

Michael Stenzel

Zum Zusammenspiel von
Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus in
der Senatsberichtserstattung einer Ost- und
einer West-Berliner Tageszeitung

Eine Untersuchung unter Berücksichtigung der
Agenturberichterstattung

Magisterarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1996 Diplom.de
ISBN: 9783832402778

Michael Stenzel

Zum Zusammenspiel von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus in der Senatsberichtserstattung einer Ost- und einer West-Berliner Tageszeitung

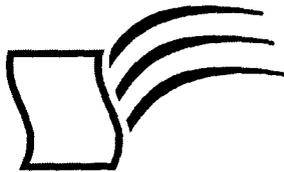
Eine Untersuchung unter Berücksichtigung der Agenturberichterstattung

Michael Stenzel

Zum Zusammenspiel von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus in der Senatsberichtserstattung einer Ost- und einer West-Berliner Tageszeitung

Eine Untersuchung unter Berücksichtigung der Agenturberichterstattung

**Magisterarbeit
an der Freien Universität Berlin
Januar 1996 Abgabe**



Diplomarbeiten Agentur
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke
und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k
22119 Hamburg
agentur@diplom.de
www.diplom.de

ID 277

Stenzel, Michael: Zum Zusammenspiel von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus in der Senatsberichtserstattung einer Ost- und einer West-Berliner Tageszeitung: Eine Untersuchung unter Berücksichtigung der Agenturberichterstattung / Michael Stenzel - Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1997
Zugl.: Berlin, Universität, Magister, 1996

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg
Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur*

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —
und Guido Meyer GbR —————

Hermannstal 119 k —————
22119 Hamburg —————

Fon: 040 / 655 99 20 —————
Fax: 040 / 655 99 222 —————

agentur@diplom.de —————
www.diplom.de —————

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung und Fragestellung	1
2. Der Forschungsansatz - Theoretische Konzepte und empirische Studien	2
2.1. Vorüberlegungen.....	7
2.2. Die Gatekeeper-Forschung	8
2.3. Die „News-Bias“-Forschung	10
2.4. Die Nachrichtenwertforschung	13
2.5. Studien zur Beziehung der Offenlegung zwischen Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit.....	22
2.6. Ost-West-Unterschiede im Selektionsverhalten	27
2.7. Die Accuracy-Forschung	29
3. Konkretisierung der Fragestellung	33
4. Methodik der Untersuchung	37
4.1. Festlegung der Untersuchungsmethode.....	37
4.2. Inhaltsanalytischer Teil	37
4.2.1. Theoretisches Konzept und Forschungsablauf	37
4.2.2. Theoretische Forderungen an Kategoriensysteme.....	38
4.2.3. Operationalisierung des Codierprozesses	39
4.3. Befragung.....	41
4.4. Textgrundlage der Untersuchung.....	42
4.4.1. Gegenstand der Untersuchung	42
4.4.2. Erhebungseinheiten.....	45
4.4.3. Untersuchungszeitraum und zugrundegelegtes Analysematerial	49

4.5. Das Kategoriensystem	50
4.5.1. Theoretische Anforderungen	50
4.5.2. Formale Kategorien	50
4.5.3. Themenkategorien	51
4.5.4. Handlungs- und Informationsträger	52
4.5.5. Bezugskategorien	53
4.5.6. Quellenkategorien	54
4.5.7. Nachrichtenwertkategorien.....	55
4.5.7.1. Formale Nachrichtenwertkategorien.....	55
4.5.7.2. Nachrichtenfaktoren	57
4.5.8. Fehlerkategorien	61
4.6. Das Fragebogenschema	61
4.7. Praktische Durchführung der Untersuchung	62
4.7.1. Datenerhebung der Inhaltsanalyse	62
4.7.2. Datenerhebung der Befragung	64
4.8. Vorgehen bei der statistischen Analyse.....	65
5. Befunde der empirischen Untersuchung	67
5.1. Umfang und Verteilung der Senatsberichterstattung	67
5.2. Öffentlichkeitsarbeit der Berliner Landesregierung als Informationsquelle	70
5.2.1. Übernahme von Pressemitteilungen aus dem Landes- pressedienst	70
5.2.2. Einfluß von Öffentlichkeitsarbeit in der Senatsbericht- erstattung	72
5.2.3. Die Einbeziehung von Nach- und Zusatzrecherche als weitere Quellen in die Berichterstattung	78
5.2.4. Kombination verschiedener Quellentypen der Senats- Öffentlichkeitsarbeit	84
5.2.5. Redaktionelle Bearbeitung der Pressemitteilungen.....	89
5.2.6. Offenlegung der Quellen	92
5.2.7. Kennzeichnungspraxis	94
5.2.8. Umschlaggeschwindigkeit der Pressemitteilungen	100

5.2.9. Die Bedeutung von Informations- und Handlungsträgern	102
5.3. Analyse der thematischen Ausrichtung der Senatsberichterstattung	106
5.3.1. Die Themenstruktur der Berichterstattung.....	106
5.3.2. Themen der Berichterstattung in Abhängigkeit der genutzten Quellen.....	112
5.4. Die Bedeutung von Nachrichtenfaktoren in der Senats- berichterstattung	115
5.4.1. Häufigkeitsverteilung der Nachrichtenfaktoren.....	115
5.4.2. Mittlere Intensitätsstufen der Nachrichtenfaktoren.....	118
5.4.3. Aspekte „Sozialer Nähe“ in der Berichterstattung.....	121
5.4.4. Die Bedeutung von Informations- und Handlungsträgern in der Senatsberichterstattung.....	122
5.4.5. Aspekte von Nutzen/Erfolg und Schaden/Mißerfolg in der Berichterstattung	123
5.4.6. Kontroversen in der Senatsberichterstattung	124
5.4.7. Aspekte thematischer und zeitlicher Etablierung in der Senatsberichterstattung.....	125
5.4.8. Der Nachrichtenfaktor „Überraschung“ in der Senats- berichterstattung	125
5.4.9. Der Nachrichtenfaktor „Demonstration“ in der Senats- berichterstattung	126
5.5. Zusammenhang zwischen Nachrichtenfaktorenniveau und Nachrichtenwert.....	127
5.5.1. Auswahl der Artikel aus dem Landespressedienst	127
5.5.2. Beziehung zwischen Nachrichtenfaktoren und Nachrichtenwert.....	130
5.6. Fehlerquellen in der Berichterstattung.....	134
5.6.1. Verteilung in der „Accuracy-Stichprobe“	134
5.6.2. Objektive Fehler	134
5.6.3. Subjektive Fehler	136
6. Schlußbetrachtung	139
7. Zusammenfassung	145

Literaturverzeichnis***Anhang:***

Tabellen

Codebuch

Codierbogen

Fragebogen

Muster des Landespressedienstes (Auszug)

1. Einleitung und Fragestellung

Begriffe wie „Informationsgesellschaft“ oder „Medienzeitalter“ kennzeichnen unsere derzeitige Gesellschaftsform und deuten auf die tragende Rolle der Massenmedien in der heutigen Zeit hin. Ein Prozeß der Meinungs- und Willensbildung wäre ohne die Medien nicht denkbar. Die konstituierende Bedeutung der Medien für die Demokratie formuliert nicht zuletzt auch die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts.¹ Aus diesen Ansprüchen erwachsen hohe Erwartungen an das Mediensystem und die sich darin bewegenden Medienakteure: „Die Massenmedien sollen so vollständig, sachlich und verständlich wie möglich informieren, damit die Staatsbürger in der Lage sind, mit kritischem Bewußtsein das öffentliche Geschehen zu verfolgen.“²

Je höher jedoch die Anforderungen gesetzt werden, die sich aus der Informationsfunktion der Massenmedien ergeben, um so mehr fallen Defizite in der journalistischen Praxis auf. Bereits bei der Frage, warum das, was in den Medien berichtet wird, zum Gegenstand der Medienberichterstattung wird, impliziert den Vorwurf des Weglassens: Wieso gelangen aus einer unendlichen Anzahl von Ereignissen einige wenige in die Zeitungsspalten oder Nachrichtensendungen, andere dagegen nicht? Ereignisse werden erst dadurch zu Nachrichten, daß sie aus der Komplexität des Geschehens herausgestellt werden. Andersherum werden Ereignisse, die von den Medien ignoriert werden, kaum jemals die Wahrnehmung der Öffentlichkeit erhalten. Mitteilen bedeutet immer auswählen, das Wichtige herausstellen, das Unwesentliche ausblenden. Ein Vorgang, der ebenso den begrenzten Produktionskapazitäten der Medien wie der Aufnahmefähigkeit der Rezipienten Rechnung trägt. Genauso, wie eine allumfassende Berichterstattung unmöglich ist, gibt es auch keine „objektive“ Realität, sondern nur das Bild das sich der Berichterstatter von dem macht, was er beobachtet.

¹ Vgl. Bundesverfassungsgerichtsentscheidungen (BVerfGE) 10, S. 121 und 20, S. 173-174. Zitiert nach MARTIN LÖFFLER/REINHART RICKER: Handbuch des Presserechts. 3. neubearbeitete Auflage. München 1974, S. 12.

² MARTIN LÖFFLER, Presserecht. Band I, München 1969, S. 8.

Mittlerweile hat eine Entwicklung eingesetzt, daß eine Reihe von Ereignissen nur noch deswegen stattfindet, weil die Medien über sie berichten. Realität wird durch die Massenmedien auf mehrfache Weise also geradezu konstruiert.³ Genauso, wie beispielsweise die Olympischen Spiele in der heutigen Form ohne die Massenmedien wohl undenkbar wären, würden auch politische Prozesse sicherlich in völlig anderer Form ablaufen. Aus der Konstruktion von Realität ergibt sich die Konstruktion von Öffentlichkeit.⁴ Öffentlichkeit entsteht nicht „von selbst“, sondern durchläuft einen komplexen Entstehungsprozeß, Öffentlichkeit wird „hergestellt“.

An der Herstellung der Medien-Realität ist Öffentlichkeitsarbeit immer stärker beteiligt. Den ständig fortschreitenden Professionalisierungstendenzen in den Public Relation steht seitens der Medien eine ständig steigende Nachfrage nach PR-Materialien gegenüber. Die Flut immer neuer Programmangebote (besonders im Bereich der AV-Medien) führt zu einem immer stärker umkämpften Medienmarkt, der die Produktionsroutinen grundlegend verändert. Unter diesem durch Kostendruck und wegbröckelnde Marktanteile erwachsenen Erfolgszwang verliert ein fundierter, kritischer Journalismus immer mehr an Boden. An die überforderten Redaktionen tritt „Öffentlichkeitsarbeit auf den Plan und bietet sich als «Hilfesystem» an“.⁵ Zu diesem Hilfesystem gehören bestimmte Leistungen, von der Unterstützung bei der Recherche bis hin zur Übernahme der kompletten Produktionskosten.

Dadurch, daß Leistungen des Mediensystems auf das vorgelagerte System der Public Relations übergehen, kommt es zu gegenseitigen Abhängigkeiten. So wie die Journalisten auf Vorleistungen aus der PR angewiesen sind, brauchen Öffentlichkeitsarbeiter den publizistischen Erfolg.⁶ GROSSENBACHER beschreibt diesen Prozeß als zyklisch: Genauso, wie die Öffentlichkeitsarbeiter journalistische

³ Vgl. WINFRIED SCHULZ: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. 2. unveränderte Auflage. Freiburg/München 1990, S. 28.

⁴ Vgl. RENÉ GROSSENBACHER: Die Medienmacher. Eine empirische Untersuchung zur Beziehung zwischen Public Relations und Medien in der Schweiz. Solothurn 1986, S. 14.

⁵ Ebd. S. 99.

⁶ Vgl. ebd. S. 100.

Routine in ihr Kalkül einbeziehen, erwarten Journalisten mediengerecht aufbereitete Informationen.⁷

Die Fragen, die sich aus diesen Verflechtungen aus Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit für die gesamtgesellschaftliche „Kommunikationsverfassung“ ergeben, sind weitreichend. Können die Medien ihrer Kontrollfunktion überhaupt noch nachkommen? Werden die Medien ihrem Selbstverständnis als „Vierte Gewalt“ noch gerecht? Während das Rollenselbstverständnis der Journalisten bislang im Bild des unabhängigen Berichterstatters im Fremdbild des manipulativen Öffentlichkeitsarbeiters seine Entsprechung fand, gerät dieses Weltbild nun ins Wanken. Aufgeschreckt durch Entgleisungen in den eigenen Reihen entwickelt nun auch der Deutsche Journalistenverband als Standesvereinigung und Mediengewerkschaft Problembewußtsein. Die Titelgeschichte einer ihrer jüngsten Ausgaben des Zentralorgans „journalist“ trug den beziehungsreichen Namen „Handreichungen“.⁸

Das Zusammenwirken von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit beim Entstehen von Medieninhalten ist die übergeordnete Fragestellung dieser Arbeit. Der Zusammenhang zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus läßt sich mit Hilfe der Systemanalyse vereinfacht als ein System interdependierender Systeme beschreiben⁹: Öffentlichkeitsarbeit als ein Subsystem des Mediensystems greift Ereignisse auf, „kreiert“ die Themen und stellt sie den Medien zur Verfügung. Im Subsystem der Medien wird der übernommene Input weiterverarbeitet (transformiert) und gelangt als Medienberichterstattung in das Gesamtsystem Öffentlichkeit.

Öffentlichkeit entsteht in diesem System nicht mehr „von selbst“, sondern durchläuft einen komplexen Entstehungsprozeß, Öffentlichkeit muß hergestellt werden.¹⁰ Ebenso muß die Berichterstattung als ein Ergebnis gesehen werden,

⁷ Vgl. ebd.

⁸ LUTZ TILLMANN/ULRIKE KAISER: Handreichungen. In: *journalist*, 44. Jg. (1994) Nr. 12, S. 12-18.

⁹ Zur Systemtheorie vgl. zum Beispiel ULRICH SAXER: Basistheorien und Theorienbasis in der Kommunikationswissenschaft: Theorienchaos und Chaostheorie. In: GÜNTER BENTELE/MANFRED RÜHL (Hrsg.) *Theorien öffentlicher Kommunikation*. München 1992, S. 175-188.

¹⁰ Vgl. GROSSENBACHER (1986), S. 14.

das aus mehreren Stufen der Selektion und Bearbeitung von Informationen hervorgegangen ist. Die Berichterstattung ist also „a result of a whole series of selections“ wie WALTER LIPPMANN formulierte.¹¹ Ausgehend von dieser bis heute gültigen Feststellung soll im Mittelpunkt der folgenden Untersuchung nicht nur das Resultat, sondern vor allem das Zustandekommen von Medienberichterstattung, die Kette der Selektionsentscheidungen, untersucht werden.

Die Untersuchung nähert sich dem Spannungsfeld Öffentlichkeitsarbeit-Journalismus aus einer praktischen Sichtweise. Die landespolitische Berichterstattung einer Ost- und einer West-Berliner Tageszeitung wird dem Informationsangebot aus Quellen der Öffentlichkeitsarbeit gegenübergestellt. Ziel der Arbeit ist es, Aufschluß über Selektionsentscheidungen und Bearbeitungspraxis der beiden Zeitungen zu gewinnen.

In Anlehnung an BAERNS, die das Zusammenspiel von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus auf die Formel bringt, „je mehr Einfluß Öffentlichkeitsarbeit ausübt, um so weniger Einfluß kommt Journalismus zu und umgekehrt“¹² können die Leitfragen in ein Forschungskonzept umgesetzt werden. Um den Entstehungsprozeß der Berichterstattung nachvollziehen zu können und die Transformationsleistungen der untersuchten Tageszeitungen genauer zu quantifizieren, werden in die Analyse auch andere Quellentypen miteinbezogen. Durch Berücksichtigung von Nachrichtenagenturen sowie Ereignissen im öffentlich zugänglichen Ereignisraum als mögliche Quellen journalistischer Berichterstattung läßt sich das Bild über den Einfluß von Öffentlichkeitsarbeit in der Berichterstattung weiter verfeinern.

Die Untersuchung wird in einem zweiten Schritt um eine nachrichtenanalytische Perspektive erweitert. Hier geht es um die Entscheidungsprozesse, die hinter den Selektionsentscheidungen der Journalisten stehen. Dabei wird auf Ergebnisse der Nachrichtenwertforschung zurückgegriffen, die eine Nachrichtenauswahl auf bestimmte, Ereignis-inhärente Faktoren zurückführen. Der Vergleich von Infor-

¹¹ WALTER LIPPMANN: *Public Opinion*. New York 1922, S. 354.

¹² BARBARA BAERNS: *Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluß im Mediensystem*. Köln 1991 (Neuaufgabe), S. 2.

mationsangebot und Berichterstattung ermöglicht Aussagen über Kongruenzen oder Divergenzen in bezug auf die Nachrichtengebung. Mit Hilfe des Nachrichtenwertansatzes sollen auch Merkmale bestimmt werden, anhand derer Pressemitteilungen für die Berichterstattung ausgewählt werden.

Mit dem immer stärkeren Zusammenwachsen von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus wächst bei den Öffentlichkeitsarbeitern nicht unbedingt auch im gleichen Maße deren Zufriedenheit. Je mehr sich die Presse aus Quellen der Öffentlichkeitsarbeit bedient, umso eher fühlen sich die handelnden Akteure dieser Quellen nicht wahrheitsgemäß oder ungenau wiedergegeben. In der Berichterstattung über ihre Person oder ihre Organisation entzündet sich ihre Kritik an falschen Zitaten, die Ihnen untergeschoben werden, an Fakten, die falsch oder einseitig wiedergegeben werden, oder auch an der Bedeutung von Ereignissen, die über- oder untertrieben werden. Während die zitierten Quellen den Medien Sensationalismus oder mangelnde Fachkenntnis als Ursachen für diese Fehler zuschreiben, verweisen die Journalisten auf Zeitmangel bei der Recherche und Produktion.

Mit der Genauigkeit und Richtigkeit der Berichterstattung ist für den Leser die Glaubwürdigkeit des Mediums verbunden. Durch eine medienunabhängige Konstante in Form der Pressemitteilungen ermöglicht das gewählte Untersuchungsdesign, Aufschluß über die Fehlerrate zu erhalten. Die in der Berichterstattung handelnden Akteure, die gleichzeitig Initiatoren der zugrundeliegenden Pressemitteilung sind, werden unter Vorlage der Pressemitteilung und des daraus hervorgegangenen Artikels gebeten, ihrer subjektiven Einschätzung nach Sinn- und Bedeutungsfehler zu bezeichnen. Auch eine zweite Klasse von objektiv nachvollziehbaren Fehlern, wie falsche Angaben oder Rechtschreibfehler, können direkt in der Auswertung erhoben werden. Um Aufschluß über die Art und die Größenordnung der Ungenauigkeiten zu bekommen und somit die Medienleistung in einem weiteren Punkt beurteilen zu können, soll von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht werden.

Die Analyse untersucht das Zusammenspiel zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus in drei Stufen: Das Entstehen von Medieninhalten anhand von Selektions- und Auswahlentscheidungen bildet die erste Stufe dieser Wechselbeziehung. Auf der zweiten Stufe werden Bearbeitungs- und Ergänzungsleistungen, zum Beispiel in Form von Nach- oder Zusatzrecherche, also die Transformationsleistung der Medien, untersucht. Von Interesse ist dabei der Umgang der Medien mit Quellen der Öffentlichkeitsarbeit, wie zum Beispiel das Nennen oder Verschweigen dieser Quellen. Die dritte Stufe versucht Aufschluß über Fehlerquellen zu geben, die in diesem Prozeß der Informationsvermittlung auftauchen.

2. Der Forschungsansatz - Theoretische Konzepte und empirische Studien

2.1. Vorüberlegungen

Die Umsetzung der Forschungsfrage in ein durchführbares Untersuchungsdesign erfordert ein geeignetes Instrumentarium, mit dem sich Medienrealität abbilden und messen läßt. Ausgangspunkt zur Entwicklung dieses Instrumentariums sind Forschungsansätze aus der empirischen Publizistikwissenschaft, welche die Informationsverarbeitung innerhalb und durch die Massenmedien analysieren. Legt man LIPPMANNS Erkenntnis zugrunde, wonach das Produkt der Berichterstattung eine Kette von Selektion ist¹³, scheint es notwendig, diesen Prozeß von Selektionsentscheidungen zu ergründen.

Zur empirischen Überprüfung der leitenden Fragestellung ist es hilfreich, die Vielzahl empirischer Studien und die zugrundeliegenden theoretischen Konzepte zu durchleuchten. In den mehr als 70 Jahren, die vergangen sind, seit WALTER LIPPMANN sich wohl als erster wissenschaftlich mit dem Zustandekommen von Medieninhalten beschäftigt hat, sind eine Reihe von Studien entstanden, die Selektionsprozesse beschreiben. Auch durch die zunehmende Professionalisierung der PR entstand eine nicht geringe Zahl von Studien, die die gegenseitigen Wechselwirkungen zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus thematisiert. Der theoretische Teil kann keinen allumfassenden Überblick über alle Studien geben. Ebenso ist es unmöglich, ein interdisziplinäres Erfahrungsobjekt wie die Public Relations mit seiner Vielzahl möglicher Dimensionen zu beschreiben. Stattdessen sollen mit den nachfolgend beschriebenen Studien Grenzen gezogen werden. Der Abriß der dargestellten Ansätze belegt exemplarisch durch wichtige Studien plausible und anerkannte Forschungsrichtungen, die für das Thema dieser Arbeit elementar sind. In den engen Grenzen dieser Magisterarbeit soll und kann kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben werden.

¹³ Vgl. LIPPMANN (1922), S. 340.

2.2. Die Gatekeeper-Forschung

Zur Beantwortung der Frage, von wem und nach welchen Kriterien die Nachrichten ausgewählt werden, setzte die Forschung zunächst bei den Journalisten in den Redaktionen an. Bei der Entscheidung darüber, nur einen bestimmten Teil von Nachrichten in das Medium aufzunehmen und einen anderen Teil zu unterdrücken, kommt Ihnen die Funktion eines „Schleusenwärters“ zu.

Mit seiner klassischen Studie begründete DAVID M. WHITE¹⁴ 1949 die „Gatekeeperforschung“. Ziel seiner und zahlreicher folgender Studien war es, Faktoren aufzuspüren, die Einfluß auf die Zusammensetzung der Berichterstattung haben, sie beeinflussen, verzerren oder verhindern. Anhand einer amerikanischen Kleinstadtzeitung analysierte WHITE, welcher Teil der Nachrichten in Form von Agenturmeldungen ausgewählt und an exponierter Stelle wiedergegeben wurde und welcher Teil unterdrückt wurde. Mittels einer Input-Output-Analyse und anschließender Befragung der „Gatekeeper“ kam WHITE zu dem Ergebnis, daß subjektive Selektionskriterien die Auswahl der Nachrichten festlegen. Anhand von Kriterien, wie eingeschätzter Stellenwert des Ereignisses für den Leser oder der räumlichen Nähe zum Ereignisort entscheidet der Gatekeeper, ob eine Meldung berichtenswert ist, oder nicht.

WHITE rückte die Person des Journalisten in das Zentrum seiner Betrachtungen: durch sein individualistisches und autonomes Entscheidungsverhalten ist seine Rolle des Gatekeepers ebenso wichtig wie subjektiv. Von dieser stark individualistisch geprägten Sichtweise, in der „Gatekeeper“ als einzelne Personen unabhängig über den Fluß von Nachrichten entscheiden, verlagerten sich die Studien der Gatekeeperforschung zu Forschungen, die den Journalisten in organisatorische und soziale Prozesse der Nachrichtenentstehung eingebunden sahen. Beispielsweise konnte WALTER GIEBER in einer Fallstudie¹⁵ einen starken Einfluß der Informanten auf die Auswahl und Bearbeitung von Nachrichten durch

¹⁴ DAVID MANNING WHITE: The „Gate Keeper“ : A Case Study in the Selection of News. In: Journalism Quarterly, 27. Jg. (1950), S. 383-390.

¹⁵ WALTER GIEBER: Across the desk: A study of 16 Telegraph Editors. In Journalism Quarterly, 33 Jg. (1956), S. 423-432.

Redakteure einer amerikanischen Nachrichtenagentur nachweisen. GIEBER modifizierte WHITES Untersuchungsdesign teilweise und verbreiterte seine Datenbasis auf 16 Tageszeitungen. Seine Ergebnisse bestätigten die Vorgängeruntersuchung aber nur zum Teil. Er fand heraus, daß sich die Redakteure weitgehend passiv verhielten und ihre Berichterstattung am Agenturangebot ausrichteten. Für Zeitungen spielen für die Selektion weniger Faktoren wie die vermutete Relevanz von Ereignissen für die Leser, als strukturelle Zwänge der Zeitungsproduktion - zum Beispiel Zeitdruck oder Platzmangel - eine Rolle. Die Rolle des Gatekeepers schrieb GIEBER folglich nicht den Zeitungsredakteuren, sondern den Nachrichtenagenturen zu.

Aus GIEBERS Ergebnissen wird deutlich, daß weniger individuelle Faktoren der Journalisten Einfluß auf Selektionsprozesse haben, als das Umfeld, in dem sie tätig sind. Das Entscheidungsverhalten ist demnach determiniert durch eine Reihe von strukturellen Abhängigkeiten außerhalb und innerhalb des Mediensystems. Zum Untersuchungsgegenstand weiterer Gatekeeperstudien wurden fortan die Beziehungen der Quellen zu den Medien und das Geflecht medieninterner Strukturen auf die Nachrichtengebung. PHILLIP J. TICHENOR/CLARICE N. OLIEN/GEORGE A. DONOHUE beispielsweise untersuchten den Einfluß von Quellen privatwirtschaftlicher Öffentlichkeitsarbeit auf die Berichterstattung.¹⁶ Sie kamen zu dem Ergebnis, daß die Quellen nur einen geringen Einfluß auf die Nachrichtenauswahl haben. WARREN BREED maß den politischen Einstellungen der Verleger¹⁷ und der Orientierung der Redaktionen an meinungsbildenden Medien¹⁸ (in den USA z.B. der New York Times) einen hohen Stellenwert zu.

Ähnliche Befunde, die institutionelle Faktoren im Selektionsprozeß betonen, wurden auch in jüngster Zeit und auch in der Bundesrepublik gemacht. Siegfried WEISCHENBERG spricht in diesem Zusammenhang von einer „Nachrichtenbürokratie“, in der das Handeln der Journalisten in erheblichem Maße fremdgesteuert

¹⁶ PHILLIP J. TICHENOR/CLARICE N. OLIEN/GEORGE A. DONOHUE: Predicting Sources Success in Placing News in the Media. In: Journalism Quarterly, 44. Jg. (1967), S. 32-42.

¹⁷ WARREN BREED: Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis. In Social Forces, 33. Jg. (1955), S. 326-355.

¹⁸ Ders.: Newspaper „Opinion Leaders“ and Process of Standardization. In: Journalism Quarterly, 32. Jg. (1955), S. 277-284, 328.

ist.¹⁹ Als Beispiel führt er die Abhängigkeiten einer Lokalzeitung vom örtlichen Presseamt an.

Die aufgezeigten Gatekeeper-Studien gehen von einer mehr oder weniger starken deterministischen Sichtweise aus. Persönliche Prädispositionen der Medienakteure oder bestimmte Strukturen innerhalb und außerhalb des Mediensystems bedingen ein bestimmtes Medienverhalten. Neben der individuellen und strukturellen Ausrichtungen sind die kybernetischen Studien die dritte Forschungsrichtung der Gatekeeperforschung.²⁰ Demnach sind Redakteure in einem Organisationssystem eingebunden, „das sich über einen permanenten Kommunikationsfluß ständig selbst reguliert und dafür sorgt, daß die Art der Nachrichtenselektion das System stabilisiert.“²¹

Die neuere angelsächsische Gatekeeperforschung versucht redaktionelle Entscheidungsprozesse und Produktionsvorgänge mit Hilfe sozialwissenschaftlicher Techniken, zum Beispiel der Input-Output-Analyse, zu beschreiben und auf Regelmäßigkeiten hin zu untersuchen.²²

2.3. Die „News-Bias“-Forschung

Politische Unausgewogenheiten und Tendenzen in der Berichterstattung sind oft auch mit den politischen Einstellungen von Journalisten in Verbindung gebracht worden. Die sogenannte „News-Bias“-Forschung brachte zahlreiche Studien hervor, die versuchten, diesen Zusammenhang zu ergründen.

¹⁹ Vgl. SIEGFRIED WEISCHENBERG: Journalismus als soziales System. In: KLAUS MERTEN/SIEGFRIED J. SCHMIDT/SIEGFRIED WEISCHENBERG (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Opladen 1994, S. 424-454.

²⁰ Klassifizierung der Gatekeeperforschung analog GERTRUDE JOCH ROBINSON: Fünfundzwanzig Jahre Gatekeeper-Forschung: Eine kritische Rückschau und Bewertung. In: JÖRG AUFERMANN/HANS BOHRMANN/ROLF SÜTZER (Hrsg.): Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Forschungsrichtungen und Problemstellungen. Ein Arbeitsbuch zur Massenkommunikation, Band I. Frankfurt am Main 1973, S. 255-345.

²¹ Vgl. Ebd. S. 440.

²² Zum Beispiel GERTRUDE JOCH ROBINSON: Foreign News Selection is Non-Linear in Yugoslavia's Tanjung Agency. In: Journalism Quarterly, 47. Jg. (1970), S. 340-351.

MALCOM W. KLEIN UND NATHAN MACCOBY wiesen in einer Inhaltsanalyse der Berichterstattung des amerikanischen Wahlkampfes von 1952 nach, daß die Ausrichtung der Berichterstattung der untersuchten Tageszeitungen identisch war mit der jeweiligen redaktionellen Linie.²³ Auf die „redaktionelle Linie“ schlossen sie durch die politischen Einstellungen der Verleger. In ihrer Untersuchung ermittelten sie das Verhältnis von Artikeln auf den Titelseiten, die explizit über einen der beiden Präsidentschaftskandidaten berichteten sowie die Größe der Schlagzeile, Platzierung und Umfang des Artikels. Codiert wurden auch Umfang und Richtung einseitiger kommentierender Aussagen und die Anzahl von Bildern. Berichteten die Zeitungen überproportional stark über einen der beiden Kandidaten oder stellten ihn unverhältnismäßig positiv dar, so wurde dies als Einseitigkeit verbucht. Die Befunde waren eindeutig: Entsprechend ihrer politischen Ausrichtung wurde in den pro-republikanischen Zeitungen intensiver über den Kandidaten der Republikaner berichtet. Das gleiche Bild zeichnete sich auch für das demokratische Lager ab.

Eine Vielzahl von ähnlichen Studien bestätigte den Einfluß der redaktionellen Linien auf die Ausrichtung der Berichterstattung.²⁴ Es würde im Rahmen dieser Arbeit zu weit führen, die Vielzahl von Studien dieser Forschungsrichtungen aufzuarbeiten, weswegen nur exemplarisch zwei deutsche Studien umrissen werden sollen, die ebenfalls politische Einstellungen der Journalisten als Determinante der Berichterstattung thematisieren.

ELISABETH NOELLE-NEUMANN und HANS MATHIAS KEPLINGER orientierten sich an den amerikanischen Vorgängerstudien und kamen zu ähnlichen Befunden für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland.²⁵ Ihre Inhaltsanalyse der Be-

²³ MALCOM W. KLEIN/NATHAN MACCOBY: Newspaper Objectivity in the 1952 Campaign. In: Journalism Quarterly, 31. Jg. (1954), S. 285-296.

²⁴ Vgl. ULRICH SAXER: Medienwandel-Journalismuswandel. In: Publizistik, 38. Jg. (1993), S. 292-304. Vgl. auch ROBERT GRÜNEWALD: Ausgewogenheit in der Fernsehberichterstattung über den Streit um die Rechtsgrundlagen für den Norddeutschen Rundfunk. Magisterarbeit Mainz 1982. (Im Manuskript vervielfältigt).

²⁵ ELISABETH NOELLE-NEUMANN/HANS MATHIAS KEPLINGER: Journalistenmeinungen, Medieninhalte und Medienwirkungen: Eine empirische Untersuchung zum Einfluß der Journalisten auf die Wahrnehmung sozialer Probleme durch Arbeiter und Elite. In: GERTRAUD STEINDL (Hrsg.): Publizistik aus Profession. Festschrift für Johannes Binkowski aus Anlaß der Vollendung seines 70. Lebensjahres. Düsseldorf 1978, S. 41-78.

richterstattung einer regionalen Abonnementzeitung in Verbindung mit Interviews der Redakteure belegte, daß individuelle Sichtweisen der Journalisten auf die Auswahl von Nachrichten einen entscheidenden Einfluß haben. Die mittels einer Befragung erhobenen Problemsichten der Bevölkerung spiegelten sich dagegen in der Berichterstattung nicht wider.

Wiederum um den Einfluß der politischen Linie der Medien auf die Berichterstattung ging es HANS-JÜRGEN WEIß.²⁶ In einer empirischen Untersuchung analysierte er die Berichterstattung zur Neuordnung des Rundfunkwesens anhand sechs meinungsbildender, überregional erscheinender Tageszeitungen sowie 68 Regionalzeitungen. Im Zuge der Zulassung privatwirtschaftlicher Rundfunkveranstalter Mitte der 80er Jahre kam es zu einer stark polarisierten Diskussion über das Für und Wider der neuen Medienordnung. Dadurch, daß die Verlage als Ausrichter des privaten Rundfunks eine tragende Rolle im dualen Rundfunksystem spielen sollten, kam ihnen eine besondere Rolle bei der Berichterstattung über dieses Thema zu. WEIß vermutete, daß die Berichterstattung stark mit dem Eigeninteresse in Beziehung steht, das die Verlage als potentielle Veranstalter an der Einführung von privatem Rundfunk haben.

WEIß ermittelte mit Hilfe einer Liste das Vorhandensein von Argumenten, die sich für oder gegen die Einführung von Privatfunk aussprachen (und somit für oder gegen die Positionen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten), die Tendenz in der Berichterstattung zu dieser Thematik. Im nächsten Schritt untersuchte er die Bewertung dieser Argumente. Herauszufinden war, ob privatwirtschaftliche Positionen in der Berichterstattung der untersuchten Medien positiv, negativ oder neutral bewertet wurden.

Ein Ergebnis dieser Studie war die Synchronisation von Argumenten und deren Bewertung in den untersuchten Medien. Das heißt, daß Medien, die vorrangig

²⁶ HANS-JÜRGEN WEIß: Die Tendenz der Berichterstattung und Kommentierung der Tagespresse zur Neuordnung des Rundfunkwesens in der Bundesrepublik Deutschland (Oktober 1984 bis November 1985). Ergebnisse einer quantitativen Inhaltsanalyse. In *Media Perspektiven*, 23. Jg. (1985), Nr. 4, S. 845-866. Ders.: Rundfunkinteressen und Pressejournalismus. Abschließende Analysen und Bemerkungen zu zwei inhaltsanalytischen Zeitungsmedien. In: *Media Perspektiven*, 24. Jg. (1986), Nr. 1, S. 53-73.

Argumente für die Einführung von Privatfunk brachten, diese auch positiv bewerteten. Gleiches galt für die umgekehrte Position. Der Einfluß politischer Faktoren im Prozeß der Nachrichtenauswahl konnte mit der Studie nachgewiesen werden.

2.4. Die Nachrichtenwertforschung

Gatekeeper- und „News-Bias“-Forschung versuchen, Selektionsprozesse auf der Stufe der Informationsvermittler zu erklären. Ihr Verhalten als Individuen steuert die Nachrichtenauswahl oder wird durch eine Reihe institutioneller Faktoren im Mediensystem gesteuert. Das Konzept der Nachrichtenwertforschung hebt nun von dieser Journalisten-zentrierten Sichtweise ab und führt die Auswahl auf die Nachricht bzw. das dahinterstehende Ereignis zurück. Diesem Modell liegt die Annahme zugrunde, daß es gewisse Faktoren bei Nachrichten gibt, die eine Auswahl begünstigen. Der Wert einer Nachricht setzt sich also aus dem Vorhandensein und dem Zusammenspiel mehrerer Ereignisfaktoren zusammen. Solche Nachrichtenfaktoren bestimmen nicht nur die Selektion der Nachricht aus einer unendlichen Vielfalt von Nachrichten, sondern auch die Weiterverarbeitung in den Medien. Durch den Umfang und die Platzierung, die Aufmachung oder eine Bebilderung bieten sich zahlreiche Formen, den Wert des Ereignisses hervorzuheben.

Ausgangspunkt für das Nachrichtenwertkonzept bildete LIPPMANN'S Erkenntnis, wonach Selektionsprozesse in den Massenmedien ähnlich den Phänomenen der menschlichen Wahrnehmung ablaufen.²⁷ Analog der menschlichen Informationsverarbeitung konzentrieren auch die Medien ihre Aufmerksamkeit auf bestimmte Themen. Nachrichten sind nie das Abbild der Realität, sondern das Ergebnis am Ende einer Kette von Selektionsentscheidungen. Selektionsentscheidungen, die nicht nach objektiv nachvollziehbaren Regeln ablaufen, sondern nach stereotypen Mustern. Folglich können Nachrichten allenfalls nur einen Ausschnitt aus der Realität darstellen.

²⁷ Vgl. LIPPMANN (1922) S. 348.