



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2009

Öffentliche Kommunikation im Umbruch? Wandel der Medienstrukturen und Medieninhalte in ländervergleichender und diachroner Perspektive

Udris, L ; Lucht, J

Abstract: This paper analyzes the transformation of media structures and possible effects on public communication from 1960 to 2005. To build a basis for the evaluation of trends and situations in the various media systems within the democratic corporatist model (Hallin/Mancini 2004), this paper will systematically analyze and compare the Austrian case with the cases of Switzerland and Germany, by classifying media suppliers and media supply with an etic approach. By this, we can show the large transformation of media structures: differentiation of the press from its former political and social ties, more press concentration and generally more tabloidization. Against the background of increasingly commercialized media systems, this paper argues for a research design that connects the structural and content side of the media, presenting indicators and first results of an ongoing comparative content analysis.

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-24125>

Book Section

Originally published at:

Udris, L; Lucht, J (2009). Öffentliche Kommunikation im Umbruch? Wandel der Medienstrukturen und Medieninhalte in ländervergleichender und diachroner Perspektive. In: Stark, B; Magin, M. Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch. Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, 17-40.

Veröffentlicht in:
Stark, Birgit / Melanie Magin (2009) (Hg.): Die österreichische Medienlandschaft im
Umbruch. Relation: Beiträge zur vergleichenden Kommunikationsforschung (N.F., Bd. 3).
Wien: Österreichische Akademie der Wissenschaften, S. 17-39.

MANUSKRIFT

Öffentliche Kommunikation im Umbruch? Wandel der Medienstrukturen und Medieninhalte in ländervergleichender und diachroner Perspektive

Linards Udris / Jens Lucht

Kontakt:

lic. phil. Linards Udris
fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft
Universität Zürich
Andreasstrasse 15
CH – 8050 Zürich
Telefon: +41 (0)44 635 21 17
Fax: +41 (0)44 635 21 01
E-Mail: linards.udris@foeg.uzh.ch

*Lic. phil. Linards Udris ist Historiker und arbeitet als wissenschaftlicher Assistent am fög –
Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft (Institut für Publizistikwissenschaft und
Medienforschung & Soziologisches Institut) der Universität Zürich. Dr. Jens Lucht ist
Politikwissenschaftler und Leiter des Forschungsfeldes „Politik“ am fög. Seine Promotion
„Der öffentlich-rechtliche Rundfunk – ein Auslaufmodell?“ erschien 2006 im VS Verlag.*

Inhalt

| | |
|--|----|
| 1. Einleitung..... | 1 |
| 2. Erfassung von Medienstrukturen im diachronen und länderübergreifenden Vergleich | 2 |
| 3. Wandel der Medienstrukturen in demokratisch-korporatistischen Ländern..... | 5 |
| 4. Wandel der Medienstrukturen = Wandel der Medieninhalte? | 7 |
| 5. Fazit..... | 10 |
| 6. Abbildungen..... | 12 |

Abstract

This paper analyzes the transformation of media structures and possible effects on public communication from 1960 to 2005. To build a basis for the evaluation of trends and situations in the various media systems within the democratic corporatist model (Hallin/Mancini 2004), this paper will systematically analyze and compare the Austrian case with the cases of Switzerland and Germany, by classifying media suppliers and media supply with an etic approach. By this, we can show the large transformation of media structures: differentiation of the press from its former political and social ties, more press concentration and generally more tabloidization. Against the background of increasingly commercialized media systems, this paper argues for a research design that connects the structural and content side of the media, presenting indicators and first results of an ongoing comparative content analysis.

1. Einleitung

Wie Seethaler/Melischek (2006) unlängst festgehalten haben, sind die Rolle des öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstalters ORF und der vergleichsweise hohe Grad der Pressekonzentration die akutesten Fragen, die das österreichische Mediensystem herausfordern. Zusätzlich gefährden die Gratiszeitungen in Österreich, obwohl sie strukturell an etablierte Medienorganisationen geknüpft sind, die traditionellen Tageszeitungen, da letztere an Auflage und damit auch an notwendigen Einnahmen verlieren.

Für Beobachter in anderen europäischen Ländern klingen diese Problemdiagnosen allzu bekannt. In der Schweiz beispielsweise muss der öffentlich-rechtliche Veranstalter *SRG SSR idée Suisse* laut einem neuen Gesetz einen Teil der Gebühren mit privaten Rundfunkbetreibern teilen. Dies werde, so monieren mehrere Kritiker, dazu führen, dass der ökonomische Druck auf die SRG erhöht werde und sich dadurch die Programm-Qualität (nochmals) verschlechtere. Auch die Pressekonzentration wird in der Schweiz als virulentes Problem interpretiert. Schließlich haben auch die Tages-Gratiszeitungen, von denen es allein im Großraum Zürich mittlerweile vier weitverbreitete Titel gibt (*20 Minuten, Blick am Abend, News, .ch*), die traditionellen Bezahlzeitungen (sowohl Qualitäts- als auch Boulevardzeitungen) an Auflagezahlen überrundet und sich eine einigermaßen solide Leserbasis geschaffen – auf Kosten der etablierten und seriöseren Presse.

In Deutschland fokussieren Debatten ebenfalls auf die Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (Lucht 2006; Lucht 2007), insbesondere auf dessen Finanzierung (vgl. bspw. die Debatte mit der EU), auf die Pressekonzentration und – trotz der Abwesenheit von Gratiszeitungen – die wachsende Marktorientierung der Qualitätspresse durch deren gewandelte Finanzierungsgrundlage, die sich von vermehrt kulturell eingebundenem Kapital hin zu anonymem Kapital zu wandeln droht (Habermas 2007) und die publizistische Leistung unter kurzfristigen ökonomischen Erwartungsdruck setzt (vgl. auch Jarren/Zwicky 2008).

Aus dieser Perspektive sind nun die aktuellen Trends und Veränderungen des österreichischen Mediensystems eingebettet in Transformationen, die eine größere Zahl von Mediensystemen betreffen. In mehreren europäischen Ländern, so wird angenommen, findet eine massive Transformation der Medienstrukturen statt. Insofern stellt Österreich wohl keinen Sonderfall dar.

Die Forschung zu diesem Themenkomplex stellt sich uneinheitlich dar. Entweder werden lediglich theoretische Annahmen ohne hinreichende empirische Validierung getätigt oder

entsprechende Arbeiten untersuchen lediglich ein nationales Mediensystem und dies auch nur punktuell. Um aber diagnostizierte oder befürchtete Veränderungen der Medienstrukturen in einem Land einschätzen und bewerten zu können, ist ein diachroner als auch ländervergleichender Zugriff auf einer empirischen Basis angezeigt.

Dies soll eines der Hauptziele des folgenden Beitrages sein. Er wird theoretisch wie auch empirisch auf den Wandel der Medienstrukturen von 1960 bis 2005 in drei Vergleichsländern fokussieren, aus konzeptionellen Gründen auf Länder innerhalb des „demokratisch-korporatistischen“ Modells (Hallin/Mancini 2004), nämlich Deutschland, Österreich und die Schweiz (2). Diese Erfassung soll in einem ersten Schritt die oft formulierte (aber weniger oft empirisch gezeigte) Annahme überprüfen, dass sich die Strukturen der Mediensysteme massiv gewandelt hätten.

Dabei können erste Resultate zur Erfassung von medialen Öffentlichkeitsstrukturen präsentiert werden (3). Sie stammen aus einem Forschungsprojekt mit dem Titel „Demokratie in der Mediengesellschaft: Wandel der Medienstrukturen – Wandel der öffentlichen Kommunikation?“, das im Rahmen des Schwerpunktprogramms des Schweizerischen Nationalfonds „Herausforderungen für die Demokratie im 21. Jahrhundert“ durchgeführt wird.¹ Die (demokratie)theoretischen und konzeptionellen Grundlagen, auf die sich der folgende Beitrag stützt, werden ausführlicher präsentiert bei Kamber/Ettinger (2008, i.E.). In einem weiteren Schritt plädiert dieser Beitrag für eine Konzeptionalisierung, die den Wandel der Medienstrukturen mit dem Wandel der Medieninhalte in Beziehung setzt und – auf der Grundlage der entwickelten Hypothesen – am Fall Österreich erste Befunde zu einem möglichen Wandel der Medieninhalte präsentiert (4). Der Beitrag schließt mit einem Fazit zur Analyse von Medienstrukturen und Medieninhalten(5).

2. Erfassung von Medienstrukturen im diachronen und länderübergreifenden Vergleich

Um in der Bewertung von Phänomenen der politischen Kommunikation möglichen Problemen wie Provinzialismus oder Universalismus zu entgegnen, ist ein Vergleich – sowohl in zeitlicher als auch in räumlicher Hinsicht – unabdingbar. Mit systematischen Beschreibungen der Situationen in verschiedenen Ländern und über die Zeit hinweg lassen sich letztlich Klassifizierungen und Typologisierungen erstellen oder revidieren, die wiederum die Hypothesenbildung, die Theoriebildung und damit das Treffen von Voraussagen erleichtern können (vgl. Thomaß 2007). Zusammen genommen, ergibt die Kombination eines synchronen wie diachronen Vergleichs von Mediensystemen beziehungsweise Medienstrukturen in verschiedenen Untersuchungsländern erste Antworten auf die Frage, ob der Strukturwandel der Öffentlichkeit in den Untersuchungsländern gleich stark ausgeprägt ist und zu gleichen Zeitpunkten eingesetzt hat.

Einen die wissenschaftliche Debatte entscheidend prägenden Versuch der Klassifizierung und Typologisierung von Mediensystemen, die (noch) auf sehr unterschiedliche Weise von einem Strukturwandel der Öffentlichkeit betroffen sind, haben Hallin/Mancini (2004) vorgelegt. In den drei Modellen von Medien und Politik unterscheiden die Autoren neben einem liberalen und einem polarisiert-pluralistischen Modell ein demokratisch-korporatistisches Modell, zu dem die skandinavischen Länder, die Niederlande, Belgien, Deutschland, Österreich und die Schweiz zählen. Diese Länder sind nicht nur durch Konsenspolitik oder vergleichsweise hohe Staatsinterventionen (etwa im Bereich Sozialpolitik) geprägt, sondern auch durch eine relativ

früh verbreitete und nach wie vor auflagenstarke Presse, einen (zumindest bis Ende des 20. Jahrhunderts) hohen, aber abnehmenden Grad des „politischen Parallelismus“ (ersichtlich an der Bedeutung der Parteipresse), eine starke Stellung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mitsamt Einbindung der gesellschaftlich relevanten Kräfte, einen hohen Grad an journalistischer Professionalisierung und durch relativ staatliche Interventionen im Medienbereich (unter Wahrung der Pressefreiheit), was sich an Instrumenten der Presseförderung und den hohen Gebühren und Auflagen für öffentlich-rechtliche Sender zeigt.

Indem wir vor dem Hintergrund dieses analytischen Raster drei Länder des demokratisch-korporatistischen Modells – Österreich, Deutschland und die Schweiz – miteinander vergleichen, können wir *erstens* in Ansätzen die Homo- beziehungsweise Heterogenität dieses (idealtypischen) Modells überprüfen. Zweitens führt die Analyse, falls auch durch unsere Indikatoren die Länder innerhalb des demokratisch-korporatistischen Modells als „most similar“ aufzufassen sind und sich aber die Medieninhalte deutlich unterscheiden sollten, dazu, dass weitere erklärende Einflussfaktoren stärker zu berücksichtigen wären (z.B. Grad der Polarisierung, politische Kultur etc.).

Neben diesem räumlichen Vergleich fragen wir uns, wann und in welchem Masse sich die Medienstrukturen über die Zeit hinweg gewandelt haben und welche Phasen sich dabei unterscheiden lassen. In Anlehnung an Strömbäck (2008) versuchen wir verschiedene Phasen der „Medialisierung“ zu eruieren, zu denen neben gewandelten Medieninhalten und den Logiken im Verhältnis Medien und Politik (politische Logik versus Medienlogik) auch die strukturelle Einbettung der Medien, etwa die (organisationelle) Verknüpfung der Medien mit der Politik zählen. Spezifisch für das demokratisch-korporatistische Modell eruieren Brents/van Praag (2006) am Beispiel der Niederlande bestimmte Phasen der Medialisierung, die sie an drei ausgeprägte Logiken der politischen Kommunikation knüpfen. Für die Zeit bis zu den 1970er Jahren stellen sie eine Dominanz der „partisan logic“, für die Zeit von 1970 bis 1990 eine Dominanz der „public logic“ und für die Zeit nach 1990 eine Dominanz der „media logic“ fest. Grundlage für diese unterschiedlichen Logiken in diesen drei Phasen sind – neben journalistischen Rollenverständnissen und gesamtgesellschaftlichen Differenzierungsprozessen betreffend der Aufweichung der Milieus – spezifische Medienstrukturen, die vor allem auf den Grad der Differenzierung der Medien von politischen Parteien und Milieus, die Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und den Grad der Kommerzialisierung rekurrieren. Um nun diese verschiedenen postulierten Phasen abdecken zu können, umfasst unsere Analyse Stichproben in den Jahren 1960, 1970, 1980, 1990 und 2005.

Was die Objekte unserer Analyse betrifft, verstehen wir einem weiten Sinne Medienstrukturen als Set von Elementen (Akteure wie Medienunternehmen, Verbände sowie spezifische politische und gesellschaftliche Akteure; Subsysteme wie etwa das Pressesystem) und deren Beziehungen und Differenzierungen (Interaktionen; Regeln und Ressourcen etwa bezüglich Medienregulierung oder wettbewerbsbestimmende Merkmale) (Jarren 2003, 20). Bezüglich Medienstrukturen zielt unser empirisches Erkenntnisinteresse dann darauf, für jedes Untersuchungsland die wichtigsten Anbieter und Angebote im Bereich der öffentlichen *politischen* Kommunikation zu eruieren und diese vor dem Hintergrund bestimmter Beziehungen zu analysieren. Konkret erfassen wir Priesstitel (Tageszeitungen, Wochenzeitungen und Magazine) und Fernsehsendungen, die den Kriterien Universalität (vgl. Wilke 2004: 450f.), regelmäßige und aktualitätsbezogene Erscheinungshäufigkeit (mindestens einmal wöchentlich) sowie ersichtlicher politischer Fokus entsprechen.ⁱⁱ Fokussiert wird damit eine mediale Öffentlichkeitsarena, welche die aktuelle zeitgenössische Ereignisrezeption und Weltinterpretation in gegenseitiger Bezugnahme prägt. Eine solche

mediale Öffentlichkeitsarena ist ein entscheidendes Forum gesellschaftsrelevanter und politischer Kommunikation für moderne demokratische Gesellschaften (Kamber/Ettinger 2008).

Der postulierte Wandel von Medienstrukturen hat, wie Kurt Imhof formuliert, Effekte in verschiedenen Dimensionen medialer wie gesamtgesellschaftlicher (Ent-)Differenzierung (Imhof 2006; Imhof 2008). In *funktionaler* Hinsicht „entbetten“ (Giddens 1992) respektive differenzieren sich die Medien von ihren früheren Trägern und bilden neue, gleichartige Selektions-, Interpretations- und Inszenierungslogiken aus, welche im Zuge der wachsenden gesamtgesellschaftlichen Bedeutung der Medien wiederum politische wie ökonomische Akteure zunehmend dazu verleiten, sich an diese neuen Medienlogiken anzupassen (Medialisierung). In der Dimension der *stratifikatorischen* Differenzierung lassen sich spezifische Folgen der nationalen internationalen Konzentrationsprozesse im Medienwesen erwarten (Siegert et al. 2005). Außerdem kommt es zur Dominanz bestimmter Medienformate, zu einer weltweiten Hierarchisierung der Leitmedien besonders bei Schlüsselkommunikationsereignissen, an Anpassungen der Politik an plebiszitäre Medienmacht, die Ablösung klassischer Sozialisationsagenturen durch lebensstilgruppen- und szenespezifische Medien und die Akzentuierung der Ungleichheitsrelationen durch die Differenzierung des Medienangebots und der Mediennutzung gemäß unterschiedlichem ökonomischem, sozialem und kulturellem Kapital (Knowledge Gap bzw. Digital Divide, Kultivierungsanalyse, Media Malaise). In der Dimension der *segmentären* Differenzierung entschränken sich der politische Geltungsbereich und die medial erschlossenen und abgedeckten Räume. Dies gilt zunächst auf nationalstaatlicher Ebene, schafft ‚entöffentlichte‘ politische Institutionen in ökonomisch ertragsschwachen lokalen Räumen und kreierte – gemäß Absatzkriterien – medial neu erschlossene Räume ohne Bezug zu (föderalen und nationalen) politischen Geltungsbereichen. Auf europäischer Ebene verhält es sich umgekehrt: Die politischen Institutionen der Europäischen Union sind in der medienvermittelten Kommunikation nur das Kaleidoskop nationalstaatlicher Bezüge (Gerhards 1993, 96–110), womit eine demokratietheoretisch notwendige Verschränkung von politischem Geltungsbereich, Öffentlichkeit und Identität noch nicht stattfindet (vgl. auch Lucht/Tréfás 2006). Grundsätzlich sind *alle* diese Differenzierungsprozesse zu berücksichtigen, um ein vollständiges Bild der Auswirkungen des Strukturwandels der Öffentlichkeit zu erhalten. Wir fokussieren in diesem Beitrag aus pragmatischen Gründen vorwiegend auf die funktionale und stratifikatorische Differenzierung.

Bezüglich der funktionalen Differenzierung und im Rückgriff auf einen harten Indikator des „party-press parallelism“ (Seymour-Ure 1974) oder „media-party parallelism“ (van Kempen 2007) analysieren wir den Grad der Differenzierung der Medien von ihren herkömmlichen sozialen und politischen Trägern.ⁱⁱⁱ Konkret erfassen wir die Anbieterstruktur, indem wir die Träger unterteilen in öffentlich-rechtliche Anbieter (z.B. öffentlich-rechtliche Anstalt, Träger eines Amtsblatts etc.), intermediäre Akteure (Parteien, Kirchen, Genossenschaften etc.) und ökonomische Akteure (Medienorganisationen), die sich (beinahe) vollständig von politischen und intermediären Akteuren gelöst haben. Je nach Differenzierung lassen sich bestimmte Logiken und Publikums-Ausrichtungen erwarten. Grundlage für Einteilung der Anbieterstruktur sind sowohl das Selbstbild (z.B. Deklaration als „offizielles Organ der XY“) und die organisationellen Verknüpfungen (z.B. Chefredaktoren als Parlamentarier) als auch die Form (Bsp. Aktiengesellschaft, Genossenschaft, öffentlich-rechtliche Anstalt) einer hinter einem Pseudonym oder einer Fernsehsendung stehenden Organisation.

Neben dieser Analyse der funktionalen Differenzierungsdimension erfassen wir ebenso die *stratifikatorische* Dimension der Differenzierung (vgl. für diesen vernachlässigten Punkt Hallin/Mancini 2004, 80f.; Imhof 2006a), indem wir die Dominanz der Medienanbieter

(Frage der Presse- bzw. Medienkonzentration) und des Medienangebots (Frage der Dominanz bestimmter Medienformate) fokussieren. Die Pressekonzentration wird ermittelt, indem wir innerhalb der dreißig auflagestärksten Titel deren Anbieter respektive deren Anteil an diesem Sample ermitteln. Bezüglich des Medienangebots unterscheiden wir bei der Presse (1) Boulevard-, (2) Forums- und (3) Qualitätstitel und bei Fernsehsendungen diejenigen, die primär durch (1) „soft news“, (2) einer Mischung aus „soft“ und „hard news“ und (3) „hard news“ geprägt sind. Wir stützen uns hierbei nicht bloß auf bestehende Typologisierungen, die für verschiedene Länder verschiedene Qualitäts-, „Standards“ übernehmen (emischer Zugang), sondern basieren unsere Kategorisierung von Boulevard-, Forums- und Qualitätsmedien auf einem etischen Zugriff und Indikatoren (z.B. Ausmaß der politischen Berichterstattung, Differenzierung von Ressorts oder Rubriken, Existenz einer Feuilleton-Rubrik etc.) und eigene Erhebungen. Leitend für die Eruierung dieser Medien bzw. Programme sind die Fragen nach dem Grad der Darstellung von öffentlichen Inhalten und dem Grad der Darstellung von Politik (vgl. Sparks 2000). Medien, die sich fast ausschließlich mit öffentlich relevanten Fragen auseinandersetzen und über Vorgänge und Strukturen betreffend das politische und ökonomische System berichten, sind systematisch von denjenigen Medien zu unterscheiden, die vorwiegend die private Lebenswelt thematisieren und statt politische Beiträge überwiegend Sport, Skandale und Unterhaltung anbieten.^{iv}

3. Wandel der Medienstrukturen in demokratisch-korporatistischen Ländern

Wie wandeln sich die Medienstrukturen in den untersuchten demokratisch-korporatistischen Ländern seit den 1960er Jahren? Die Abbildung 1 zeigt die Entwicklung der Anbieterstruktur der dreißig auflagestärksten „general interest“-Titel mit politischem Fokus in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Die Analyse zeigt dabei deutlich die „Entbettung“ respektive Differenzierung der Presse von ihren früheren politischen und sozialen Trägergruppen. Während 1960 noch zirka ein Drittel der berechneten Auflage an intermediäre Akteure gebunden ist (bei Deutschland zirka zehn Prozent), sinkt dieser Anteil dann besonders 1980 auf zirka 20 Prozent (bei Deutschland auf 4 Prozent) und dann während der 1990er und 00er Jahre auf 15 (Österreich), 6 (Schweiz) respektive 2 (Deutschland) Prozent. Dieser Rückgang hat – rein auf die hinter den Daten stehenden Medienangebote und Medienanbieter bezogen – folgende Gründe.

Erstens streifen Medienanbieter im Laufe der Zeit ihre intermediären Bindungen ab und wandeln sich zu rein ökonomischen (Medien-)Organisationen. In der Schweiz beispielsweise deklariert sich das *St. Galler Tagblatt* noch bis in 1990er Jahre als bürgerlich liberale und der FDP nahestehende Zeitung, während in der Gegenwart diese Bindungen beinahe vollständig gelöst sind, auch mit der finanziellen Beteiligung durch die Medienorganisation der *NZZ Gruppe*. *Zweitens* sinkt die Auflage der an intermediäre Träger gebundenen Titel drastisch im Vergleich zu denjenigen Titeln, hinter denen primär ökonomische Akteure stehen. Die Auflagezahl der sozialdemokratischen *AZ (Arbeiterzeitung)* in Österreich beispielsweise reduziert sich von 1960 bis 1980 um ein Viertel. Gleichzeitig erfährt die *Kronenzeitung* eine massive Auflagensteigerung von zirka 100'000 Anfang der 1960er Jahre bis zu knapp 900'000 im Jahre 1980. *Drittens* werden vormals bedeutende intermediäre Zeitungen und Zeitschriften in diesem Prozess ganz eingestellt: Die *Arbeiterzeitung* in Österreich oder das katholisch-konservative *Vaterland* in der Schweiz erscheinen ab 1991 nicht mehr.

Im zeitlichen und länderübergreifenden Vergleich sind zwei Punkte besonders zu beachten: *Erstens*: Der Prozess der Differenzierung setzt in den kleineren Ländern des demokratisch-korporatistischen Modells deutlich später – und dann auch deutlich rascher – ein als in Deutschland, das diesbezüglich mehr Gemeinsamkeiten mit dem „liberalen“ Modell aufweist. Erklärungen dafür sind zum einen in der Größe des Marktes zu suchen, die in Deutschland – nach der „Stunde Null“ – rascher ein vielfältiges und finanzstarkes Pressewesen begünstigte als in Österreich. Die Kleinstaatlichkeit behinderte ebenso in der Schweiz die rasche Loslösung der Presse von intermediären Trägern hin zu rein kommerziellen Anbietern. Zum anderen sorgte die in der Schweiz und in Österreich länger anhaltende „Versäulung“ der Gesellschaft für eine relativ prominente Rolle der parteigebundenen Presse.

Zweitens: Auf die gegenwärtige Situation bezogen, stellt nicht Deutschland, sondern Österreich in gewisser Weise den „Ausreißer“ dar: Besonders in Deutschland aber auch in der Schweiz sind die Medienanbieter mittlerweile beinahe ausschließlich ökonomischen Anbietern zuzuordnen. Titel wie die *Neue Westfälische*, an der sich die SPD namhaft beteiligt, oder die Sonntagszeitung *Il Matino della domenica*, die von der rechtspopulistischen *Lega dei Ticinesi* verlegt wird, stellen klare Ausnahmen dar. Der „politische Parallelismus“ der österreichischen Presse hingegen ist vergleichsweise (noch) stärker ausgeprägt, was in unseren Daten das Beispiel der *Styria Medien*, die dem Katholischen Medienverein der Diözese Graz (intermediärer Anbieter) gehört, am besten reflektiert (vgl. auch Seethaler/Melischek 2006).

Ließen sich diese Befunde einer insgesamt wachsenden Differenzierung der Medien von ihren politischen und intermediären Trägern aus demokratietheoretischer Perspektive als positiv bezeichnen, muss gleichzeitig angenommen werden, dass die öffentliche Kommunikation durch Marktimperative herausgefordert, wenn nicht gar „kolonialisiert“ wird (Habermas 2008, 184) und bezüglich des ökonomischen Systems eine Entdifferenzierung stattfindet. Zwei mögliche Indikatoren für eine wachsende Kommerzialisierung sind eine wachsende Pressekonzentration sowie ein wachsender Einfluss der Boulevardmedien, die stärker noch an ein möglichst breites Publikum ausgerichtet sind, um Einnahmen zu generieren. Beide Indikatoren können mit unseren Daten gezeigt werden.

Die Pressekonzentration erreicht in allen drei Untersuchungsländern hohe Werte. 2005 respektive 2006 (Österreich) beträgt der Anteil der Auflage der fünf größten Presseanbieter an den dreißig auflagestärksten Titeln für Deutschland 63, für Österreich 82 und für die Schweiz 84 Prozent (siehe Abbildung 2).^v Allein der *Axel Springer Verlag* trägt in Deutschland mit 39% zur kumulierten Auflage des Samples bei. In der Schweiz deckt *Tamedia* (*20 Minuten*, *Tages-Anzeiger*, *Sonntagszeitung*, *Facts*, *Thurgauer Zeitung*) 29, *Ringier* und *Edipresse* jeweils 19 Prozent der gemessenen Auflage ab. Die österreichische Presse wird stark dominiert vom *Krone-Verlag* (40%), der *G + J Holding* (18%) und der *Styria Medien* (13%). Akzentuiert wird die Konzentration zudem dadurch, dass sowohl die *Kronenzeitung* als auch der *Kurier* zu hohen Anteilen dem *WAZ-Konzern* gehören und zusammen an der *Mediaprint* beteiligt sind. Ähnlich wie bei der Analyse der Differenzierung der Medien setzt der Konzentrationsprozess in der Schweiz und in Österreich wesentlich später ein als in Deutschland, wo die Konzentrationswellen in der Presse bereits vor den 1960er Jahren eingesetzt hatten und anschließend – auf das Sample bezogen – die Pressekonzentration nicht mehr stark zunimmt (anders als in der mediendiagonalen Konzentration).^{vi} In Österreich spielt dabei der massive Erfolg der *Kronenzeitung* (Seethaler/Melischek 2006), in der Schweiz für die jüngste Zeit die Bündelung von Kauf- und Gratiszeitungen unter einer Medienorganisation eine wichtige Rolle.

Die insgesamt wachsende Presskonzentration steht oftmals im Zusammenhang mit einem Ausbau des Angebots an Boulevardmedien, ein weiterer Indikator der Kommerzialisierung der Presse (siehe Abbildung 3). Eine starke „Boulevardisierung“ können wir für Österreich beobachten, während die Boulevardpresse – gemessen an den Auflagezahlen – eine leicht geringere Rolle in Deutschland und der Schweiz spielt. Entscheidend ist allerdings die Entwicklung im Laufe der Zeit. Wiederum in den Kleinstaaten des demokratisch-korporatistischen Modells setzt der Siegeszug der Boulevardmedien später, aber um so heftiger ein. Während die deutsche Presse bereits 1960 sowohl „entbetteter“ war als auch mehrere auflagenstarke Boulevardtitel kannte (*Neue Bildpost, Hamburger Morgenpost, Bild, Bild am Sonntag, BZ*), waren die kleinen, überschaubaren Pressemärkte in der Schweiz und in Österreich mehrheitlich von Zeitungen geprägt, die inhaltlich weder das Niveau von Qualitätszeitungen erreichten noch sich mit boulevardhaften Elementen an eine möglichst breiten Leserschaft richteten. Im Zuge der Erosion der Parteipresse kommt es in der Schweiz und in Österreich zu einer deutlichen Zunahme von Boulevardzeitungen, in Österreich dabei früher als in der Schweiz. Diese Boulevardzeitungen scheinen einerseits die Leserschaft der alten Parteiblätter übernommen und andererseits neue Bevölkerungsgruppen erschlossen zu haben. Und auch wenn momentan der traditionelle Boulevardsektor (die Kaufzeitungen *Blick* oder die *Kronenzeitung*) Mühe hat, seine hohen Auflagen zu halten, so tragen die neuen Gratiszeitungen mit ihrer klar boulevardhaften Ausrichtung dazu bei, dass der Boulevardsektor insgesamt weiter wächst. In Deutschland hingegen bietet der bereits früher kommerzialisierte Pressemarkt wenig zusätzliche Entfaltungschancen für Boulevardzeitungen (jedoch für Boulevardsendungen im Fernsbereich). Gerade für Deutschland wäre es übertrieben, von einer ständig wachsenden Polarisierung zwischen „Prestige- und Massenzeitungen“ (Curran 2000) zu sprechen, da die regionalen und überregionalen Forumszeitungen in der deutschen Presse eine weiterhin wichtige Rolle spielen.

Diese Ergebnisse müssen allerdings in allen Ländern vor dem Hintergrund eines Fernsehsektors reflektiert werden, in dem Sendungen an Bedeutung zunehmen, die nur partiell „hard news“ abdecken. Zwar sorgt die herausgehobene Stellung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mitsamt der vergleichsweise günstigen Finanzierungsgrundlage und den rechtlich verankerten Anforderungen an Programminhalte dafür, dass in Österreich, Deutschland und der Schweiz unter den dreißig meistgenutzten (politischen) Sendungen nach wie vor „hard news“-Sendungen dominieren (siehe Abbildung 4). Unbestritten ist aber, dass mit der Dualisierung des Rundfunks sowohl durch private Anbieter – in Deutschland wiederum früher als in Österreich und der Schweiz – als auch durch das gewandelte Angebot der öffentlich-rechtlichen Veranstalter unter den größten dreißig Sendungen mit politischem Fokus vermehrt Sendungen mit starken *human interest*-Inhalten ausgestrahlt (für eine rein angebotsorientierte, vergleichende Perspektive siehe Woelke 2007) und – für die Bewertung der Vielfalt und der Qualität der Angebotsstruktur ganz entscheidend – auch breit genutzt werden.

4. Wandel der Medienstrukturen = Wandel der Medieninhalte?

Die entscheidende Frage, die sich vor dem Hintergrund der oben beschriebenen Strukturveränderungen des Mediensystems ergibt, ist: Wie wirken sich diese Veränderungen auf die Medieninhalte aus? Und: Wirken sie sich überhaupt aus?

Auf einer empirisch nicht immer fundierten Grundlage wird beispielsweise oftmals angenommen, dass die Verbreitung der Qualitätspresse im Zeitverlauf abgenommen habe (vgl. aber McNair 2003; Kuhn 2007; Norris 2000) und dass die wandelnden Medienstrukturen sich auf den Inhalt auswirkten (siehe grundlegend Picard 2008); so sei die öffentliche politische Kommunikation – nicht nur die Qualitätspresse, sondern insgesamt – verstärkt durch veränderte Selektions- und Interpretationslogiken der Medien geprägt. Diese Veränderungen umfassten beispielsweise eine Abkehr von Inhalten von öffentlichem und politischem Interesse hin zu Themen von privater Relevanz (Sparks 2000; Blöbaum 2008), ein zunehmendes Auftreten von Skandalisierungen und Strategien der Personalisierung sowie neue Resonanzchancen für diejenigen Akteure, die sich den neuen Medienlogiken anpassen (Kepplinger 1998; Imhof 2003). Jedoch sollte der Zusammenhang von „Struktur“ und „Kultur“ einer genauen Prüfung unterzogen werden: Führt eine Konzentration an Besitzverhältnissen im Medienbereich tatsächlich zu einer veränderten Berichterstattung, zum Beispiel zu einem „Konzernjournalismus“? Oder ist die in einem Mediensystem typische Berichterstattung von anderen Faktoren geprägt, beispielsweise der Dominanz bestimmter Medienformate? Führt beispielsweise das Aufkommen von Boulevardzeitungen zu „spill-over“-Effekten von der Boulevard- hin zur Qualitätspresse (Esser 1999)? Und zeigen sich mögliche „spill-over“-Effekte insgesamt oder nur in bestimmten Bereichen der Qualitätszeitungen (z.B. Zunahme der Qualität durch Ausbau des Feuilletons, gleichzeitig Abnahme der Qualität durch Zunahme von „soft news“)? Oder definieren sich die Qualitätszeitungen nun in besonderem Masse als Nischenprodukt, das sich gerade über einen hohen Level an Qualität auszeichnen muss?

Um diese Fragen und ganz generell das Verhältnis von Medienstruktur und Medieninhalt zu beleuchten, werden wir die folgenden Hypothesen, die wir aus der Kommerzialisierung der Medienstrukturen ableiten, einer inhaltsanalytischen Überprüfung zuführen:

- Akteure, die die Medienlogik adaptieren, haben größere Resonanzchancen in der öffentlichen Kommunikation und damit mehr Möglichkeiten, die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Dies gilt insbesondere für populistische Akteure und Parteien (Mazzoleni 2008).
- Mehr Enthüllungen und Skandale in der öffentlichen Kommunikation a) in einer diachronen Perspektive und b) in solchen Mediensystemen, in denen vermehrt Boulevardblätter und TV-Programme vorkommen, die durch „soft news“ oder eine Mischung aus „soft“ und „hard news“ geprägt sind.
- Größere Personalisierung und Privatisierung von politischen Akteuren a) in einer diachronen Perspektive und b) in solchen Mediensystemen, in denen vermehrt Boulevardblätter und TV-Programme vorkommen, die durch „soft news“ oder eine Mischung aus „soft“ und „hard news“ geprägt sind.
- Veränderung von einem kognitiven-rationalistischen zu einem emotional-affektiven Diskursstil (Blumler/Kavanagh 1999).

Um die Hypothesen zu den Auswirkungen des Wandels der Medienstrukturen beantworten zu können, führen wir eine zweigliedrige Inhaltsanalyse durch. Diese umfasst für ein erstes Sample die Struktur von Ressorts, den Umfang der Berichterstattung über Politik und Wirtschaft, die Vielfalt und Resonanzchancen von Themen und Akteuren, die Kontextualisierung von Ereignissen, das Auftreten von Routineframes wie Skandalisierung, Personalisierung oder Konfliktstilisierung, und – für ein zweites Sample – die Qualität der Argumente (vgl. auch Wessler 2008).

Diese zweigliedrige Inhaltsanalyse ist bei der Komplexität des Vorhabens geboten. Veränderungen der Ressortstruktur, Berichterstattungsumfang, thematische und Akteursvielfalt und die Kontextualisierung von Ereignissen lassen sich am besten während „Normalphasen“ der Berichterstattung erfassen. Hier wäre eine Phase, in der ein überragendes Kriegs- oder Krisenereignis diskutiert wird, wenig geeignet, da solche Ereignisse sowohl in Umfang als auch Inhalt die publizistische Darstellung verändern können. So absorbiert ein solches Ereignis regelhaft andere Ereignisse, über die deutlich weniger berichtet wird, und in inhaltlicher Hinsicht können verschiedene Effekte auftreten, die während der Normalphasen so nicht zu beobachten sind (*rally around the flag*-Effekte, Durchsetzung bestimmter, i.d.R. bipolarer Frames und Deutungsmuster etc.).

Auch vor dem Hintergrund der Vergleichbarkeit ergeben sich aus diesem zweigliedrigen Verfahren interessante Aspekte. So kann z. B. untersucht werden, ob die Personalisierung von Akteuren während solcher Krisenphasen zu- oder abnimmt oder ob sich die Resonanzchancen von Akteuren tatsächlich verändern (Kommt es tatsächlich zu *rally around the flag*-Effekten?).

Die Analyse wird in jeweils einer Qualitätszeitung, einer Forums- und einer Boulevardzeitung durchgeführt (für Österreich: *Kronenzeitung*, *Arbeiterzeitung/Standard*, *Die Presse*). Grundlage für das erste Sample ist jeweils eine künstliche Woche pro Zeitpunkt und Jahr, für das zweite Sample reflexive Berichte innerhalb von Kriegs- und Konfliktkommunikationsereignissen.

Aus dem laufenden Forschungsprozess können erste Ergebnisse der ersten Inhaltsanalyse präsentiert werden. Diese umfassen Stichproben respektive künstliche Wochen der Jahre 1960, 1980 und 2005 für die Boulevardzeitung *Kronenzeitung* sowie die Qualitätszeitung *Die Presse* (n = 974). Für die Codiervergabe der thematisierten Handlungsfelder wurden die Politik-, Wirtschafts- und Kulturrubriken und Vermischtes untersucht, nicht jedoch die Regional- oder Sportteile oder (Sonder-)Beilagen. Für die weitere Überprüfung der oben beschriebenen Hypothesen wurden nur die dem Handlungsfeld Politik zugeordneten Beiträge codiert.

Zunächst zum Umfang der Berichterstattung. Man könnte annehmen, dass der Anteil an politischer Berichterstattung im Vergleich zu *human interest*-Themen (Unglücke, Kriminalität, Prominenz, Beratung) in der Qualitätszeitung *Presse* deutlich höher ist als im Boulevardblatt *Kronenzeitung*. Dies ist auch der Fall: Über den gesamten Untersuchungszeitraum gesehen beschäftigen sich in der *Presse* 55 Prozent der Artikel mit dem Bereich Politik, während nur 11 Prozent aus dem Bereich *human interest* berichten. Bei der *Kronenzeitung* sind dies 28 Prozent Beiträge mit politischem Inhalt und 55 Prozent *human interest*-Themen. Interessant ist hierbei zweierlei: Erstens hat die *Kronenzeitung* damit für ein Boulevardblatt im Vergleich einen relativ hohen Anteil an politischen Themen, bis hin zu Kommentaren und Leitartikeln, die so in Boulevardblättern anderer Länder nicht zu finden sind. Zweitens ist im Untersuchungszeitraum zu beobachten, dass beide Zeitungen ihre Berichterstattung und ihre Darstellung von Politik – sowohl in der absoluten Anzahl Berichte als auch relational gesehen – ausweiten (*Presse*: 1960 51 Prozent Politikanteil, 2005 54 Prozent; *Kronenzeitung*: 1960 21 Prozent Politikanteil, 2005 34 Prozent).

Im Untersuchungszeitraum können wir eine Veränderung von einem kognitiv-rationalistischen hin zu einem normativ-wertenden Berichterstattungsstil in der *Kronenzeitung* beobachten. Allerdings ist hier nur eine leichte Veränderung zu konstatieren. Von dem häufig angenommen Wechsel zu einem stark emotionalisierenden Stil (Blumler/Kavanagh 1999, 228) ist bei der *Kronenzeitung* nicht zu sprechen. Die *Presse* hat sich im Stil der Berichterstattung im Untersuchungszeitraum kaum verändert. Ganz überwiegend haben wir es hier mit einem kognitiv-rationalistischen Berichterstattungsstil zu tun. Die deliberative

Qualität scheint in der *Presse*, was die Verschiedenartigkeit der Standpunkte betrifft, höher zu sein. Der Anteil von Artikeln, in denen unterschiedliche, kontroverse Standpunkte vertreten wurden, stieg hier von 18 Prozent (1960) auf 48 Prozent (2005), während in der *Kronenzeitung* praktische keine solche Artikel zu finden waren (2005: 2 Prozent). Auch bei der thematischen Einbettung, also der Frage, ob das behandelte Thema im Artikel nur punktuell resp. „episodisch“ (siehe Strömbäck/Dimitrova 2006) behandelt wird oder in einem breiteren thematischen Kontext eingebunden wird, zeigen sich Unterschiede: Die *Presse* weist hier einen Anteil von 24 Prozent aller Beiträge auf (gleich von 1960 bis 2005), die in einen größeren Zeit- und Problemzusammenhang eingebettet sind, während dies bei der *Kronenzeitung* 1960 nur 4 Prozent, 2005 allerdings auch bereits 19 Prozent sind. Nimmt man dies zusammen mit dem Berichterstattungsstil und der Verschiedenartigkeit der Standpunkte, kommt man zu dem Bild, dass die *Presse* durchaus zur deliberativen Qualität der österreichischen Öffentlichkeit beiträgt: Es werden in großem Umfang verschiedenartige Standpunkte gezeigt, und dies nicht im Sinne einer Konfliktstilisierung, wie das Beharren auf einem kognitiv-rationalistischen Berichterstattungsstil zeigt.

Die *Kronenzeitung* ist dem Boulevard zuzurechnen, allerdings dem „gehobenen“ Boulevard: Die Artikel sind deutlich einseitiger, aber der Sprachstil nicht, wie bei anderem Boulevardblättern, stark emotional-expressiv, sondern lediglich normativ-expressiv. Interessant ist, dass eine nicht geringe Anzahl von Artikeln 2005 nicht lediglich episodisch, sondern in einen weiteren Themen- und Zeitkomplex eingebunden sind, was für eine nachhaltige und dauerhafte Beschäftigung mit bestimmten politischen Themen jenseits eines reinen Event-Journalismus spricht.

Im Bereich der Personalisierung und Skandalisierung von (politischen) Akteuren erwarteten wir, dass dies in der *Kronenzeitung* deutlich stärker der Fall ist als in der *Presse*. Interessanterweise zeigten sich in beiden Blättern aber nur sehr geringe Personalisierungs- und Skandalisierungswerte, die sich über die Zeit auch nicht erhöht haben (für ähnliche Ergebnisse in Deutschland vgl. Marcinkowski et al. 2001).

Hier erwarten wir aber validere Daten im weiteren Projektverlauf, wenn der Verlauf eines Kommunikationsereignisses komplett codiert werden kann. Personalisierungen und Skandale sind diskontinuierliche Phänomene. Personalisierungen treten besonders in Krisenphasen auf (Eisenegger 2005), Skandale haben einen Verlauf und eine Geschichte (Imhof 2000). Beides lässt sich über eine eher punktuelle Codierung in Form von künstlichen Wochen nur unzureichend abgreifen. Wir erwarten uns hier einige Erkenntnisse der zweiten Inhaltsanalyse. Da diese im Projektablauf erst nach dem Abschluss der ersten Inhaltsanalyse vorgesehen ist, können noch keine Ergebnisse präsentiert werden.

5. Fazit

Die hier beschriebenen Forschungsergebnisse des Projektes „Demokratie in der Mediengesellschaft: Wandel der Medienstrukturen – Wandel der öffentlichen Kommunikation?“ entstammen einem zweigliedrigen Forschungsvorhaben. Auf der Grundlage der Erhebung von Medienstrukturen in drei Vergleichsländern sollen die Auswirkungen des Wandels der massenmedialen Öffentlichkeitsstrukturen auf die Inhalte der öffentlichen Kommunikation untersucht werden.

Dabei zeigte sich, dass der in der Literatur häufig unterstellte Wandel von medialen Öffentlichkeitsstrukturen sich nicht notwendigerweise linear auf die Medieninhalte auswirkt. Hinsichtlich der medialen Strukturen zeigte sich deutlich die „Entbettung“ der Presse von ihren früheren politischen und sozialen Trägergruppen, wobei diese Entwicklung in den kleineren Ländern des demokratisch-korporatistischen Modells deutlich später, aber dann wesentlich rascher einsetzt als in Deutschland. Allerdings sind in Österreich noch Reste des „politischen Parallelismus“ zu konstatieren; hier finden sich nach wie vor intermediär gebundene Presseerzeugnisse. Diese Entwicklung ging mit einer wachsenden Pressekonzentration einher. Sie erreicht in allen drei Untersuchungsländern hohe Werte, wobei auch hier die beiden Kleinstaaten diese Entwicklung später, dann aber rascher vollzogen.

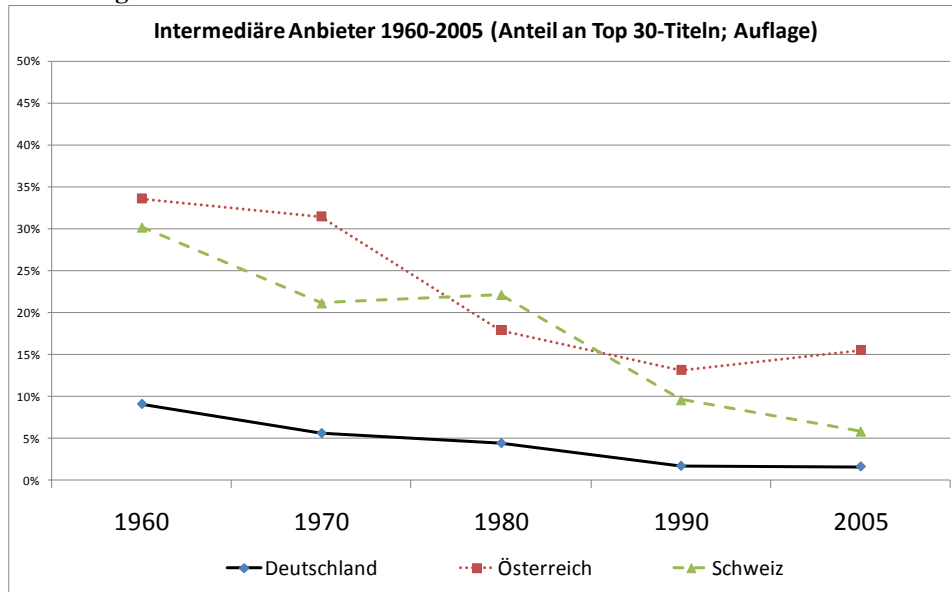
Exakt dieselben Tendenzen sehen wir bei der sog. „Boulevardisierung“. Die bundesdeutsche Presselandschaft zeigte sich bereits 1960 vergleichsweise stark boulevardisiert, während diese Entwicklung in Österreich und der Schweiz in den 1970er bzw. 1980er einsetzt und in der Schweiz aufgrund der großen Verbreitung der Gratiszeitungen mittlerweile einen gewissen Höhepunkt erreicht. Vor allem die Entwicklung auf dem bundesdeutschen Pressesektor ist hier vor dem Hintergrund der starken Auswirkungen der Dualisierung des Rundfunksystems auf die Inhalte der politischen TV-Programme zu sehen. Man könnte annehmen, dass es hier zu einem „Boulevardisierungstransfer“ in Richtung Fernsehen kam, das den Boulevardisierungsdruck auf den Pressesektor abgeschwächt hat.

Die Inhaltsanalyse am Beispiel Österreich zeigte keine einheitliche Tendenz und brachte ambivalente Ergebnisse zum Vorschein. Die Qualitätszeitung *Die Presse* zeichnete sich erwartungsgemäß durch eine extensivere und qualitätsvollere Politikberichterstattung aus. Erstaunlich war, dass das Boulevardblatt *Kronenzeitung* in einigen Punkten, wie z. B. dem Anteil politischer Inhalte und dem thematischen *framing* durchaus gute Qualitätswerte aufweist. Im zeitlichen Verlauf zeigen sich kaum „spill-over“-Effekte von der Boulevard- zur Qualitätszeitung.

Im Bereich der Personalisierung und Skandalisierung können zum jetzigen Zeitpunkt des Projektes noch keine gesicherten Aussagen getroffen werden. Bei der Codierung mit künstlichen Wochen zeigten sich weder in der *Presse* noch in der *Kronenzeitung* häufige Personalisierungen und Skandalisierungen von (politischen) Akteuren, auch nicht über die Zeit hinweg. Methodisch gesehen, scheint hier ein Vorgehen angebracht, das gesamte Diskurse im Rahmen eines Kommunikationsereignisses (einer Berichterstattungskette) untersucht, um komplette Narrationsverläufe und Kommunikationsdynamiken analysieren zu können. Dies erlaubt dann gesicherte Aussagen zu Personalisierungs- und Skandalisierungstendenzen sowohl über die Zeit als auch über Routine- und Krisenphasen hinweg zu treffen. Auf dieser Grundlage wird dieses Projekt überdies einen Beitrag dazu liefern können, inwiefern sich in den Medieninhalten spezifische nationale Journalismuskulturen reflektieren und ob diese in demokratisch-korporatistischen Ländern sich (noch immer) weitgehend ähnlich sind – oder ob sich die Journalismuskultur im demokratisch-korporatistischen Modell trotz unterschiedlicher Strukturen einer „transnationalen“ Journalismuskultur annähert (Esser 2008).

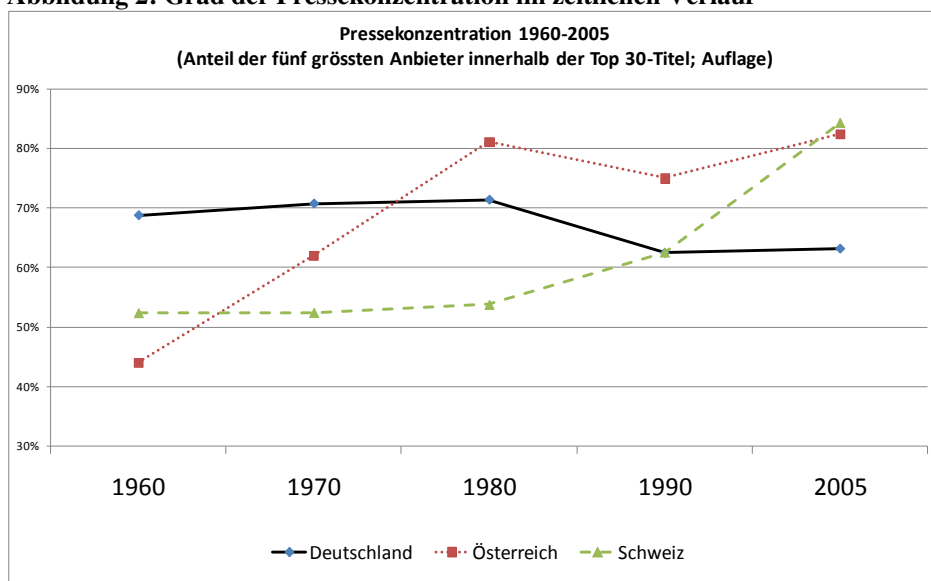
6. Abbildungen

Abbildung 1: Rolle der intermediären Presse-Anbieter im zeitlichen Verlauf



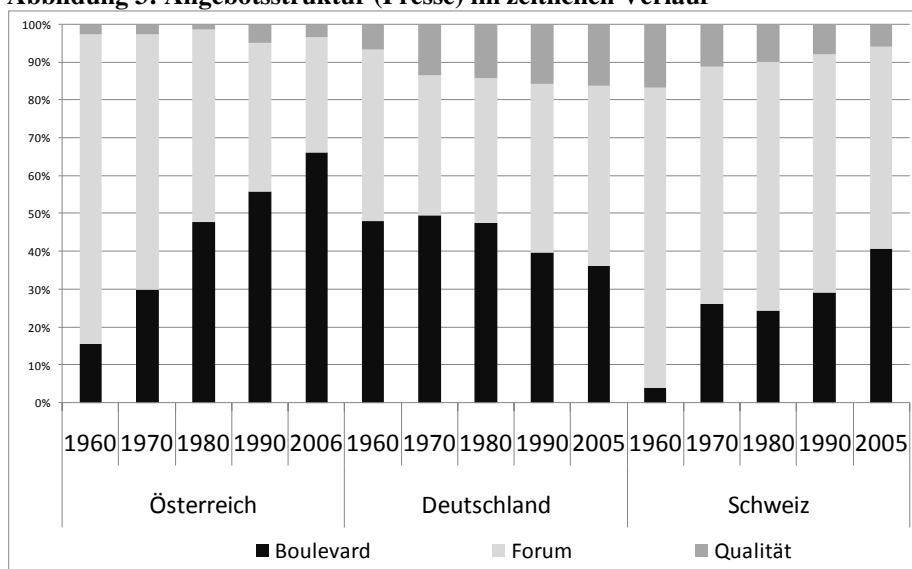
Basis: Dreißig auflagestärkste Zeitungen und Magazine mit politischem Fokus in Österreich (2006 statt 2005), Deutschland und der Schweiz. Quellen: *Österreichische Auflagenkontrolle, Pressehandbuch, Handbuch Österreichs Presse, Werbung, Grafik*, Meliscek/Seethaler (1999) (Österreich), *Stamm Leitfaden für Presse und Werbung, Presse- und Medienhandbuch Stamm, IVW Quartalsauflage* (Deutschland), *Schweizerischer Zeitungstarif, WEMF Auflagebulletin, Impressum* (Schweiz), eigene Berechnungen

Abbildung 2: Grad der Pressekonzentration im zeitlichen Verlauf



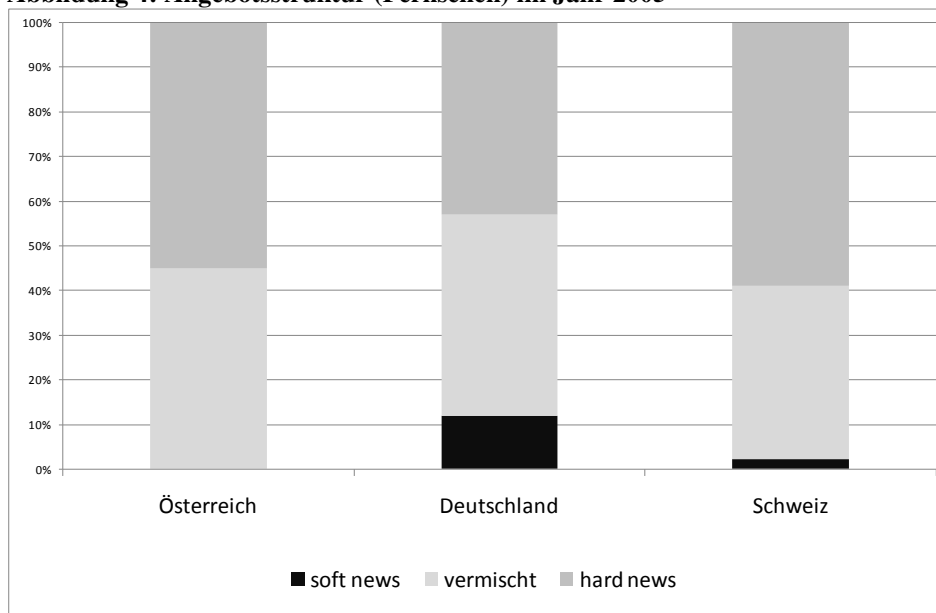
Basis: Dreißig auflagestärkste Zeitungen und Magazine mit politischem Fokus in Österreich (2006 statt 2005), Deutschland und der Schweiz. Quellen: *Österreichische Auflagenkontrolle, Pressehandbuch, Handbuch Österreichs Presse, Werbung, Grafik*, Meliscek/Seethaler (1999) (Österreich), *Stamm Leitfaden für Presse und Werbung, Presse- und Medienhandbuch Stamm, IVW Quartalsauflage* (Deutschland), *Schweizerischer Zeitungstarif, WEMF Auflagebulletin, Impressum* (Schweiz), eigene Berechnungen

Abbildung 3: Angebotsstruktur (Presse) im zeitlichen Verlauf



Basis: Dreißig auflagestärkste Zeitungen und Magazine mit politischem Fokus in Österreich (2006 statt 2005), Deutschland und der Schweiz. Quellen: *Österreichische Auflagenkontrolle, Pressehandbuch, Handbuch Österreichs Presse, Werbung, Grafik*, Meliscek/Seethaler (1999) (Österreich), *Stamm Leitfaden für Presse und Werbung, Presse- und Medienhandbuch Stamm, IVW Quartalsauflage* (Deutschland), *Schweizerischer Zeitungstarif, WEMF Auflagebulletin, Impressum* (Schweiz), eigene Berechnungen

Abbildung 4: Angebotsstruktur (Fernsehen) im Jahr 2005



Basis: (Maximal) dreißig grösste Fernsehsendungen mit politischem Fokus (Nachrichtensendungen, Magazine) im Jahr 2005 gemessen an der durchschnittlichen Anzahl Seher. Quellen: Eurodata TV / AGTT / GfK Teletest (Österreich), Eurodata TV / AGF / GfK Teletest (Deutschland), SRG SSR Forschungsdienst, Public Data (Schweiz).

Literatur

- Bennett, W. Lance; und Robert M. Entman. 2001. Mediated Politics: An Introduction. In *Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy*, hg. von Lance W. Bennett, und Robert M. Entman, 1-29. Cambridge: Cambridge University Press.
- Blöbaum, Bernd. 2008 (i.E.). Wandel redaktioneller Strukturen und Entscheidungsprogramme. In *Seismographische Funktion von Öffentlichkeit im Wandel*, hg. von Heinz Bonfadelli, Kurt Imhof, Roger Blum und Otfried Jarren, 119-129. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (Reihe Mediensymposium Luzern, 10).
- Blumler, Jay G., und Dennis Kavanagh. 1999. The Third Age of Political Communication: Influences and Features. In *Political Communication* 16 (3): 209–230.
- Brants, Kees, und Philip van Praag. 2006. Signs of media logic. Half a century of political communication in the Netherlands. *Javnost/The Public* 13 (1): 24-40.
- Curran, James. 2000. Rethinking Media and Democracy. In *Mass Media and Society*, hg. von James Curran, und Michael Gurevitch, 120-154. London: Arnold.
- Eisenegger, Mark. 2005. *Reputation in der Mediengesellschaft. Konstitution – Issues Monitoring – Issues Management*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Esser, Frank. 1999. ‘Tabloidization’ of news: A comparative analysis of Anglo-American and German press journalism. *European Journal of Communication* 14 (3): 291-324.
- Esser, Frank. 2008. Dimensions of Political News Cultures: Sound Bite and Image Bite News in France, Germany, Great Britain, and the United States. *The International Journal of Press/Politics* 13 (4): 401–428.
- Gerhards, Jürgen. 1993. Neue Konfliktlinien in der Mobilisierung öffentlicher Meinung: eine Fallstudie. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Giddens, Anthony. 1992. *Die Konstitution der Gesellschaft: Grundzüge einer Theorie der Strukturierung*. Frankfurt am Main und New York: Campus.

- Habermas, Jürgen. 2007. Medien, Märkte und Konsumenten. *Süddeutsche Zeitung*, 16.5.2007.
- Habermas, Jürgen. 2008. Hat die Demokratie noch eine epistemische Dimension? Empirische Forschung und normative Theorie. In *Ach, Europa. Kleine politische Schriften XI*, hg. von Jürgen Habermas, 138-191. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hallin, Daniel C., und Paolo Mancini. 2004. *Comparing media systems. Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press (Communication, Society, and Politics).
- Imhof, Kurt. 2000. Öffentlichkeit und Skandal. In *Medien- und Kommunikationssoziologie: Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien*, hg. von Klaus Neumann-Braun, und Stefan Müller-Doohm, 55-68. Weinheim: Juventa.
- Imhof, Kurt. 2003. Wandel der Gesellschaft im Licht öffentlicher Kommunikation. In *Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung*, hg. von Markus Behmer, Friedrich Krotz, und Carsten Winter, 153-182. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Imhof, Kurt. 2006a. Mediengesellschaft und Medialisierung. *Medien & Kommunikationswissenschaft M&K* 2: 191-215.
- Imhof, Kurt. 2006b. Die Diskontinuität der Moderne. Zur Theorie des sozialen Wandels. Frankfurt: Campus.
- Imhof, Kurt. 2008. Die seismographische Qualität der Öffentlichkeit. In *Seismographische Funktion von Öffentlichkeit im Wandel*, hg. von Heinz Bonfadelli, Kurt Imhof, Roger Blum, und Otfried Jarren, 17-56. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (Reihe Mediensymposium Luzern, Bd. 10).
- Jarren, Otfried. 2003. Institutionelle Rahmenbedingungen und Organisationen der öffentlichen Kommunikation. In *Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft*, hg. von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, und Otfried Jarren, 13-27. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Jarren, Otfried, und Pascal Zwicky. 2008. Es braucht kulturell eingebundenes Kapital. Die Finanzinvestoren und die Finanzierungsprobleme der Medien. *Neue Zürcher Zeitung*, 4. Juli 2008.
- Kamber, Esther, und Patrik Ettinger. 2008. Strukturen und Wandel von Öffentlichkeit und ihre seismographische Funktion. In *Seismographische Funktion von Öffentlichkeit im Wandel*, hg. von Heinz Bonfadelli, Kurt Imhof, Roger Blum und Otfried Jarren, 170-188. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (Reihe Mediensymposium Luzern, 10).
- Kepplinger, Hans Mathias. 1998. *Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft*. Freiburg, München: Alber.
- Kepplinger, Hans Mathias. 2007. Wie kann man publizistische Meinungsmacht messen? Grundsätzliche Überlegungen aus aktuellem Anlass. In *Journalistik und Kommunikationsforschung*, hg. von Wiebke Möhring, Walter J. Schütz, und Dieter Stürzebecher. Berlin: Vistas.
- Kuhn, Raymond. 2007. *Politics and the media in Britain*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Lucht, Jens. 2006. *Der öffentlich-rechtliche Rundfunk: ein Auslaufmodell? Grundlagen - Analysen - Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lucht, Jens, und David Tréfás. 2006. Hat Europa eine Identität? Eine zeitreihenbasierte Untersuchung der öffentlichen europäischen Kommunikation von 1951 bis 2005. *fög discussion paper DI-2006-0001*. Zürich. (http://www.foeg.unizh.ch/foeg_discussion_papers/ff_politik/, abgerufen am 29. September 2008).
- Lucht, Jens. 2007. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk im 21. Jahrhundert. In *Kommunikationsmanagement* 4/2007: 1-42
- Marcinkowski, Frank, Volker Greger, und Wolfgang Hünning. 2001. Stabilität und Wandel der Semantik des Politischen: Theoretische Zugänge und empirische Befunde. In *Die Politik der Massenmedien. Heribert Schatz zum 65. Geburtstag*, hg. von Frank Marcinkowski, 12-114. Köln: Halem.

- Mazzoleni, Gianpietro. 2008. Populism and the Media. In *Twenty-First Century Populism. The Spectre of Western European Democracy*, hg. von Daniele Albertazzi, und Duncan McDonnell, 49-64. Basingstoke: Palgrave.
- McNair, Brian. 2003. *News and journalism in the UK (4. Auflage)*. London: Routledge.
- Melischek, Gabriele, und Josef Seethaler, Hg. 1999. *Die Wiener Tageszeitungen: Eine Dokumentation. Bd. 5: 1945-1955. Mit einem Überblick über die österreichische Tagespresse der Zweiten Republik bis 1998*. Frankfurt am Main: Lang.
- Norris, Pippa. 2000. *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Picard, Robert G. 2008. The Challenges of Public Functions and Commercialized Media. In *The politics of news. The news of politics*, hg. von Doris A. Graber, Denis McQuail, und Pippa Norris, Pippa (2. Auflage), 211-229. Washington D.C.: CQ Press.
- Seethaler, Josef and Gabriela Melischek. 2006. Die Pressekonzentration in Österreich im europäischen Vergleich. *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft* 2006 (4): 337-360.
- Seymour-Ure, Colin. 1974. *The political impact of mass media*. London: Constable.
- Siegert, Gabriele, Werner A. Meier, und Josef Trappel. 2005. Auswirkungen der Ökonomisierung auf Medien und Inhalte. In *Einführung in die Publizistikwissenschaft*, hg. von Heinz Bonfadelli, Otfried Jarren, und Gabriele Siegert, 469-494. (2., vollst. überarb. Aufl.) Bern: Haupt (UTB für Wissenschaft Kommunikationswissenschaft, 2170).
- Sparks, Colin. 2000. Introduction: The Panic over Tabloid News. In *Tabloid Tales. Global Debates over Media Standards*, hg. von Colin Sparks, und John Tulloch, 1-40. Oxford: Rowman & Littlefield.
- Strömbäck, Jesper, und Daniela V. Dimitrova. 2006. Political and Media Systems Matter: A Comparison of Election News Coverage in Sweden and the United States. In *The Harvard International Journal of Press/Politics* 11 (4): 131-147.
- Strömbäck, Jesper. 2008. Four Phases of Mediatization. An Analysis of the Mediatization of Politics. In *The International Journal of Press/Politics* 13 (3): 228-246.
- Thomaß, Barbara. 2007. Mediensysteme vergleichen. In *Mediensysteme im internationalen Vergleich*, hg. von Barbara Thomaß, 12-41. Stuttgart: UTB
- van Kempen, Hetty. 2007. Media-Party Parallelism and Its Effects: A Cross-National Comparative Study. *Political Communication* 24 (3): 303-320.
- Wessler, Hartmut. 2008. Investigating deliberativeness comparatively. *Political Communication* 25 (1): 1-22.
- Wilke, Jürgen. 1999. Überblick und Phasengliederung. In *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland*, hg. von Jürgen Wilke, 15-27. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung (Schriftenreihe Band 361).
- Wilke, Jürgen. 2004. Presse. In *Publizistik Massenkommunikation. Fischer Lexikon*, hg. von Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz, und Jürgen Wilke, 422-459. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Woelke, Jens. 2007. Fernsehen in Österreich. Befunde einer TV-Programmanalyse von ORF 1, ORF 2 und ATV. In *Fernsehen in Österreich 2007*, hg. von Christian Steininger, und Jens Woelke, 49-96. Konstanz: UVK.

ⁱ Das Projekt ist Teil des dritten Moduls dieses Schwerpunktprogramms. Dieses Modul mit dem Titel „Changing structures and actors of political communication“, das unter der Leitung von Prof. Patrick Donges (Zürich) steht, beschäftigt sich mit den Voraussetzungen und den Folgen der Medialisierung politischer Kommunikation. Es versammelt Forschungsprojekte zur Medialisierung politischer Akteure (Prof. Otfried Jarren/Prof. Patrick Donges; Zürich), zur Medialisierung politischer Entscheidungsfindungsprozesse (Prof. Frank Marcinkowski; Münster), zum Einfluss der politischen Kultur auf die Ausformung und Folgen der Medialisierung politischer Kommunikation (Prof. Frank Esser; Zürich) sowie das hier vorgestellte Forschungsprojekt unter der Leitung von Prof. Kurt Imhof (Zürich).

ⁱⁱ Das Kriterium politischer Fokus ist dahingehend entscheidend, dass damit Presserzeugnisse und Sendungen ausgeschlossen werden (können), die sich zwar mit „öffentlichen“ Themen auseinandersetzen, die sich zwar nicht an eine spezifische Gruppe richten, die aber keine oder kaum Bezüge zum politischen System aufweisen (z.B. „Hilfe, unsere Kinder sind zu dick!“). Die *politische* Öffentlichkeit hingegen ist, wie Bennet und Entman (2001: 4) argumentieren, derjenige Bereich der Öffentlichkeit, in dem Ideen und Gefühle explizit an Regierungsakteure, Parteien oder Kandidaten für öffentliche Ämter gerichtet, von diesen formuliert oder über sie geäußert werden, denn diese Akteure entscheiden schliesslich über die Ergebnisse von gesellschaftlichen Problemen und Konflikten.

ⁱⁱⁱ Van Kempen unterscheidet vier Ebenen, auf denen sich der „media-party parallelism“ manifestiert: Medieninhalte; Besitzstrukturen der Medien; Einstellungen („affiliations“) der Journalisten, Besitzer und Manager; Struktur der Leserschaft. Wegen des hohen Aufwandes und der schwierigen Datenlage bei einer länderübergreifenden Analyse für die ersten drei Ebenen sei eine Analyse der vierten Ebene (Struktur der Leserschaft) zielführend. Mit unserem Ansatz versuchen wir allerdings, mehrere Ebenen zu berücksichtigen. Medieninhalte werden – wie später ausgeführt – mit einer Inhaltsanalyse überprüft. Besitzstrukturen der Medien werden – trotz des hohen Rechercheaufwandes – systematisch berücksichtigt. Daten zu Einstellungen und die Struktur der Leserschaft wären für die Gegenwart zu bekommen, aber kaum für eine diachrone Analyse. Daher können diese beiden Ebenen höchstens partiell berücksichtigt werden.

^{iv} Die Unterscheidung der Presstypen Boulevard, Forum und Qualität wird zuerst mittels einer Grobanalyse der Ressortstrukturen vorgenommen. Abgegrenzt werden in einem ersten Schritt Boulevardmedien von Forums- und Qualitätsmedien. Letztere zwei zeichnen sich in der Regel durch differenzierte Ressortstrukturen aus. Der Politikteil kennt geographische Unterscheidungen (International und national, etc.), der Wirtschaftsteil befasst sich mit Unternehmen, Handel, Börse und Konjunktur sowie allgemein mit wirtschaftspolitischen Aspekten. Der Kulturteil ist nicht nur ein Ratgeber und Veranstaltungskalender für Kulturanlässe, sondern befasst sich inhaltlich mit Veranstaltungen und Produkten aus den Bereichen Kunst und Unterhaltung, Wissenschaft und Religion. Qualitätsmedien zeichnen sich darüber hinaus durch Inhalte des klassischen Feuilletons aus, und kennen differenzierte Beilagen, die nicht nur dem „Lifestyle“ (Mode, Reisen, etc.) gewidmet sind, sondern sich vertieft auch mit Politik, Wirtschaft und Gesellschaft befassen. Beispiele für Qualitätszeitungen sind die *Zeit* in Deutschland, die *Neue Zürcher Zeitung* in der Schweiz oder die *Presse* in Österreich, während Forumszeitungen in vielen Fällen dem klassischen Generalanzeiger entsprechen (oder einer „mid-market“-Zeitung in Großbritannien) und Titel umfassen wie *Westdeutsche Allgemeine*, *Sächsische Zeitung* oder *Kölner Stadt-Anzeiger*, *Kurier*, *Kleine Zeitung* oder *Tiroler Tageszeitung* (aber auch der *Standard*, der nach den oben genannten Kriterien keine Qualitätszeitung ist) und *Tages-Anzeiger*, *Tribune de Genève* oder *Thurgauer Zeitung*. Demgegenüber vermischen Boulevardmedien häufig Politik sowie Wirtschaft mit privaten und *human interest*-Themen. Dabei wird dem *human interest* viel Raum und teilweise viel Aufmerksamkeit (Schlagzeile und Frontstory) eingeräumt. Bei fehlenden Ressortstrukturen müssen hier die Inhalte und ihre Schwerpunkte betrachtet werden. Beispiele für Boulevardtitel sind *Bild* oder *Express* in Deutschland, *Blick* oder *20 Minuten* in der Schweiz und die *Kronenzeitung* oder *Österreich*. Die Unterscheidung von „soft news“, einer Mischung aus „soft“ und „hard news“ und „hard news“ für Fernsehsendungen wird nach ihren inhaltlichen Schwerpunkten und der Aufbereitung ihrer Inhalte vorgenommen. Die Informationssendungen, die nach inhaltlichen wie darstellenden Kriterien als Informationssendungen mit zentralen öffentlichen Leistungen typologisiert werden können, gelten als „hard news“ (z.B. *ARD Tagesschau*, *ORF Zeit im Bild*, *SF Arena*). Als Formate gehören alle diese Sendungen zu den Kategorien Nachrichten, Magazin sowie Interview und Pro-Contra. Dieser Typ lässt sich insbesondere dadurch kennzeichnen, dass inhaltlich das ‚allgemeine Interesse‘ bzw. Politik, Wirtschaft, Medien im Zentrum stehen und diese Inhalte dem Publikum in berichtenden und diskursiven Formen präsentiert werden. „Soft news“ umfassen (politische) Sendungen mit einem starken Fokus auf Privates und Human Interest. Sendungen mit einer Mischung aus „hard“ und „soft news“ sind entweder Informationssendungen, die neben politischen Inhalten auch Bereiche der Kultur, Wissenschaft oder Religion (oder Lokalereignisse) abdecken (z.B. *WDR Weltspiegel*, *ORF Bundesland Heute*, *SF Schweiz Aktuell*), oder Sendungen, die „hard“ und „soft news“ gleichermassen behandeln (z.B. Nachrichtensendungen der privaten Sender).

^v Um das Sample kohärent zu halten, wurden bei der Addierung der Auflagezahlen bezüglich eines Medienanbieters jeweils nur diejenigen Titel berücksichtigt, die zu den insgesamt dreissig auflagestärksten Titeln gehören. Selbstredend kann eine solche Analyse nur annäherungsweise Aussagen treffen zur „Meinungsmacht“, weil erstens nicht alle Titel oder andere Mediengattungs-Produkte (z.B. Radiosendungen) eines Medienanbieters erfasst werden und zweitens mit diesen Daten die Probleme der komplementären Nutzung der Medien und der Überschneidung der Leserschaft nicht berücksichtigt werden (vgl. dazu Kepplinger 2007).

^{vi} Zu berücksichtigen ist hierbei, dass sich mit der Wiedervereinigung 1990 auf das Gesamtgebiet der Bundesrepublik bezogen, zunächst die Zahl der Tageszeitungen und der Verlage/Herausgeber erhöhte (Wilke

1999, 20). Mit der Kooperation oder der Übernahme von Verlagen in Ostdeutschland nimmt die Pressekonzentration dann wieder zu.