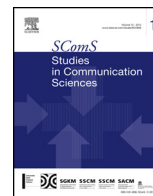




Contents lists available at ScienceDirect

Studies in Communication Sciences

journal homepage: www.elsevier.com/locate/scoms



Im Schatten eines Riesen? Ein Vergleich der Politikberichterstattung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens im Kleinstaat Schweiz und dem Giant Next-Door Neighbor Deutschland

Janine Greyer, Ada Fehr*, Daniel Gräßer, Anne Beier

Freie Universität Berlin, Garystraße 55, 14195 Berlin, Germany

ARTICLE INFO

Article history:

Received 22 March 2016

Accepted 4 April 2016

Keywords:

Politikberichterstattung
Giant Next-Door Neighbor Phänomen
Fernsehprogrammanalyse
quantitative Inhaltsanalyse
internationaler Vergleich
Mediensysteme

ABSTRACT

Fernsehen spielt als Medium bei der Politikvermittlung eine zentrale Rolle. Vor dem Hintergrund medien-systemischer Kontextfaktoren untersucht der Beitrag Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Strukturen und Inhalte von Politikberichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen der Schweiz und in Deutschland vor dem Hintergrund ähnlicher normativ-rechtlicher Rahmenbedingungen, aber auch Faktoren wie Kleinstaatlichkeit und das Giant Next-Door Neighbor Phänomen. Dabei erfolgt die Betrachtung formatübergreifend auf der Datengrundlage der kontinuierlichen Fernsehprogramm-forschung in der Schweiz und in Deutschland. Die Befunde zeigen, dass beide Phänomene Effekte hinsichtlich der Politikanteile im Programm hervorbringen, jedoch weitere Faktoren wie das Ausmaß der Einbindung in internationale Organisationen stärkere Berücksichtigung finden müssen.

© 2016 Swiss Association of Communication and Media Research. Published by Elsevier GmbH. All rights reserved.

1. Einleitung

Politikberichterstattung in Massenmedien im Allgemeinen und im öffentlich-rechtlichen Fernsehen im Besonderen spielt eine gewichtige Rolle bei der Vermittlung zwischen Politik und Individuum (Jun, 2009, S. 272). Sie ist grundlegend für die politische Willensbildung und Partizipation der Bürgerinnen und Bürger in demokratisch verfassten Gesellschaften wie der Schweiz und Deutschland und trägt damit zum demokratischen Legitimationsprozess in diesen Staaten bei (Bruns & Marcinowski, 1997, S. 24–25). Dem Fernsehen wird durch seine Reichweite in allen sozialen Gruppen (Mediapulse AG, 2014, S. 16; Engel & Mai, 2015, S. 429), seine hohe Glaubwürdigkeit sowie seine visualisierende Vermittlung eine Schlüsselrolle für die Politikvermittlung zugeschrieben (Jun, 2009, S. 275; Maurer, 2009, S. 129). Dieser Stellenwert zeigt sich auch an der gesetzlichen Verankerung struktureller und inhaltlicher Leistungsanforderungen an das öffentlich-rechtliche Fernsehen, die in beiden Ländern

sehr ähnlich sind (Bundesversammlung der Schweizerischen Eidgenossenschaft, 2010, RStV – Rundfunkstaatsvertrag, 2013).

Nach dem Structure-Conduct-Performance-Ansatz von McQuail (1992) haben die strukturellen Rahmenbedingungen eines Landes Auswirkungen auf die Entstehung und Ausgestaltung von Medieninhalten bzw. Politikberichterstattung. Für den vorliegenden Zwei-Staaten-Vergleich wird der Einfluss von zwei Faktoren auf der Strukturebene auf die beiden Medienmärkte und deren Inhalte betrachtet: Erstens die Bedeutung von Kleinstaatlichkeit als strukturelle Rahmenbedingung der Schweiz und zweitens die Auswirkungen eines großen Nachbarstaates mit gleicher Sprache – des Giant Next-Door Neighbors¹ Deutschland. Als Spezifika kleiner Medienmärkte und damit auch als relevante Größen beim Vergleich von darin entstandenen Medieninhalten gelten (1) Ressourcenknappheit, (2) geringe Marktgröße, (3) Abhängigkeit und (4) Verletzlichkeit (Puppis, 2010, S. 102). Zwar betrachtet die international vergleichende Forschung die Mediensysteme in der Schweiz und Deutschland als strukturell ähnlich (Hallin & Mancini, 2004, S. 143–197; Blum, 2014, S. 258–259), doch zu Recht wird beim Vergleich beider Staaten eine stärkere Berücksichtigung

* Corresponding author.

E-mail addresses: janine.greyer@fu-berlin.de (J. Greyer), ada.fehr@fu-berlin.de (A. Fehr), daniel.graesser@fu-berlin.de (D. Gräßer), anne.beier@fu-berlin.de (A. Beier).

¹ Kleinstaatlichkeit können in kleine Staaten mit sprachgleichen "Giant Neighbors" und solche ohne diese großen Nachbarstaaten differenziert werden (Trappel, 1991, S. 364).

ihrer unterschiedlichen Größe gefordert (Puppis, d'Haenens, Steinmaurer, & Künzler, 2009, S. 110). Bislang wurde die Politikberichterstattung im Fernsehen unter Berücksichtigung des Giant Next-Door Neighbor Phänomens nur für Nachrichtensendungen und einzelne Sprachregionen untersucht (Bauer et al., 2009, zit. n. Künzler, 2013, S. 34; Greyer, Fehr, Fiechtner, & Trebbe, 2015). Die vorliegende Studie erweitert bestehende Forschungsdesigns um die formatübergreifende Analyse von Politikberichterstattung und berücksichtigt die genannten Charakteristika von Medienmärkten in Kleinstaat. Die forschungsleitende Fragestellung lautet: *Wie wirken sich Kleinstaatlichkeit, die Spezifika kleiner Medienmärkte sowie das Giant Next-Door Neighbor Phänomen auf die Politikberichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramm in der Schweiz und in Deutschland aus?*

Für die empirische Analyse wird auf die Fernsehprogramm Daten zweier kontinuierlicher quantitativer Programmanalysen zurückgegriffen, die seit mehr als fünf Jahren mit einem vergleichbaren Instrumentarium die Inhalte privater und öffentlich-finanzierter Fernsehprogramme² erheben und vergleichen (zuletzt Weiß et al., 2015a; Weiß et al., 2015; Fiechtner & Gertsch, 2014). In Form einer Sekundäranalyse wird die Politikberichterstattung der öffentlich-rechtlichen Programme ARD und ZDF für Deutschland sowie SRF 1, RTS 1 und RSI 1 für die drei großen Landessprachen in der Schweiz³ untersucht.

2. Theoretischer Hintergrund: Kleinstaatlichkeit und Giant Next-Door Neighbor

2.1. Structure-Conduct-Performance

Ein zentraler Ansatz zur Erklärung von Phänomenen auf der Ebene der Medieninhalte ist der Structure-Conduct-Performance-Ansatz (kurz S-C-P) nach McQuail (1992). Der S-C-P betrachtet den Einfluss von Strukturen auf der Makroebene und Handlungs Routinen von Organisationen auf der Mesoebene auf Entstehung und Ausgestaltung von Inhalten auf der Mikroebene. Der hier vorgestellte Beitrag geht dem Ansatz folgend von der Grundannahme aus, dass sich die strukturellen Rahmenbedingungen eines Landes auf die Politikberichterstattung im Fernsehen auswirken.

Zuletzt prüften Greyer et al. (2015) den Einfluss verschiedener struktureller Faktoren (normativ-rechtlich, geografisch, politisch, ökonomisch und journalismuskulturell) auf die Inhalte in Fernsehnachrichten in Deutschland und der Schweiz. Doch trotz des umfangreichen Vergleichs anhand dieser fünf medien systemischen Einflussfaktoren, ließen sich nur einige der Hypothesen zu potenziellen Auswirkungen dieser Faktoren auf die Fernsehnachrichteninhalte in den beiden Ländern empirisch belasten (Greyer et al., 2015, S. 437–438). Dieser Befund spricht dafür, dass möglicherweise nicht alle potenziell relevanten Rahmenbedingungen auf Strukturebene erfasst wurden. Insbesondere in Bezug auf geografische Rahmenbedingungen müssen daher die Größe eines Staates und diejenige seines Mediensystems stärker berücksichtigt werden, um den Eigenheiten der Mediensysteme kleiner Staaten Rechnung zu tragen (Puppis et al., 2009, S. 110). Daher soll im vorliegenden Beitrag Kleinstaatlichkeit als zentraler Einflussfaktor auf der Ebene der strukturellen Rahmenbedingungen fokussiert und analysiert werden.

2.2. Kleinstaatlichkeit als struktureller Einflussfaktor

In der vorliegenden Untersuchung wird Kleinstaatlichkeit über manifeste Kriterien wie Bevölkerungszahl und Fläche definiert, wobei insbesondere die Einwohnerzahl im Sinne der potenziell erreichbaren Rezipientinnen und Rezipienten einen direkten Einfluss auf die Größe des Medienmarktes hat. Als Kleinstaat gilt ein Staat mit 100.000 bis 18 Millionen Einwohnern. Denkbar sind indes auch Ansätze *relationaler Größe*, bspw. auf bestimmte Kontexte und Themen bezogen, oder *attribuierter Größe*, bspw. in der Selbst- oder Fremdwahrnehmung begründet (Puppis, 2009, S. 8). Die Schweiz gilt mit ca. 8,2 Millionen Einwohnern (Bundesamt für Statistik (BFS), 2015) und 41,3 km² Fläche demnach als Kleinstaat. Im Gegensatz dazu ist das Nachbarland Deutschland mit seinen 81,2 Millionen Einwohnern (Statistisches Bundesamt (Destatis), 2015) und 357.168 km² Gesamtfläche ungleich größer, weshalb bei der Betrachtung eines Kleinstaats in einer solchen Konstellation auch von seinem Giant Next-Door Neighbor gesprochen wird (Puppis, 2009, S. 11).

Kleinstaatlichkeit führt zu einigen Besonderheiten auf den nationalen Medienmärkten: Neben ihrer durch die reine Bevölkerungszahl gezwungenermaßen begrenzten Größe sind Medienmärkte zusätzlich durch Sprache definiert bzw. voneinander abzugrenzen und können somit auch als Sprachmärkte bezeichnet werden (Puppis, 2009, S. 10). Die Schweiz stellt dabei einen Extremfall dar, da es mit der Deutschschweiz, der Romandie, der Italienischen Schweiz und der Rätoromanischen Schweiz gleich vier Sprachregionen gibt. Die Sprachen von drei dieser vier Sprachregionen werden außerdem in deutlich größeren Nachbarstaaten (Deutschland, Frankreich und Italien) gesprochen.

Medienmärkte kleiner Staaten weisen schließlich vier Spezifika auf, die für Staaten ohne exklusive Sprache, wie die Schweiz, umso mehr zutreffen: (1) Ressourcenknappheit, (2) geringe Marktgröße, (3) Abhängigkeit und (4) Verletzlichkeit (Puppis, 2010, S. 102).

Die *Ressourcenknappheit* kann sowohl in finanzieller als auch in kreativer und professioneller Hinsicht auftreten. Als problematisch wird in diesem Zusammenhang bspw. die Abwanderung von Fachkräften in größere, lukrativere Märkte gesehen, was die wettbewerbsfähige Produktion eigener Medieninhalte, z.B. Berichterstattung über aktuelle, politische Angelegenheiten, erschwert. Stattdessen muss auf Inhalte ausländischer Korrespondentinnen und Korrespondenten zurückgegriffen werden (Meier & Trappel, 1992, S. 132–133; Künzler, 2013, S. 28–29).

Eng mit der Ressourcenknappheit verbunden ist das Merkmal der *geringen Marktgröße*. Diese stellt in erster Linie ein medienökonomisches Problem dar, weil das erreichbare Publikum zu klein ist, um Skaleneffekte⁴ bei der Distribution auszunutzen. Gleichzeitig sind die Produktionskosten für eigene Inhalte ebenso hoch wie in großen Märkten. Darüber hinaus werden durch die geringere Masse an potenziell zu erreichenden Rezipientinnen und Rezipienten nur geringe Werbeerlöse erzielt, was selbst bei hohen Pro-Kopf-Ausgaben für Werbung die Finanzierung und Bereitstellung eigener Inhalte erschwert (Siegert, 2006, S. 195; Puppis, 2009, S. 10).

Das Merkmal *Abhängigkeit* meint drittens, dass kleine Staaten (und ihre Mediensysteme) gleichermaßen wie große Staaten von allgemeinen Phänomenen wie Globalisierung und Digitalisierung aber auch von stärker medienbezogenen Entwicklungen wie Internationalisierung und Kommerzialisierung betroffen sind. Allerdings können Kleinstaaten im Unterschied zu großen Staaten schlechter lenkend auf diese Entwicklungen einwirken. So entsteht eine partielle Abhängigkeit von und eine Orientierung an diesen

² Der Lesbarkeit halber wird im Folgenden auch die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft als öffentlich-rechtlicher Rundfunk bezeichnet, obwohl es sich um einen Verein mit Leistungsauftrag handelt.

³ Für drei der vier Landessprachen der Schweiz existieren öffentlich-rechtliche Fernsehprogramme (deutsch: SRF; französisch: RTS; italienisch: RSI). Die Sendungen in rätoromanischer Sprache werden von RTR verantwortet und im Programm der anderen Programme ausgestrahlt (SRG SSR, o.J., 2016).

⁴ Unter Skaleneffekten versteht man, dass zusätzliche Rezipientinnen und Rezipienten eines einmal produzierten Mediengutes keine weiteren Kosten verursachen, jedoch weitere Einnahmen erzeugen (Altmeyden, 2013, S. 277).

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/6576232>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/6576232>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)