie kognitiv-affektiver Medienwirkungen. in: Schulz, Winfried (Hg.). *Publizistische Medienwirkungen*. Weinheim: VCH, 161-187.
- Kepplinger**, Hans Mathias/Daschmann, Gregor (1997): Today's News – Tomorrow's frames: A Dynamic Model of News Processing. In: *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 41, im Druck.
- Kepplinger**, Hans Mathias/Gotto, Klaus/Brosius, Hans-Bernd/Haak, Dietmar (1989): Der Einfluß der Fernsehnachrichten auf die politische Meinungsbildung. Freiburg-München: Alber.
- Kepplinger**, Hans Mathias/Tullius, Christine/Augustin, Susanne (1994b): Objektiver Inhalt und subjektives Verständnis aktueller Zeitungstexte. In: *Medienpsychologie*, 6, 302-322.
- Liebes**, Tamar/**Katz**, Elihu (1986): Patterns of Involvement in Television Fiction: A Comparative Analysis. In: *European Journal of Communication*, 1, 151-171.
- Merten**, Klaus (1983): *Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Risert**, Jürgen/Becker, Egon (1971): *Grundzüge sozialwissenschaftlich-statistischer Argumentation*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Medienberichterstattung über Umweltthemen

1 Umweltkommunikation und Risikokommunikation

»Umweltkommunikation« – dieser Begriff steht für eine Diskussion, die sich in den letzten zwei Dekaden einen sicheren Platz auf der gesellschaftlichen Themenagenda gesichert hat. Für eine soziologische und politikwissenschaftliche Betrachtungsweise entscheidend ist, daß das Reden über unsere natürliche Umwelt, fortan als ökologische Kommunikation bezeichnet, auf diese Weise zur Kommunikation über soziales Handeln gerät, und das heißt: Es geht um soziale Zuschreibung von Verantwortlichkeit, um gesellschaftliche Entscheidungen, die kontingent, also auch anders möglich sind – oder gewesen wären. Eben darin liegt ja der »Reiz« dieser Kommunikation – in ihrem möglicherweise aktuellen Irritations- und Konfliktpotential.

Aus der Sicht der Medien- und Kommunikationswissenschaft interessiert vor allem die Funktion, die die sogenannten Massenmedien bzw. die gesellschaftliche Institution des Journalismus in diesem gesellschaftlichen Prozeß der Risikokommunikation innehaben. Was die publizistik- und medienwissenschaftliche Beobachtung journalistischer Risikokommunikation über ökologische Themen betrifft, so dominiert bislang die empirische Analyse kritischer Einzelereignisse (z.B. Harrisburg, Tschernobyl, Bhopal), internationale Vergleiche sind dagegen eher selten (vgl. Schanne/Meier 1992; Ruhrmann/Kohring/Görke 1997). Die Bewertung dieser Berichterstattung orientiert sich zudem an Begriffen wie Sensationalität, wissenschaftlicher Genauigkeit und Verzerrung, die eine tiefere Reflexion der journalistischen Funktion vermissen lassen. Die neuere Journalismusforschung nähert sich dem Forschungsgegenstand dagegen von einem expliziten Theoriestandpunkt, der einerseits unterschiedliche gesellschaftliche Beobachterinnenperspektiven und mögliche kulturspezifische Differenzen von vornherein stärker zu fokussieren erlaubt, andererseits aber bislang nur ansatzweise empirisch umgesetzt wurde. Frau kann also, vereinfacht gesprochen, im einen Fall von einem Theorie- und im anderen Fall von einem Empiriedefizit sprechen.

Im vorliegenden Beitrag soll aufgezeigt werden, wie sich ein Brückenschlag zwischen dem Theorieangebot der systemtheoretisch orientierten Journalismusforschung und der empirischen kommunikationswissenschaftlichen Risiko- und Krisenforschung realisieren läßt. Nachdem auf die grundsätzliche Bedeutung epistemologischer Fragestellungen (2) und die Folgen für inhaltsanalytische Forschungsunternehmen eingegangen wurde (3), werden wir im einzelnen skizzieren, wie die zentralen Begriffe Aktualität, Anlaß, Thema und Akteure reformuliert werden können (3.1 – 3.4). Schließlich werden wir der Frage nachgehen, welche Konsequenzen für die journalistische Beobachtung gesellschaftlicher Konfliktkommunikation aus dem vorgenommenen Revirement resultieren (3.5). Die Schlußanmerkung plädiert dafür, das Instrument der Inhaltsanalyse an die Erkenntnisse und Erfordernisse einer anspruchsvolleren Journalismustheorie anzupassen (4).

2 Risikokommunikation und Medienwirklichkeit

Nicht nur in der deutschen Kommunikationswissenschaft wird die Thematik der journalistischen Wissenschafts-, Technik- und Ökologieberichterstattung vielfach als Problem der Identität bzw. Differenz von vermeintlich objektiver Realität und medialer Wirklichkeit konzipiert. Ein Überblick über dieses kommunikationswissenschaftliche Forschungsfeld zeigt, daß der weit überwiegende Teil der Forschung Journalismus und Massenmedien auf eine wissenschaftszentrierte Aufklärung einer vermeintlich unaufgeklärten Gesellschaft verpflichtet (vgl. Kohring 1997). Kommt es dennoch zu Konflikten um die (ökologischen) Folgen der zivilisatorischen Entwicklung, so werden diese in der Regel auf eine unangemessene, vorurteilsbelastete und dramatisierende Berichterstattung in den Medien zurückgeführt (vgl. z.B. Kepplinger 1989; vgl. hierzu Görke 1997; Kohring 1997; Ruhrmann 1996; Ruhrmann/Kohring 1996).

Seit Anfang der 90er Jahre erscheinen kommunikations- und medienwissenschaftliche Studien zur journalistischen Risikokonstruktion (vgl. z.B. Hansen 1994), die dem interdisziplinären Charakter der Risikoforschung stärker Rechnung tragen. In dieser neueren Forschung läßt sich eine deutliche Tendenz festmachen, statt auf eine einseitige Expertinnen-Aufklärung auf die gesellschaftliche Kommunikation über unterschiedliche, als gleichwertig anerkannte Risikowahrnehmungen zu setzen. Dabei gilt Journalismus – in Umkehrung der bisher vorherrschenden Problemoptik – nicht mehr als Vermittlungsinstanz (Transmissionsriemen) wissenschaftlichen Wissens. In den Mittelpunkt rückt vielmehr die Interaktion journalismusspezifischer und kulturspezifischer Wahrnehmungs- und Deutungsmuster (vgl. Peters/Dunwoody 1993; Hansen 1994). Meta-Studien zeigen, daß diesbezüglich gerade im Bereich des internationalen Wissenschaftsjournalismus und der internationalen Ökologie- und Risikokommunikation erheblicher Forschungsbedarf besteht (vgl. Hansen 1991; Kohring 1997; Schanne/Meier 1992).

Zentraler Ausgangspunkt neuerer journalismus- und medientheoretischer Überlegungen ist also, daß Journalismus als ein eigenständiger Funktionsbereich der Gesellschaft zu betrachten ist, der nach Maßgabe eigener Rationalitätskriterien ein Bild der gesellschaftlichen Realität entwirft. Mit anderen Worten: Die Medienwirklichkeit ist eine Realität *sui generis*; ein direkter qualifizierender Vergleich zwischen Realität und Medienwirklichkeit, z.B. nach Kriterien von Genauigkeit, Objektivität oder politischer Korrektheit, muß daher entfallen. Allerdings lassen sich sehr wohl unterschiedliche Medienwirklichkeiten identifizieren und, z.B. im Hinblick auf nationale und internationale Thematisierungsstrategien, vergleichen.

3 Medienwirklichkeit und Inhaltsanalyse

Die Frage, wie wirklich die Medienwirklichkeit ist, wie journalistische Wirklichkeitsbezüge funktional zu bestimmen und hierfür Indikatoren zu operationalisieren sind, wird damit selbst zum Thema einer wissenschaftlichen Diskussion über die angemessene Beschreibung und Erklärbarkeit journalistischer Berichterstattung. Auf der Basis neuerer journalismustheoretischer Erkenntnisse sollte allerdings davon Abstand genommen werden, journalistische Berichterstattung von vornherein normativ an Hand der Partialinteressen anderer gesellschaftlicher Teilsysteme zu bewerten und damit in der Regel abzuqualifizieren. Oft stellt sich der Eindruck ein, daß es der Forschung weniger darum geht, die Funktion journalistischer Berichterstattung zu beschreiben und zu erklären, als vielmehr darum, die Unangemessenheit der journalistischen Wirklichkeitskonstruktion aufzuzeigen (vgl. die beeindruckende Auflistung der so festgestellten »Defizite« in Hug 1996, 96ff). Im Gegensatz dazu sollte versucht werden, die Methodik der Inhaltsanalyse mit Erfordernissen einer Journalismustheorie zu konfrontieren, die im Journalismus nicht bloß den gesellschaftlichen Transporteur zweifelsfrei objektiver Informationen sieht, sondern den eigenständigen Beobachter gesellschaftlicher Wirklichkeit.

Zuvorderst ist zu betonen: Die oft formulierte Annahme, daß inhaltsanalytische Methode (ja Empirie schlechthin) und systemtheoretisch-konstruktivistische Theoriebasis einander ausschließen, halten wir schlicht für unzutreffend. Genauso wie die Systemtheorie – das gilt für jede Theorie – sich auf empirische Beobachtungen bezieht (ja beziehen muß, um Theorie sein zu können), läßt sie sich auch als theoretische Anleitung für sozialwissenschaftliche Empirie benutzen.

Das gilt auch für die Inhaltsanalyse, hier bestimmt als »Methode zur Erhebung sozialer Wirklichkeit, bei der von Merkmalen eines manifesten Textes auf Merkmale eines nicht-manifesten Kontextes geschlossen wird« (Merten 1995, 87; vgl. zudem Früh 1991; Krippendorff 1980). Soziale Wirklichkeit wird dabei nicht als eine objektive, nur noch abzufragende Realität, sondern als eine selektive Struktur verstanden, die auf Selektivität selektiv reagiert und Selektivität verstärkt (vgl. Luhmann 1981, 314; Schmidt 1987, 13 ff). Schon hier zeigt sich eine erste Auswirkung konstruktivistischen Denkens, nämlich den Gegenstand inhaltsanalytischer Analyse möglichst weitgehend gemäß seiner eigenen Selektivitätsstrukturen erfassen zu wollen. Für die Medieninhaltsanalyse bedeutet dies, daß sie journalistische Berichterstattung vor allem hinsichtlich ihrer Konstruktivität und Eigenrationalität nachzuzeichnen hat, und zwar als einer kontingenten sozialen Wirklichkeit. Dabei ist zu beachten, daß diese Erhebung nicht unabhängig von einer Beobachterin, d.h. nur vermittelt möglich ist.

Im folgenden werden einige zentrale Objektbereiche der systematischen Inhaltsanalyse vorgestellt, wie sie sich u.E. unter Berücksichtigung systemtheoretisch-konstruktivistischer Denkzeuge reformulieren lassen. Wir konzentrieren uns hierbei auf die Begriffe Aktualität, Anlaß, Thema (Hauptthema und Nebenthema), Ort und Akteurinnen. Abschließend wird am Beispiel von Risikoberichterstattung aufgezeigt, wie sich Konflikte inhaltsanalytisch rekonstruieren lassen. Wir beziehen uns dabei auf eine aktuelle Untersuchung, in der wir die Gentechnikberichterstattung aus führenden Wirtschafts- und Wissenschaftsnationen international vergleichen (vgl. Ruhrmann/Kohring/Görke 1997). Die folgenden Überlegungen sind als Anmerkungen zur Methodik der Inhaltsanalyse zu verstehen, die noch einer theoretischen Weiterentwicklung bedürfen.

3.1 Aktualität

Ein Anliegen der traditionellen Inhaltsanalyse ist es, die Aktualität der Berichterstattung über Ökologie zu ermitteln. Diesem Ansatz liegt die stimmige Überlegung zugrunde, daß unterschiedliche Medien über verschiedene Themen mit unterschiedlicher Aktualität berichten. Was aber ist unter Aktualität zu verstehen und, vor allem, wie läßt sich Aktualität messen? Mit Merten (vgl. 1973) definieren wir die Aktualität eines Ereignisses als Produkt seines Überraschungswertes (Informations- oder Neuigkeitswert) und seiner Bedeutung (Relevanz). Zu kritisieren ist immer noch die Auffassung, Aktualität als Eigenschaft eines Ereignisses zu betrachten, die folglich, da sie dem Ereignis sozusagen objektiv eingeschrieben ist, zwangsläufig Medienaufmerksamkeit auslöst. Wer von einer solchen Annahme ausgeht, müßte über einen Indikator verfügen, an Hand dessen sie unstrittig den gesellschaftlichen Neuigkeitswert und die gesellschaftliche Relevanz eines Ereignisses ablesen könnte. Eine solche objektive Beobachterinposition, an der sich dann auch die journalistische Berichterstattung eindeutig messen und bewerten ließe, ist in modernen Gesellschaften aber schwerlich ausfindig zu machen. In der Regel wird die wissenschaftliche Beobachtungsposition als letzte Bastion einer quasi-wahren Gesellschaftsbeobachtung ausgewiesen (vgl. z.B. Kepplinger 1989). Gegen dieses Verfahren hatte schon Groth (1928, 181) eingewandt, daß der Journalismus nicht selten die Wissenschaft als »Genossin im Irrtum hat.« Aus erkenntnistheoretischer Sicht ist es in der Tat wenig einsichtig, einem gesellschaftlichen Teilsystem eine privilegierte, d.h. andere Teilsysteme verpflichtende Beobachterinposition zuzuerkennen.

Wir schlagen daher vor, Aktualität nicht als Ursache, sondern als Folge journalistischer Umwelt- und Risikoberichterstattung zu betrachten. Das heißt: Ereignisse gelten als aktuell, weil die Medien darüber berichten. Aktualität ist als eine wesentliche Unterscheidung des Journalismussystems anzusehen, der eine ungleich größere Bedeutung zukommt als anderen journalistischen Selektionskriterien. Journalismus- und gesellschaftstheoretisch tragen wir mit unserer Überlegung dem Umstand Rechnung, daß die journalistische Beobachtung von Gesellschaft autonom ist und ihr damit die gleiche Rationalität zuzumessen ist wie z.B. einer politischen oder eben auch wissenschaftlichen Realitätssicht. Das schließt eine nachträgliche Bewertung natürlich keineswegs aus.

Aktualität mißt Journalismus einem Ereignis schon dadurch zu, daß er überhaupt selektiert und thematisiert. Welchen Grad an Aktualität Journalismus einem Ereignis zuschreibt, läßt sich darüber hinaus an mehreren Indikatoren ablesen: Über einen längeren Zeitraum hinweg spielt z.B. die Häufigkeit der Thematisierung eine wesentliche Rolle (s.u. »Themen«). Hinzu kommen z.B. die Häufigkeit von Bewertungen, die Plazierung, die Größe des Artikels und eine zusätzliche Kommentierung eines Ereignisses. Wie multidimensional frau aber den Faktor Aktualität auch bestimmt – was inhaltsanalytisch gemessen wird, ist stets eine kontingente Beobachterinposition (die als solche auch gesellschaftliche Wirkungen zeitigen kann), nicht aber die Übereinstimmung von journalistischer Berichterstattung mit der einzig möglichen Realität.

3.2 Anlässe

Das gängige Verständnis des Begriffes Anlaß besagt, daß es sich hierbei um Ereignisse handelt, die gleichsam journalistisches Berichterstattungshandeln verursachen. Dazu zählen äußere Anstöße und Anregungen, die der Informationsbeschaffung dienen; vor allem punktuelle, d.h. kurzzeitige Ereignisse wie Unfälle, Pressekonferenzen etc. sind einschlägige Beispiele. Eine derartige Vorstellung von Ursache (Anlaß bzw. Input) und Wirkung (Medienberichterstattung bzw. Output) ist mit den Erkenntnissen der neueren Journalismus- bzw. Medientheorie aber nicht (länger) vereinbar. Verkürzt formuliert geht die neuere Forschung davon aus, daß Journalismus weitestgehend autonom und selbstreferentiell operiert und nicht durch externe Reize – hier Anlässe – gesteuert wird. Das heißt: Die Operationsweise des Journalismus im Prozeß der Berichterstattung über ökologische (Risiko-)Themen ist in jedem Fall als aktiv zu beschreiben.

Unter dem Begriff Anlaß verstehen wir daher den jeweiligen vom Journalismus konstruierten Gesellschaftsbezug eines ökologisch relevanten Ereignisses. Der Anlaß bezeichnet somit dasjenige gesellschaftliche System (Recht, Politik, Wirtschaft etc.), dessen Kommunikation von den Medien aufgegriffen und für andere Systeme aufbereitet und zur Verfügung gestellt wird. Journalismus »verknüpft« oder synchronisiert auf diese Weise verschiedene gesellschaftliche Teilsysteme und zwar, indem er sogenannte Mehrsystemereignisse thematisiert: Ein Ereignis (im Anlaßsystem) wird für Journalismus erst dadurch interessant, wenn er es auch als ein potentiell Ereignis in einem anderen System ausweisen kann – übrigens das entscheidende Problem jeder PR, die ihre Themen in das Journalismussystem »importieren« will (vgl. Kohring/Hug 1997). Aufgrund dieser differenzierten Anlaß-Definition läßt sich beispielsweise erklären, warum ein politischer bzw. wirtschaftlicher Anlaß nicht notwendigerweise zu einem politischen bzw. wirtschaftlichen Hauptthema (im journalistischen Artikel) »führt«. Deutlich wird so auch, daß eine (mögliche) Nicht-Übereinstimmung von Anlaß und Hauptthema keineswegs von vornherein als dysfunktional zu gelten hat. Noch deutlicher tritt die autonome Operationsweise des Journalismus zu Tage, wenn man zusätzlich die Nebenthemen eines Artikels berücksichtigt.

3.3 Themen

Zentraler Forschungsgegenstand jeder Inhaltsanalyse sind die Themen der journalistischen Berichterstattung. Nach traditionellem Verständnis wird Medien die Aufgabe zugeschrieben, möglichst umfassend zu informieren, d.h. im Idealfall sollen alle öffentlich interessierenden Sachverhalte, Zustände, Prozesse und Ereignisse zum Thema gemacht werden. Mit dem Begriff des Hauptthemas wird gemeinhin derjenige Sinnzusammenhang bezeichnet, über den im Artikel zuerst und überwiegend, wenn nicht gar ausschließlich berichtet wird. Dieses Vorgehen folgt weitestgehend den journalistischen Gestaltungsroutinen (Wichtiges zuerst) und kann vor allem auf die Darstellungsform der Nachricht problemlos angewendet werden.

Längere journalistische Darstellungsformen (Reportage, Bericht vor allem auch Titelgeschichten) sind in der Regel komplexer und vielschichtiger aufgebaut. Nach vorherrschender Meinung können diese Artikel mehrere Themen aufweisen. In der Regel werden diese The-

men jedoch lediglich aufgelistet. Die Besonderheit unserer Untersuchung liegt demgegenüber in der Unterscheidung von Haupt- und Nebenthemen. In der Art und Weise, wie unterschiedliche Medienorgane dieselben Hauptthemen mit unterschiedlichen Nebenthemen (oder verschiedene Hauptthemen mit denselben Nebenthemen) kombinieren, sehen wir eine wichtige Möglichkeit des Journalismus, den Berichterstattungsprozeß über komplexe Themenfelder im Bereich der Ökologie aktiv zu gestalten und jeweils differente Publikumsinteressen zu bedienen. So kann das Thema »ökonomische Konkurrenz und Ökologie« (muß aber nicht) mit politischen Themen (Forschungsförderung) oder auch mit kulturellen Themen kombiniert werden. Ein solches Verfahren erlaubt es, differierende Thematisierungsstrategien als unterschiedliche kulturelle Muster zu identifizieren. Von einem kulturspezifischen Schema könnte man z.B. dann sprechen, wenn in den untersuchten Medienorganen eines Landes der Zusammenhang zwischen dem Thema »ökonomische Konkurrenz« und dem Thema »Fortschritt« signifikant häufiger hergestellt wird als in den Vergleichsorganen in einem anderen Land. Die jeweils unterschiedliche Risikoberichterstattung nach der Tschernobyl-Katastrophe hat gezeigt, daß es derartige Unterschiede gibt – ein Hinweis drauf, daß es auch bei der Beschreibung von Thematisierungsprozessen und -strategien darum geht, der Konstruktivität der journalistischen Berichterstattung inhaltsanalytisch gerecht zu werden.

3.4 Akteurinnen

Zum Kernbestand der Inhaltsanalyse zählt auch die Frage nach den wichtigsten Akteurinnen. Unter Akteurinnen sind traditionell solche Organisationen oder Personen zu verstehen, die in Beiträgen zentral agieren, d.h. deren Aktivitäten, Meinungen und Interessenpositionen für die journalistische Öffentlichkeit dargestellt werden. Zumeist wird diejenige Akteurin, die im Artikel an prominenter Stelle und am häufigsten genannt wird, als Hauptakteurin angesehen. In den meisten Inhaltsanalysen wird zudem versucht, das Image dieser Hauptakteurin zu bestimmen und weitere Akteurinnen zu identifizieren.

Wir folgen diesen Vorgaben, schlagen jedoch Erweiterungen der traditionellen Konzeption vor. Diese drücken sich darin aus, daß Akteurinnen multivariat codiert werden können. Unser Codierbuch kennt neben der Hauptakteurin Akteurinnen der Risiko- und Nutzenbewertung (bzgl. des Hauptthemas), Akteurinnen, die andere Akteurinnen bewerten und solche, die Aufforderungen und Prognosen formulieren. Der Grundgedanke hierbei ist, daß über die Bedeutung einer Akteurin nicht allein die Häufigkeit, mit der sie im Artikel genannt wird, entscheidet, sondern vor allem die Funktion, die die jeweilige Akteurin hierbei erfüllt. Denkbar ist zum Beispiel, daß »die Opposition« in britischen Medien vergleichsweise häufig und in deutschen Medien vergleichsweise selten als wichtigste Akteurin firmiert. Bei einem derartigen Befund kann dann weiterhin interessieren, ob die jeweilige Akteurin häufiger als Bewerterin oder als Bewertete auftritt, selbst Prognosen oder Aufforderungen äußert oder hierbei auf die »Sekundantinnendienste« anderer Akteurinnen angewiesen ist.

Eine derart differenzierte Erfassung der mit einem Themenfeld befaßten Akteurinnen ist u.E. notwendig, um beispielsweise die Frage beantworten zu können, in welcher Weise die verschiedenen Medienorgane (wissenschaftliche) Expertinnenquellen zitieren bzw. selektieren. Die funktionsspezifische Codierung von Akteurinnen kann zeigen, ob die zuerst oder die

häufigst genannte Akteurin auch mit der häufigsten Bewerterin oder der häufigsten Autorin von Aufforderungen und Prognosen identisch ist. In der Zusammenschau ermöglicht unser Vorschlag einer funktionsspezifischen Operationalisierung von Akteurinnen eine vergleichsweise differenzierte Analyse der Argumentationsstruktur spezifischer medialer Diskurse.

3.5 Konflikte als Berichterstattungsgegenstand

Wir haben eingangs darauf hingewiesen, daß die gesellschaftliche Kommunikation über ökologische Risiken als Konfliktkommunikation über kontingente gesellschaftliche Handlungsmöglichkeiten beschrieben werden muß. Konfliktkommunikation verweist auf Interessenpluralismus und sollte als ein basales Phänomen demokratisch verfaßter Gesellschaften angesehen werden. Eine Auffassung, die Konflikte als dysfunktional und damit als möglichst zu vermeiden ansieht, ist prinzipiell hierarchisch; sie wird bei der hier anstehenden Thematik vor allem dann zum Problem, wenn sie dem Journalismus als normative Zielvorgabe übergestülpt wird. Demgegenüber ist darauf hinzuweisen, daß es Konflikte sind, die eine Gesellschaft vor der Erstarrung schützen und Veränderungen bewirken können. In diesem Sinne ist Konfliktkommunikation problemanstoßende Kommunikation und somit als prinzipiell funktional anzusehen. Damit wird auch die journalistische Thematisierung von Konflikten gerade im Ökologiebereich zu einem wichtigen Maßstab gesellschaftlicher Orientierung. Für Hug (vgl. 1996) besteht die Funktion des Journalismus sogar primär darin, Konflikte bzw. gesellschaftliche Probleme zu thematisieren und somit öffentlich sichtbar zu machen.

Die inhaltsanalytische Beschreibung journalistischer Berichterstattung muß demzufolge nicht nur daran interessiert sein, welche Konflikte Journalismus bzw. verschiedene journalistische Institutionen auf die Agenda setzen, sondern auch, wie sie es tun. Es reicht demzufolge nicht aus, Konflikthaftigkeit oder Dissens mit Hilfe dichotomer Variablen (Konflikt: ja oder nein?) abzufragen. Gerade bei den konflikthaften Themen der Risikokommunikation sollte frau die journalistische Konstruktivität möglichst multidimensional beschreiben können. So sollte auch der Grad der Konflikthaftigkeit nicht direkt abgefragt werden, sondern aus mehreren Dimensionen rekonstruierbar sein: Konflikt läßt sich demzufolge u.a. aus einander widersprechenden Akzeptanzaussagen, Bewertungen, Aufforderungen und Prognosen, in Bezug gesetzt zu unterschiedlichen Themen und Akteuren, ablesen und in seiner Ausprägung so weitaus spezifischer bestimmen als durch eine dichotome Einzelvariable.

4 Schlußanmerkung

Sowenig wie Theorie ohne empirischen Bezug auskommt, sowenig kommt empirisches Arbeiten ohne theoretische Vorgaben aus. Daran ist besonders im Hinblick auf die traditionelle Medieninhaltsanalyse zu erinnern. Zu oft ist festzustellen, daß sie mit impliziten Theorievorgaben arbeitet, die auf unreflektierten Alltagsvorstellungen zur Funktion des Journalismus beruhen. Die bekannten Aussagen zur Realitätsverzerrung, zum Sensationalismus und zur Negativität beruhen allesamt auf solchen normativen, in der Regel nicht explizierten Vorgaben an die journalistische Berichterstattung. Der Umstand, daß frau auf diese Weise

seit Bestehen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft regelmäßig nur zu Defizitfeststellungen gelangt, hat die Beständigkeit dieser Journalismustheoretischen Prämissen wenig erschüttern können.

Die bisherigen Ausführungen stellen den Versuch dar, das methodische Instrument der Inhaltsanalyse an neuere Entwicklungen der Journalismustheorie anzupassen. Diese hat aus der empirisch hinlänglich beobachteten Unzulänglichkeit ihrer bisherigen Theorieangebote die Konsequenz gezogen, der journalistischen Konstruktion sozialer Wirklichkeit deutlich mehr Aufmerksamkeit zukommen zu lassen. Verabschiedet wird damit vor allem die Vorstellung, daß Journalismus nur Informationen transportiere und zudem »die« Realität abzubilden habe. Obsolet ist auch die Überzeugung, daß Journalismus sich, gerade im Ökologie-Bereich, primär an der Selektivität des Wissenschaftssystems auszurichten habe. Genauso wenig ist einzusehen, daß Journalismus sich des Konfliktes enthalten sollte, um auf diese Weise, so die irrige Annahme, zur Integration der Gesellschaft beizutragen.

Demgegenüber ist ausdrücklich die funktionale Eigenständigkeit des Journalismus und dessen spezifischer Selektivität hervorzuheben. Für die Medieninhaltsanalyse bedeutet dies vor allem, die Konstruktivität dieser journalistischen Sicht von Gesellschaft nachzuzeichnen und auf diese Weise überhaupt erst analysierbar zu machen. Nur ein anspruchsvolleres Verständnis journalistischer und öffentlicher Kommunikation ermöglicht es, die Qualität journalistischer Berichterstattung zu bewerten, zu kritisieren und eventuell auch zu verändern. Dies gilt besonders für Themenbereiche, die wie die ökologische Kommunikation als Risikokommunikation aufzufassen sind und einen hohen gesellschaftlichen Stellenwert aufweisen. Hier wird es darum gehen, die divergierenden Weltbilder von Politik, Wirtschaft, Journalismus usw. und deren Publika nicht nur als Anlaß, sondern auch als ein Produkt von ökologischer Kommunikation zu begreifen. Welchen Beitrag der Journalismus in diesem kommunikativen Wechselspiel leistet – dies zu beschreiben, ist das unverändert aktuelle Anliegen des inhaltsanalytischen Instruments. Hierzu muß es allerdings – so unsere Überzeugung – ein wenig nachgeschärft werden.

Literatur

- Dunwoody, Sharon/Peters, Hans** (1993): Massenmedien und Risikowahrnehmung. In: Bayerische Rück (Hg.). Risiko ist ein Konstrukt. Wahrnehmungen zur Risikowahrnehmung. München, 317-341.
- Früh, Werner** (1991): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 3., überarbeitete Auflage. München: Ölschläger.
- Görke, Alexander** (1997): Risikojournalismus und Risikogesellschaft. Münster (in Vorbereitung).
- Görke, Alexander/Kohring, Matthias** (1996): Unterschiede, die Unterschiede machen: Neuere Theorieentwürfe zu Publizistik, Massenmedien und Journalismus. In: Publizistik, 41, 15-31.
- Görke, Alexander/Kohring, Matthias** (1997): Worüber reden wir? Vom Nutzen systemtheoretischen Denkens für die Publizistikwissenschaft. In: Medien Journal, 1, 3-14.
- Groth, Otto** (1928): Die Zeitung. Ein System der Zeitungskunde (Journalistik). Erster Band. Mannheim-Berlin-Leipzig.
- Hansen, Anders** (1991): The media and the social construction of the environment. In: Media, Culture & Society, 13, 443-458.
- Hansen, Anders** (1994): Journalistic practices and science reporting in the British press. In: Public Understanding of Science, 3, 111-134.
- Hug, Detlef Matthias** (1996): Konflikte und Öffentlichkeit. Zur Rolle des Journalismus in sozialen Konflikten. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kepplinger, Hans Mathias** (1989): Künstliche Horizonte. Folgen, Darstellung und Akzeptanz von Technik in der Bundesrepublik Deutschland. Frankfurt am Main-New York: Campus
- Kohring, Matthias** (1997): Die Funktion des Wissenschaftsjournalismus. Ein systemtheoretischer Entwurf. Opladen: Westdeutscher Verlag
- Kohring, Matthias/Hug, Detlef** (1997): Öffentlichkeit und Journalismus. Zur Notwendigkeit der Beobachtung gesellschaftlicher Interdependenz – ein systemtheoretischer Entwurf. In: Medien Journal, 1, 15-33.
- Krippendorff, Klaus** (1980): Content Analysis. Beverly Hills-New Dehli-Newsbury Park: Sage.
- Luhmann, Niklas** (1981): Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien. In: Luhmann, Niklas: Soziologische Aufklärung 3. Soziales System, Gesellschaft, Organisation. Opladen: Westdeutscher Verlag, 309-320.
- Luhmann, Niklas** (1988): Ökologische Kommunikation. Kann die moderne Gesellschaft sich auf ökologische Gefährdungen einstellen? Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Merten, Klaus** (1973): Aktualität und Publizität. Zur Kritik der Publizistikwissenschaft. In: Publizistik, 18, 216-235.
- Merten, Klaus** (1995): Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Ruhrmann, Georg** (1996): Versäumnisse – Gefahren? Risikokommunikation zwischen Experten und Laien. In: Universitas, 51, 955-964.
- Ruhrmann, Georg/Kohring, Matthias** (1996): Staatliche Risikokommunikation bei Katastrophen. Informationspolitik und Akzeptanz. Bonn.
- Ruhrmann, Georg/Kohring, Matthias/Görke, Alexander** (1997): Internationale Medienberichterstattung über Gentechnik. Eine Inhaltsanalyse meinungsführender Zeitschriften. Univ. Duisburg, Rhein-Ruhr-Institut für Sozialforschung und Politikberatung (= RISP-Arbeitspapier 01/97).
- Schanne, Michael/ Meier, Werner** (1992): Media coverage of risk. Results from content analyses. In: Durant, John (Hg.). Biotechnology in public. London: Science Museum, 142-168.
- Schmidt, Siegfried J. (Hg.)** (1988): Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Lutz M. Hagen

Semantische Struktur- und Inhaltsanalyse (SSI)

und Qualitätsanalyse von Nachrichtenagenturen

1 Die Grundidee

Früh hat die Semantische Struktur- und Inhaltsanalyse (SSI) entwickelt, um die Rezeption von Medieninhalten zu untersuchen. Dabei sollten der »konstruktive«, »dynamische« und »auf komplexe Sinneinheiten bezogene« Charakter menschlicher Informationsverarbeitung berücksichtigt und elektronische Datenverarbeitung ermöglicht werden. (Früh 1989) Durch die SSI lassen sich Inhalte unterschiedlicher Textsorten (etwa Zeitungsnachrichten, Fernsehnachrichten und deren Nacherzählungen) miteinander vergleichen.

Bei einer herkömmlichen quantitativen Inhaltsanalyse werden isolierte semantische Aspekte, die an einer Textmenge interessieren (z.B. Wertungen, Argumente, Themen, Handelnde), als Kategorien definiert und ihre Häufigkeiten gemessen. Mit der SSI soll dagegen der komplette semantische Gehalt eines Textes in maschinenlesbare Form gebracht werden. D.h. alle Satzbedeutungen werden in einem fixen Format und in einem eindeutigen Code dargestellt. Dieses Verfahren ist eine Innovation auf dem Gebiet der Inhaltsanalyse und in methodischer Hinsicht einer näheren Betrachtung wert.

2 Die Proposition: elementare Bedeutungs- und Codiereinheit

Die SSI beruht auf der Annahme, Satzbedeutungen, die Rezipierende in einem Text wahrnehmen, würden in der semantisch elementaren Form von Propositionen mental gespeichert. Der SSI-Code bildet daher die Form von Propositionen nach. Bevor das genaue Code-System der SSI erläutert wird, soll daher zunächst Wesen und Meßbarkeit von Propositionen erörtert werden, den kleinsten Schemata sprachlichen Wissens.

Seit den bahnbrechenden Experimenten von Sachs (1967) haben viele Studien starke Belege dafür geliefert, daß sprachliche Information in einem von der Textoberfläche unabhängigen semantischen Gedächtnis gespeichert werden. Wie Bock in einem Forschungsüberblick (1976) und durch eigene Experimente (1978) belegt, wird die Textoberfläche (der Wortlaut also) allenfalls kurzzeitig erinnert. Wortwahl und syntaktische Strukturen haben nur eine Hilfsfunktion für die inhaltliche Organisation von Sätzen und werden deshalb am ehesten vergessen. Semantische Strukturen sind also metalinguistisch. Das semantische Gedächtnis kann man sich als ein Netzwerk aus Propositionen und verknüpfenden Relationen vorstellen, das sprachliche und nichtsprachliche Erfahrungen repräsentiert.

Die Idee der Proposition wurde in den 70er Jahren von Psychologen und Linguisten aus der Philosophie übernommen. (van Dijk/Kintsch 1983, 109-148) Die Proposition ist die einfachste gedankliche Einheit, die etwas über die Realität aussagt – also Wissen darstellt. Sie ist die einfachste sprachliche Form einer Aussage über die Realität. Das allein qualifiziert sie als inhaltsanalytische Maßeinheit.

Eine Proposition kann im Gegensatz zu einem Begriff wahr oder falsch sein. So hat der Begriff »Hut« keinen Wahrheitswert im Gegensatz zur Proposition »Hugo hält den Hut«. D.h. eine Proposition verortet etwas in der Realität. Ihr Kern ist eine Relation, die für einen Zustand oder einen Prozeß steht und Argumente (Objekte oder Eigenschaften) miteinander verbindet. (Ballstaedt et al. 1989, 108-111; Ballstaedt et al. 1981, 30-35) Propositionen entsprechen Bedeutungen von einfachen Teilsätzen. Die Relation entspricht der Bedeutung des Verbs. Doch eine bestimmte Proposition kann durch verschiedene konkrete Sätze oder nichtsprachliche Zeichen zum Ausdruck gebracht werden, genauso wie der gleiche Teilsatz abhängig von Kontext und Vorwissen als unterschiedliche Propositionen interpretiert werden kann. Damit wäre das rudimentäre Propositionskonzept skizziert, wie es z.B. von Kintsch (1974) in der Psycholinguistik angewendet wird.

Für die psychologische Relevanz von Propositionen der skizzierten Art gibt es experimentelle Belege. So weisen Graesser/Hoffman/Clark (1980) nach, daß die zum Verstehen gleich langer Sätze notwendige Lesezeit linear mit der Zahl darin enthaltener Propositionen korreliert. Weitere Belege beschreiben van Dijk/Kintsch (1983, 38-41). Gleichwohl ist die psychologische Validität dieser Form von Propositionen nicht unumstritten. Verschiedene komplexere Konzepte und formale Systeme zur Darstellung von Propositionen wurden entwickelt, die im Kern aber alle mit dem rudimentären Konzept kompatibel sind. (van Dijk/Kintsch 1983, 37/38). Wie im folgenden dargelegt, beruht auch die SSI auf einem etwas komplexeren Propositionskonzept (Früh 1989, 493).

3 Die Metasprache der SSI

Die Komponenten der SSI sind die formale Metasprache (das Kategoriensystem) und Programme zur Auswertung der Metasprachedateien. (Früh 1989)

Die Metasprache besteht erstens aus einem alphanumerischen Teil, der die semantische Bedeutungsbeziehung angibt (also die Funktion bzw. Stellung eines Elements innerhalb einer Proposition und die logischen Relationen, die verschiedene Propositionen miteinander verbinden). Zweitens besteht die Metasprache aus einem numerischen Teil, mit dem die In-

halte der Elemente codiert werden. Die numerischen Codes können für jede Analyse, je nach relevanten Inhalten, neu vergeben werden.

Die Codes des alphanumerischen Teils der Metasprache sind dagegen konstant. Sie wurden auf der Basis sog. »kommunikative Proposition« entwickelt – einem komplexen Propositionstyp, der auf Fillmores (1968) Kasusgrammatik zurückgeht. Er enthält drei Arten von Elementen: je eine Prädikative Relation kann mehrere Typen Argumente miteinander verbinden, die ihrerseits durch Modifikationen genauer spezifiziert werden können. Mit »Proposition« ist im folgenden immer die kommunikative Proposition der SSI gemeint. Tabelle 1 enthält alle semantischen Funktionskategorien (alphanumerische Codes) der SSI. Prädikative Relation, Argumente und Modifizierungen sind die Slots, die mit Inhaltselementen besetzbaren Leerstellen, einer einzelnen Proposition. Durch konnektive Relationen können Propositionen zu beliebig großen Netzen verbunden werden.

Tabelle 1: Alphanumerisches Kategoriensystem der SSI (semantische Funktionscodes)

Prädikative Relationen	Argumente	Modifizierungen	Konnektive Relationen
VA Verb-Vergang.	A Akteur	MA Attribut	KA disjunktiv-oder
VB Verb-Gegenwart	E Erfahrender	MB Möglichkeit	KB kausal-weil
VC Verb-Zukunft	P Person	MC Notwendigkeit	KC intentional-um
	I Instrument	MD Wunsch, Absicht	KD konzessiv-obwohl
	B Begriff	ME Frage: Wie?	KE kontrastiv-anders als
	L Ort	MF Frage: Warum?	KF konditional-wenn
	TA Vorzeitigkeit	MP Personale Best.	KG temporal-nach
	TB Gleichzeitigkeit	ML rel. Ortsbestimg.	KH lokativ-hinter
	TC Nachzeitigkeit		KK modal-wie
	TD Zeitintervall		UK und
	TT unbest. Zeitang.		RA Referat
			RB referat-ähnlich

Quelle: Früh 1989, 505

In der Notation der SSI wird eine einfache Proposition durch Klammern begrenzt. Innerhalb der Klammern steht für jedes Element der Proposition eine Kombination aus alphanumerischem Code, der die semantische Funktion angibt, und numerischem Code, der den Inhalt bezeichnet, der diese Funktion übernimmt.

Wo mehrere Propositionen durch konnektive Relationen zu einem Netz verbunden sind, wird ein solches Netz ebenfalls durch Klammern umschlossen. Darin steht an erster Stelle der alphanumerische Code für den Typ der konnektiven Relation, gefolgt von den vernetzten Propositionen. Auf die gleiche Art können Netze ihrerseits wieder vernetzt werden. Das folgende Beispiel (Tabelle 2) zeigt einen Text und sein Äquivalent in Metasprache: ein Netz aus zwei logisch verbundenen Propositionen.

Tabelle 2: Beispiel: Text und SSI-Code

Text:	Weil Hans viel arbeitet, lobt ihn der Chef		
Metasprache	[KB ((V021 MA200) A036) (V333 A055 E036)]		
Numerische	Alphanummerische		
Inhaltscodes	Funktionscodes:		
021 = arbeiten	V = Verb (präd. Relation)		
200 = viel	A = Akteur		
036 = Hans	E = Erfahrender		
333 = loben	MA = Attribut	() = Grenze einer Proposition	
055 = chef	KB = Kausale Relation	[] = Grenze einer Relation	

4 Die Transformation von Texten in SSI-Outputs

Der Codiervorgang besteht bei der SSI darin, einen Text in Netze aus verbundenen Propositionen zu überführen: die sog. Textbasis. Komplett bedeutet: alle Mikropropositionen werden codiert. Als Mikropropositionen gelten alle Propositionen, die einer Formulierung im Text unmittelbar als semantische Bedeutung zugeordnet werden. Zum Beispiel enthält die Formulierung »Hanne öffnete die rote Tür« die (einfachen) Mikropropositionen »Hanne öffnete die Tür« und »die Tür war rot«. Andere Propositionen wie: »Hanne existierte«, »Hanne konnte Türen öffnen« oder »die Tür war geschlossen« könnten zwar ebenfalls aus der genannten Formulierung gefolgert werden, es sind aber keine Mikropropositionen, sondern Präsuppositionen. Solche impliziten Voraussetzungen oder Folgerungen aus einer Aussage werden ebensowenig codiert wie Makropropositionen, die durch Generalisierung, konstruktive Zusammenfassung und Löschung von Mikropropositionen beim Textverstehen erzeugt werden (wie z.B. das Thema eines Textes als dessen oberste Makroproposition). (van Dijk/Kintsch 1983, 226-233) Auch andere implizite Informationen, wie etwa konnektive Relationen, die zwar nicht in der Oberfläche expliziert werden, aber naheliegend erscheinen, werden nicht codiert. Die Liste aus den Netzen der Mikropropositionen eines Textes wird daher als »explizite Textbasis« bezeichnet. (Ballstaedt 1981, 37)

In der SSI-Notation steht vor jedem Netz ein fixer Code, der frei definierbare formale Merkmale des Textes enthält (z.B. Id.-Nummer, Medium, Plazierung, Datum etc.), gefolgt von fixen Codes für Zeilennummer, Netznummer und Satznummer im Text. (vgl. Tabelle 3) Erst in den folgenden Spalten (in Tabelle 3 ab Spalte 24) stehen die SSI-Codes des semantischen Netzes. Die jeweils erste Zeile zu jedem Netz enthält noch eine fix formatierte Leiste von Zeichen, auf der sich Variablen definieren lassen, mit denen nicht-semantische Merkmale des Netzes codiert werden können (z.B. Stil- oder Aufmachungsmerkmale).

Tabelle 3: Beispiel: SSI-Code einer Textbasis

Spalte	1	2	3	4	5	6	7	8
	0	0	0	0	0	0	0	0
56817046046	1	001	001				F	
56817046046	2	001	001	[KB(VA0302(B1654 MA1645 MA1620)(L1647 ML0800 MA1721)(L165				
56817046046	3	001	001	0 ML0800 MA0867)))(VA1602(E0500 MA1730)TA0053 TA1649)]				
56817046046	1	002	002				F	
56817046046	2	002	002	[RA(VA0393 A0546)[KG(VA1601 A0500)(VB0300 A0500 B1654)]]				
56817046046	1	003	003				L	
56817046046	2	003	003	[RA(VA0393 A0546)[KC(VA0332 A0500(B1651 MA0950))(VA0330(B				
56817046046	3	003	003	1670 MA0375 MA0948)]]				

Wie Ballstaedt u.a. (1981, 37) es formulieren, ist

»(...) die Transformation eines Textes in eine Propositionsliste kein mechanischer Vorgang (...) sondern auf die Sprach- oder Verstehenskompetenz des Konstrukteurs angewiesen (...)«.

Das wichtigste Validitätskriterium der SSI-Codierung ist daher wie bei jeder Inhaltsanalyse die Inter-Coder-Reliabilität, d.h. die Verlässlichkeit, mit der verschiedene Codierpersonen einen Text gleichartig codieren. (Früh 1991, 168-170) Die Ergebnisse eines Reliabilitätstests, der im Rahmen der im folgenden Kapitel vorgestellten Agenturanalyse stattfand, zeigen, daß bei der SSI in etwa genauso viel Subjektivität im Spiel ist wie bei einer herkömmlichen Codierung. (Hagen 1995, 60-69)

Die von Früh entwickelten SSI-Programme überprüfen nun die uneinheitlich strukturierte Zeichenkette der Metasprache (also eine wie in Tabelle 3 abgebildete Liste der Propositionsnetze, die aus einem Text gewonnen wird) auf logische Fehler und überführen sie in verschiedene rechteckige Datenmatrizen. Dieses fixe Format wird benötigt, damit sich die Daten mit Statistikstandardsoftware oder speziellen SSI-Programmen analysieren oder umformen lassen.

Unter anderem läßt sich eine rechteckige Datenmatrix erzeugen, die je Proposition einen Fall (Zeile) enthält. Die Variablen (Spalten) dieser Matrix sind, erstens die Elemente der Proposition, zweitens Daten die ihre Position und Einbettungsweise in das umgebende Netz bezeichnen und drittens sonstige Merkmale, die für jedes Netz codiert werden können. Die Rechteckstruktur dieser Matrix wird möglich, da jede Proposition genau eine Prädikative Relation enthält und jeweils eine begrenzte Anzahl von ein bis drei der in Tabelle 1 aufgeführten Argumenttypen enthalten kann, sowie höchstens zwei Modifizierungen jedes Arguments und der Prädikativen Relation. Durch die Beschränkung auf eine fixe Anzahl Argumente und Modifizierungen kann es vorkommen, daß Information bei der Codierung vernachlässigt werden muß (z.B. können, wenn mehr als zwei Eigenschaften eines Akteurs in einem Teilsatz erwähnt werden, nur zwei davon als Modifikationen codiert werden).

5 Unterschiede zwischen SSI und herkömmlicher computerunterstützter Inhaltsanalyse

Im Unterschied zur herkömmlichen computerunterstützten Inhaltsanalyse (CUI) setzt die SSI den Computer erst nach der Interpretation des Textes (Codierung) ein. Insofern ähnelt die SSI einer normalen Inhaltsanalyse. Jede quantitative Inhaltsanalyse, die »Aussagen«, »Argumente«, »Themen«, »Bewertungen« oder ähnliches zählt und sich um Eindimensionalität dieser Konstrukte bemüht, mißt letztendlich Propositionen. Im Unterschied zur SSI können bei herkömmlicher Inhaltsanalyse aber auch Makropropositionen (Themen) oder Präsuppositionen codiert werden. Außerdem werden üblicherweise keine strukturellen Beziehungen zwischen Inhalten codiert. (Titzmann 1981, 227-228; Früh 1991, 57-69)

Das Problem der computerunterstützten Verarbeitung von Textoberflächen bei der CUI besteht darin, daß der sehr komplexe Zusammenhang von Textoberfläche und semantischer Interpretation bislang nicht durch anwendungsfähige Computerprogramme hergestellt werden kann. Programme zur computerunterstützten Inhaltsanalyse, die auf dem Markt sind, bieten nicht mehr als die Analyse von Wörterhäufigkeiten und -korrelationen und die Verwaltung eventueller semantischer Interpretationen, die durch Codierpersonen erfolgen müssen. (Uhl 1993) Die Mehrdeutigkeit von sprachlichen Formulierungen (Polysemie) wird durch statistische Aufbereitung von nicht interpretierten Wörtern, Wortgruppen oder Sätzen nicht reduziert. Im Gegenteil, dadurch, daß Wörter oder Formulierungen aus dem Zusammenhang gerissen werden, kommt Mehrdeutigkeit möglicherweise erst zustande.

Die Beispiele in Tabelle 4 veranschaulichen, daß die Beziehung zwischen Formulierung und Bedeutung von Sätzen nicht eindeutig ist. Daher kann die gleiche Proposition mit ganz unterschiedlichen Sätzen ausgedrückt werden und der gleiche Satz je nach sprachlichem und nicht-sprachlichem Kontext ganz unterschiedliche Propositionen bedeuten.

Tabelle 4: Uneindeutigkeit der Relation Formulierung-Bedeutung

	Verschiedene Formulierungen haben im entsprechenden Kontext dieselbe Bedeutung	Eine bestimmte Formulierung hat je nach Kontext unterschiedliche Bedeutungen
Formulierung	1) »Thomas über Heini: 'Ganz der Papa'. 2) »Er meint, dieser sei wie jener. » 3) »'Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm', stellt Thomas fest.« 4) »Thomas frotzelt: Heini ähnele seinem Vater ja überhaupt nicht.« 5) »Thomas: 'Ist Heini nicht wirklich wie sein Vater?'« ...	»Er freute sich über den gelungenen Paß.«
Bedeutung	Thomas sagt: Heini ist wie sein Vater	1) Der Linksaußen jubelte 2) Der Rechtsaußen jubelte 3) Rupert, der Fälscher, war mit seiner Arbeit zufrieden 4) Gregor fand es gut, daß Beate seine Anregung aufgegriffen hatte. ...

Kontext und Vorwissen erlauben es jedoch, mehrdeutige Wörter und Sätze in einen eindeutigen Code zu überführen. (Früh 1991, 55-57; Merten 1983, 62-71). Dadurch lassen sich die mit einem Wort gemeinten Seme (elementare Teilbedeutungen) identifizieren, Homonyme unterscheiden, Synonyme zusammenfassen, das mit Pronomen oder Pronominaladverbien Gemeinte identifizieren, Metaphern und Ironie übersetzen, Synekdochen umkehren oder Ellipsen ausformulieren.

Im Gegensatz zu den im Text verwendeten Wörtern, haben SSI-Inhaltscodes immer nur eine Bedeutung. So müssen z.B. für die Bedeutungen des Wortes »Ball« zumindest zwei numerische SSI-Codes existieren: einer für das Sportgerät und einer für die Tanzveranstaltung. Daher löst die SSI mehrdeutige Formulierungen durch Überführung in einen eindeutigen Code auf. Dies ist die zweite wesentliche Funktion der SSI-Codierung neben der Überführung in ein fixes Format. Beide Funktionen sind die Voraussetzung dafür, daß Satzbedeutungen mit dem Computer weiterverarbeitet werden können.

6 Anwendungsbeispiel: Qualitätsanalyse der Agenturberichterstattung

Die SSI wurde bislang vor allem für den Vergleich von Rezeptionsresultaten mit Inhalten aus unterschiedlichen Medien konzipiert und eingesetzt. So kann Früh (1989, 501-504) mit der SSI zeigen, daß sich Rezipienten von Fernsehbeiträgen nur an einen Bruchteil der Inhalte erinnern, dabei kausale Zusammenhänge aber überdurchschnittlich gut behalten. Die Rolle der Rezeption bei der Entstehung von Wissensklüften untersucht Wirth (1997) mittels SSI. Eilders (1997) kann mit Hilfe der Methode nachweisen, daß die Erinnerung von Beitragsinhalten (Propositionen) von deren Nachrichtenwert abhängt.

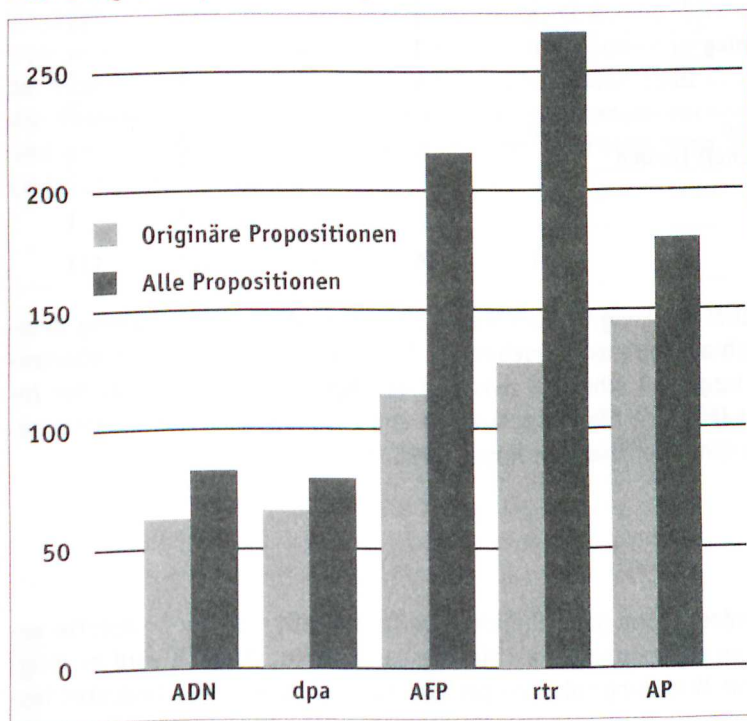
Die Anwendung der SSI allein auf Medieninhalte wird im folgenden anhand einer Analyse der Nachrichtenagenturen Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst (ADN), Agence France-Presse (AFP) Associated Press (AP), Deutsche Presse-Agentur (dpa) und Reuters (rtr) veranschaulicht. Ziel dieser Analyse war es, die Qualität der Dienste zu vergleichen. Die hier vorgestellten Beispiele wurden zur Veranschaulichung der SSI ausgewählt. Sie beschränken sich auf wenige Qualitätskriterien der Berichterstattung über ein einzelnes Ereignis, einen Bombenanschlag auf den Londoner Bahnhof »London Bridge« am 28. Februar 1992, und erlauben daher keine verlässliche Beurteilung der generellen Qualität der Dienste. Die komplette Qualitätsuntersuchung der Berichterstattung über mehrere Ereignisse ist anderweitig dokumentiert (Hagen 1995; Hagen 1996).

Die Codierung einer Agenturmeldung von knapp 200 Wörtern dauerte etwa 2 bis 3 Stunden, die Schulung der Codierpersonen etwa drei Wochen. Dieser hohe Aufwand resultiert zum einen daraus, daß die SSI es erfordert, strukturelle Bedeutungszusammenhänge beim Codieren zu berücksichtigen. Zum anderen muß ein enorm umfangreicher inhaltlicher Code gehandhabt werden (hier zusammen über 1000 Ausprägungen für allgemeine und themenspezifische Inhalte wie Prädikative Relationen, Akteure usw., Auszüge aus der Code-Liste sind im Anhang dokumentiert).

Die meisten Qualitätsindikatoren hätten sich inhaltsanalytisch auch anders messen lassen. Für einige war die SSI allerdings Voraussetzung. So läßt sich die Anzahl von Propositionen

nen, die in der ereignisbezogenen Berichterstattung übermittelt werden, kaum anders erheben als mit Hilfe der SSI oder einem ähnlichen Verfahren. Die Anzahl Propositionen ist ein guter Indikator für die Informationsmenge, die eine Agentur übermittelte – ein besserer jedenfalls als die Wortzahl, da der gleiche semantische Informationsgehalt mit unterschiedlich vielen Wörtern ausgedrückt werden kann. Die Gesamtheit aller Propositionen ist allerdings auch noch kein optimaler Indikator für die Informationsmenge. Es werden darin nämlich mehrfach vorkommende, identische Propositionen mehrfach gezählt. In der Zahl originärer Propositionen ist dies bereinigt. Als originär gilt jede Proposition, die sich von allen anderen durch eine spezifische Kombination von inhaltlichen Elementen unterscheidet.

Abbildung 1: Propositionshäufigkeit als Indikator der Informationsmenge



Wie Abbildung 1 zeigt, übermittelte ein Dienst um so mehr Information über das Bombenattentat in London, je größer die kulturelle Nähe seines Herkunftslandes zum Land des Ereignisses war – obwohl sich alle fünf Dienste an ein deutsches Publikum richten. Nach originären Propositionen beurteilt, war die Informationsleistung der informationsärmeren Agenturen ADN und dpa relativ besser als nach allen Propositionen. Die Dienste waren tendenziell nämlich um so redundanter, je

ausführlicher sie berichteten. AP als informationshaltigster Dienst enthielt allerdings deutlich weniger mehrfach vorhandene Propositionen als Reuters und AFP. Insgesamt ergibt sich eine beträchtliche Spannweite, enthielten die deutschen Dienste nach dem Kriterium originärer Propositionen doch nur weniger als halb so viel Information wie AP und rtr.

Bei der Beurteilung von Transparenz im folgenden Beispiel spielen auch inhaltliche SSI-Codes eine Rolle. Es geht hier um die Frage, wie sorgfältig verschiedene Nachrichtenagenturen bei der Angabe ihrer Quellen verfahren. Als Quellenangaben lassen sich Sprechakte auffassen (Propositionen im linken Zweig einer Referat-Relation). Sprechinhalte (Propositionen im rechten Zweig einer Referat-Relation) können als Information mit Quellenangabe gelten. Propositionen, die weder Sprechakt noch Sprechinhalt sind, gelten als Information ohne Quellenangabe. Der Anteil von Sprechinhalten an allen Propositionen, Sprechakte ausge-

nommen, läßt sich als Transparenzgrad interpretieren. (Da Sprechakte als Quellenangaben normalerweise keiner weiteren Quellenangabe bedürfen, werden sie nicht berücksichtigt). Darüber hinaus kann bei den Propositionen mit Quellenangabe festgestellt werden, wer in ihrem zugehörigen Sprechakt als Akteur (also als Quelle) angegeben war (Tabelle 5).

Tabelle 5: Anteil von Quellenangaben als Indikator für Transparenz

%	ADN	dpa	AFP	rtr	AP
Quelle nicht angegeben	77	93	59	68	63
Quelle angegeben (Transparenzgrad)	23	7	41	32	37
davon:					
nicht identifiziert	1	3	2	4	3
Polizei	10	3	13	18	19
Britische Regierung	6	1	10	2	4
British Rail			11	6	2
Augenzeuge			1		9
Andere Agenturen	6			1	
U-Bahn-Gesellschaft London				1	1
Feuerwehr			3		
Sonstige				1	1
BASIS (n=682)	71	76	175	227	133

ADN und dpa, die wenig über das Ereignis berichteten, ihm also offensichtlich wenig Relevanz beimaßen, gaben auch am seltensten Quellen an. Sorgfalt und Vielfalt der Quellenangaben unterschieden sich insgesamt erheblich zwischen den Agenturen. Als zusätzlicher Indikator der Quellenvielfalt läßt sich die Konzentration von Propositionen auf Quellen berechnen (etwa in Form des Gini-Koeffizienten: Hagen 1995, 149).

7 Fazit

Nur mit der SSI oder zumindest einem ganz ähnlichen Verfahren läßt sich der komplette semantische Gehalt von Texten codieren und maschinenlesbar machen. Dadurch wird es möglich, Rezeptionsresultate mit Mitteilungsinhalten per EDV zu vergleichen. Dies bedeutet insbesondere für die Erforschung der Rezeption von Massenmedieninhalten einen großen Fortschritt. Dabei erfordert die SSI aber einen hohen Aufwand.

Für die reine Mitteilungsanalyse wird sich dieser Aufwand nur lohnen, wenn dabei nicht zu viel überflüssige Information codiert wird. Für die meisten inhaltsanalytischen Fragestellungen kommt es ja nicht auf den kompletten semantischen Gehalt an. In der Regel interessieren isolierte Aspekte wie z.B. ausgewählte Themen (Makropropositionen) oder Akteure, die sich einfacher in einer herkömmlichen Inhaltsanalyse erheben lassen. Je vielfältiger die Analyseziele sind, desto eher wird sich der Einsatz der SSI lohnen.

Mit Hilfe der SSI läßt sich zudem einem häufigen Problem von herkömmlichen Inhaltsanalysen begegnen: Es besteht darin, daß Kategorienschemata sich im Laufe ihrer Anwendung oft als revisionsbedürftig erweisen. Denn bei der Konzeption eines Kategorienschemas läßt sich meist nicht komplett übersehen, welche relevanten Inhalte im Untersuchungsma-

terial vorkommen. Dieses Problem stellt sich bei der SSI nur in abgeschwächter Form. Denn die einmal codierten Satzbedeutungen sind elementar. Sie können mit dem Rechner nach unterschiedlichen Kriterien zusammengefaßt und ausgewertet werden. Das setzt allerdings voraus, daß der inhaltliche Code fein genug spezifiziert ist. Bei der Untersuchung von speziellen Themen muß er also deren spezifische Begriffe oder Akteure umfassen.

In methodischer Hinsicht ist ein inhaltsanalytisches Verfahren, dessen Codiereinheiten den bei der Textrezeption wirksamen mentalen Strukturen nachgebildet sind, allemal beachtenswert. Die Frage, wie valide die im Kategoriensystem der SSI verwendeten Codes sind, d.h. wie weit sie psychologisch relevanten Einheiten entsprechen, ist allerdings keineswegs abschließend geklärt. Der Struktur-Code, die Form der Proposition und ihre Relationierung zu semantischen Netzen, scheint empirisch einigermaßen abgesichert. Der inhaltliche Code dagegen, bedürfte noch einer psychologischen Validierung. Letztendlich müßte er ja aus einem intersubjektiv gültigen Potential an Semen (Bedeutungselemente von Wörtern) oder Sememen (Wortbedeutungen) abgeleitet werden. Damit stellt sich die Frage, wie einheitlich die Potentiale von semantischen Elementarbedeutungen bei verschiedenen Personen sind und ob diese sich zu einem generell gültigen Code verdichten lassen, dessen Umfang eine Codierung noch gestattet.

Literatur

- Ballstaedt**, Steffen P./Molitor, Sylvie/Mandl, Heinz (1989): Wissen aus Text und Bild. In: Groebel, Jo/Winterhoff-Spurk, Peter (Hg.). Empirische Medienpsychologie. München: Psychologie Verlags Union, 105-133.
- Ballstaedt**, Steffen-Peter/Mandl, Heinz/Schnotz, Wolfgang/Tergan, Sigmar-Olaf (1981): Texte verstehen, Texte gestalten. München-Wien u.a.: Urban & Schwarzenberg.
- Bock**, Michael (1978): Der Einfluß von Kontextfaktoren auf die Sprachverarbeitung. In: Psychologische Rundschau 29, 183-194.
- Bock**, Michael (1976): Sprachpsychologische Aspekte der Mediengestaltung Teil I: Organisation und Gedächtnis. In: Communications, 2, 63-77.
- Eilders**, Christiane (1997): Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Fillmore**, Charles J. (1968): The Case for Case. In: Bach, Emmon/Harms, Robert T. (Hg.). Universals in Linguistic Theory. London-New York: Holt, Rinehart, Winston, 1-88.
- Früh**, Werner (1991): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 3. Aufl.. München: Ölschläger.
- Früh**, Werner (1989): Semantische Struktur- und Inhaltsanalyse (SSI). Eine Methode zur Analyse von Textinhalten und Textstrukturen und ihre Anwendung in der Rezeptionsanalyse. In: Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hg.). Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 30: Sonderheft »Massenkommunikation«, 490-507.
- Gardner**, Howard (1992): Dem Denken auf der Spur. Der Weg der Kognitionswissenschaft. Stuttgart: Klett-Cotta. Originalausgabe: The Mind's New Science. A History of the Cognitive Revolution. New York: Basic Books 1985.
- Graesser**, Arthur C./Hoffmann, N. L./Clark, Leslie F. (1980): Structural Components of Reading Time. In: Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior, 19, 135-151.
- Hagen**, Lutz M. (1996): Wie krank war Honecker wirklich? Zur »Richtigkeit« von Agentur-Meldungen. In: Wunden, Wolfgang (Hg.). Wahrheit als Medienqualität. GEP-Reihe: Beiträge zur Medienethik, Band 3. Frankfurt a. M.: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, Abt. Verl., 211-230.
- Hagen**, Lutz M. (1995): Informationsqualität von Nachrichten: Meßmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kintsch**, Walter (1974): The Representation of Meaning in Memory. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Merten**, Klaus (1983): Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Sachs**, Jacqueline D. (1967): Recognition Memory for Syntactic and Semantic Aspects of Connected Discourse. In: Perception and Psychophysics, 2, 437-442.
- Schönbach**, Klaus (1977): Trennung von Nachricht und Meinung. Empirische Untersuchung eines journalistischen Qualitätskriteriums. Freiburg-München: Alber.
- Titzmann**, Michael (1981): Zur Beziehung von »Inhaltsanalyse« und »Strukturaler Textanalyse«. In: Bentele, Günter (Hg.). Semiotik und Massenmedien. München: Ölschläger, 218-234.
- Uhl**, Markus (1993): Computergestützte Inhaltsanalyse von imageprägenden Aussagen über Helmut Kohl und Oskar Lafontaine mit TEXTPACK. Diplomarbeit: Nürnberg.
- van Dijk**, Teun A./Kintsch, Walter (1983): Strategies of Discourse Comprehension. New York: Academic Press.
- Wirth**, Werner (1997): Von der Information zum Wissen. Die Rolle der Rezeption für die Entstehung von Wissensunterschieden. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Anhang I: Text zum SSI-Code aus Tabelle 3

(Satznummern in Klammern)

rtz377 4 rs 469 vvvvu 920228k04900

REUTER/NACHRICHTENÜBERSICHT FREITAG 17.00 UHR

(1) Bei einem Bombenanschlag der Irisch-Republikanischen Armee (IRA) auf dem Bahnhof London Bridge im Zentrum der britischen Hauptstadt sind am Freitag morgen während des Berufsverkehrs 25 Personen verletzt worden. (2) Der Polizei zufolge wurde vor dem Anschlag noch eine Warnung gegeben. (3) Die Zeit sei jedoch zu kurz gewesen, um die notwendigen Sicherheitsmaßnahmen zu ergreifen.

Anhang II: Auszug aus der Liste der SSI-Inhalts-Codes

Verben: denken, meinen, wahrnehmen		Substanzen u. Begriffe: Artefakte	
0100	denken, wissen, überlegen, erinnern sich, kennen, bedeuten, vorstellen sich	0700	Wohngebäude
0101	vergessen, erinnern sich nicht, wissen nicht, kennen nicht, bedeuten nicht, denken nicht, vorstellen sich nicht	0701	Fabrik, Firmengebäude
0102	prüfen, abwägen, problematisieren, bedenken, untersuchen, erproben	...	
0103	prüfen nicht, erproben nicht, untersuchen nicht, bedenken nicht, problematisieren nicht, abwägen nicht	0709	Sonstiger abstrakter Begriff aus dem Bereich Immobilien
...		...	
Verben: handeln, verhalten, Zustand, Entwicklung (positiv)		Relative Ortsangaben	
0200	schützen, helfen, unterstützen, abwehren, behüten, bewachen, verteidigen, rechtfertigen, beistehen, eintreten für, solidarisch, nützlich, sinnvoll, zweckmäßig	0800	in, innen, darin
0201	belohnen, loben, beglückwünschen, anerkennen, schmeicheln, erfreuen,	0801	außerhalb, außen
...		...	
		Attribute von Personen	
		0880	intelligent, fähig, nicht dumm
		0881	sportlich, fit
		...	
		0892	sonstige positive geistige Eigenschaften
		0893	sonstige positive körperliche Eigenschaften
		0894	sonstige positive Charaktereigenschaften
		...	

Fernsehanalyse am Beispiel von Wahlkampfdebatten

Die Präsidentschaftskandidaten John F. Kennedy und Richard Nixon waren im Wahlkampf des Jahres 1960 die ersten Politiker, die sich im Rahmen einer Fernsehdebatte gegenüberstanden. Seitdem hat sich nicht nur in den USA diese Form der prä-elektoralen Bildschirmkonfrontation als fester Bestandteil moderner Wahlkampagnen etabliert und quasi institutionalisiert. Auch in Schweden, Kanada, Israel, Frankreich und Österreich gehen der Besetzung von Regierungspositionen vergleichbare Varianten der Kandidatenauseinandersetzung vorlaufenden Kameras voraus (vgl. Leduc 1990, 121).

Deutsche Wahlkampfdebatten, die sogenannten »Elefantenrunden«¹⁾, fanden von 1972 bis 1987 jeweils drei Tage vor der Bundestagswahl statt. Obwohl in den vergangenen beiden Wahlkämpfen die Spitzenkandidaten der im Bundestag vertretenen Parteien aufgrund der Weigerung Bundeskanzler Kohls (CDU) auf die direkte Bildschirmkonfrontation verzichten mußten, ist die politische Fernsehdiskussion nicht aus dem Blickfeld der Wissenschaft geraten. Gerade die durch die Kommerzialisierung im dualen Rundfunk forcierte Veränderung der Darstellung von Politik im Fernsehen in Richtung Infotainment und Confrontainment (vgl. Holly 1994; Pfetsch 1996, 335-338) verlangt nach einer kritischen Überprüfung der Interaktion politischer und journalistischer Akteure vor laufenden Kameras. Dieser von der traditionellen inhaltsanalytischen Debattenforschung vernachlässigte Aspekt steht im Mittelpunkt der vorliegenden Analyse.

1 Wahlkampfdebatten

Fernsehdebatten sind für die teilnehmenden politischen Akteure, die ausstrahlenden Fernsehanstalten, die beobachtende Presse, ZuschauerInnen, WählerInnen und nicht zuletzt für Kommunikations- und PolitikwissenschaftlerInnen von besonderem Interesse. Diesbezüglich

1) Daneben wird auch die am Wahlabend ebenfalls von den beiden öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten live ausgestrahlte »Bonner Runde« als Elefantenrunde bezeichnet (Klein 1990, 13).

kommt die Anziehungskraft der Debatten auf ZuschauerInnen bzw. WählerInnen besonders in den für politische Fernsehsendungen erstaunlich hohen, im Vergleich zu anderen Wahlsendungen sogar höchsten Einschaltquoten zum Ausdruck (vgl. Norpoth/Baker 1983, 600; Hellweg et al. 1992, 101; Leduc 1990, 129-131). Ausschlaggebend dafür ist die Tatsache, daß die direkte, redaktionell ungefilterte und live ausgestrahlte Kandidatenkonfrontation den FernsehzuschauerInnen die wohl einmalige Möglichkeit zum unmittelbaren Vergleich der Positionen und Programme der teilnehmenden Politiker und derer Parteien zu den Wahlkampfthemen (Issues) bieten. Die Zuschauer werden mit »Ersthandinformationen« versorgt (Schrott 1990a, 648). Darüber hinaus betont das audiovisuelle Medium Fernsehen wie kein anderes Massenmedium charakterliche und äußerliche Merkmale der Politiker wie z.B. Durchsetzungsstärke, Souveränität und rhetorisches Vermögen. So entstehen den Wahlentscheid mitbestimmende Kandidatenimages erst im und durch das Fernsehen (vgl. Hellweg et al. 1992, 71-99; Schulz 1994, 323).

Die hohen Einschaltquoten wiederum wecken das Interesse der Fernsehsender, die in ihren Produktionskosten äußerst günstigen Debatten auszustrahlen. Darüber hinaus werden hier politische »Informationen« durch die Bebilderung mit »human touch« versehen, was einer von den Fernsehmachern angestrebten unterhaltsamen Politikvermittlung in nahezu perfekter Weise entgegenkommt. Davon abgesehen kanalisieren TV-Debatten das Verlautbarungsrecht der Parteien aus Sicht der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten auf noch erträgliche Weise (vgl. Holly et al. 1989, 1).

Für Politiker ist die Teilnahme an einer Fernsehdebatte jeder nicht-mediatisierten Wahlkampfkommunikation, wie z.B. der Ausstrahlung von Wahlkampfspots, vorzuziehen (vgl. Paletz/Vinson 1994). Hier kann in effektiver, weil subtiler Art und Weise Eigenwerbung und Selbstdarstellung auf dem Bildschirm betrieben werden (vgl. Schütz 1994). Zudem haben Politiker bei allen Formen teilmediatisierter Wahlkampfkommunikation, d.h. in erster Linie bei Talkshows und Debatten, die unmittelbarsten Einflußmöglichkeiten auf die redaktionelle Planung der Sendung, die Themen- und Personalwahl sowie den formalen Ablauf (vgl. Langenbucher/Lipp 1982, 227).

Das starke wissenschaftliche Interesse schließlich leitet sich davon ab, daß Wahlkampfdebatten das exponierteste, folgenschwerste und in bezug auf die Größe des Publikums weitreichendste Ereignis der Wahlkampagne sind (vgl. Lanoue 1991; Schrott 1990b). TV-Debatten sind demzufolge Kristallisations- bzw. Verdichtungspunkte der Wahlkampfstrategien der Parteien in Hinblick auf Issues und Kandidatenimages. Darüber hinaus erlauben frühzeitige Terminierung und Überschaubarkeit der Debatten dem Forscher eine arbeitsökonomische Vorgehensweise, bei der letztlich der Vergleich von Positionen und Eigenschaften der Kandidaten zuverlässiger als bei getrennten Auftritten ist.

2 Traditionelle Ansätze der Debattenforschung

Die US-amerikanische und die deutsche Debattenforschung favorisieren aufgrund divergierender Erkenntnisinteressen unterschiedliche empirische Instrumentarien. So beschäftigt sich die US-amerikanische Debattenforschung, gestützt auf die Methoden der Befragung und des Experiments, vor allem mit der Untersuchung der Wirkungen bzw. der Effekte von Wahlkampfdebatten auf Issueeinschätzung und Kandidatenwahrnehmung der ZuschauerInnen (vgl. Kraus

1962; Kraus 1979; Lanoue/Schrott 1989; Lanoue 1991). Demgegenüber liegt der Schwerpunkt der deutschen Debattenforschung auf der Analyse der vermittelten Inhalte, Positionen und Sachthemen. Dies findet seinen Niederschlag in einer Vielzahl inhaltsanalytischer Untersuchungen der Elefantenrunden (vgl. Weiß 1976; Baker et al. 1981; Lipp 1983; Norpoth/Baker 1983; Schütz 1993)²⁾. Eine Verknüpfung von Debattenwirkungsforschung und -inhaltsanalyse stellen die Studien Schrotts mit dem Fokus auf Politikerstrategien, Zuschauerbewertung und »Siegerfrage« dar (vgl. Schrott 1990a, Schrott 1990b, Schrott 1993, Schrott/Lanoue 1992)³⁾.

Ein augenscheinliches Defizit der traditionellen Inhaltsanalyse deutscher Wahlkampfdebatten ist die Beschränkung der Untersuchung auf die verbalen Äußerungen der politischen Akteure. Fehlende Studien nonverbaler Fernsehmitteilungen sind darin begründet, daß trotz diesbezüglicher Fortschritte (vgl. Frey/Bente 1989) die Inhaltsanalyse audiovisueller »Texte« immer noch weitaus schwieriger und aufwendiger als die verbaler ist (vgl. Merten/Großmann 1996, 77). Im Gegensatz dazu hat die Konzentration auf Äußerungen der politischen Akteure und die Vernachlässigung der Moderatorenaussagen keine methodischen Gründe. Um so erstaunlicher ist, daß, mit Ausnahme des im Ansatz steckengebliebenen Versuchs Weiß' (1976), bis vor kurzem keine Inhaltsanalysen zur Interaktion politischer und journalistischer Kommunikatoren in Wahlkampfdebatten vorgelegen haben (vgl. Tenscher 1995; Tenscher/Schrott 1996).

3 Debattenformat und Moderatorenfunktionen

Die Elefantenrunden wurden von den beiden öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gemeinschaftlich jeweils drei Tage vor der Bundestagswahl live ausgestrahlt. Die beste Programmzeit (20.15 Uhr) und das Fehlen von (privaten) Fernsehprogrammalternativen führten zu außerordentlich hohen, jedoch kontinuierlich sinkenden Einschaltquoten⁴⁾. Neben den Spitzenkandidaten der im Bundestag vertretenen Parteien beteiligten sich an den Debatten jeweils zwei Fernsehjournalisten – Chefredakteure, Programmdirektoren oder Leiter der Bonner Redaktionen (Tenscher/Schrott 1996, 451f). Durch diese Regelung waren sowohl ARD als auch ZDF personell vertreten. Zudem sollten die beiden Moderatoren möglichst eine parteipolitische »links-rechts-Ausgewogenheit« auch auf seiten der Gesprächsleiter garantieren (vgl. Mast 1986, 176)⁵⁾. Allerdings waren nur zwei von insgesamt sieben Debattenmoderatoren – Rudolf Woller und Hans-Joachim Reiche, beide ZDF und CDU – eingeschriebene Parteimitglieder (vgl. Tenscher 1995, 107).

Im Gegensatz zu US-amerikanischen Debatten, wo ein separates Panel ausgesuchter Journalisten dem Moderator die Befragung der Präsidentschaftskandidaten abnimmt (vgl. Martel 1983, 131-146; Hellweg et al. 1992, 26), fungierten die Moderatoren der Elefantenrunden in Personalunion als Diskussionsleiter und als fragende Journalisten.

2) Das amerikanische Desinteresse, sich Debatten inhaltsanalytisch zu nähern, rührt vermutlich daher, daß die Inhaltsanalyse im Vergleich zu Befragung und Experiment kostenträchtiger und zeitaufwendiger ist (vgl. Schrott 1993: 650; Früh 1991: 36).

3) Ein weiteres, jedoch in den Sozialwissenschaften wenig anerkanntes Textanalyseverfahren verfolgt Rüttens (1989) hermeneutische Untersuchung struktureller Merkmale der 87er Wahlkampfdebatte.

4) 1972 haben 84% der Befragten einer Stichprobenumfrage mindestens eine der drei Debatten gesehen, 1976 waren es 75% der Befragten, 1980 68%, 1983 56% und 1987 46% (vgl. Schrott 1990a, 656).

5) Deutlich kommt hierbei das in öffentlich-rechtlichen Anstalten geltende Primat des parteipolitischen Proporztes hinsichtlich der Besetzung der Intendanten und anderer Führungspositionen zum Ausdruck (vgl. Meyn 1994,

Im Hinblick auf ihre Funktion als »Gastgeber« bzw. »Gesprächsleiter« (Holly et al. 1986, 53) erfüllten die Moderatoren, zumindest in den ersten drei Debatten, in recht überzeugender Weise ihre Aufgaben. Sie sorgten dafür, daß sich die anwesenden Politiker hinsichtlich der Dauer und der Häufigkeit ihrer Stellungnahmen in recht gleichberechtigter Weise an der Diskussion beteiligen konnten (vgl. Tenscher/Schrott 1996, 454-458).

Aus Sicht des Zuschauers/der Zuschauerin von größerem Belang ist jedoch die Funktion des Debattenmoderators als fragender Journalist. In diesem Zusammenhang sollten die Moderatoren das Informationsbedürfnis der Öffentlichkeit befriedigen, indem sie das konkretisierte Recht der BürgerInnen, an die politischen MandaträgerInnen Fragen zu stellen, einlösten (vgl. Mast 1986, 178-180). So war es die anwaltschaftliche Aufgabe der Moderatoren, den Politikern genau die Themen vorzugeben, welche die Öffentlichkeit bzw. die WählerInnen beschäftigten (vgl. Langenbucher/Lipp 1982, 231). Die politischen Akteure sollten demnach idealiter über die von den Moderatoren eingebrachten Themen – und nicht über ihre eigenen – diskutieren. Wie erfolgreich die Moderatoren in dieser thematischen Führungsrolle – dem sogenannten »Gatehandling« (Tenscher/Schrott 1996, 458) – waren, inwieweit es ihnen folglich gelang, von den Politikern ausgehende Themenlancierungen zu unterbinden, wird eine dynamische Gesprächsanalyse verdeutlichen.

4 Inhaltsanalyse der Interaktion von Politikern und Moderatoren

Der Gesprächs- bzw. Inhaltsanalyse liegen die kompletten, invariant transkribierten Mitschriften aller deutschen Fernsehdebatten zugrunde (vgl. Klein 1990). Zur Operationalisierung werden die verbalen Mitteilungen von Moderatoren und Politikern mit Hilfe einer dem spezifischen Debattenkontext angepaßten Modifikation des von Klingemann (1976) entworfenen Kategorienschemas vercodet. Analyseeinheit ist die einzelne Aussage eines Moderators (vgl. Tenscher 1995, 127-131) bzw. die politische Aussage eines Kandidaten, welche durch ein politisches Thema, eine Bezugsperson und eine Bewertung eindeutig definiert ist (vgl. Norpoth/Baker 1983). Dabei steht eine Palette von 29 politischen Themen, die das Spektrum »Innenpolitik«, »Außenpolitik«, »Soziale Gruppen«, »Ideologische Eigenschaften« und »Regierungs- und Oppositionsleistungen« abdecken, zur Verfügung (Schrott/Tenscher 1995).

Die für die TV- und Debattenforschung neue dynamische Gesprächsanalyse untersucht, dem Diskussionsverlauf kontinuierlich folgend, den verbalen Austausch der Debattenteilnehmer. Sie ist demnach eine geeignete Methode, um das Funktionieren bzw. Scheitern des Gatehandlings zu überprüfen, da sie – im Gegensatz zum aggregierten Agendenvergleich – direkte Beziehungen zwischen Moderatorenfragen und Politikerantworten aufdeckt. Die Gesprächsanalyse hält fest, inwiefern Politiker das vorgegebene Thema des jeweils vorher zu Wort gekommenen Moderators aufgreifen. Dazu wird mittels eines Differenzindex⁶⁾ die Übereinstimmung zwischen

6) Der Differenzindex (D) errechnet sich folgendermaßen: $D = \text{Politikeragendat} - \text{Moderatorenagendat} - 1$. $D = 0$ bedeutet eine Übereinstimmung (Ü). Bei $D \neq 0$ liegt dagegen eine Abweichung (A) vor. Eine Übereinstimmung ist z.B. gegeben, wenn ein Moderator das Thema »Frauenpolitik« anspricht und exakt dieses Issue auch das Thema einer nachfolgenden Politikeraussage bis zur nächsten Moderatorenäußerung ist. Die statistisch insignifikanten Fälle (weniger als zehn Prozent aller Stellungnahmen), bei denen zwischen zwei Moderatorenstellungnahmen sich kein Politiker äußerte, bleiben unberücksichtigt.

dem die Moderatorenaussage dominierenden Thema und allen Politikerthemen, die bis zur nächsten Stellungnahme eines Moderators das Gespräch bestimmen, ermittelt.

Tabelle 1: Agendenübereinstimmung bezogen auf Einzelthemen in Prozent

Parteien- vertreter	1972				1976				1980				1983				1987			
	Ü ¹	A ²	%	n	Ü	A	%	n	Ü	A	%	n	Ü	A	%	n	Ü	A	%	n
CDU	32,3	67,7	29,3	130	27,7	72,3	30,5	191	16,0	84,0	26,9	187	35,4	64,6	24,3	82	18,8	81,3	21,9	128
CSU	36,0	64,0	25,7	114	29,5	70,5	22,2	139	15,0	85,0	24,0	167	24,7	75,3	21,7	73	20,4	79,6	16,8	98
F.D.P.	35,5	64,5	24,2	107	35,3	64,1	20,4	128	24,4	75,6	18,3	127	25,0	75,0	19,0	64	23,2	76,8	11,8	69
SPD	28,3	71,7	20,8	92	31,5	68,5	26,8	168	11,7	88,3	30,8	214	35,6	64,4	35,0	118	31,5	68,5	18,5	108
Grüne	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23,2	76,8	31,0	181
Prozent/N	33,2	33,8	100	443	30,8	69,2	100	626	16,0	84,0	100	695	31,2	68,8	100	337	23,3	76,7	100	584

¹⁾ Übereinstimmung zwischen Moderatorenthema und Politikerthema

²⁾ Abweichung des Politikerthemas von dem des Moderatoren

Über alle Debatten und alle politischen Diskutanten hinweg gerechnet sprachen die Politiker nur in einem Viertel ihrer politischen Aussagen exakt das Thema an, welches die Moderatoren ihnen vorher anboten (vgl. Tabelle 1). Anders ausgedrückt: in drei von vier Stellungnahmen ignorierten die Politiker das von den Moderatoren angesprochene Thema und plazierten statt dessen ihr Issue. Diese eigenmächtige Themenlancierung ist auf die Umsetzung vorher einstudierten inhaltlicher Strategien zurückzuführen⁷⁾.

Die größte Übereinstimmung mit den Moderatorenthemen zeigten die Politiker der 72er Debatte, in der immerhin in einem Drittel der politischen Aussagen eine Agendengleichheit mit dem Moderatorenthema bestand. Dagegen wichen über 80 Prozent der politischen Argumente der im Vergleich zu den anderen Debatten am wenigsten korrespondiven Politiker der 80er Elefantenrunde von den vorangegangenen thematischen Impulsen der Moderatoren ab.

Wie an der schwankenden Übereinstimmung der Themenbesetzung des CSU-Dauergastes Strauß mit den Moderatoren deutlich wird, gab es keine politikspezifischen Antwortmuster, sondern debattenspezifische, u.U. moderatorenabhängige Gesprächsdynamiken, die alle anwesenden Politiker – unabhängig von Partei und/oder parlamentarischer Position – miteinbezogen. Dies wird daran deutlich, daß das Übereinstimmungs- bzw. Abweichungsverhalten innerhalb der einzelnen Debatten nur um maximal 12 Prozent schwankt, d.h. keiner der anwesenden Politiker zeigte sich im Vergleich zu seinen Kollegen in thematischer Hinsicht als extrem abweichend gesprächsbereit bzw. -unwillig gegenüber den Moderatorenangeboten.

Es drängt sich die Vermutung auf, daß diese geringe Themenübernahme lediglich ein methodisches Artefakt ist, da der bisher gewählte Übereinstimmungsindex womöglich mit zu kleinen Themeneinheiten operiert. Um diesem Einwand zu entgegnen, werden die Agenden noch einmal, nun in aggregierter Form, mittels der dynamischen Gesprächsanalyse untersucht (vgl. Tabelle 2). Die 29 thematischen Subkategorien sind nun zu sieben Oberkategorien (»Ideologie«, »Soziale Gruppen«, »Innenpolitik«, »Außenpolitik« und »Regierungs- und

7) Die inhaltlichen und interaktiven (personenbezogenen) Strategien (vgl. Martel 1983; Schrott 1990a, 654-656) internalisieren die politischen Akteure im Vorfeld der Debatte (Rütten 1989, 196). Jedoch kollidieren die auf Selbstdarstellung ausgerichteten Strategien der Politiker (vgl. Schütz 1994) mit dem durch die Moderatoren verkörperten Interesse der Fernsehanstalten, nach welchem die Diskussionsrunden Informationen über anstehende politische, wirtschaftliche und soziale Fragen sowie die Lösungsansätze der Politiker und ihrer Parteien zu diesen Problemen vermitteln sollen (vgl. Lipp 1983, 251).

Oppositionsleitungen») zusammengefaßt. Damit wird der realen Gesprächssituation besser Rechnung getragen, in der es gang und gäbe ist, daß ein Politiker/eine Politikerin auf ein spezielles Thema (z.B. »Sozialpolitik«) eine allgemeinere Antwort (z.B. »Innenpolitik«) gibt oder ein angrenzendes Themengebiet (z.B. »Frauenpolitik«) anspricht. Auch hier ist das Gatehandling der Moderatoren in gewissem Maße erfolgreich, da die PolitikerIn zwar nicht das selbe Thema, aber zumindest den groben Themenbereich diskutiert.

Tabelle 2: Agendenübereinstimmung bezogen auf Themenoberbereiche in Prozent

Parteien- vertreter	1972				1976				1980				1983				1987			
	Ü ¹	A ²	%	n	Ü	A	%	n	Ü	A	%	n	Ü	A	%	n	Ü	A	%	n
CDU	48,5	51,5	29,3	130	51,8	48,2	30,5	191	44,9	55,1	26,9	187	70,7	29,3	24,3	82	50,8	49,2	21,9	128
CSU	50,9	49,1	25,7	114	51,8	48,2	22,2	139	47,9	52,1	24,0	167	67,1	32,9	21,7	73	50,0	50,0	16,8	98
F.D.P.	62,6	37,4	24,2	107	63,3	36,7	20,4	128	55,1	44,9	18,3	127	73,4	26,6	19,0	64	55,1	44,9	11,8	69
SPD	47,8	52,2	20,8	92	60,1	39,9	26,8	168	58,4	41,6	30,8	214	66,9	33,1	35,0	118	67,6	32,4	18,5	108
Grüne	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44,8	55,2	31,0	181
Prozent/N	33,2	33,8	100	443	30,8	69,2	100	626	16,0	84,0	100	695	31,2	68,8	100	337	23,3	76,7	100	584

¹) Übereinstimmung zwischen Moderatorenthema und Politikerthema

²) Abweichung des Politikerthemas von dem des Moderatoren

Wie aufgrund der Verbreiterung der Kategorien zu erwarten, waren die Politiker in höherem Maße als bei den speziellen Themen (s.o.) gewillt, den Moderatoren zumindest in den groben Themenbereichen zu folgen. Gleichzeitig ist es unverkennbar, daß sich die Politiker in den meisten Fällen eben nicht ein bestimmtes Thema von den Moderatoren diktieren ließen, d.h. auf die Moderatorenfrage nach »Ostpolitik« wurde bei Gefallen mit »Westpolitik« geantwortet. Die Politiker pickten wohl tatsächlich, ihrer inhaltlichen Strategie folgend, ihre Themen heraus, ohne sich dabei von den Moderatoren stören zu lassen.

Darüber hinaus ist zwar die Übereinstimmung höher als bei den Einzelthemen, aber selbst auf der Basis der Oberkategorien stimmen – über alle Debatten und Politiker hinweg gerechnet – nur 55 Prozent der Politikerthemen mit den von den Moderatoren vorgegebenen Issues überein. In knapp der Hälfte ihrer Antworten wechselten also die Politiker die von den Moderatoren angesprochenen Großkomplexe, d.h. auf innenpolitische Fragen der Moderatoren folgten vor allem Politikerstellungen zur politischen Moral oder zur Außenpolitik. Der oben festgestellte niedrige Übereinstimmungsindex ist also nicht das Ergebnis zu kleiner Analyseeinheiten sondern eindeutiger Ausdruck für die Ignoranz der Politiker gegenüber dem Gatehandling der Moderatoren.

Wenn die Politiker jedoch nur in einem Viertel ihrer politischen Aussagen exakt das Thema der vorhergehenden Stellungnahme der Moderatoren aufgriffen und nur in knapp mehr als der Hälfte ihrer politischen Aussagen bereit waren, auf den groben Themenkomplex der Moderatoren zu reagieren, so ist dies Ausdruck einer (fernseh)diskussionsuntauglichen »Blockadehaltung«⁸⁾. Dieses Nichtakzeptieren der thematischen Führungsfunktion der Moderatoren durch die politischen Akteure resultierte logischerweise am Ende aller Debatten in

8) Die Moderatoren wiederum, im Versuch, den Politikern neue Informationen zu den verschiedensten Themengebieten zu entlocken, brachten in vier von fünf Stellungnahmen ein Thema auf, welches nicht mit dem des politischen Vorredners übereinstimmte (vgl. Tenscher/Schrott 1996, 469). Dies scheint mit Blick auf die Moderatoren durchaus legitim zu sein, da nicht diese die Fragen der Politiker beantworten mußten und nur durch gesteuerte Gesprächsimpulse und Nachhaken die Themen hätten angesprochen werden können, welchen die Politiker versuchten auszuweichen.

mehr oder weniger stark ausgeprägte »Agendenklüfte« (Tenscher/Schrott 1996, 471). So machten den Hauptbestandteil der Politikeragenden die Auseinandersetzung mit dem politischen Gegner, die Darstellung der eigenen Errungenschaften und die Kontroverse um Fragen der politischen Moral aus. Die thematischen »Dauerbrenner« der Moderatoren waren dagegen »Wirtschaft« und »Wahlkampf«. Die Folge: Politische und journalistische Akteure diskutierten aneinander vorbei und redeten darüber hinaus über die Köpfe bzw. die Themenagenda der Zuschauer hinweg (vgl. Tenscher 1995, 82-85; Tenscher/Schrott 1996, 459-463).

5 Resümée

Die Abkehr von einer politikerzentrierten Betrachtung der Elefantenrunden und der Einsatz einer dynamischen Gesprächsanalyse bringen neues Licht in die »verstaubte« Debattenforschung im allgemeinen sowie die Bildschirmkonfrontation von politischen und journalistischen Akteuren im speziellen. Deutlich treten für politische Fernsehdiskussionen typische Interaktionsmuster und Kräfteverhältnisse beim Aufeinandertreffen von Moderatoren und ihrem Interesse, dem Programmauftrag nach umfassender Information und Bildung durch Erfüllung ihrer anwaltschaftlichen Funktion nachzukommen, und nach Selbstdarstellung trachtenden Kandidaten zu Tage.

Alles in allem erwiesen sich die politischen Akteure in den Debatten als übermächtige, diskussionsunwillige »Diskussionspartner«, die nicht gewillt waren, die thematische Gesprächsleitungsfunktion der Moderatoren zu akzeptieren. Die Kandidaten plazierten in den meisten Fällen, ihrer inhaltlichen Strategie folgend, ihre Themen an der von ihnen beabsichtigten Stelle in der Diskussion. Zu kritisieren ist hier das interaktive Verhalten der Politiker, nicht aber die thematische Durchsetzungskraft der Moderatoren. Diesen fehlte es schlichtweg am Sanktionspotential, um die Politiker zu Antworten zu zwingen (Rütten 1989, 217-218).

Unter Berücksichtigung dieser Interaktions- bzw. Ignoranzverhältnisse muß der Schluß gezogen werden, daß die in deutschen Debatten vollzogene Doppelbelastung der Moderatoren nicht funktionierte sondern von den Politikern zur selbstbestimmten Themenlancierung mißbraucht wurde. Dies widerspricht einer von den öffentlichrechtlichen Fernsehanstalten vertretenen Vorstellung, daß Debatten durch die Bereitstellung von Ersthandinformationen zu bestimmten Themen die »Demokratie demokratischer« (Schrott 1990a, 648) bzw. den Wahlentscheid rationaler machen (Bishop et al. 1978). Statt dessen unterstützen die Ergebnisse eine kommunikationstheoretische Perspektive, nach der politische Fernsehdiskussionen von politischen Akteuren zur Selbstdarstellung und Propaganda instrumentalisiert werden (Holly et al. 1986; Schütz 1994). Unter Berücksichtigung dieser Erkenntnisse, sollten deutsche Wahlkampfdebatten der Zukunft vor allem im Interesse der ZuschauerInnen bzw. WählerInnen auf das im US-amerikanischen Kontext angewandte Debattenformat, gegebenenfalls auch unter direktem Einbezug von ZuschauerInnenfragen, zurückgreifen.

Der inhaltsanalytischen Untersuchung von Fernsehdebatten, politischen Diskussionssendungen und Talkshows im allgemeinen bleibt zu wünschen, daß folgende Studien sich nicht wieder nur einzelnen (politischen) Akteuren bzw. Akteursgruppen zuwenden, sondern den Fokus auf die komplexen Interaktionen auf dem Bildschirm richten. Die dynamische Gesprächsanalyse ist hierzu ein geeignetes Mittel.

LITERATUR

- Baker**, Kendall L./Norpoth, Helmut/Schönbach, Klaus (1981): Die Fernsehdebatten der Spitzenkandidaten vor den Bundestagswahlen 1972 und 1976. Form, Inhalt und das Urteil des Publikums. In: Publizistik, 26, 530-544.
- Bishop**, George F./Oldendick, Robert W./Tuchfarber, Alfred J. (1978): The Presidential Debates as a Device for Increasing the »Rationality« of Electoral Behavior. In: Bishop, George F./Meadow, Robert G./Jackson-Beeck, Marilyn (Hg.). The Presidential Debates. Media, Electorate, and Policy Perspectives. New York-London-Sydney-Toronto: Praeger, 179-196.
- Frey**, Siegfried/Bente, Gay (1989): Mikroanalyse medienvermittelter Informationsprozesse. Zur Anwendung zeitreihenbasierter Notationsprinzipien auf die Untersuchung von Fernsehnachrichten. In: Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hg.). Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen: Westdeutscher Verlag, 508-526.
- Früh**, Werner (1991): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. München: Ölschläger.
- Hellweg**, Susan A./Pfau, Michael/Brydon, Steve P. (1992): Televised Presidential Debates. Advocacy in Contemporary America. New York: Praeger.
- Holly**, Werner (1994): Confrontainment. Politik als Schaukampf im Fernsehen. In: Bosshart, Louis/Hoffmann-Riem, Wolfgang (Hg.). Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation. München: Ölschläger, 422-434.
- Holly**, Werner/Kühn, Peter/Püschel, Ulrich (1986): Politische Fernsehdiskussionen. Zur medienspezifischen Inszenierung von Propaganda als Diskussion. Tübingen: Niemeyer.
- Klein**, Josef (1990): Drei Tage vor der Wahl. Die ARD-ZDF-Gemeinschaftssendung 1972-1987. Baden-Baden: Nomos.
- Klingemann**, Hans-Dieter (1976): Standardcode zur Verschlüsselung der Einstellungen zu den politischen Parteien in der Bundesrepublik Deutschland. Mannheim: ZUMA.
- Kraus**, Sidney (Hg.) (1962): The Great Debates. Background, Perspective, Effects. Bloomington-London: Indiana University Press.
- Kraus**, Sidney (Hg.) (1979): The Great Debates. Carter vs. Ford 1976. Bloomington-London: Indiana University Press.
- Langenbucher**, Wolfgang R./Lipp, Michael (1982): Kontrollieren die Parteien die politische Kommunikation? In: Raschke, Joachim (Hg.). Bürger und Parteien. Ansichten und Analysen einer schwierigen Beziehung. Opladen: Westdeutscher Verlag, 217-234.
- Lanoue**, David J. (1991): The »Turning Point«. Viewers' Reaction to the Second 1988 Presidential Debate. In: American Politics Quarterly, 19, 80-95.
- Lanoue**, David J./Schrott, Peter R. (1989): Voters' Reactions to Televised Presidential Debates. Measurement of the Source and Magnitude of Opinion Change. In: Political Psychology, 2, 275-285.
- Leduc**, Lawrence (1990): Party Strategies and the Use of Televised Campaign Debates. In: European Journal of Political Research, 18, 121-141.
- Lipp**, Michael (1983): Journalistische Wahlkampfvermittlung. Eine Analyse der Diskussionssendungen im Fernsehen. In: Schulz, Winfried/Schönbach, Klaus (Hg.). Massenmedien und Wahlen. Mass Media and Elections. International Research Perspectives. München: Ölschläger, 238-259.
- Martel**, Myles (1983): Political Campaign Debates. Images, Strategies and Tactics. New York: Longman.
- Mast**, Claudia (1986): Politiker im Fernsehen. Eine Analyse der Sendung »Journalisten fragen – Politiker antworten«. In: Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.). Politische Kommunikation. Grundlagen, Strukturen, Prozesse. Wien: Braunmüller, 167-201.
- Merten**, Klaus/Großmann, Brit (1996): Möglichkeiten und Grenzen der Inhaltsanalyse. In: Rundfunk und Fernsehen, 1, 70-85.
- Meyn**, Hermann (1994): Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland. Berlin: Colloquium.

- Norpoth**, Helmut/Baker, Kendall (1983): Politiker unter sich am Bildschirm. Die Konfrontation von Sachthemen in den Fernsehdiskussionen 1972-1980. In: Kaase, Max/Klingemann, Hans-Dieter (Hg.). Wahlen und politisches System. Opladen: Westdeutscher Verlag, 600-621.
- Paletz**, David L./Vinson, C. Danielle (1994): Mediatisierung von Wahlkampagnen. Zur Rolle der amerikanischen Medien bei Wahlen. In: Media Perspektiven, 7, 362-368.
- Pfetsch**, Barbara (1996): Politik und Fernsehen. Strukturen politischer Kommunikation. In: Zeitschrift für Politikwissenschaft, 2, 331-347.
- Rütten**, Dirk (1989): Strukturelle Merkmale politischer Rundengespräche im Fernsehen. Dargestellt am Beispiel der »Elefantenrunde«. In: Klein, Josef (Hg.). Politische Semantik. Bedeutungsanalytische und sprachkritische Beiträge zur politischen Sprachverwendung. Opladen: Westdeutscher Verlag, 187-230.
- Schrott**, Peter R. (1990a): Wahlkampfdebatten im Fernsehen von 1972 bis 1987. Politikerstrategien und Wählerreaktion. In: Kaase, Max/Klingemann, Hans-Dieter (Hg.). Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1987. Opladen: Westdeutscher Verlag, 647-674.
- Schrott**, Peter R. (1990b): Electoral Consequences of »Winning« Televised Campaign Debates. In: Public Opinion Quarterly, 54, 567-585.
- Schrott**, Peter R. (1993): Gewinnen ist nicht alles, aber es hilft. Die Effekte von Fernsehdebatten auf die Wahlentscheidung. In: Gabriel, Oscar W./Troitzsch, Klaus G. (Hg.). Wahlen in Zeiten des Umbruchs. Frankfurt a.M.-Berlin-Bern-New York-Paris-Wien: Lang, 51-72.
- Schrott**, Peter R./Lanoue, David J. (1992): How to Win a Televised Debate. Candidate Strategies and Voter Response in Germany, 1972-87. In: British Journal of Political Science, 22, 445-467.
- Schrott**, Peter R./Tenscher, Jens (1995): Modifikation des Klingemann-Schemas - 'Standardcode zur Verschlüsselung der Einstellungen zu den politischen Parteien in der Bundesrepublik Deutschland' - für die Inhaltsanalyse von Wahlkampfdebatten. ZUMA-Technischer Bericht Nr. T 95/17. Mannheim: ZUMA.
- Schulz**, Winfried (1994): Wird die Wahl im Fernsehen entschieden? Der »getarnte Elefant« im Lichte der neueren Forschung. In: Media Perspektiven, 7, 318-327.
- Schütz**, Astrid (1993): Spitzenkandidaten im Fernsehwahlkampf. Techniken der Selbstdarstellung und Antwortmuster. In: Zeitschrift für Parlamentsfragen, 24, 366-384.
- Schütz**, Astrid (1994): Politik oder Selbstdarstellung? Beispiele von Politikerauftritten. In: Jäckel, Michael/Winterhoff-Spurk, Peter (Hg.). Politik und Medien. Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation. Berlin: Vistas, 193-209.
- Tenscher**, Jens (1995): Diskussions- und Rollenverhalten der Moderatoren in den deutschen Fernsehdebatten. Unveröffentlichte Magisterarbeit. Mannheim.
- Tenscher**, Jens/Schrott, Peter R. (1996): Elefanten unter sich? Das Aufeinandertreffen von Moderatoren und Politikern in den deutschen Wahlkampfdebatten. In: Politische Vierteljahresschrift, 3, 447-474.
- Weiß**, Hans-Jürgen (1976): Wahlkampf im Fernsehen. Untersuchungen zur Rolle der großen Fernsehdebatten im Bundestagswahlkampf 1972. Berlin: Spiess.

Knut Hickethier

Stichworte zur Film- und Fernsehanalyse

Das hier vorgestellte Konzept der Film- und Fernsehanalyse zielt auf den audiovisuellen Objektbereich, versteht sich also als ein Verfahren der *Produktanalyse*. Es hat seine Ursprünge in der Filmanalyse, wie sie Mitte der sechziger Jahre entwickelt wurde (Albrecht 1964) und in den Folgejahren durch zahlreiche Weiterungen und Modifikationen auch auf den Bereich des Fernsehens Anwendung gefunden hat (Knilli/Reiss 1971, Paech 1975, Kuchenbuch 1978, Faulstich 1980). Eine Skizze der Entwicklung der Konzepte der Film- und Fernsehanalyse findet sich bei Korte/Faulstich 1988. Die folgenden Überlegungen stützen sich im wesentlichen auf meine ausführliche Darstellung »Einführung in die Film- und Fernsehanalyse« (Hickethier 1996). Sie versuchen einige Voraussetzungen der Film- und Fernsehanalyse zu klären sowie die 'outlines' der in der »Einführung« detailliert und materialreich gegebenen Darstellung zu liefern.

1 Voraussetzungen und konzeptionelles Selbstverständnis

Film- und Fernsehanalyse hat ihren Ausgangspunkt im letztlich hermeneutischen Konzept der Verstehensanalyse. Auch wenn wir als Zuschauer audiovisuelle Angebote quasi naturwüchsig durch frühzeitige Einübung in den Mediengebrauch verstehen, ohne sie wirklich 'buchstabieren' zu lernen, und beim Zuschauen die vermittelten Bedeutungen erkannt – richtiger: aufgrund bestimmter Angebotsstrukturen erzeugt werden, sind die Gestaltungsweisen und ihr Einsatz weitgehend nicht bekannt. Ihre Beschreibung und Analyse – und damit ihre Bewußtmachung – kann der gesteigerten Wahrnehmung des AV-Produkts dienen. Indem Strukturen und mediale 'Machart' erkannt werden, wird der Verstehensvorgang von der inhaltlichen Erfassung des einzelnen Produkts auf die der medialen Bedingungen erweitert und schließt ein Verstehen allgemeiner medialer Bedingungen von audiovisueller Kommunikation mit ein. Die Produktanalyse betont deshalb den exemplarischen Charakter ihres Vorgehens und auch Strukturen für Produktgruppen, Genrezusammenhänge, Formate und Programmsparten.

Die Analyse der *Medialität* von Filmen und Fernsehsendungen geht davon aus, daß die quantitative Erschließung der Inhalte über die mediale Besonderheit der Produktionen wenig aussagt, sondern daß es sehr viel entscheidender ist, wie bestimmte Inhalte vermittelt werden. Für die Analyse eines Kriminalfilms ist es z.B. weniger wichtig, daß in ihm ein Mord geschehen ist, ein Täter gesucht, gefunden und überführt wird. Dies geschieht in diesem Genre zehntausendfach, ist ein Genrekonstitutivum und erklärt noch nicht, warum gerade dieser eine Kriminalfall ein Publikum fasziniert und ein anderer nicht. Das Interesse der Film- und Fernsehanalyse richtet sich also darauf, *WIE* eine Geschichte inszeniert und medial vermittelt, wie ein Inhalt filmisch oder televisuell präsentiert wird.

Beschreibung und Analyse der Medialität bedeutet, sich nicht allein auf Sprachanalyse zu reduzieren, auf die Ermittlung von Schlüsselbegriffen, Satzmengen etc. zu beschränken, sondern zielt auf die *Besonderheit der Wort-Bild-Beziehungen*, der Verflechtungen von *Visualität und Oralität bzw. Literalität*. Film- und Fernsehanalyse ist insbesondere interessiert an der *Beschreibbarkeit der bewegten Bilder*, weil gerade darin die *Eigenart der audiovisuellen Medien* liegt. Wort und Bild sind dabei nicht separat als je Getrenntes zu sehen, sondern als eine Einheit. Die Bilder als das Präsentative sind eingebunden in eine zeitliche Abfolge, ihnen liegt dadurch eine narrative Struktur zugrunde, die sich in die Bilder und die Anordnung des in ihnen Gezeigten eingeschrieben hat. Die Linearität der Abfolge des auf der zeitlichen Ebene sich organisierenden Mediums Film macht die Bilder zu einer in Analogie und direkter Beziehung zur Sprache sich formulierenden Bilderzählung, die durch nichtnarrative, präsentative Elemente nur punktuell durchbrochen werden kann. Die Faszination von Film und Fernsehen rührt zum großen Teil aus dieser zeitlichen Determination, die Sukzession und damit Dramaturgie und Erzählung ermöglicht, die Überraschung und Wechsel kalkulierbar und damit gestaltbar macht.

Film- und Fernsehanalyse setzt die *Reflexion von Film- und Fernsehgeschichte* voraus, weil sie Effekt und Faszination von Inszenierung und Gestaltung eines Films nicht unabhängig von seiner historischen Situation der Produktion und Rezeption sieht. Die mediale Wahrnehmung der Zuschauer ist immer historisch determiniert. Diese verändert sich nicht nur durch die in der Lebensgeschichte der Zuschauer begründeten Erfahrungen, sondern auch durch die in der Mediengeschichte erzeugten Produkt-Traditionen und Produktionsveränderungen. In den Produkten stecken immer auch mediengeschichtliche Erfahrungen, die in der Analyse Berücksichtigung finden müssen, will man nicht den kommunikativen Zusammenhang, in dem die Medienproduktionen stehen und der sie immer mitbestimmt, verfehlen.

Film- und Fernsehanalyse bedarf der film- und fernsehtheoretischen Einbettung, gehen doch in jede Betrachtung explizit formulierbare oder implizit vorhandene medientheoretische Annahmen ein. Umgekehrt bilden die Ergebnisse der Analyse selbst wiederum Bausteine für den Prozeß der Theoriebildung, liefern sie doch am konkreten Produkt Einsichten in eine theoretische Annahmen, bestätigen oder korrigieren diese und setzten damit einen neuen theoretischen Formulierungsprozeß in Gang. Ebenso arbeitet die Film- und Fernsehanalyse der Mediengeschichtsschreibung von Film und Fernsehen zu, indem sie das Wissen über die Produktgeschichte vergrößert.

Film- und Fernsehanalyse hat *technische Grundkenntnisse* zur Voraussetzung. Um die Medialität der technischen Bilder zu begreifen, müssen kinematografische und elektronische Prinzipien der Bilderzeugung und Fixierung, der Distribution sowie der Projektion und Aus-

strahlung verstanden sein. In den letzten Jahren ist die Kenntnis digitaler Bildprinzipien hinzugekommen. In der Nachbearbeitung von Kinofilmen, aber auch in der filmischen Realisierung spezifischer Tricks ist die Grundkenntnis digitaler Verfahren ebenso notwendig wie in der digitalen Fernsehproduktion.

Film- und Fernsehanalyse setzt, auch in ihrer historischen Ausformung, am einzelnen Produkt an und weitet sich von dort aus zur *Werk-, Genre- und Programmanalyse* aus.

2 Analyseaspekte der einzelnen Sendung bzw. des Films

Film- und Fernsehanalyse geht traditionell zunächst vom abgeschlossenen Produkt aus und sucht dieses in seinen Begrenzungen zu erschließen. Die Einheit des Untersuchungsgegenstandes wird nicht nur das Material, durch Anfang und Ende des Filmbandes oder der MAZ-Aufzeichnung bzw. durch die zeitliche Endlichkeit einer Videokassette bestimmt, sondern mehr noch durch Markierungen, die Anfang und Ende signalisieren. Sie sind bestimmt durch äußere Bedingungen der Filmpräsentation im Kino, durch Vorspann und Abspann, durch Ansagen, Senderlogos, Zwischenbilder in der Programmpäsentation im Fernsehen. Die Einheit des Produkts, so sehr sie dann gerade auch durch den Programmcharakter des Fernsehens in Frage gestellt wird, weil er die Produkte zu einem Programmfluß miteinander verheftet, bleibt Ausgangsbasis, weil sie die Basis der Inszenierung des Gezeigten ist. Jede Inszenierung, will sie wirksam werden, braucht eine Begrenzung, einen Rahmen (frame).

Die Einzelproduktanalyse, die sich in die Narrations- und die Interaktionsraumanalyse unterscheiden läßt, bildet deshalb auch das Zentrum der Film- und Fernsehanalyse, die Programmanalyse, die die Zusammenhänge zwischen den Produkten untersucht, die im Programm zusammengefügt sind, steht in Kontrast, aber auch in Ergänzung zur Einzelproduktanalyse, setzt diese letztlich voraus.

Zur Narration in Film und Fernsehen

Der Narrationsbegriff wird in der Film- und Fernsehanalyse relativ weit gefaßt, ist also nicht allein an die Fiktion gebunden. Erzählen heißt, ein Ereignis in einer Sukzession der Darstellung nacheinander entfalten und darstellen. Dazu gehören dann auch nichtfiktionale Sendungen, die über ein Ereignis 'berichten' bzw. es 'dokumentieren'. Auch hier wird die Darstellung in ein zeitliches Nacheinander gebracht, werden Gewichtungen hergestellt. Nachrichten lassen sich beispielsweise als Erzählungen vom Weltgeschehen begreifen und darstellen. Wenn man sie unter einem erzähltheoretischen Blickwinkel betrachtet – und nicht, wie üblich, unter dem Aspekt der Objektivität der Meldungen, die im Prinzip nie gegeben sein kann, weil jede Meldung eine gestaltete Aussage über etwas ist – dann können viele Auffälligkeiten der Nachrichtenvermittlung erklärt werden (vgl. Hickethier 1997).

Zur Beschreibung der Narration lassen sich die Ebenen der *Dramaturgie*, der *Erzählstrategien* und der *Montage* unterscheiden. Zusammen ergeben sie das spezifische Gefüge audiovisueller Narration.

a) Dramaturgie

Mit dem aus der Dramentheorie kommenden Begriff der *Dramaturgie* ist der Gesamtverlauf einer Sendung gemeint. Zahlreiche Handbücher für Drehbuchautoren (z.B. Syd Field u.a. 1987, Hantl 1992) beschäftigen sich mit den Regeln des dramaturgischen Aufbaus: der Frage der Einführung des Zuschauers in Ort, Zeit, Figurenensemble und das Thema (also die Exposition der Geschichte), der Steigerung und der Wendepunkte, der Gestaltung des Höhepunktes, der weiteren Wendepunkte, der Konfrontation und schließlich des Schlusses. Dramaturgische Konstruktionen können als tektonische Anordnungen einen großen Bogen entwickeln, der zielgerichtet auf ein definitives Ende hinführt. Gegenüber einer solchen 'geschlossenen' *Dramaturgie*, wie sie vor allem das Hollywood-Kino, aber auch der gängige Fernsehfilm bevorzugt und die als allgemeiner Standard gilt, gibt es 'offene', die keine eindeutige Höhepunktgestaltung und ein eher unabgeschlossenes Ende aufweist. Zwar kommen Produktionen mit einer solchen dramaturgischen Anlage auch zu einem Ende, doch kann ihre Geschichte weitergehen, Happy End oder Katastrophe haben sich nicht eingestellt. Solche 'offenen' Dramaturgien organisieren ihre Geschichten häufig als eine Folge von *Episoden* (Reigen-Prinzip), die dann in sich wiederum kleine Expositionen, Höhepunkte und Schlüsse bzw. Übergänge zur nächsten Episode aufweisen. Neuere Hollywood-Filme bedienen sich häufig der Kombination beider Prinzipien: Sie schildern kleine Episoden, die zunächst scheinbar unzusammenhängend sind, sich dann aber doch in einen großen Gesamtzusammenhang einordnen lassen.

Aus der Episodendramaturgie hat sich – als spezifische Fernseh-dramaturgie – die mehrsträngige Episodendramaturgie entwickelt, die nicht eine, sondern mehrere Geschichten nebeneinander erzählt, deren Handlungsstränge sich vielfältig miteinander verflechten. Es ist die in lang laufenden Serien immer wieder benutzte *Zopf-dramaturgie*, bei der in kurzen Abständen Episoden verschiedener Handlungsstränge nacheinander zu sehen sind und die damit den Eindruck von Gleichzeitigkeit des Geschehens erzeugt. Am Beispiel der »Lindenstraße« ist dieses Modell von den Produzenten selbst wiederholt thematisiert worden (Geisendörfer 1990). In fiktionalen Sendungen seltener, aber auch durchaus vorkommend (z.B. in den Filmen von Alexander Kluge) sind *thematische Dramaturgien*. Sie sind natürlich auch in Dokumentationen, Features, Reportagen etc. zu finden. Bei Kluge (z.B. in »Die Macht der Gefühle« oder in »Die Patriotin«) verbindet ein gemeinsames Thema (z.B. die politische Indienstnahme von Emotionen) ganz unterschiedliche Sequenzen, die sich zudem noch durch ihre Materialität (Stummfilm, Kinospießfilm-Zitat dreißiger Jahre, Dokumentarfilm von 1978, Opernmitschnitt, Schauspielerinterview) gegeneinander ausgrenzend verhalten.

Dramaturgien stellen nicht nur eine formale Möglichkeit der Spannung erzeugenden Gliederung dar, sie haben auch inhaltliche Folgen: Sie wollen den Zuschauer an ein Ziel bringen, wollen eine Lösung anbieten, die den Zuschauern als zwangsläufig und sinnvoll erscheint. Sie ordnen mithin das zu Erzählende, sie enthalten auch strukturelle Botschaften: Dem Ausbruch aus den gesellschaftlichen Normen im Verbrechen (Exposition und Steigerung) folgen z.B. im Krimi die Sanktionen der Gesellschaft gegen die Normverletzung mit Tätersuche, Konfrontation (Höhepunkt) und Überführung (Schluß): Harmonie-Störung der Harmonie-Wiederherstellung der Harmonie bilden damit das Schema. Der Kriminalfilm lebt davon, daß er im Zuschauer Ausbruchsversuche, heimliche Phantasien und Normverletzungen anspricht, dann jedoch auch zeigt, daß sie zu realisieren wegen ihrer Folgen nicht wünschenswert ist.

Dramaturgien liefern mit den in den Schluß einer Geschichte verlegten strukturellen Botschaften auf spielerische Weise Verhaltensmodelle und -anweisungen, die gesellschaftlich gewünscht werden und die der Film als lustvoll und erfolgreich vorführt.

b) Erzählstrategien

Hat der Aspekt der Dramaturgie seine Vorbilder in Drama und Theater (vgl. Pfister 1977), so haben die Erzählstrategien ihren Bezugspunkt in der erzählenden Literatur. Der Begriff der Erzählstrategien meint, daß im Film und in der Fernsehsendung die Erzählung von einem Erzähler organisiert wird, dieser einen Erzählstandpunkt (point of view) aufweist. Erzählsituation (also die Frage danach, ob es sich hier um einen auktorialen, personalen oder Ich-Erzähler handelt und wie sie oft durch einen Off-Sprecher vermittelt werden) und Kameraperspektivität sind nicht identisch: Zwar erzählt der Film seine Geschichte durch den Kamerablick, gleichwohl ist beides nicht identisch, da die Kamera letztlich immer eine personale Haltung einnimmt (außer bei Trickanwendungen) und ein Off-Erzähler durchaus verbal eine Geschichte als Ich-Erzähler darbieten kann.

Zu den Erzählstrategien gehören auch die *Gestaltung der Zeit und des Raums*, wenn mit Erwin Panofsky Film als »verräumlichte Zeit« und »dynamisierter Raum« verstanden wird (Panofsky 1967). Vor allem die zeitlichen Gestaltungsmöglichkeiten bestimmen die filmische Erzählung: Erzählzeit (die Zeit, in der ein Film abläuft) und erzählte Zeit sind fast nie identisch: Der Film rafft und beschleunigt ein Geschehen, indem er Unwichtiges ausläßt, Zeiträume überspringt etc. Er kann ebenso die Zeit dehnen (so werden z.B. in den »Indiana Jones«-Filmen Steven Spielbergs bedrohliche Szenen gedehnt, damit die Erregung noch gesteigert wird). Der Film kann innerhalb der Zeit vorgreifen, er kann aber auch mittels Rückblendungen zurückgreifen. Die *Rückblende* ist das wohl wichtigste Mittel, aus der Chronologie der Darstellung herauszuspringen, wobei jedoch in der Regel innerhalb der Rückblenden selbst wieder chronologisch fortschreitend erzählt wird.

Die hier genannten Möglichkeiten der Zeitgestaltung werden durch die Elektronik im Fernsehen noch einmal erweitert. Zeitraffung und Zeitdehnung, vor- und rückgreifendes Erzählen gehen von einem Erzähler aus, der das zu Erzählende in seiner Verfügung hat und der auch die Zeit beherrscht. Im Grunde ist jedes Erzählen eine Darstellung des schon Gewesenen, auch wenn es als Geburt der Phantasie erst im Augenblick des Erzählens manifest wird. Beim Film, bei dem Aufnahme und Wiedergabe grundsätzlich zeitlich voneinander getrennt sind, ist die Eigenheit, daß er nur Vergangenes darstellt, so selbstverständlich, daß es kaum der Rede wert war. Das Fernsehen verfügt nun die Möglichkeit des Erzählens eines Geschehens, während es gerade geschieht: Die *Live-Berichterstattung* zeigt uns ein Ereignis, während es geschieht. Sie vermittelt Teilhabe, ermöglicht den Anschein des Dabeiseins. Der Erzähler kommentiert damit laufende Ereignisse, ohne allerdings, wie sonst beim Erzählen, den Ausgang der Erzählung bereits zu kennen. Ironisch könnte man sagen, daß der Erzähler in einer Art 'Mauerschau' (um diesen Theaterbegriff zu verwenden) dem Zuschauer ein Geschehen erzählt, nur daß der Fernsehzuschauer im Gegensatz zum Theaterzuschauer das Geschehen auch noch via Kamera und Übertragung selbst sieht. Damit verändert sich grundlegend die Funktion des Erzählens: Der Erzähler ist nicht mehr unbedingt Herr des Geschehens, sondern es kann immer zu unvorhergesehenen Ereignissen und damit Widersprüchen und Unschärfen innerhalb der audiovisuellen Erzählung kommen.

Die *komplexe Struktur* der Zeitebenen, der Mischung von Live und Aufzeichnung (etwa bei Sportübertragungen und vorgeplanten Live-Ereignissen, die, um Phasen der Langeweile und des Nicht-Geschehens zu überbrücken, mit vorbereiteten MAZ-Zuschnittszenen früherer Geschehen aufgefüllt werden) bildet ein Spezifikum des televisuellen Darstellens und Erzählens.

Die Veränderungen des Erzählens sind zudem durch den medialen Charakter des Programm-Fernsehens mit seinem offenen Ende verändert worden. Die Abgeschlossenheit einer filmischen Erzählung ist im *seriellen Erzählen* durch den Endloscharakter langlaufender Serien aufgebrochen worden. Eine Doppelstruktur von begrenzter Folgenhandlung (oft mit cliff hanger) und tendenzieller Endlosigkeit der Gesamtserie hat sich etabliert (vgl. Hickethier 1991). Auch bei anderen seriellen Formen des Fernsehens lassen sich derartige Veränderungen feststellen, die oft mit einer Verfestigung der Erzählungen zur 'Institution' (etwa in den Nachrichtensendungen als Erzählorte) verbunden sind.

c) Montage

Zu den filmischen Ebenen der Dramaturgie und der Erzählstrategien (die filmisch zu nennen sind, weil sie im Film vorkommen, aber auch außerhalb von ihm) kommt die kinematographische Ebene der Montage (die nur in den audiovisuellen Medien vorkommt). Setzt sich der Film aus einzelnen *Einstellungen* zusammen, die sich durch einen Schnitt (oder eine Blende) voneinander unterscheiden und die durch die Montage miteinander verknüpft sind, so stellt sich die Gesamtstruktur als eine ununterbrochene Folge von Einstellungen dar, die sich wiederum in Sequenzen zusammenfassen lassen.

Sequenzen sind '*Handlungseinheiten*', die die einzelnen Einstellungen durch einen Sinnzusammenhang miteinander verbinden, sich häufig auch durch Ort, Figuren, Geschehen als Einheit definieren. Sequenzen lassen sich im wesentlichen danach unterscheiden, ob sie die Einstellungen *chronologisch* (vor allem in fiktionalen Filmen) oder *achronologisch* (oft in Dokumentationen) miteinander verbinden lassen, ob die chronologischen Sequenzen das Geschehen *linear* anordnen oder in mehreren Handlungssträngen nebeneinander, wobei dieser Effekt von Gleichzeitigkeit sich aus einem abwechselnden Nacheinander von Einstellungen der verschiedenen Handlungsstränge ergibt. Am bekanntesten ist die *alternierende Sequenz* (*Parallelmontage*), die zusätzlich durch Beschleunigungen spezifische Wirkungen erzielen kann.

Die linear chronologischen Sequenzen lassen sich nun auch noch nach ihrer Zeitgestaltung unterscheiden: in der Szene wird das Geschehen vor der Kamera ohne Auslassung, aber von wechselnden Kamerapositionen aus aufgenommen, die *normale Sequenz* arbeitet mit Zeitauslassungen, indem sie für die Darstellung 'unwichtige' Vorgänge ausläßt, die *Sequenz in Episoden* dehnt die Auslassung noch weiter, so daß aus großen Zeiträumen nur kleine Ausschnitte gezeigt werden. In Orson Welles Spielfilm »Citizen Kane« ist wohl das berühmteste Beispiel einer solchen *Sequenz in Episoden* zu sehen, als Kane und seine Ehefrau frühstücken und diese Szene über Jahre hinweg sich wiederholt und ihre Entfremdung durch Details in der Zeitraffung sichtbar wird.

Neben solchen unterschiedlichen Sequenztypen haben sich allgemeine Montagekonzepte herausgebildet, von denen die beiden wichtigsten sich zueinander konträr verhalten. Das amerikanische Kino (aber auch das europäische Unterhaltungskino) hat das *Prinzip des unsichtbaren Schnitts* entwickelt: Die Einstellungen werden so gesetzt, daß ein möglichst gleitender Übergang zwischen ihnen und damit eine größtmögliche Plausibilität im Ablauf und

ein großer Realitätseindruck entsteht. Der Betrachter soll nicht merken, daß hier geschnitten und in das Filmmaterial eingegriffen wurde, ja daß das Geschehen überhaupt einen inszenierten Ablauf darstellt und filmisch vermittelt wird. Die *Materialität* des Films soll unbeachtet bleiben, der Zuschauer soll den Eindruck gewinnen, er sehe wie durch ein Transparent in eine andere Wirklichkeit.

Gegen solch ein Konzept *medialer Transparenz* steht das eher europäisch inspirierte Konzept, die Materialität des Films bewußt zu halten, die *Effekte des Kontrastes* bei der Montage zu verstärken und es zu Kollisionen und Konfrontationen des Gezeigten kommen zu lassen. Der russische Filmregisseur Sergej Eisenstein ist ein auch theoretisch produktiver Verfechter solcher Montagetheorien, die den europäischen Autorenfilm stark beeinflußt haben. Nun sind solche Montagekonzepte nur selten rein anzutreffen, sie mischen sich und werden je nach Bedarf abgewandelt und modifiziert eingesetzt.

Dramaturgie, Erzählstrategien und Montage bestimmen zusammen die *Gesamtstruktur* eines Films, und was hier überwiegend am Spielfilm deutlich gemacht wurde, ist auch auf nichtfiktionale Filme und Sendungen anwendbar.

Zur Analyse der Einstellungen

Film- und Fernsehanalyse untersucht nicht nur die Makrostrukturen, sondern auch die Mikrostrukturen, legt gerade auf sie besonderen Wert, weil sich in ihnen die spezifische Gestaltung, die ästhetische Struktur sichtbar macht. Neben der Bestimmung der Bilder (Einstellungen) spielt die Ebene des *Tons*, also *Sprache*, *Musik* und *Geräusche*, eine besondere Rolle, dann auch die Verbindung zwischen Bild und Ton.

a) Bildanalyse

Die Bildanalyse ist als Analyse der Einstellungen zunächst durch *Format* und *Rahmen* bestimmt, dann auch durch *Komposition* der Bildelemente, ihre Gewichtung, ihre Statik und Balance oder die in ihnen eingeschriebene Kinetik durch Betonung von Diagonalen. Viele der ästhetischen Wirkungen der Filmbilder werden durch solche oft unbeachtet bleibenden Gestaltungsmittel beeinflußt. Die Staffelung der Figuren im Bildraum in Vordergrund und Hintergrund ist weiterhin von Bedeutung, ebenso auch die Konstellationen durch Gegenstände oder auch durch weitere Bildsymbole, Fenster, etc. Wie genau Bilder komponiert werden, läßt sich besonders gut an den Fernsehsendungen sehen, etwa den Nachrichtensendungen, in denen die Platzierung der Sprecher, der Blue-Box-Fenster, der Bildunterschriften, Datumszeilen etc. einem genau kalkulierten Arrangement entspricht.

Generell wird unterschieden zwischen dem, was *vor der Kamera* (Mise-en-scène) geschieht und dem, was *durch die Kamera* erzeugt wird. Zur Mise-en-scène gehören nicht nur die Architektur und der gestaltete Umraum und der Einsatz des Lichts, sondern auch der Einsatz der Darsteller (wozu auch das Problem der Besetzung von Rollen zählt) und ihre Spielweise. Auch in den nichtfiktionalen Sendungen spielt die Physiognomik der Auftretenden, ihre Präsentation, Mimik, Gestik und Proxemik eine wesentliche Rolle. Die Einschätzung der Zuschauer von dem, was gesagt wird, oft sehr viel stärker durch die Art, wie etwas gesagt wird, bestimmt. 'Telegenität' ist das journalistische Schlagwort für eine derartige

Ausstrahlung der auf dem Bildschirm auftretenden Personen, die auch in gewissen Maße ein Ergebnis der Darstellung und des So-tuns-als-ob ist.

Für die Filmanalyse sind neben solchen filmischen Elementen die kinematographischen von besonderer Bedeutung. In der Einstellungsbestimmung als einem Ergebnis einer kameraästhetischen Operation lassen sich in der *Bestimmung der Einstellung* festhalten: Die Einstellungsgröße, die über die Relation von abgebildeter Figur und Rahmen die Nähe bzw. Distanz der Kamera und damit des Zuschauerblicks zum abgebildeten Objekt bestimmt. Mit *Detail* und *Groß* sind wir als Zuschauer sehr nah an etwas gesetzt, so daß wir die mimischen Ausdrucksweisen besonders gut sehen können, mit *Nah*, *Halbnah* und der *amerikanischen Einstellung*, die die Personen in einem Brustbild bzw. von den Knien an aufwärts zeigen, haben wir eine mittlere Distanz, die die Gestik der Figur zum Tragen bringen. Mit *Halbtotal*, *Total* und *Weit* wird stärker der Umraum betont. Diese Kategorien, deren Bezeichnungen aus der Produktionspraxis stammen, regulieren auf ganz unbewußte Weise unsere Nähe-Distanz-Relation zu den abgebildeten Darstellern, auch wenn wir natürlich real weiterhin unbewegt im Kinosessel oder vor dem Bildschirm sitzen. Vor allem im emotionalen Bereich sind wir durch derartige Konstellationen stark beeinflusst.

Neben der Einstellungsgröße ist die *Perspektive* von Bedeutung: Ob wir etwas aus einer *Normalsicht*, einer *Unter-* oder *Aufsicht* sehen, ist nicht unerheblich, weil durch die Perspektive etwas mächtiger oder unterlegener wirken kann und wir als Zuschauer diesen Eindruck in der Regel nicht der Kameraposition anlasten, sondern den abgebildeten Personen selbst als Eigenschaft zuschreiben. Gleichwohl gibt es keine festen Bedeutungen, eine Untersicht kann eine Person mächtig erscheinen lassen, aber auch wegen einer möglichen Überzeichnung lächerlich. Solche Bedeutungszuweisungen durch den Zuschauer sind in starkem Maße abhängig vom *filmischen Kontext*, in dem sich die einzelne Einstellung befindet.

Wichtig sind weiterhin die *Kamerabewegungen*, die sich in *Schwenk*, *Kamerafahrt* (kombiniert mit den unterschiedlichsten Transportmitteln) und *Zoom* unterscheiden lassen. Die Bewegungen der Kamera, die immer auch stellvertretend Veränderung der Wahrnehmung des Zuschauers im Geschehen ermöglichen, sind mit den *Bewegungen vor der Kamera* kombiniert: Wenn die *Blickachse* der Kamera im rechten Winkel sich zur *Handlungsachse* befindet, fühlen wir uns als Zuschauer in der Regel in einer distanzierten Position, während dann, wenn Blickachse und Handlungsachse gegeneinander laufen, wir direkt einbezogen werden: etwa wenn uns der Nachrichtensprecher direkt anblickt. Die Zuschauer fühlen sich oft direkt angesprochen, selbst wenn sie wissen, daß der Sprecher sie nicht direkt meinen kann. Da die Fiktion bestimmten Konventionen unterliegt, um den fiktionalen Raum zu wahren, gibt es eine Anzahl von Regeln, die den Fiktionscharakter erhalten und dennoch solche oder ähnliche Formen der Einbeziehung ermöglichen. Dazu gehören auch *Schuß-Gegenschuß-Konstellationen*, bei denen die Zuschauer in einem Dialog immer den jeweils Sprechenden sehen und sich auf diese Weise einbezogen fühlen können.

b) Tonanalyse

Auf der Ebene des Tons hat die *Sprache* – als gesprochene Sprache – die größte Bedeutung: Durch sie werden am differenziertesten Bedeutungen vermittelt, nicht zuletzt deshalb, weil sich für den Zuschauer rasch der Eindruck herstellt, er nehme an einem unmittelbaren sprachlichen Ereignis teil. Der Eindruck künstlichen Sprechens zerstört in der Regel mögliche

Wirkungen, so daß auf den Eindruck von *Natürlichkeit* besonderer Wert gelegt wird. Neben der Sprache ist die *Musik* von Bedeutung, die sich unterscheiden läßt zwischen der Musik, deren Erzeugung im Bild zu sehen ist und die damit selbst Teil der gezeigten Welt ist, und der nicht im Bild konkretisierten Musik, die quasi im Off ertönt und als eigentliche Filmmusik für die Erzeugung von Stimmungen, Emotionen etc. zuständig ist. Geräusche dienen der Unterstützung des Wahrnehmungsraums, sie bilden den Untergrund, können aber auch gezielt eingesetzt werden, um bestimmte Effekte zu erzielen. Die spektakulärste Wirkung der neueren Hollywood-Filme ist nicht denkbar ohne den Sound dieser Filme, der durch verbesserte Klangwiedergabe im Kino auch bis ins Zwerchfell hinein wirken kann.

Im Zusammenwirken von Bild und Ton entsteht erst jede spezifische ästhetische Gestaltung der Audiovision, die dann zum Faszinosum für viele Zuschauer wird. Die dabei eingesetzten Strategien herauszuarbeiten und bewußt zu machen, ist eines der Hauptziele der Film- und Fernsehanalyse.

Zur Interaktionsraumanalyse und Programmanalyse

Neben den bisherigen Bereichen der Film- und Fernsehanalyse ist in den letzten Jahren ein weiterer Bereich hinzugekommen, der sich insbesondere dem Bereich der *Fernsehunterhaltung* zugewandt hat. Auch hier ist der Ausgangspunkt der Versuch, die spezifischen ästhetischen Mechanismen, die beim Zustandekommen von Fernsehkommunikation eine Rolle spielen. Dabei geht es weniger darum, daß in Unterhaltungssendungen wie Games Shows Geschichten erzählt werden, sondern um die Analyse der dabei entstehenden Situation. Es werden also stärker die Interaktionen zwischen den auftretenden Personen beachtet, deren Effekte innerhalb einer herbeigeführten Situation und mit einer spezifischen Adressierung an den Zuschauer. Dabei spielen vor allem auch die emotionalen Situationen eine zentrale Rolle (vgl. Wulff 1992, 1993, Hügel/Müller 1993). Daß es sich dabei um genau kalkulierte, hoch artifizielle Arrangements handelt, die den Anschein von Spontaneität und Unmittelbarkeit erwecken, zeigt, daß hier die ästhetische Kommunikation eine entscheidende Rolle spielt.

Es liegt auf der Hand, daß hier nur Andeutungen über neuere Entwicklungen gegeben werden können. Ebenso bildet die *Programmanalyse* eine Weiterentwicklung der herkömmlichen Film- und Fernsehanalyse, die übergreifend über die Produktanalyse einzelner Filme und Sendungen Strukturen des Zusammenhangs, wie sie sich auf der Ebene des Programms hergestellt haben, untersucht. Der Programmbegriff versucht gerade die *Anordnungen* zwischen den Sendungen, die Programmstrukturen als zeitliche Gliederungen etc. sichtbar zu machen (vgl. Hickethier 1994). Auf der Ebene der sinnlichen Gestaltungsweisen ist für die Film- und Fernsehanalyse besonders die Tendenz zur Auflösung der bislang immer als Basis genommene Einheit und Abgeschlossenheit des Produkts von Belang, weil sich hier Abschleifungen, Verzahnungen, Überlagerungen etc. abzeichnen (Hickethier/Bleicher 1997). Am Beispiel der *Programmverbindungen* als sogenannter »marginaler Texte« (Wulff) lassen sich derartige Veränderungen der Produktgestalt, aber auch ihre möglichen ästhetischen Folgen beschreiben.

Ausblick

Der Durchgang durch die Filmanalyse im Schnelldurchlauf kann, wie anders auch, nur Anregungen geben, sich intensiver mit dem Bereich auseinanderzusetzen. Daß es in vielen Aspekten keine 'verbindlichen' Regeln und Kategorien gibt, ist nicht als Unentschiedenheit oder mangelnde theoretische Reflexion zu nehmen, sondern als Zeichen für die Lebendigkeit der wissenschaftlichen Arbeit in diesem Bereich. Alternative Konzepte, Weiterentwicklungen und Neuentwürfe machen deutlich, daß in diesem Bereich um eine angemessene wissenschaftliche Auseinandersetzung gerungen wird. Eine solche Haltung ist die Wissenschaft auch diesem ungeheuer dynamischen und gesellschaftlich bedeutsamen Bereich der Medienkommunikation schuldig.

Literatur (Auswahl)

- Albrecht**, Gerd (1964): Die Filmanalyse – Ziele und Methoden. In: Everschor, Franz (Hg.). *Filmanalyse* 2. Düsseldorf, 233-270.
- Bauer**, Ludwig/**Ledig**, Elfriede/**Schaudig**, Michael (Hg.) (1987): *Strategien der Filmanalyse*. München.
- Faulstich**, Werner/**Faulstich**, Ingeborg (1977): *Modelle der Filmanalyse*. München: Fink
- Faulstich**, Werner (1980): *Einführung in die Filmanalyse*. Tübingen: Narr
- Faulstich**, Werner (1988): *Die Filminterpretation*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Field**, Syd (1987): *Drehbuchschreiben für Fernsehen und Film. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. München-u.a.: List.
- Geisendörfer**, Hans W. (1990): Wie Kunstfiguren zum Leben erwachen – zur Dramaturgie der »Lindenstraße«. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 1, 48-55.
- Hant**, Peter (1992): *Das Drehbuch*. Waldeck: Hübner.
- Hickethier**, Knut (1991): *Die Fernsehserie und das Serielle des Fernsehens*. Lüneburg: o.V.
- Hickethier**, Knut (Hg.) (1994): *Aspekte der Fernsehanalyse. Methoden und Modelle*. Münster-Hamburg: Lit.
- Hickethier**, Knut (1996): *Film- und Fernsehanalyse*. 2. Aufl. (1. Aufl. 1993). Stuttgart-Weimar: Metzler.
- Hickethier**, Knut (1997): Das Erzählen der Welt in den Nachrichten. Überlegungen zu einer Narrationstheorie der Nachricht. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 1, 5-18.
- Hickethier**, Knut/Bleicher, Joan K. (Hg.) (1997): *Trailer, Teaser, Appetizer. Programmverbindungen im deutschen Fernsehen*. Münster-Hamburg.
- Hickethier**, Knut/Paech, Joachim (Hg.) (1979): *Modelle der Film- und Fernsehanalyse*. Stuttgart.
- Hügel**, Hans-Ott/Müller, Eggo (Hg.) (1993): *Fernsehsows. Form- und Rezeptionsanalyse*. Hildesheim: Univ.
- Knilli**, Friedrich/Reiss, Erwin (1971): *ABC für Zuschauer. Einführung in die Film- und Fernsehanalyse*. Gießen.
- Korte**, Helmut (Hg.) (1986): *Systematische Filmanalyse in der Praxis*. Braunschweig.
- Korte**, Helmut/**Faulstich**, Werner (Hg.) (1988): *Filmanalyse interdisziplinär*. (Beiheft 15 zur 'Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik'). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Kuchenbuch**, Thomas (1978): *Filmanalyse. Theorien, Modelle, Kritik*. Köln: Prometh-Verlag
- Paech**, Joachim (Hg.) (1975): *Film- und Fernsehsprache*. Frankfurt/M.
- Panofsky**, Erwin (1967): Stil und Stoff des Films. In: *Filmkritik*, 6, 343-355.
- Pfister**, Manfred (1977): *Das Drama. Theorie und Analyse*. München: Fink.
- Silbermann**, Alphons/**Schaaf**, Michael/**Adam**, Gerhard (1980): *Filmanalyse. Grundlagen, Methoden, Didaktik*. München: Oldenbourg
- Wulff**, Hans Jürgen (1992): *Fernsehkommunikation als parasoziale Interaktion. Notizen zu einer interaktionistischen Fernsehtheorie*. In: *SB*, 4, 279-296.
- Wulff**, Hans Jürgen (1993): *Phatische Gemeinschaft / Phatische Funktion: Leitkonzepte einer pragmatischen Theorie des Fernsehens*. In: *montage/av* 2.Jg., 1, 142.163.

Harald Klein

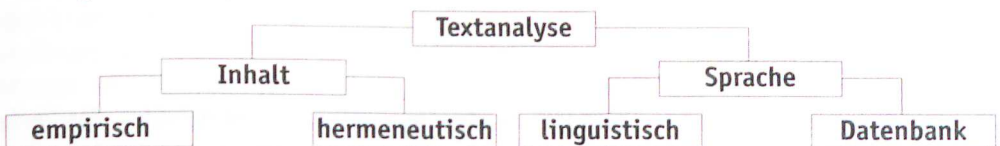
Computerunterstützte Textanalyse

1 Einleitung

Texte mit Hilfe von Computern zu analysieren ist nicht neu. In diesem Beitrag soll geklärt werden, welche Bedeutung diese Verfahren in der Analyse von Kommunikationsinhalten in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft haben, welche Arbeitstechniken üblich sind und welche Probleme auftauchen. Den Schluß bildet ein Überblick über Software und Informationen im Internet.

Das erste Computerprogramm, mit dem Analysen von Texten durchgeführt werden konnten, war der General Inquirer (Stone 1962; Klingemann 1984, 15; Klein 1996, 30, 46-47). In den folgenden 25 Jahren wurden eine Reihe von Programmen entwickelt, von denen die meisten wieder verschwanden (vgl. Klein 1996, 30-36). Seit etwa 10 Jahren ist durch die Verbreitung von PCs eine rasante Softwareentwicklung auch von Textanalyseprogrammen zu konstatieren, die sich wie in Abbildung 1 klassifizieren lassen:

Abbildung 1: Textanalytische Ansätze



Eine grobe Klassifizierung unterscheidet nach den Ansätzen, die sich mit der Sprache an sich befassen (Anwendungen zum Suchen von Informationen in Datenbanken und linguistische Anwendungen wie z.B. Lemmatisierung, Grammatiken, Lexikologie) und nach denjenigen, die die Inhalte von Texten analysieren. In diesem Beitrag geht es um letztere, die sich in empirische und hermeneutische Verfahren einteilen lassen. Dabei liegt das Erkenntnisinteresse bei

hermeneutischen Verfahren beim Verstehen der Texte, also bei einer möglichst detailreiche Analyse aller Aspekte, während bei empirischen Verfahren das Erkenntnisinteresse darin besteht, bereits bekannte Hypothesen oder Theorien zu testen. Die Termini quantitativ (empirisch) und qualitativ (hermeneutisch) werden hier bewußt nicht verwendet, weil mit deren Verwendung oft ein Gegensatz intendiert ist, den ich nicht für gegeben halte. Beide Ansätze haben unterschiedliche Zielrichtungen und ergänzen sich, sie sind kein Gegensatzpaar.

2 Arbeitstechniken

2.1 Segmentation und Texteinheiten

Unabhängig vom Ansatz müssen die Texte so aufbereitet werden, daß sie von den Textanalyseprogrammen gelesen werden können. Das kann einerseits durch Eingeben noch nicht digitalisierter Texte geschehen, andererseits durch Scanner und Texterkennungssoftware. Dieser Prozeß nimmt einen nicht unerheblichen Zeitraum in Anspruch (vgl. dazu Dohrendorf 1990, 53-54; Klein 1996, 38-45). Weiterhin müssen die Texte in Untereinheiten aufgeteilt werden, auch Texteinheiten oder Segmente genannt. Oft ist es auch sinnvoll (und möglich), jeder dieser Einheiten externe Variablen zuzuweisen. Diese sind unabhängige Variablen und auch notwendig, um bestimmte Textstücke wiederzufinden. Bei Zeitschriften wären das z.B. Name des Mediums, Ausgabedatum, Artikelgröße usw..

Die Aufteilung der Texteinheiten muß bei empirischen Verfahren so erfolgen, daß die Texteinheiten mit den für die statistische Analyse notwendigen Analyseeinheiten identisch sind. Bei heuristischen Verfahren sollten die Texteinheiten so gewählt werden, daß gezieltes Suchen und Vergleichen von Textstücken möglich ist.

2.2 Codieren

Bei beiden Ansätzen wird der Begriff »Codieren« verwendet, er hat aber eine völlig unterschiedliche Bedeutung.

2.2.1 Empirischer Ansatz

Beim empirischen Ansatz wird ein Kategoriensystem aus Suchbegriffen gebildet, das Verfahren wird als computerunterstützte Inhaltsanalyse bezeichnet, oft auch als elektronische oder maschinelle Inhaltsanalyse. Die Suchbegriffe müssen valide Indikatoren für die jeweilige Kategorie sein, es können beliebig viele Suchbegriffe zu einer Kategorie gehören, die Anzahl der Kategorien ist meist auf 999 oder 9999 beschränkt. Die Mächtigkeit der Suchbegriffe ist von Programm zu Programm unterschiedlich, die wichtigsten Typen von Suchbegriffen sollen hier kurz vorgestellt werden (vgl. Klein 1996, 87-95):

- Wörter: Zeichenketten zwischen zwei Leerstellen, in der Regel grammatische Wörter, z.B. 'Umweltschutz' oder 'Politik'.
- Wortsequenzen: Zeichenketten, bestehend aus mehreren Wörtern, z.B. 'Viktor' oder 'Bernhard Vogel'.
- Wortstämme: Zeichenketten, die aus ganzen oder Teilen von Wörtern bestehen, z.B. 'Umwelt' oder 'politi'. Hier können auch zusammengesetzte Wörter wie Umweltschutz, Umweltverschmutzung, also alle Zeichenketten, die mit Umwelt anfangen, gefunden werden. Mit dem Suchbegriff 'polit' werden alle Textteile gefunden, die diese Zeichenkette enthalten, also Außenpolitiker, politisch, Finanzpolitik, aber auch Politesse und Metropolitikone.
- Wortstammfolgen: Gemeinsames Auftreten von Wortstämmen innerhalb einer Texteinheit, wobei Reihenfolge und Abstand der Wortstämme berücksichtigt werden.

Während Wörter und Wortsequenzen immer als Suchbegriffe formulierbar sind, ist das bei Wortstämmen und insbesondere bei Wortstammfolgen nicht der Fall. Die zur Zeit erhältliche Software unterscheidet sich erheblich in den Möglichkeiten zur Formulierung von Suchbegriffen.

Das Codieren wird vom Programm durchgeführt, das Kategoriensystem stellt also ein Regelsystem zur Transformation von Textdaten in numerische Daten dar. Von dem zu analysierenden Text wird jede Texteinheit nach allen Suchbegriffen durchsucht. Wird ein Suchbegriff gefunden, dann wird der dazugehörige Code (also die Kategoriennummer, zu der der Suchbegriff gehört), in eine Ausgabedatei für die Codierungsergebnisse geschrieben. Diese enthält für alle Kategorien Zähler für jede Kategorie (sog. Tabellenmodus) und/oder die Reihenfolge der Codes in der Texteinheit (sog. Vektormodus). Bei jeder neuen Texteinheit werden die Zähler wieder auf 0 gesetzt, so daß bei Ausgabedateien im Tabellenmodus eine statistische Analyse problemlos möglich ist.

2.2.2 Hermeneutischer Ansatz

Die Codierung von Texten besteht darin, daß Textteile markiert werden und mit einem Code versehen werden, der nicht unbedingt eine Zahl sein muß. Bei der Entdeckung eines neuen Phänomens muß ein weiterer Code vergeben werden. Dabei wird in der Regel so vorgegangen, daß der Text zuerst grob analysiert wird und die Codes nur rein deskriptive Bedeutung haben, erst danach werden Strukturen oder Regelmäßigkeiten in den Codes analysiert. Bei jeder Codierung ist es möglich, das entsprechende Textstück mit einem Memo zu versehen, das Zusatzinformationen zur codierten Textstelle enthält, oft auch Erklärungen, wie und mit welchen Überlegungen der Code vergeben wurde. Die Strategien zum Codieren sind mannigfaltig (vgl. Tesch 1990), einen Standard gibt es nicht.

Der nächste Schritt besteht darin, daß Verbindungen (Links) zwischen Textstücken, Codes und Memos definiert werden, um Strukturen des Textes sichtbar zu machen. Links zwischen Textstücken und Codes sowie Textstücken und Memos sind mit fast allen Programmen möglich, während Links zwischen Codes oder der Aufbau von Netzen seltener als Analysemöglichkeiten zu finden sind.

Die Codierung erfüllt also völlig unterschiedliche Funktionen:

- beim empirischen Ansatz findet ein Informationsreduktionsprozeß statt, die Software führt den Prozeß der Codierung durch, die Codierungsergebnisse werden statistisch ausgewertet.
- beim hermeneutischen Ansatz dienen die Codes zur Erschließung des Textes, die Codierung erfolgt durch Menschen, die Software verwaltet die Codierungsergebnisse.

2.3 Probleme des Codierens

Der Vorgang des Codierens wirft einige Probleme auf, die nur kurz angesprochen werden.

2.3.1 Empirischer Ansatz

Bei der computerunterstützten Inhaltsanalyse gibt es drei Probleme, die sämtlich ihre Ursache darin haben, daß der Kontext nicht berücksichtigt wird. Das sind die Mehrdeutigkeit von Suchbegriffen, die Negation und die Substituierung der Suchbegriffe durch Pronomina (Früh 1984, 35-53; Klein 1996, 85-89, 98-99, 224).

Mehrdeutigkeit kann durch Homonyme (z.B. Bank: Sitzgelegenheit oder Kreditinstitut) oder durch die Formulierung des Suchbegriffs verursacht werden (zu kurz, Verwendung von Platzhaltern wie ? und *). Durch Verwendung von KWIC-Listen (KeyWord-in-Context) werden die Bedeutungen des Suchbegriffs im Kontext untersucht, je nach Verteilung der Bedeutungsunterschiede gibt es verschiedene Arbeitstechniken (Klein 1996, 161-166): die Fehlcodierungen sind so gering, daß sie vernachlässigbar sind; sie sind so häufig, daß der Suchbegriff entweder entfernt oder durch Einbeziehung des Kontextes (Wortsequenzen) eindeutig gemacht wird, oder es wird interaktiv codiert.

Wenn es nicht nur auf die Nennung von Themen bzw. Personen ankommt, sondern auch auf Bewertungen, taucht das Negationsproblem auf. Dann werden Textstellen codiert, in denen der Suchbegriff negiert ist, aber es in der zugehörigen Kategorie nicht sein darf (Beispiel: Kategorie: positive äußere Merkmale, Suchbegriff 'attraktiv', Textstelle: unattraktive Person).

Die Validität der Suchbegriffe läßt sich durch Protokolldateien kontrollieren, eine sehr umständliche Vorgehensweise. Die Alternative dazu ist die interaktive Codierung mehrdeutiger und/oder negierter Suchbegriffe. Lösbar sind Mehrdeutigkeit und Negation dadurch nicht, aber besser kontrollier- und handhabbar (vgl. Klein 1996, 97-99). Eindeutige Suchbegriffe werden automatisch durch die Software codiert, die (potentiell) mehrdeutigen interaktiv. Bei der interaktiven Codierung treten die von der konventionellen Inhaltsanalyse her bekannten Phänomene der Interdecoder- und Intracoderreliabilität auf (vgl. Klein 1992, 483-487).

Früh (1984) hat in einer methodischen Studie nicht nur die Probleme Mehrdeutigkeit und Negation untersucht, sondern auch das Pronomenproblem. Dabei handelt es sich um die Codierungen, die unterbleiben, weil Suchbegriffe nicht genannt werden, sondern durch Pronomina ersetzt werden, bei Handlungsträgern beispielsweise durch Personalpronomen. Dabei kann es bei einzelnen Kategorien zu erheblicher Unterrepräsentation kommen. Dieses Problem wird auch nicht ansatzweise durch entsprechende Software angegangen.

Ein weiteres Problem ist die Mehrfachcodierung von Textstellen durch mehrere Suchbegriffe. Ursache davon ist meist, daß die Suchbegriffe in anderen enthalten sind, was dann zu einer (unerwünschten) Gewichtung führt (bei gleichem Code), oder daß bei unterschiedlichen Codes die Trennschärfe des Kategoriensystems abnimmt. Dem kann begegnet werden, in dem ein Dublettentest durchgeführt wird (INTEXT) oder bereits codierte Textstellen gesperrt werden (TEXTPACK).

Der Codiervorgang kann durch vielfältige Protokolldateien validiert werden: codierte Texteinheiten, nicht codierte Texteinheiten, Texteinheiten mit mehrdeutigen Suchbegriffen, Texteinheiten mit negierten Suchbegriffen, Texteinheiten mit mehrfach codierten Textstellen. Nicht alle Protokolldateien sind in jedem Programm verfügbar.

Generell muß gesagt werden, daß die computerunterstützte Inhaltsanalyse nur zur Überprüfung von Hypothesen bzw. Theorien geeignet ist, die sich mit Einzelworten operationalisieren lassen. Das sind in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft z.B. die Agenda-Setting Hypothese (vgl. DeWeese III 1976, 1977; Schönbach 1979, 1982), Handlungsträger (Bröker 1981), Themenanalyse (Deichsel 1975) und die meisten Nachrichtenfaktoren (Klein 1996). Bewertungsanalysen dagegen lassen sich entweder gar nicht oder nur mit hohem Aufwand durchführen. Studien, die auch Wortstammfolgen als Suchbegriffe einsetzen, mit denen auch Kombinationen von Wörtern als Suchbegriffe formulierbar sind, sind meines Wissens noch nicht durchgeführt worden. Wünschenswert sind Archive für Texte und Kategoriensysteme, damit kumulative Forschung möglich wird.

2.3.2 Hermeneutischer Ansatz

Während bei den empirischen Verfahren und insbesondere bei der computerunterstützten Inhaltsanalyse die Arbeitstechniken weitgehend standardisiert sind, fehlen Standards bei den qualitativen Datenanalyseverfahren (Kuckartz 1992, 21-24). Die Probleme mit der verfügbaren Software liegen meist darin, wie die Texte organisiert sein müssen. Einige Programme lassen nach dem Einlesen noch Änderungen am Text zu, bei den meisten ist das nicht mehr möglich. Die Datenaufbereitung ist bei vielen Programmen noch zeilenorientiert, Texte müssen vorher auf eine einheitliche Zeilenlänge gebracht werden, eine mühsame und zeitraubende Arbeit. Bei einigen Programmen beziehen sich die Codes auf ganze Texteinheiten, bei anderen ist das die Zeile, bei einigen wenigen ist die zu markierende Textstelle diesen Beschränkungen nicht unterworfen. Die Arten der definierbaren Links ist auch je nach Programm unterschiedlich gelöst, ebenso die graphische Darstellung von Strukturen. Eine vergleichende Darstellung aller Programme ist in diesem Rahmen nicht möglich, detaillierte Programmbeschreibungen lassen sich in Weitzman/Miles (1995) nachlesen, wenn auch die Informationen dort teilweise fehlerhaft und unvollständig sind. An dieser Stelle sei auf das Internet hingewiesen, über das Informationen und Programme neuesten Datums zugänglich sind.

Einsatzgebiete qualitativer Datenanalyseverfahren sind Leitfadengespräche und narrative Interviews, aus denen neue Informationen über den Gegenstandsbereich gewonnen werden sollen. Für die Analyse umfangreicher massenmedialer Inhalte ist die Arbeitsweise zu aufwendig.

3 Software

Es gibt eine Vielzahl von Programmen, die unter dem Begriff Textanalyse subsumiert werden können. Sie alle hier zu nennen und kurz zu beschreiben, ist nicht möglich, ich habe mich auf die wichtigsten und auch leistungsfähigsten Programme beschränkt, weitere Informationen finden sich in Klein (1997, 483-487). Bemerkenswert ist, daß nur wenige Programme kommerzielle Entwicklungen sind, der größte Teil wird von den entsprechenden WissenschaftlerInnen selbst außerhalb der Universität entwickelt. Dies ist ein Grund dafür, daß die meisten Programme immer noch DOS-basiert sind. Macintosh-Programme sind eher selten.

3.1 Computerunterstützte Inhaltsanalyse

Die Software steht unter dem Paradigma des General Inquirer, das heißt, daß Kategoriensysteme mittels Suchbegriffen definiert werden müssen und der Text dann damit codiert wird. Die folgende Abbildung zeigt die aktuelle Software, das Datum ist das Jahr der letzten Version, OS heißt Betriebssystem.

Abbildung 2: Software für computerunterstützte Inhaltsanalyse

Name & Version	Datum	OS	Autor/Distributor
CatPac 2.0	1996	DOS	terra Research
General Inquirer	1987	MVS/CMS	ZUMA
INTEXT 4.0	1997	DOS	Harald Klein
MCCA/DIMAP	1995	DOS	Don McTavish, Ken Litkowski
Protan	1995	DOS, Mac, Unix, CMS	Robert Hogenraad
SWIFT 2.81	1997	DOS	Ron B. Heady
TEXTPACK V 5.0	1995	multi	ZUMA
VB-pro	1995	DOS	Mark M. Miller

Beim General Inquirer (GI) und beim MCCA (Minnesota Contextual Content Analysis, McTavish/Pirro 1990) sind die Kategoriensysteme bereits eingebaut und nur schwierig zu ändern, bei allen anderen Programmen ist das wesentlich leichter.

CatPac geht vom Absatz als Texteinheit aus und erzeugt Wörterlisten und Wortsequenzen, berechnet daraus eine Clusteranalyse der am meisten zusammenhängenden Wörter und erzeugt daraus eine perceptual map der Wortrelationen, die die Hauptideen des Textes repräsentieren (sollen). Das ganze Verfahren taugt nur für Englisch, weil vor der Clusteranalyse bestimmte Wörter (Artikel, Konjunktionen u.ä.) entfernt werden. CatPac erhebt keinen universellen Anspruch.

Der General Inquirer läuft nur auf IBM Großrechnern und bietet nur rudimentäre Textanalysefunktionen, insbesondere das Weiterverarbeiten der Codiererergebnisse geht nur mit Zusatzsoftware von ZUMA. Philip Stone hat eine PC-Version angekündigt. Der GI arbeitet nur mit den eingebauten Kategoriensystemen, so daß per se nur englische Texte analysierbar sind.

INTEXT 4.0 (Inhaltsanalyse von TEXTen) wird vom Autor seit 1988 entwickelt, hat mächtige Suchbegriffe wie Wortstammfolgen mit definierbarem Abstand, interaktive Codierung,

Negationskontrolle und alle Protokolldateien. Texteinheiten sind frei definierbar und dürfen bis zu 100.000 Zeichen umfassen. Die Erstellung von Wortsequenzen und Wortpermutationen eines Textes geht über die kontextfreie Einzelwortcodierung hinaus.

MCCA/DIMAP (Minnesota Contextual Content Analysis) arbeitet mit vordefinierten Kategoriensystemen wie der GI und hat die gleichen Nachteile. MCCA ist Teil von DIMAP (Dictionary MAintenance Program).

Protan (PROTocol ANalyser) ähnelt sehr dem GI und hat sehr umfangreiche Analysefunktionen (über 30). Die Dokumentation ist in französisch, die Bedienung erfolgt mit einer (englischen) Kommandosprache (Batchbetrieb wie bei Großrechnern). Protan wird an der Universität von Louvain (Belgien) eingesetzt, aber nicht offiziell vertrieben. In der jetzigen Form ist es schwer bedienbar.

SWIFT 2.81 (Structured Word Identification and Frequency Table) ist kostenlos erhältlich. Das Kategoriensystem kann maximal aus 10 Kategorien mit je 20 Unterkategorien bestehen, insgesamt sind maximal 600 Suchbegriffe möglich. Ansatzweise wird die Negation kontrolliert. Für große Textmengen ist es nicht geeignet, eine statistische Weiterverarbeitung der Codierungsergebnisse ist nicht möglich. Der Autor Ronald B. Heady hat SWIFT für die Beantwortung offener Fragen entwickelt, nicht aber für die Inhaltsanalyse großer Textmengen.

TEXTPACK V 5.0 (Text Package) ist weit verbreitet und läuft auf allen Rechnern mit Fortran77 Compiler (Züll/Mohler/Geis 1991). Die Suchbegriffe sind auf Wörter, Wortsequenzen und Wortanfänge beschränkt, maximal 9999 Kategorien sind erlaubt. Einschränkend ist das hierarchische System der maximal 3 externen Variablen und die maximale Größe einer Texteinheit mit 3985 Zeichen. Die Codierung erfolgt sehr schnell, Wörterlisten und Kreuzreferenzen brauchen dagegen sehr viel Zeit. Einige Funktionen sind auch fehlerhaft (vgl. Olsen 1989, 159-160; Klein 1996, 103).

VBPro Verbatim Protocol ist kostenlos und eine Entwicklung des Kommunikationswissenschaftlers Mark M. Miller. Die Texteinheiten sind frei wählbar, aber externe Variablen können nicht definiert werden. Das Programm ist lückenhaft dokumentiert, auch die Terminologie ist gewöhnungsbedürftig. Bis zu 1000 Suchbegriffe (Wort(teile) und Wortsequenzen) in beliebig vielen Kategorien sind möglich. Das Programm arbeitet relativ schnell, auch mit großen Textmengen.

Für die computerunterstützte Inhaltsanalyse massenmedialer Kommunikationsinhalte eignen sich nur INTEXT, Protan, TEXTPACK und VBPro; die anderen Programme sind entweder nur für die englische Sprache tauglich (CatPac, GI, MCCA), oder die Codierungsergebnisse können keiner statistischen Analyse unterzogen werden. Wichtig für die Beurteilung der Programme sind die Möglichkeiten der Definition von Suchbegriffen, deren Anzahl und die Größe der Texteinheiten. Für kleinere Studien ist VBPro durchaus geeignet, wenn man ohne externe Variablen arbeiten kann und 1000 Suchbegriffe reichen. Die Kontrolle von Mehrdeutigkeit ist nur mit INTEXT und TEXTPACK, die Kontrolle von Negationen nur mit INTEXT möglich. Ein detaillierter Vergleich findet sich bei Klein (1996, 85-110).

Die oben genannten Programme erfordern die Entwicklung eigener Kategoriensysteme. Standards gibt es nicht, und Kategoriensysteme sind selten die Umsetzung einer Theorie. Ausnahmen sind Lederer und Hudec (1992), die ein auf der Sprechakttheorie basierendes Kategoriensystem für die Analyse von Theaterkritiken entwickelten. Allerdings zeigt Ballmer, daß die bisherigen Sprechaktklassifikationen nicht einmal die Erfordernisse einer schwachen

Klassifikation erfüllen (Ballmer 1979, 264). Franzosi geht bei seinen Überlegungen davon aus, daß in der jetzigen Praxis zu viele Informationen verloren gehen. Daher entwickelte er Codierungssoftware (PC-ACE) auf der Basis syntaktischer Grammatiken (Franzosi 1990, 231). Dabei werden die Texte in ein Einheitsformat überführt, das ohne Informationsverlust leichter auswertbar ist.

3.2 Qualitative Datenanalyse

Die Software für qualitative Datenanalyse ist unübersehbar, den besten Überblick bieten Weitzman/Miles (1995), deren Klassifikation ich allerdings für inadäquat halte. Ich klassifiziere deshalb die Programme nicht. Jedes Programm hat seine Stärken und Schwächen, und das »passende Programm« ist schwer zu finden. Das »beste Programm« gibt es nicht.

Abbildung 3: Software für qualitative Datenanalyse

Name & Version	Datum	OS	Autor/Distributor
Martin 2.0	1991	Win	N.L. Diekelamnn, S. Lam, R.M. Schuster
HyperQual2 1.0	1993	Mac	Raymond V. Padilla
Kwalitan 4.0	1994	DOS	Vincent Peters
Textbase alpha	1995	DOS	Bo Sommerlund
Textbase beta	1995	DOS	Bo Sommerlund
WinMax 3.5	1995	DOS, Win	Udo Kuckartz
FocusReports 3.03	1995	Win	Perseus Software Development
AQUAD 4.01	1995	DOS	Günter Huber
Atlas/ti	1996	Win, Win95, Win NT	Thomas Muhr
Code-A-Text 6.1	1996	Win, Win95	Alan Cartwright
Ethnograph 4.0	1996	Win, Win95	John Seidel, QualisResearch
HyperResearch 2.0	1996	Win, Mac	S. Hesse-Biber, P.R. Dupuis, T.S. Kinder
KIT 2.0	1996	Win, Win95	Carl Verner Skou
QED	1996	Win, Mac	Trim B.V., Enschede
QSR NUDIST 4.0	1997	multi	Tom & Lyn Richards

The Ethnograph ist das älteste Programm und nach QSR NUDIST das am meisten verkaufte Programm. Beide arbeiten nur mit Texten, während Code-A-Text und HyperResearch Audio- und Videomaterial verarbeiten können. Wer ein einfach zu benutzendes Code- und Retrieve Programm braucht, für den sind WinMax oder Kwalitan ausreichend. Komplexe Verknüpfungen und Strukturen sind sehr gut mit atlas/ti möglich, das auch Bildmaterial verarbeiten kann. Wer seine Kommentare zu Interviews sofort eingibt und diese dem Audiomaterial zuordnen will, für den ist FocusReports geeignet. Problematisch bei der Auswahl der Software ist, daß die Daten sich ohne größeren Aufwand nicht von einem anderen Programm verarbeiten lassen, Konvertierungssoftware gibt es (noch) nicht.

3.3 Informationen im Internet

Die weit verstreuten Informationen aktuell zu bekommen, ist am besten per Internet möglich. Von vielen Programmen sind auch Test- bzw. Demoversionen per anonymous ftp erhältlich. Von meiner Homepage kommt man problemlos an alle interessanten Informationen heran, die URL ist:

<http://ifsws.sozioLOGIE.uni-jena.de/home/klein>

Der FTP-Server ist erreichbar unter:

ifsws.sozioLOGIE.uni-jena.de/pub

Viele Softwareanbieter unterhalten auch eigene Server oder WEB-Seiten. Generelle Informationen sind verfügbar bei:

Abbildung 4: URLs für Textanalysesoftware

Sibyl Data Bank:	http://www.gamma.rug.nl
ASK Data Bank:	http://www.ask.uni-karlsruhe.de/
Content Analysis Resources:	http://www.gsu.edu/wwwcom/content.html
CAQDAS-Project:	http://www.soc.surrey.ac.uk/caqdas
Oxford University:	http://info.ox.ac.uk/oucs
Qualidata Project:	http://www.soc.essex.ac.uk:80/qualidata/
Qualitative Analysis:	http://www.chass.utoronto.ca:8080/cch/qda.html

Literatur

- Austin**, John L. (1979): Zur Theorie der Sprechakte. 2. Aufl. Stuttgart.
- Ballmer**, Thomas T. (1979): Probleme der Klassifikation von Sprechakten. In: Grewendorf, Günther (Hg.). Sprechakttheorie und Semantik. Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Bröker**, Elmar (1981): Computerunterstützte Inhaltsanalyse der internationalen Berichterstattung. Zur Möglichkeit der systematischen Beschreibung internationaler Beziehungen. Münster: Diss..
- Deichsel**, Alexander (1975): Elektronische Inhaltsanalyse. Berlin: Spiess
- DeWeese III**, Carroll (1976): Computer content analysis of printed media. A feasibility study. In: Public Opinion Quarterly, 40, 92-100.
- DeWeese III**, Carroll (1977): Computer content analysis of 'Day Old' Newspapers: A feasibility study. In: Public Opinion Quarterly 41, 91-94.
- Dohrendorf**, Rüdiger (1990): Zum publizistischen Profil der »Frankfurter Allgemeinen Zeitung«. Computerunterstützte Inhaltsanalyse von Kommentaren der FAZ. Frankfurt/Main-Bern-New York-Paris: Lang
- Franzosi**, Roberto (1990): Computer-Assisted Coding of Textual Data. An Application to Semantic Grammars. In: Sociological Methods and Research 19/2, 225-257.
- Früh**, Werner (1984): Konventionelle und maschinelle Inhaltsanalyse im Vergleich: Zur Validierung computerunterstützter Bewertungsanalysen. In: Klingemann, Hans-Dieter (Hg.). Computerunterstützte Inhaltsanalyse in der empirischen Sozialforschung. Frankfurt/Main-u.a.: Campus, 35-53.

- Klein, Harald** (1992): Validity Problems and their Solutions in Computer-Aided Content Analysis with INTEXT/PC and Other New Features. In: Faulbaum, Frank/Haux, Reinhold/Jöckel, Karl-Heinz (Hg.). *Advances in Statistical Software* 3. Stuttgart-u.a.: Fischer, 483-488.
- Klein, Harald** (1996): Computerunterstützte Inhaltsanalyse mit INTEXT dargestellt am Vergleich von Nachrichtenfaktoren des Fernsehens. Münster: LIT
- Klein, Harald** (1997): Overview on text analysis software. In: Bandilla, Wolfgang/Faulbaum, Frank (Hg.). *Advances in Statistical Software* 5. Stuttgart-u.a.: Fischer, 483-487.
- Klingemann, Hans-Dieter** (Hg.) (1984): Computerunterstützte Inhaltsanalyse in der empirischen Sozialforschung. Anleitung zum praktischen Gebrauch. Frankfurt am Main-u.a.: Campus.
- Kuckartz, Udo** (1992): Textanalysesystem für die Sozialwissenschaften. Einführung in MAX und TEXT-BASE ALPHA. Stuttgart-Jena-New York: Fischer
- Lederer, Brigitte/Hudec, Marcus** (1992): Computerunterstützte Inhaltsanalyse: ein Modell für die Printmedien. Frankfurt/Main-New York: Campus
- McTavish, Donald G./Pirro, Ellen B.** (1990): Contextual Content Analysis. In: *Quality and Quantity* 24/3, 245-265.
- Olsen, Mark** (1989): TEXTPACK V: Text Analysis Utilities for the Personal Computer. In: *Computer and the Humanities*, 23, 155-160.
- Popping, Roel** (1995): Computer Programs for the Analysis of Texts and Transcripts. In: Roberts, Carl W. (Hg.): *Text Analysis for the Social Sciences: Methods for Drawing Statistical Inferences from Texts and Transcripts*. Hillsdale, NJ., 283-291.
- Schönbach, Klaus** (1979): Elektronische Inhaltsanalyse in der Publizistikwissenschaft. In: *Publizistik*, 24, 449-457.
- Schönbach, Klaus** (1982): »The Issues of the Seventies«. Elektronische Inhaltsanalyse und die langfristige Beobachtung von Agenda-Setting-Wirkungen der Massenmedien. In: *Publizistik*, 27, 129-139.
- Stone, Philip J.** (1962): The General Inquirer: A computer system for content analysis and retrieval based on the sentence as a unit of information. In: *Behavioral Science*, 7, 484-494.
- Tesch, Renata** (1990): *Qualitative Research: Analysis types and software tools*. New York-u.a.: Falmer Pr..
- Weitzman, Eben. A./Miles, Matthew B.** (1995): *Computer Programs for Qualitative Data Analysis. A Software Sourcebook*. Thousand Oaks-London-New Delhi: Sage.
- Züll, Cornelia/Mohler, Peter Ph./Geis, Alfons** (1991): Computerunterstützte Inhaltsanalyse mit TEXT-PACK PC Release 4.0 für IBM XT/AT und Kompatibel unter MS/DOS ab Version 3.0. Stuttgart: Lucius&Lucius.

Auswahlbibliographie

Medieninhaltsanalyse (1990-1997)

- Altheide, David L. (1996): *Qualitative Media Analysis*. Thousand Oaks-London-New Delhi: Sage.
- Becker, Holger (1995): Die Wirtschaft in der deutschsprachigen Presse. Sprachliche Untersuchungen zur Wirtschaftsberichterstattung in der »Frankfurter Allgemeinen Zeitung«, der »Neuen Züricher Zeitung«, der »Presse« und im »Neuen Deutschland«. Frankfurt: Lang.
- Bos, Wilfried/Tarnai, Christian (Hg.) (1996): *Computerunterstützte Inhaltsanalyse in den empirischen Sozialwissenschaften*. Theorie, Anwendung, Software. Münster u.a.: Waxmann.
- Brosius, Hans-Bernd/Kepplinger, Hans Mathias (1990): The Agenda-Setting Function of Television News. Static and Dynamic Views. In: *Communication Research* 17, 183-211.
- Brosius, Hans-Bernd/Staab, Joachim Friedrich/Gaßner, Hans-Peter (1991): Stimulus und Stimulusmessung. Zur dynamisch-transaktionalen Rekonstruktion wertender Sach- und Personendarstellungen in der Presse. In: Früh, Werner (Hg.). *Medienwirkungen. Das dynamisch-transaktionale Modell*. Theorie und empirische Forschung. Opladen: Westdeutscher, 215-235.
- Brosius, Hans-Bernd/Zubayr, Camille (1996): Vielfalt im deutschen Fernsehprogramm. Eine Analyse der Angebotsstruktur öffentlich-rechtlicher und privater Sender. Ludwigshafen: o.V.
- Dijk, Teun A. van (Hg.) (1996): *Discourse Studies. A Multidisciplinary Introduction*. Volume 1 and 2. Thousand Oaks-London-New Delhi: Sage.
- Dohrendorf, Rüdiger (1990): Zum publizistischen Profil der »Frankfurter Allgemeinen Zeitung«. *Computerunterstützte Inhaltsanalyse von Kommentaren der FAZ*. Frankfurt/M.-Bern-New York-Paris: Lang.
- Domke, David/Shah, Dhavan V. (1995): *Interpretation of Issues and Voter Decision-Making Strategies: A New Perspective on »Issue-Oriented« Election Coverage*, in: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 72, 45-71.
- Donsbach, Wolfgang (1991): Medienwirkung trotz Selektion. Einflußfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten. Köln-Wien-u.a.: Böhlau.
- Flieger, Wolfgang (1992): *Die TAZ. Vom Alternativblatt zur linken Tageszeitung*. München: Ölschläger.
- Früh, Werner (1991): *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*, (3., überarb. Aufl.). München: Ölschläger.
- Früh, Werner (1994): *Realitätsvermittlung durch Massenmedien. Die permanente Transformation der Wirklichkeit*. Opladen: Westdeutscher.
- Gerhards, Jürgen/ Lindgens, Monika (1995): *Diskursanalyse im Zeit- und Ländervergleich. Methodenbericht über eine systematische Inhaltsanalyse zur Erfassung des öffentlichen Diskurses über Abtreibung in den USA und der Bundesrepublik in der Zeit von 1970 bis 1994 (Veröffentlichung der WZB-Abt. Öffentlichkeit und soziale Bewegungen, FS III 95-105)*. Berlin.
- Hagen, Lutz M. (1995): *Informationsqualität von Nachrichten. Meßmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen*. Opladen: Westdeutscher.
- Hesse, Kurt (1993): *Inhaltsanalyse als Instrument der Programmkontrolle*. In: Otfried Jarren/Frank Marcinkowski/Heribert Schatz (Hg.). *Landesmedienanstalten – Steuerung der Rundfunkentwicklung? Jahrbuch 1993 der Arbeitskreise »Politik und Kommunikation« der DVPW und der DGpuK*. Münster-Hamburg: Lit, 167-183.
- Hickethier, Knut (Hg.) (1994): *Aspekte der Fernsehanalyse. Methoden und Modelle*. Münster-Hamburg: Lit.
- Hickethier, Knut (1996): *Film- und Fernsehanalyse (2.Aufl.)*. Stuttgart-Weimar: Metzler

- Hoffmeyer-Zlotnik, Jürgen H.P. (Hg.) (1992): Analyse verbaler Daten. Über den Umgang mit qualitativen Daten. Opladen: Westdeutscher.
- Hollifield, Ann/ Samarajiva, Rohan (1994): Changing Discourses in U.S. International Information-Communication Policy. From Free Flow to Competitive Advantage? In: Gazette, 54, 121-143.
- Holtz-Bacha, Christina/Kaid, Lynda Lee (1996) (Hg.): Wahlen und Wahlkampf in den Medien. Untersuchungen aus dem Wahljahr 1994. Opladen: Westdeutscher.
- Jarren, Otfried/Altmeppen, Klaus-Dieter/Hasebrink, Uwe (1996): Das publizistische Profil des Mantels der sh:z-Zeitungen: eine vergleichende Inhaltsanalyse Schleswig-Holsteiner Tageszeitungen; i.A. des Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlages. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.
- Kepplinger, Hans Mathias (1991): Aufklärung oder Irreführung? Die Darstellung von Technikfolgen in der Presse 1965 - 1986. In: Krüger, Jens/Ruß-Mohl, Stephan (Hg.). Risikokommunikation. Technikakzeptanz, Medien und Kommunikationsrisiken. Berlin: edition sigma, 109-143.
- Kepplinger, Hans Mathias/Brosius, Hans-Bernd/Dahlem, Stefan (1994): Wie das Fernsehen Wahlen beeinflusst. Theoretische Modelle und empirische Analysen. München: R. Fischer
- Kepplinger, Hans Mathias/Brosius, Hans-Bernd/Staab, Joachim Friedrich (1991): Instrumental Actualization: A Theory of Mediated Conflicts. In: European Journal of Communication, 6, 263-290.
- Kepplinger, Hans Mathias/Hartung, Uwe (1995): Störfall-Fieber. Wie ein Unfall zum Schlüsselereignis einer Unfallserie wird. Freiburg-München: Alber.
- Kepplinger, Hans Mathias/Tullius, Christine/Augustin, Susanne (1994): Objektiver Inhalt und subjektives Verständnis aktueller Zeitungstexte. In: Medienpsychologie 6, 302-322.
- Kingma, Renate (1996): Elternbildung in Medien. Eine Inhaltsanalyse der Zeitschrift 'Eltern' 1967-1992. Frankfurt am Main-Wien: Lang.
- Klein, Harald (1996): Computerunterstützte Inhaltsanalyse mit INTEXT. Münster: Lit.
- Knoche, Manfred/Lindgens, Monika (1990): Fünf-Prozent-Hürde und Medienbarriere. Die GRÜNEN im Bundestagswahlkampf 1987: Neue Politik, Medienpräsenz und Resonanz in der Wählerschaft. In: Kaase, Max/Klingemann, Hans-Dieter (Hg.). Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1987. Opladen: Westdeutscher, 569-618.
- Knoche, Manfred/Lindgens, Monika/Schabedoth, Eva/ Zerdick, Axel (1992): Nicht-Veränderung als langfristige Medienwirkung. Einfluß der Presse auf Vorstellungen und Einstellungen zur Politik der GRÜNEN. In: Winfried Schulz (Hg.). Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft. Weinheim : VCH, 121-141.
- Krüger, Udo Michael (1996): Tendenzen in den Programmen der großen Fernsehsender 1985 bis 1995. Elf Jahre Programmanalyse im dualen Rundfunksystem. In: Media Perspektiven, 9, 418-440.
- Kuckartz, Udo (1995): Qualitative Datenanalyse mit WINMAX. Benutzerhandbuch zu MAX für Windows Version 1.0+. Berlin: Verein zur Förderung der Ökologie im Bildungswesen.
- Langridge, Derek W. (1994): Inhaltsanalyse. Grundlagen und Methoden. München u.a.: Saur.
- Lederer, Brigitte/ Hudec, Marcus (1992): Computergestützte Inhaltsanalyse. Ein Modell für die Printmedien. Frankfurt am Main-New York: Campus.
- Ludes, Peter (Hg.) (1993): Orientierungsmittel im Fernsehen (DFG-Sonderforschungsbereich 240 »Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien, Universität-GH-Siegen, Arbeitshefte Bildschirmmedien, 37). Siegen.
- MacCracken, Ellen (1993): Decoding Women's Magazines. From »Mademoiselle« to »Ms.«. Basingstoke u.a.: Macmillan.
- Mathes, Rainer/Czaplicki, Andreas (1993): Meinungsführer im Mediensystem: »Top-down«- und »Bottom-up«-Prozesse. In: Publizistik, 38, 153-166.
- Mathes, Rainer/Pfetsch, Barbara (1991): The Role of the Alternative Press in the Agenda-Building Process: Spill-over Effects and Media Opinion Leadership. In: European Journal of Communication, 6, 33-62.
- Mayring, Philipp (1995): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken (5., durchges. Aufl.). Weinheim: Dt. Studien-Verlag.
- Merten, Klaus (1993): Konvergenz der deutschen Fernsehprogramme. Eine Langzeituntersuchung von 1980 - 1992. Münster: Lit.
- Merten, Klaus (1995): Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis (2., verb. Aufl.). Opladen: Westdeutscher.
- Merten, Klaus/Gansen, Petra/Götz, Markus (1995): Veränderungen im dualen Hörfunksystem: vergleichende Inhaltsanalyse öffentlich-rechtlicher und privater Hörfunkprogramme in Norddeutschland. Münster - Hamburg.
- Merten, Klaus/Giegler, Helmut (1995): Kontakt per Annonce. Empirische Analyse von Inserenten, Anzeigen und Respondenten. Opladen: Westdeutscher.
- Merten, Klaus/Großmann, Brit (1996): Möglichkeiten und Grenzen der Inhaltsanalyse. In: Rundfunk und Fernsehen, 44, 70-85.
- Nissan, Ephraim (Hg.) (1995): From Information to Knowledge. Conceptual and Content Analysis by Computer. Oxford: Intellect Books.
- Plasser, Fritz/Sommer, Franz/Scheucher, Christian (1996): Medienlogik: Themenmanagement und Politikvermittlung im Wahlkampf. In: Plasser, Fritz/ Ulam, Peter A./Ogris, Günther (Hg.): Wahlkampf und Wählerentscheidung. Analysen

- zur Nationalratswahl 1995. Wien: Signum, 85-118.
- Rager, Günther/Weber, Bernd (1992) (Hg.): Publizistische Vielfalt zwischen Markt und Politik. Mehr Medien - mehr Inhalte? Düsseldorf-Wien-New York-Moskau: Econ.
- Rössler, Patrick (1997): Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese. Opladen: Westdeutscher.
- Ruhrmann, Georg/Schmidt, Christian/Bach, Axel/Bauer, Manfred (1996): Zur Argumentationsanalyse der Gentechnikberichterstattung. Duisburg: RISP-Arbeitspapiere.
- Ruhrmann, Georg/Kohring, Matthias/Görke, Alexander (1997): Internationale Medienberichterstattung über Gentechnik. Eine Inhaltsanalyse meinungsführender Zeitschriften. Duisburg: RISP-Arbeitspapiere.
- Schatz, Heribert/Schulz, Winfried (1992): Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In: *Media Perspektiven*, 11, 690-712.
- Scherer, Helmut/Hagen, Lutz M./Rieß, Martin/Zipfel, Theodor A. (1996): The Day After. Eine Analyse der Nachwahlberichterstattung zur Bundestagswahl 1994. In: Holtz-Bacha, Christina/Kaid, Lynda Lee (Hg.). *Wahlen und Wahlkampf in den Medien*. Untersuchungen aus dem Wahljahr 1994. Opladen: Westdeutscher, 150-176.
- Schönbach, Klaus/Semetko, Holli A. (1994): Medienberichterstattung und Parteienwerbung im Bundestagswahlkampf 1990. In: *Media Perspektiven*, 7, 328-340.
- Schrott, Peter R. (1993): Gewinnen ist nicht alles, aber es hilft. Die Effekte von Fernsehdebatten auf die Wahlentscheidung. In Gabriel, Oscar W./Troitzsch, Klaus G. (Hg.). *Wahlen in Zeiten des Umbruchs*. Frankfurt-Berlin-Bern-New York-Paris-Wien: Lang, 51-72.
- Schulz, Winfried/Kindelmann, Klaus (1993): Die Entwicklung der Images von Kohl und Lafontaine im Wahljahr 1990. Ein Vergleich der Wählerurteile mit den Urteilen ausgewählter Leitmedien. In: Holtz-Bacha, Christina/Kaid, Lynda Lee (Hg.). *Wahlen und Wahlkampf in den Medien*. Untersuchungen aus dem Wahljahr 1990. Opladen: Westdeutscher, 10-45.
- Shoemaker, Pamela J./Reese, Stephan D. (1996): *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content* (2. ed.). White Plains-New York u.a.: Longman.
- Silverman, David (1994): *Interpreting Qualitative Data. Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*. Thousand Oaks-London-New Delhi: Sage.
- Smith, Charles P. (Hg.) (1992): *Motivation and Personality. Handbook of Thematic Content Analysis*. Cambridge u.a.: Cambridge Univ. Press.
- Staab, Joachim Friedrich (1990): *Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt*. Freiburg-München: Alber.
- Steffen, Thomas (1991): *Sexualität in Illustrierten. Eine quantitativ-qualitative Themenanalyse*. Münster: Lit.
- Trebbe, Joachim (1996): *Der Beitrag privater Lokalradio- und Lokalfernsehprogramme zur publizistischen Vielfalt: eine Pilotstudie am bayerischen Sendestandort Augsburg*. München: Fischer.
- Trebbe, Joachim/Weiß, Hans-Jürgen (1997): *Lokale Thematisierungsleistungen. Der Beitrag privater Rundfunkprogramme zur publizistischen Vielfalt in lokalen Kommunikationsräumen*. In: Bentele, Günter/Haller, Michael (Hg.). *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure - Strukturen - Veränderungen*. Konstanz: UVK, 445-465.
- Weber, Robert P. (1994): *Basic Content Analysis* (2. Aufl.). Newbury Park u.a.: Sage
- Weiß, Hans-Jürgen (1992): *Public Issues and Argumentation Structures: An Approach to the Study of Contents of Media Agenda-Setting*. In: Deetz, Stanley A. (Hg.). *Communication Yearbook 15*. Newbury Park-London-New Delhi: Sage, 374-396.
- Weiß, Hans-Jürgen/Trebbe, Joachim (1994): *Öffentliche Streitfragen in privaten Fernsehprogrammen: zur Informationsleistung von RTL, Sat1 und Pro7*. Opladen: Leske + Budrich.
- Weiss, Klaus (1993): *Publizistischer Zugewinn durch Lokalfunk? Vergleichende Inhaltsanalyse von Lokalmedien einer Großstadt*. Bochum: Brockmeyer.
- Weitzman, Eben A./Miles, Matthew B. (1995): *Computer Programs for Qualitative Data Analysis. A Software Sourcebook*. Thousand Oaks-London-New Delhi: Sage
- Welzel, Birgitta (1994): *Die Beliebigkeit der filmischen Botschaft. Aufgewiesen am »ideologischen« Gehalt von 120 NS-Spielfilmen*. Rheinfelden u.a.: Schäuble.
- Wiek, Ulrich (1995): *Politische Kommunikation und Public Relations in der Rundfunkpolitik. Eine politikfeldbezogene Analyse*. Berlin: Vistas.
- Wilke, Jürgen/Rosenberger, Bernhard (1991): *Die Nachrichten-Macher. Eine Untersuchung zu Strukturen und Arbeitsweisen von Nachrichtengagenturen am Beispiel von AP und dpa*. Köln-Weimar-Wien: Böhlau.
- Züll, Cornelia/Mohler, Peter Ph. (Hg.) (1992): *Textanalyse. Anwendungen der computerunterstützten Inhaltsanalyse. Beiträge zur 1. TEXTPACK-Anwenderkonferenz*. Opladen: Westdeutscher.
- Züll, Cornelia/Mohler, Peter/Geis, Alfons (1991): *Computerunterstützte Inhaltsanalyse mit Textpack PC. Release 4.0 für IBM XT/AT und Kompatible unter MS/DOS ab Version 3.0*. Stuttgart: Lucius & Lucius.

Rezensionen

Frank Hartmann: Cyber.Philosophy. Medientheoretische Auslotungen. Wien: Passagen 1996, 174 S.

Diese neuen »medientheoretischen Auslotungen« zum Thema Philosophie und Medien lassen ihr Lot in unterschiedliche Wasser hinunter, nicht immer in das Dunkel der Abgründe, dafür als solches noch einsehbar in die zahlreichen Untiefen des derzeit »gängigen« medientheoretischen Diskurses. Er erschließt ebenso klar und übersichtlich bisher in diesem Zusammenhang nicht allzu oft befahrene Gewässer, wie die der klassischen philosophischen Sprachkritik, bewegt sich aber auch in den hinlänglich bekannten Mäandern medienkritischer Literatur Bolz'scher Provenienz, etwa beim »Tanz um den Fetisch Information« (Vgl. S. 68). Als Leser werden wir zu Beginn abgeholt am Ende der Gutenberg-Galaxis, begleitet bei der Kritik von Informationsmodellen und den Medien als Wirklichkeitsgeneratoren, um – über die klassische philosophische Sprachkritik – schließlich bei der »Datenkritik« anzukommen.

Medientechniken, gedacht als Modell von Darstellung wie Sprache, Bilder oder anderer Codes, bestimmen ja nicht nur – so ein Grundgedanke von Hartmann – die Form der Darstellung und Abbildung von Welt und Denken, sondern auch das Denken selbst. Hartmann macht uns mit seiner Darstellung einer Entwicklungslinie vertraut, die uns zunächst von der Bild- zu einer Schriftkultur bringt, uns danach abermals zur heutigen Dominanz einer Bildkultur bringt, die aber unter den Voraussetzung des digitalen Codes zu neuen Modellen nicht nur der Darstellung sondern auch der Produktion von Wissen und Denken jenseits von Schrift und Linearität führt. Auf diesem Niveau diagnostiziert er nicht wie andere eine Explosion und sprunghafte Vermehrung der (Welt-)Bilder, sondern vielmehr deren Implosion, deren schwindende Bedeutsamkeit als Modell der Wirk-

lichkeit, sowohl auf der Objektebene als mediale Repräsentationsflächen von Wirklichkeit, als auch auf der interpretativen Ebene. So verabschieden wir uns allmählich vom Denken in Linearitäten und setzen über in ein hybrides Universum von Vernetzung und Verbindungen – in eine Art Hyper-Denken als Denken jenseits der Sprache und Bilder, das längst auf dem Fundament einer Medienrealität baut. An dieser Stelle wird aber nicht, wie das Baudrillard machen würde, abgehoben in die Inkommensurabilitäten freischwebender Zeichenwelten. Denn seine Forderung in diesem Zusammenhang lautet auch, den in diesem Zusammenhang aufgebauten Media-Hype zu entmythologisieren und ihn mit Hilfe einer entsprechenden Medienarchäologie seiner soziokulturellen Bedingungen zu entlarven und die gesellschaftliche Wirklichkeit unter den neuen Kommunikationsverhältnissen darzustellen (S. 142). Da – so Hartmann in Anlehnung an McLuhan – Kultur als Sprache und Effekt ihrer Medientechnik zu analysieren sei (vgl. These 8), kann dieses kritische Unternehmen – etwa das der Sprachkritik – heute nur noch in Form der »Datenkritik« weitergeführt werden, die Gesellschaft in ihrer medialen Durchdringung dechiffrieren sollte. Als solche könnte Medientheorie in Zeiten von Hypertext und Multimedia zu einer »verbindlichen Hermeneutik des Sinns« avancieren, die uns im Netz der Systeme den Weg weist, ihre eigentliche Vernetztheit veranschaulicht und enttarnt bzw. den eminenten Einfluß des paradigmatischen Wechsel vom analogen, linearen zum digitalen, vernetzten Modell der (Welt-)Bilder aufzuzeigen im Stande ist. Als solches ist diese Cyber.Philosophy ein reales und interessantes Stück Arbeitsauftrag an die Leser, über das Netz der Medien und das der »medialen« Verbindungen im Denken zu »meditieren«.

Thomas Steinmaurer