



FUNDACJA WSPÓŁPRACY
POLSKO-NIEMIECKIEJ
STIFTUNG
FÜR DEUTSCH-POLNISCHE
ZUSAMMENARBEIT

Collegium Civitas
SOCIAL AND POLITICAL STUDIES

Das Projekt wurde in Zusammenarbeit der SdpZ und dem Collegium Civitas erarbeitet

**Die lokale und internationale Dimension der Information in
deutschen und polnischen Medien –
eine Analyse von Presseberichten in Polen und in Deutschland**

Das Forschungsteam:

Prof. Dr. hab. Stanisław Mocek, Collegium Civitas, Institut für Politische Studien der Polnischen Akademie der Wissenschaften

Barbara Owsiak, Stiftung für deutsch-polnische Zusammenarbeit

Michał Zieliński, Student des Journalismus und der Politischen Wissenschaften an der Warschauer Universität

Michał Tuzimek, Student der Internationalen Beziehungen am Collegium Civitas

Inhaltsverzeichnis

I. Medien, Gesellschaft, Politik	3
II. Analyse von Presseberichten in polnischen und deutschen Medien	5
II.1. Analyse der Platzierung medialer Inhalte (Presse und Fernsehen)	7
II.2. Thematische Analyse medialer Inhalte (Fernsehen)	14
III. Ja zur globalen Welt – Nein zum globalen Dorf	18

Die lokale und internationale Dimension der Information in deutschen und polnischen Medien – eine Analyse von Presseberichten in Polen und in Deutschland

I. Medien, Gesellschaft, Politik

„In dem Maße, wie die Politik ihr gesamtes Handeln von der Konkordanz mit Stimmungslagen abhängig macht, denen sie von Wahltermin zu Wahltermin hinterher hechelt, verliert das demokratische Verfahren seinen Sinn. Eine demokratische Wahl ist nicht dazu da, ein naturwüchsiges Meinungsspektrum bloß abzubilden; vielmehr soll sie das Ergebnis eines öffentlichen Prozess der Meinungsbildung wiedergeben. Die in der Wahlkabine abgegebenen Stimmen erhalten das institutionelle Gewicht demokratischer Mitbestimmung erst in Verbindung mit den öffentlich artikulierten Meinungen, die sich im kommunikativen Austausch von themenrelevanten Stellungnahmen, Informationen und Gründen herausgebildet haben. (...). Auch die Europäische Union wird keinen demokratischen Charakter annehmen können, solange es die politischen Parteien ängstlich vermeiden, Alternativen zu Entscheidungen von großer Tragweite überhaupt zum Thema zu machen. Das Unbehagen an der politisch-medialen Klasse. Die Medien sind am beklagenswerten Gestaltwandel der Politik nicht unbeteiligt. Einerseits lassen sich die Politiker vom sanften Zwang der Medien zu kurzatmigen Selbstinszenierungen verführen. Andererseits lässt sich die Programmgestaltung der Medien selbst von der Hast dieses Okkasionalismus anstecken. Die munteren Moderator(inn)en der zahlreichen talkshows richten mit ihrem immer gleichen Personal einen Meinungsbrei an, der dem letzten Zuschauer die Hoffnung nimmt, es könne bei politischen Themen noch Gründe geben, die zählen.“ (Habermas J., Ein Pakt für oder gegen Europa?, Vortrag zur Diskussion „Europa und die Wiederentdeckung des deutschen Nationalstaats“, 6.4.2011)

Diese Aussage wird verständlich, wenn man sich klar macht, dass diese Gedanken Jürgen Habermas formuliert, der wenige Jahrzehnte zuvor noch von einer idealistischen Vision einer öffentlichen Dialogsphäre träumte, die die Demokratie zum Ende des 20. Jahrhunderts konstruieren sollte. Ähnlich äußerte sich Manuel Castells, der dieses Phänomen *informational politics* nannte. Die Medien verändern sich, und die Politik verändert sich. Diese Prozesse sind für die einen spannend und inspirierend, bei den anderen hingegen lösen sie Kritik an dem Verfall dieser beiden Sphären des öffentlichen Lebens aus. Dabei ist doch im Laufe eines historischen Prozesses ein neues Medium – ob

das der Buchdruck oder etwas später die Presse und dann im 20. Jahrhundert Radio und Fernsehen waren – immer zum revolutionären Akt geworden, der das Abbild der Gesellschaften entscheidend veränderte und ausschlaggebenden Einfluss auf Umwälzungen hatte, auch auf die Transformationen politischer Systeme, wovon Beispiele europäischer Autoritarismen und Totalitarismen zeugen. Doch diese Phänomene rufen bestimmte Dilemmata hervor und wichtige Fragen nach den Grenzen der Freiheit des Wortes, nach der Verfügbarkeit von Informationen, nach dem Eigentum von Internetressourcen, nach der Bedeutung einer Nachricht, nach der Demokratisierung und allgemeinen Verfügbarkeit von medialen Botschaften, nach ihrer Exklusivität und ihrem Egalitarismus. All diese Probleme sind erst kürzlich zu Tage getreten, auch in Form von Demonstrationen und Protestaktionen während der Ereignisse im Zusammenhang mit ACTA.

Wir leben in einer Epoche des Informationsüberflusses, in der von den Medien eine vernünftige und soziale Verbreitung erwartet wird. Aber die Epoche der Information besteht – wie die Mehrheit der Phänomene in der heutigen Welt – im Rivalisieren auf dem Markt. Einerseits ist der Medienmarkt Teil der Geschäftswelt, andererseits verwächst die mediale Klasse mit der politischen, so Habermas. Dies hat relativ weitreichende Konsequenzen, beispielsweise dass die Vorstellung von den Medien als eine vierte Gewalt, sprich als Kontrollfunktion gegenüber den Regierenden, immer illusorischer wird. Immer häufiger werden Mechanismen medialer Manipulation, Nachlässigkeit, Unsauberkeit bei der Recherche, fehlende Berufsethik von Journalisten und tendenziöse Informationsauswahl offengelegt.

Gleichzeitig verfügen die zeitgenössischen Massenmedien durch ihre gleichsam unbegrenzte Reichweite und allgemeine Zugänglichkeit über eine gewaltige gesellschaftliche Vernichtungskraft. Mithilfe moderner technischer und kommunikativer Lösungen sind sie in der Lage, die öffentliche Meinung auf bisher in der Geschichte beispiellose Weise zu mobilisieren. Doch damit ist auch die Gefahr der in den zeitgenössischen Medien relativ weit verbreiteten Methode verbunden, den Leser, Hörer und Zuschauer mit Inhalten „zu verführen“, die größtenteils zur Sphäre der Massenkultur gehören und eher eine Subkultur der Unterhaltung und Großveranstaltungen bilden als beispielhafte Aktivitäten zugunsten der Gesellschaft und ihrer Kultur.

Der Versuch, die programmatischen Inhalte zu analysieren – vor allem in der Presse und im Fernsehen, in den Ressorts und Informationssendungen – scheint entscheidend zu sein für das Verständnis der Konstruktion und der Inhalte derartiger News. Der Vergleich

der Themen gestattet dieser Analyse, die voneinander abweichenden Herangehensweisen an die Beziehung zwischen Sender, Botschaft und Empfänger herauszuarbeiten.

II. Analyse von Presseberichten in polnischen und deutschen Medien

Ziel des Projektes war zu untersuchen, inwiefern Presseberichte in Polen und in Deutschland sich mit Ereignissen von lokaler sprich nationaler Bedeutung befassen und in welchem Maße mit internationalen Ereignissen (darunter Themen aus dem jeweiligen Nachbarland). Des weiteren sollten die Tendenzen in der Berichterstattung untersucht werden, die Unterschiede und Ähnlichkeiten, die Argumentationsstruktur (einseitig, beidseitig), die Konstruktion der News, die Platzierung von Informationen, ob es sich um eigene Informationen oder um Agenturnachrichten (welche Informationsquellen) oder um Aussagen von Teilnehmern eines Ereignisses oder um den Bericht eines Reporters handelt, das Format einer Nachricht (eher Infotainment, kurze Notiz oder Neuigkeit oder aber sachliches, erweitertes Informieren), ob der Bericht eine kritische Analyse der Information enthält und ob in den Medienberichten über das Nachbarland noch Stereotypen und Tabuthemen enthalten sind.

Auf dieser Grundlage wurden die Unterschiede im Wesen der Medien in Polen und in Deutschland herausgearbeitet. Dieses Wesen wurde untersucht mittels einer Analyse der Informationsinhalte, die die einzelnen Presse- und Fernsehmedien vermitteln, sowie der Vielfalt ihrer thematischen Kategorien¹. Analysiert wurden ausgewählte Fernsehsender und Pressetitel, da nach Meinung von Medienkennern diese Medien die Hauptinformationsquelle für die Mehrheit der Gesellschaft sind. Das Internet beginnt, erfolgreich mit ihnen zu konkurrieren, die Analyse des Internets jedoch gehört zu einer gesonderten Kategorie der Analyse². Dass das Radio aus der Analyse ausgeschlossen wurde hat damit zu tun, dass die Mehrheit der Radiosender musikalischen Charakter hat, wobei das gesprochene Wort auf ein Minimum reduziert wird. Auch war es schwierig, in beiden Ländern Radiosender mit ähnlichen Profilen und ähnlicher Reichweite zu finden. Aus

¹ vgl. Maciej Mrozowski, *Telewizyjne programy informacyjne – polskie i zagraniczne analiza porównawcza* [dt. Informationsprogramme im Fernsehen – eine vergleichende Analyse polnischer und internationaler Sender], „*Studia Medioznawcze*” 3/2009

² vgl. Batorski, D., M. Marody und A. Nowak (wiss. Hrsg.) *Spółeczna przestrzeń internetu* [dt. Der Soziale Raum des Internets], Warschau 2006

diesem Grund wäre die Analyse von Nachrichtensendungen illusorisch und würde kaum den tatsächlichen Einfluss auf die öffentliche Meinung durch dieses Medium wiedergeben.

In der Analyse, die im Zeitraum vom 15. bis 29.02.2012 durchgeführt wurde, wurden die Inhalte ausgewählter Pressemedien und Fernsehsender untersucht. In Deutschland waren das folgende Medien (Presse): Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, BILD, DER SPIEGEL. In Polen: Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Fakt und Polityka. Folgende Fernsehsender wurden untersucht: ZDF (heute journal) und RTL (RTL Aktuell) sowie TVP 1 (Wiadomości), TVN (Fakty) und Polsat (Wydarzenia). Die Auswahl dieser Presseprodukte und Sender sollte einerseits den repräsentativen Charakter im Hinblick darauf garantieren, wie stark ihr Einfluss auf die Bildung der öffentlichen Meinung ist, (in allen Medien sind Leserschaft und Einschaltquoten relativ hoch), andererseits wurde hier versucht, mediale Pendanten in Polen und Deutschland gegenüberzustellen. Bei der Presse waren die Kategorien „meinungsbildend“, „täglich oder wöchentlich erscheinend“ und „Boulevardblatt“ entscheidend, beim Fernsehen „öffentlich“ und „privat“.

Medium	Polen	Deutschland
Öffentlich-rechtliches Fernsehen	TVP 1, Wiadomości	ZDF, heute journal
Privatfernsehen	TVN , Fakty	RTL, RTL Aktuell
	Polsat, Wydarzenia	
Tageszeitung	Gazeta Wyborcza	Süddeutsche Zeitung
	Rzeczpospolita	FAZ
Boulevardzeitung	Fakt	Bild
Wochenzeitschrift	Polityka	Der Spiegel

Das zusammengetragene Material wurde nach zwei verschiedenen Methoden ausgewertet: Die erste Methode bestand in der Analyse der Platzierung des Materials in Fernsehen und Presse. Mit anderen Worten war hierbei wichtig, welche Position und welchen Rang die Informationen haben, und was sich auf dieser Grundlage über thematische Proportionen sagen lässt: lokal/landesweit (gesellschaftlich und politisch) oder international.

Die zweite Methode bestand in der Analyse von Berichten aus ausgewählten Medien zu folgenden Themen:

- EURO 2012 (unter besonderer Berücksichtigung deutsch-polnischer Themen) als Ereignis, das aus Sicht des öffentlichen Diskurses in der ersten Jahreshälfte 2012 von Bedeutung ist;
- die Krise in der Eurozone (unter besonderer Berücksichtigung deutsch-polnischer Themen), sprich ein Ereignis, das über die Informationen, die für das eigene Land von Bedeutung sind, hinausgeht, obwohl es direkt mit ihnen zusammenhängt;
- die Präsidentschaftswahlen in Russland, sprich ein Ereignis mit internationalem Charakter, auf das sich das Medieninteresse in dem untersuchten Zeitraum konzentriert hat.

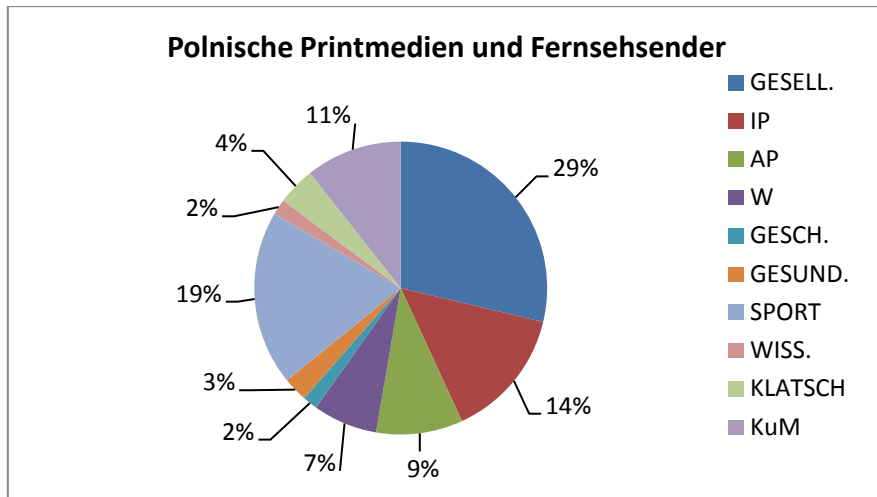
Bei dieser Methode war von Bedeutung, in welchem Maße und mit welcher Intensität diese drei Ereignisse sich in der medialen Vermittlung mit Informationscharakter einordnen lassen.

Die Analyse der Positionierung wurde bei allen ausgewählten Presseprodukten und Nachrichtenprogrammen vorgenommen; die thematische Analyse hingegen ausschließlich anhand codierter Informationen aus Nachrichtensendungen des Fernsehens.

II.1. Analyse der Platzierung medialer Inhalte (Presse und Fernsehen)

Aus der Gegenüberstellung des gesammelten Presse- und Fernsehmaterials³ geht in den polnischen und deutschen Medien ein deutliches Ungleichgewicht von Themen hervor, die sich auf gesellschaftliche Fragen beziehen (29 Prozent steht hier gegen 13 Prozent). Wenngleich hier in Bezug auf die Interpretation des Begriffes „Gesellschaft“ ein Dilemma entsteht, da sich beispielsweise die heiß diskutierte Frage der Anhebung des Rentenalters sowohl in der Innenpolitik widerspiegelt (Engagement der Politiker, öffentliche Debatte, Unterschriftensammlungen für einen Volksentscheid), als auch in wirtschaftlichen Fragen (Konsequenzen für das Budget im Bereich Versicherungen, Analyse des Arbeitsmarktes verschiedener Altersgruppen, Änderung der sozialen Struktur und der Beschäftigungsstruktur im Zusammenhang mit demografischen Veränderungen).

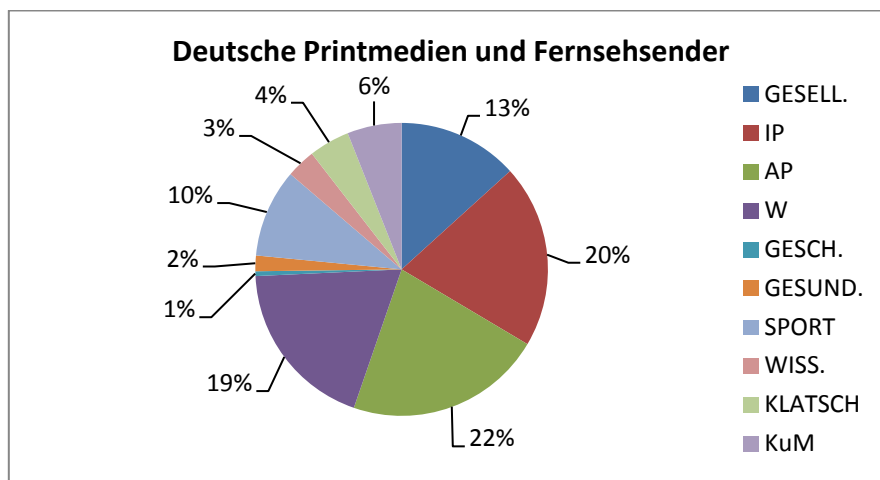
³ Die Analyse der Platzierung von Informationen wurde für die Presse anhand der Seite 1 und 2 (Tageszeitungen) sowie anhand der Titelseite und des Inhaltsverzeichnisses (Wochenzeitschrift) durchgeführt. Für Informationssendungen im Fernsehen wurden vollständige Sendungen untersucht.



Grafik 1: Presse und Fernsehen in Polen

Legende: GESELL.=Gesellschaft, IP=Innenpolitik; AP=Außenpolitik; W=Wirtschaft; GESCH.=Geschichte; GESUND.=Gesundheit; SPORT=Sport, WISS.=Wissenschaft; KLATSCH, KuM=Kultur und Medien

Auffällig ist der Unterschied – in diesem Falle zu Gunsten der deutschen Medien – in dem Exponieren wirtschaftlicher Themen (19 Prozent im Verhältnis zu 7 Prozent in den polnischen Medien) sowie der Außenpolitik (jeweils 22 und 9 Prozent). Gleichzeitig überwiegen in den polnischen Medien im Vergleich zu den deutschen die Themen Kultur und Medien (11 Prozent zu 6 Prozent).



Grafik 2: Presse und Fernsehen in Deutschland

Legende: Siehe Legende zur Grafik 1

Der polnische Soziologe Andrzej Szpociński kam in seiner vor über 10 Jahren durchgeführten Analyse der Inhalte verschiedener polnischer Radiosender, einschließlich

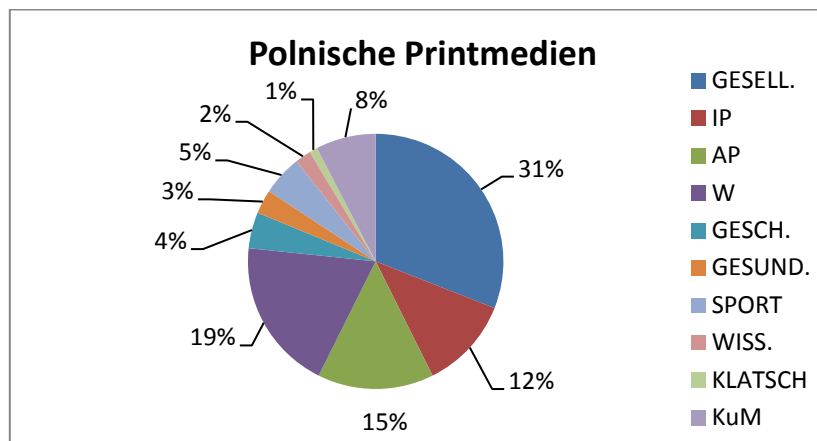
der polnischen Ausgabe von BBC, zu dem Schluss, dass „der Unterschied in der Darstellung der politischen Wirklichkeit zwischen BBC und der Mehrheit der landesweiten Sender Folge der unterschiedlichen Perspektiven ist, aus denen die Welt betrachtet wird. Im Falle der landesweiten Sender (Radio Zet ausgenommen) ist dies die Perspektive Polens und seiner Angelegenheiten, aus der am deutlichsten vor allem die nächsten Nachbarn und/oder die Länder zu sehen sind, die mit Polen etwas zu „besprechen“ haben. Die globale Welt wird im Hintergrund dieser Angelegenheiten dargestellt. (...) BBC betrachtet die Welt aus einer anderen Perspektive. (...) Der Nachrichtensender BBC zeigt, dass man aus seiner Perspektive einen weiteren Blick hat, schärfer sehen und mehr Einzelheiten, Farben und Nuancen wahrnehmen kann.“⁴. Szpociński deutet auf zwei mögliche Betrachtungsweisen der Weltpolitik hin: Universalismus (in diesem Falle in der britischen Variante) und polnischer Partikularismus und Provinzialismus. Diese Betrachtungsweisen folgen aus unterschiedlichen politischen Traditionen sowie aus den unterschiedlichen Rollen dieser beiden Staaten, die sie in der Welt und in verschiedenen nationalen und supranationalen Interessen spielen und gespielt haben.

Hier zeigt sich deutlich eine Analogie zur Situation in Deutschland und Polen und zu den daraus folgenden Konsequenzen für die unterschiedliche Wahrnehmung lokaler, supranationaler (z. B. europäischer) und globaler Themen. Die Herangehensweise der deutschen Medien an die Darstellung der Welt hat in hohem Maße den Charakter einer universalistischen Betrachtungsweise, in den polnischen Medien ist auch im quantitativen Sinne ein Übergewicht der Medien mit partikulärem und lokalem Charakter zu sehen. Ein ähnliches Ergebnis formulierte Maciej Mrozowski in seinen Studien von 2008: „Weil die Politik in Polen keine doppelt so große Rolle spielt wie in Deutschland und Frankreich, ist die Themenstruktur nicht Spiegelbild der Wirklichkeit, sondern lediglich Ausdruck redaktioneller Vorlieben. Dies bedeutet zweifelsohne, dass unsere Fernsehsender generell auf das Thema Politik ausgerichtet sind. (...) Polnische Nachrichtensendungen beinhalten nicht nur mehr Politik, sondern sie ist auch anders dargestellt als in westlichen Sendungen. Politik in polnischen News bedeutet Kampf um Macht und Einfluss in verschiedenen institutionellen Strukturen (EU, Staat, Kommunalregierungen). In westlichen News hingegen ist Politik ein Regulator der internationalen Beziehungen und Garantie der inneren Ordnung, aber sie dient auch der Lösung sozialer Probleme. (...) Das geradezu

⁴ *Lokalny, narodowy, ponadnarodowy. Wymiary świata kreowanego przez media* [dt. Lokal, national, supranational. Die Dimensionen der von Medien kreierten Welt], Hrsg. Andrzej Szpociński, ISP PAN Warschau 2002, S. 106-107

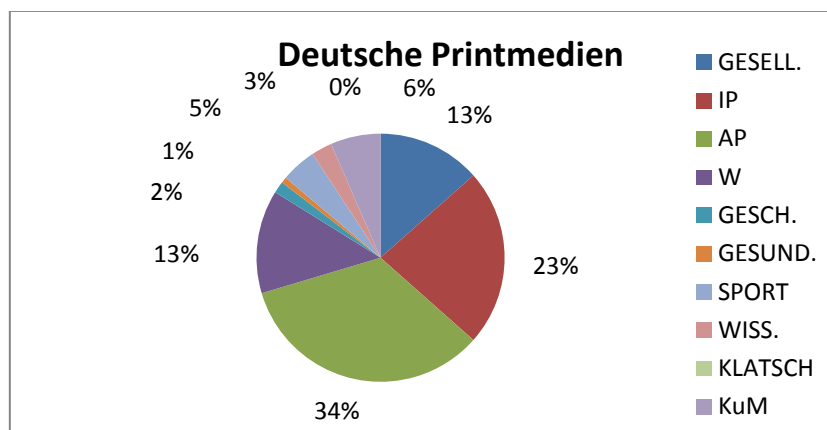
besessene Interesse polnischer Medien an Politik scheint eine polnische Spezialität zu sein.“ (M. Mrozowski, S. 35-37)

Die Konzentration auf die eigenen gesellschaftlichen Probleme in ähnlicher Gewichtung, wie das in allen untersuchten Medien zu sehen war, ist auch bei der Analyse ausgewählter Presseprodukte zu finden, obwohl die Ergebnisse des Vergleichs von gesellschaftlichen und landespolitischen Themen in den polnischen und deutschen Medien nicht so weit voneinander entfernt sind (43% i 36%).



Grafik 3: **Polnische Presse** *Legende: siehe Legende Grafik 1*

Berechtigt mag hier die Überzeugung sein, dass die Klassifizierung bestimmter Themen als „Gesellschaft“ und „Innenpolitik“ eine Interpretationsfrage ist, und dass sich diese Themen wie erwähnt überlappen und gegenseitig verzahnen können.



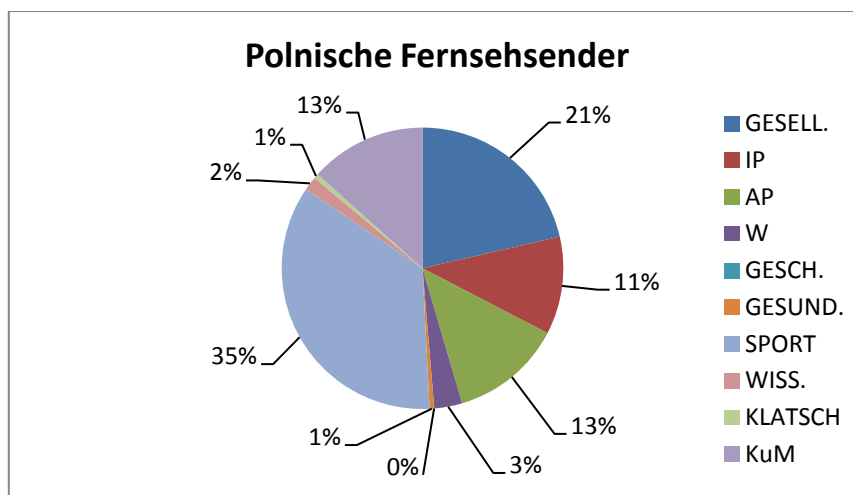
Grafik 4: **Deutsche Presse**

Legende: siehe Legende Grafik 1

Bei der Analyse der Pressedaten sprangen zwei Dinge ins Auge: Erstens ist ein deutlicher Unterschied bei der Übermittlung von außenpolitischen Themen (sprich Themen mit Inhalten von internationaler Bedeutung) zugunsten der deutschen Medien zu sehen.

Dies mag bereits aus vorherigen Untersuchungen von Andrzej Szpociński über den Universalismus und den Partikularismus der medialen Botschaft hervorgehen. Überraschend ist die Häufigkeit von Informationen aus dem Bereich Wirtschaft: hier ist ein – wenn auch kleines – Übergewicht in den polnischen Medien (19% im Verhältnis zu 13% in deutschen Medien) zu sehen. Es drängt sich die These auf, dass man sich innerhalb der Informationen zum Thema „Außenpolitik“ im Falle der deutschen Medien größtenteils auf wirtschaftliche Themen bezieht, was nahe liegt im Hinblick auf die Schlüsselstellung Deutschlands bei der Lösung von Problemen vieler europäischer Länder, die in höherem (wie Griechenland) oder geringerem Maße (wie Spanien und Portugal) von der wirtschaftlichen und finanziellen Krise betroffen sind.

Die Analyse der Inhalte von Informationssendungen im Fernsehen zeigte bei der Gegenüberstellung des Medieninteresses an sozialen Themen und Themen der Innenpolitik ähnliche Tendenzen wie in der Presse (fasst man diese beiden Kategorien zusammen, sind das bei den polnischen Medien 32 Prozent aller Informationen, bei den deutschen lediglich 25%). Der Unterschied ist enorm, hingegen bezieht sich ein Ergebnis, mit dem nicht gerechnet wurde, auf die Zusammenstellung internationaler und wirtschaftlicher Themen: Hier ist das Übergewicht in den deutschen Medien überwältigend (zusammengefasst sind das in den polnischen Medien jeweils nur 13 und 3 Prozent, in den deutschen Medien 23 und 19 Prozent).



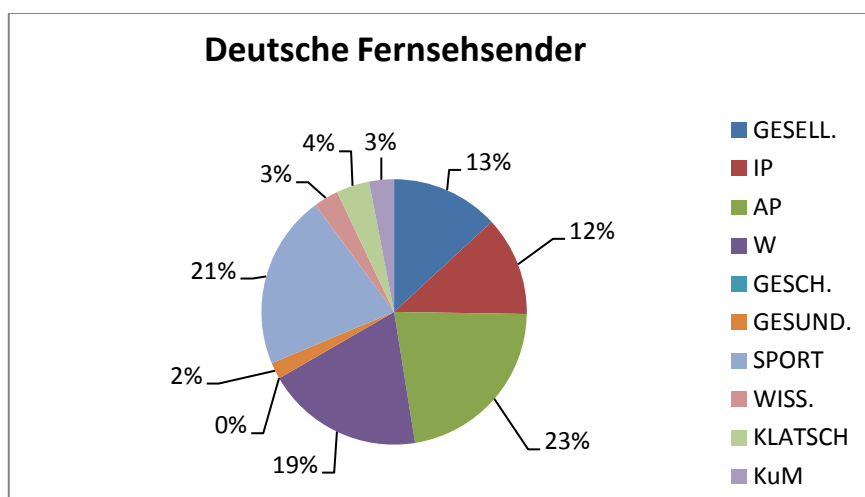
Grafik 5: **Polnische Fernsehsender**
Legende: siehe Legende Grafik 1

Recht auffällige Ergebnisse gab es in Bezug auf die Kategorien „Sport“ und „Kultur und Medien“: In den polnischen Sendern ist ein Übergewicht des Themas „Sport“ zu verzeichnen

(35 zu 21 Prozent in den deutschen Medien), ähnlich ist im Falle von „Kultur und Medien“ eine drastische Dominanz in den polnischen Medien zu sehen (13 Prozent, in den deutschen 3 Prozent). Andrzej Szpociński Studien inspirieren in beiden Fällen zu einer Interpretation dieser Ergebnisse. Szpociński, der seine Studien an Radiosendern durchgeführt hat, formuliert die These von der „Deterritorialisierung des gesellschaftlichen Raumes“, und zählt zu dieser theoretischen Kategorie die Mehrheit der medialen Botschaften. Aus diesem Modell können lediglich Sport und die Kultur ausbrechen.

Im Falle von Sport und Kultur geht es um Denkschemen „wir-sie“ und „andere-eigene“, aber wir haben es in beiden Fällen mit unterschiedlichen emotionalen und sozialen Zuständen zu tun. „Die Kultur anderer ist – so sie als Erbe empfunden wird – die Sphäre des sich Beziehens auf andere, in der positive Berichte deutlich überwiegen. (...)“, so Szpociński. „Das emotionale Engagement für das Sportleben anderer Nationen hat in gewissem Maße ähnliche Wirkungen, doch die Analogie ist nicht vollständig. Das künstlerische Erbe ist beständig. Den gleichen Charakter haben die darauf aufgebauten Bindungen zu anderen. Die Bindung an Klubs hat situativen Charakter, ähnlich wie die Gemeinschaft, die durch Bindung entsteht.“ (S. 109)

Es scheint, dass gerade die „Territorialisierung“ und die „Deterritorialisierung“ von gesellschaftlichem Raum eine Interpretationskategorie ist, die auf die Ergebnisse dieser Analyse anzuwenden ist.



Grafik 6: Deutsche Fernsehsender

Legende: siehe Legende Grafik 1

Aufschlussreich ist, wie die Themen mengenmäßig in den einzelnen Presse- und Fernsehmedien verteilt sind.

	RZECZPOS- POLITA	Gazeta Wyborcza	FAKT	POLITYKA	TVP1	TVN	POLSAT	gesamt
Gesellschaft	61	48	56	46	40	35	65	351
Innenpolitik	23	18	51	12	21	31	20	176
Außenpolitik	29	26	3	8	24	12	15	117
Wirtschaft	38	16	2	10	6	1	14	87
Geschichte	9	3	0	8	0	0	0	20
Gesundheit	6	11	3	1	1	3	8	33
Sport	10	8	4	2	66	87	59	236
Wissenschaft	4	4	0	6	3	2	2	21
Klatsch	2	1	40	0	1	6	1	51
Kultur und Medien	15	24	0	40	25	13	13	130
	197	159	159	133	187	190	197	1222

In den polnischen Medien ist im Gegensatz zu den deutschen Medien ein deutlicher Unterschied in der Verteilung der Informationen sowohl in Bezug auf die Medienform als auch auf den jeweiligen Schwerpunkt, der auf bestimmte Themen gelegt wird, sichtbar.

	FAZ	SZ	BILD	DER SPIEGEL	ZDF	RTL	gesamt
Gesellschaft	35	40	24	12	26	40	177
Innenpolitik	60	56	73	32	24	25	270
Außenpolitik	88	50	50	16	44	42	290
Wirtschaft	35	47	77	13	38	43	253
Geschichte	4	3	0	0	0	0	7
Gesundheit	2	4	3	0	4	10	23
Sport	12	9	14	6	42	47	130
Wissenschaft	7	12	3	11	6	4	43
Klatsch	0	4	37	0	8	11	60
Kultur und Medien	17	22	6	22	6	7	80
	260	247	287	112	198	229	1.333

Im Folgenden werden einzelne Ergebnisse erläutert:

- Umkehrung der Proportionen bei den Themen „Gesellschaft“ und „Innenpolitik“ in der polnischen und deutschen Presse, mit deutlicher Dominanz der Kategorie „Gesellschaft“ in der polnischen Presse (eine Ausnahme stellt die polnische Tageszeitung FAKT dar); anders ist die Situation beim Fernsehen, allerdings fehlt es hier an sichtbaren Gesetzmäßigkeiten in Bezug auf das öffentliche und private Fernsehen

- ein deutliches Übergewicht an internationalen und außenpolitischen Themen in allen untersuchten deutschen und polnischen Medien, ein drastisches Übergewicht von BILD im Vergleich zu FAKT eingeschlossen (50 zu 3); ein Ähnliches Ungleichgewicht ist in diesen Zeitungen auch für die Kategorie „Wirtschaft“ zu verzeichnen (jeweils 77 zu 2). Möglicherweise hängt das niedrige Ergebnis dieser beiden Themenbereich in POLITYKA und DER SPIEGEL mit der Tatsache zusammen, dass diese Medien wöchentlich und nicht täglich erscheinen
- sehr schwach (oder gar nicht) vertreten sind in allen Medien die Themen Geschichte, Gesundheit, Wissenschaft und Klatsch – was die letzte Kategorie betrifft, sind natürlich FAKT und BILD die Ausnahme, doch in diesen Fällen resultiert dies aus dem Boulevardcharakter beider Medien
- Informationen aus der Welt der Kultur und Medien tauchen in der polnischen und deutschen Tagespresse ähnlich häufig auf, überwiegen aber entschieden in TV-Medien und in dem Wochenmagazin POLITYKA.
- die Kategorie „Sport“ ist in alle deutschen und polnischen Pressemedien relativ gleichmäßig vertreten, mit Ausnahme des polnischen Fernsehens (sowohl des öffentlichen als auch des privaten), für das die Ergebnisse deutlich höher sind als bei deutschen Fernsehsendern (wobei die Sportnachrichten in drei polnischen und in nur zwei deutschen Sendern untersucht wurden). Man kann also die These aufstellen, dass eine solch deutliche Dominanz des Themas Sport im polnischen Fernsehen mit der Hervorhebung von Fakten und Ereignissen in Bezug auf die Organisation und die Schwierigkeiten, die reinen Sportcharakter haben, zusammenhängen (Nationalmannschaft, Auswahltrainer, der Polnische Fußballverband und seine Funktionäre, FIFA-Vorstand usw.) sowie Themen um den Sport herum (Infrastruktur, Stadien, Straßen, Sportanlagen), die mit den Vorbereitungen zur EURO 2012 zu tun haben. Dieses Thema weckt in Deutschland aus naheliegenden Gründen nicht so viel Interesse, in den News dominieren Berichte zu aktuellen Themen und der routinierte Umgang mit sportlichen Ereignissen.

II.2. Thematische Analyse medialer Inhalte (Fernsehen)

Die thematische Analyse stellte zweierlei Elemente heraus: Erstens die Definition bestimmter Themengruppen, die in den Informationssendungen des polnischen und

deutschen Fernsehens dominieren; zweitens die Zusammenstellung im Hinblick auf die Form und den zu vermittelnden Gegenstand.

Im ersten Fall wurden in dem untersuchten Zeitraum (zweite Februarhälfte) drei bereits erwähnte Ereignisse – die Krise der Eurozone, die EURO 2012 und die Präsidentschaftswahlen in Russland – in polnischen und deutschen Fernsehsendern unter unterschiedlichen Gesichtspunkten dargestellt. Was die Krise der Eurozone betrifft, ist das Material in deutschen Informationsprogrammen wesentlich abwechslungsreicher. In beiden Ländern kam das Thema „Griechenland“ vor: 1. Verhandlungen um die Hilfeleistungen für Griechenland, 2. Einfluss der Krise auf die Eurozone und auf Länder außerhalb der Eurozone sowie die daraus folgenden Konsequenzen (z. B. auf Deutschland und auf Polen) – Banken (Commerzbank), Firmen (Siemens) und die Steuerzahler, 3. Stereotype über Nationen (z. B. Griechenland) im Zusammenhang mit der Krise in der Eurozone, 4. Proteste in Griechenland im Zusammenhang mit der Krise, 5. Entscheidung über die Gewährung von Hilfeleistungen für Griechenland. Folgende Themen sind ausschließlich in den deutschen Fernsehmedien zu finden: die Rolle von Wolfgang Schäuble bei der Griechenlandkrise und die Angriffe auf seine Person (unter anderem durch den Präsidenten Griechenlands); die Abstimmung über das Rettungspaket für Griechenland im Bundestag; das bei der Rettung des Euro den Bundestag bestätigende Urteil des deutschen Verfassungsgerichtes; Argumente für und gegen Griechenlands Verbleib in der Euro-Zone; die Situation in Italien, Portugal, Spanien, Irland; die „Troika“ – Zusammenarbeit der Europäischen Zentralbank, des IWF und der EU bei der Bekämpfung der Krise; Senkung der Kreditwürdigkeit Griechenlands durch Ratingagenturen; Erlassen der Hälfte der griechischen Schulden durch private Gläubiger; die strukturellen Probleme Griechenlands (Korruption); die politische Szene Griechenlands sowie die Zukunft der EU im Kontext der Krise.

Die Präsenz all dieser Themen hängt einerseits mit der Schlüsselstellung Deutschlands in der Europäischen Union zusammen, andererseits mit dem gewaltigen finanziellen Engagement Deutschlands bei der Rettung der griechischen Finanzen. Kurz gesagt hat die deutsche öffentliche Meinung wegen ihres Lebensstandards und aufgrund der wirtschaftlichen Verfassung Deutschlands lebhaftes Interesse am Grad und am Umfang der deutschen materiellen Hilfe für Griechenland. Die Medien kommen einem solchen Interesse entgegen, indem sie Informationen über die vorgenommenen Aktivitäten liefern und sie in die Sphäre des öffentlichen Diskurses aufnehmen.

Zu einer Umkehrung dieser Situation kommt es im Falle von Nachrichten über die Fußballeuropameisterschaften. Deutsche Sendungen bringen Informationen über die Vorbereitungen der Mannschaften zur EM, über die beiden Organisationskomitees für Polen und für die Ukraine (anders als das bei der letzten EM der Fall war) und über die Erwartungen an die Mannschaft von Joachim Löw, den Titel des Europameisters zu gewinnen. Diese Themen sind auch in polnischen Fernsehsendern präsent, darüber hinaus werden Themen gebracht, die Polen als Mitorganisator betreffen. Dies sind vor allem Beiträge zum Thema Infrastruktur – ein gravierendes Thema kurz vor dem aus historischer Sicht wichtigsten Sportereignis in Polen: die Vorbereitung der Infrastruktur für die EM (Straßen, Bahnhöfe, Stadien) in Polen und der Ukraine, die Eröffnung des Nationalstadions (das abgesagte Spiel um den Supercup Polens), die Eröffnung im Zusammenhang mit dem Spiel Polen-Portugal sowie die Entlassung und Sondervergütung für den Geschäftsführer des Nationalzentrums für Sport.

In Bezug auf Ereignisse außerhalb Polens und Deutschlands, sprich die Präsidentschaftswahlen in Russland, ist in den Fernsehsendern beider Länder der gleiche Nachrichtentyp aufgetreten: der Wahlkampf und die Wahlvorbereitungen (Kandidaten, Komitees, Wahlwerbespots, Wahlbeobachter), Demonstrationen für und gegen Wladimir Putin als Kandidat auf das Amt des Präsidenten Russlands, Prognosen und Analysen der Wahlsituation, Putins Versprechen einer substanziellen Aufrüstung der russischen Armee im kommenden Jahrzehnt sowie die Information über einen angeblichen Anschlag auf Putin, die von der Mehrheit der Experten als Wahlkampfelement eingeschätzt wurde (letztere nur in deutschen Fernsehmedien).

Die bereits erwähnten Studien über den Aufbau, den Inhalt sowie das Journalistenhandwerk bei News, die 2008 von Maciej Mrozowski durchgeführt wurden, heben mehrere Elemente einer Nachricht hervor. Für die vorliegende Studie wurden einige Kategorien übernommen, die im Folgenden kurz besprochen werden sollen.

Hinsichtlich der Kategorie der Elemente, aus denen eine News besteht, scheinen die Materialien deutscher Fernsehsender verschiedenartiger und umfassender in ihrer Form zu sein, beispielsweise dominiert beim ZDF das Element der Beschreibung eines Ereignisses, bei RTL tauchen einzelne Elemente wie die Beschreibung eines Ereignisses, die Gründe, die Folgen und Erklärungen mit ähnlicher Häufigkeit auf, aber deutlich begrenzter sind hier – im Gegensatz zum ZDF – die Kommentare dazu. Bei den polnischen Fernsehsendern wird sowohl in den öffentlichen als auch privaten Sendern ähnlich viel Wert gelegt auf das Filmmaterial, auf die Beschreibung des Ereignisses, auf die Erläuterungen und

Kommentare, aber etwas anders sieht es bei der Analyse von Gründen und Folgen eines Ereignisses aus.

In beiden deutschen Sendern und im polnischen Sender TVN dominiert die einfache Form der einseitigen Übermittlung. Auf einem ähnlichen Niveau bewegt sich die Form der komplexen, zwei- und vielseitigen Übermittlung in allen Sendern mit einer Ausnahme: TVN. Während in den deutschen Medien die Form der ausgeglichenen Meinungen dominiert, ist es in den polnischen Medien umgekehrt. Eine ähnliche Umkehrung der Tendenzen ist anhand des Charakters der Erläuterungen zu sehen. In deutschen Sendern wird wesentlich mehr Wert gelegt auf die Motive und Ziele der Teilnehmer, in polnischen auf die Bedingungen und äußeren Umstände. Was die Bewertungskriterien in den Erläuterungen und Kommentaren betrifft, überwiegt in den deutschen Medien entschieden die neutrale Einstellung, in den polnischen Medien dominieren negative Bewertungskriterien, insbesondere in TVP1 und TVN. Das bedeutet, dass in beiden Ländern noch immer unterschiedlicher Journalismus betrieben wird: In Deutschland beruht das Modell, das einst Kapuściński als kontinentales Modell bezeichnet hat, auf der Abgrenzung des Kommentars von den Informationen über Fakten (das Modell von BBC), in Polen – das Modell des engagierten Journalismus, in dem der Journalist das Engagement für eine bestimmte Seite kreiert und solche Zuordnung in gewissem Sinne durch sein Verhalten, seine Meinung und die Bewertung des Ereignisses aufdrängt.

Aufschlussreich sind die Daten zu den Perspektiven der Kommentare. Sie konzentrieren sich in deutschen Sendern auf die internationale Situation und auf globale Probleme, in geringerem Maße auf den Staat und das gesellschaftliche System. In polnischen Sendern liegt der Schwerpunkt in den Kommentaren eindeutig auf Problemen und sozialen Phänomenen und sogenannten Angelegenheiten des kleinen Mannes, aber auch auf Angelegenheiten des Staates und des gesellschaftlichen Systems (sprich hauptsächlich politische Fragen).

Es haben sich hingegen die Ergebnisse aus Studien über die Platzierung und den Universalismus von Inhalten in deutschen Medien und über den Partikularismus in polnischen Medien bestätigt. Dazu gehören noch drei wichtige Punkte:

1. Zwar sind die Unterschiede – zumindest die oben beschriebenen – zwischen deutschen und polnischen Sendern sichtbar, doch die unterschiedlichen Herangehensweisen an die Form der Präsentation des Informationsmaterials in den öffentlichen und privaten Medien sind weder in Deutschland noch in Polen sichtbar. Dies zeugt von der Vereinheitlichung der Inhalte und der Übermittlungsformen unabhängig vom

Eigentumscharakter der Medien, der diese Medien in anderen Fragmenten des Medienmarktes platziert. Es gibt nur einen Markt, und alle Medien unterliegen den gleichen Prinzipien, sprich den Prinzipien der Kommerzialisierung und Dominanz der Massenkultur im gesellschaftlichen Leben. Dies ist auch eine Folge des standardisierten Formats der Informationssendungen im Fernsehen auf der ganzen Welt sowie des Verhaltens der Journalisten in diesen Sendungen.

2. In den polnischen Medien – ähnlich wie im gesamten polnischen öffentlichen (und auch politischen) Leben – sind die medialen Inhalte personalisiert und zwar in zwei Bereichen: Konzentration auf Personen statt auf Prozesse und Phänomene in breiter zum Beispiel europäischer oder internationaler Perspektive sowie inhaltliche Bezüge auf Angelegenheiten des kleinen Mannes. Das Modell der modernen Medien verlangt, den Bedürfnissen auf einem solchen kulturellen Niveau, auf dem sich der durchschnittliche Verbraucher befindet, zu befriedigen. Das Modell eingefärbter Medien hingegen verstärkt in hohem Grade diese Tendenzen, indem es sie zu dominierenden Tendenzen macht.

3. Wir haben es im Falle der deutschen und polnischen Fernsehmedien mit unterschiedlichen Herangehensweisen an die Darstellung von Wirklichkeit und an die Hierarchie von Ereignisklassen zu tun, die die Vorstellungen des Bürgers und Adressaten von Medien zum Thema der ihn umgebenden Welt konstruiert. Mit einem Wort geht es um die Methoden bei der Auswahl von Informationen und um die Grenzen, zwischen Auswahl und beginnender Manipulation, sprich die ewige Frage nach dem Unterschied zwischen Information und Propaganda. Das ist in hohem Maße eine Frage nach dem Zustand von Medien und Journalismus in beiden Ländern, aber auch nach der Objektivität, oder zumindest nach der Unparteilichkeit einer Botschaft, die einen entscheidenden Einfluss hat auf die Darstellung eines authentischen, nicht aber deformierten Abbildes der Welt.

III. Ja zur globalen Welt – Nein zum globalen Dorf

Die Bewirtschaftung des kommunikativen Raumes in Polen und in Deutschland ähnelt sich im Hinblick auf eine mediale Ordnung, aber auch im Hinblick auf die Natur der Medien, ähnlich wie das im übrigen Europa und auf der Welt der Fall ist. Dies entspricht der Logik der Globalisierungs- und Modernisierungsprozesse. Aber Kriterien, die dazu führen, dass sich eine mediale Botschaft abhebt, können die Art und Weise einer solchen Botschaft und der an den Adressaten gesendete Inhalt sein. Andererseits können Inhalte, die von

einer Gruppe als gemeinschaftlich rezipiert werden, den Rahmen einer authentischen Gemeinschaftlichkeit bilden, analog zu der Art Gemeinschaft, die sich im Zusammenhang mit sportlichen Ereignissen bildet.

Für diese Art der Gemeinschaftlichkeit in der europäischen Dimension setzt sich Habermas in dem angeführten Zitat ein, das an das Konzept des öffentlichen Raumes als Raum für Dialog und Kommunikation anschließt, der in der modernen Informationsepoche ein Abbild der Gemeinschaft ist. Über das Dilemma, das in den technologischen Voraussetzungen und der gesellschaftlichen Umsetzung steckt, schrieb Ryszard Kapuściński, indem er die Globalisierung vom Konzept des globalen Dorfes unterschied: „MacLuhan träumte davon, dass sich die Familie vor dem Fernseher zusammenfindet. Ähnlich wie das einst Dorfbewohner getan haben, wenn sie sich an einem Feuer versammelten. Aber die Welt ist in eine andere Richtung gegangen. Die moderne Welt schafft keine Gemeinschaften, die – wie in einem Dorf – auf gegenseitiger Bekanntschaft und beständigen Bindungen beruht. Die moderne Welt wird von einer Masse ausgefüllt, jeder rennt in seine Richtung, keiner spricht mit dem anderen, keiner interessiert sich für den anderen. Das ist eine globale Stadt, mit ihren Slums, mit Arbeitslosigkeit und Migration. Das globale Dorf hingegen ist eine der scheinheiligsten Ideen in Bezug auf die moderne Welt (R. Kapuściński, *Lapidarium VI*, Warschau 2007, S. 109-110).

Auf der Grundlage dieser wenigen Ergebnisse der Vergleichsstudie ist deutlich zu sehen, dass die Medien die Gesellschaft in diesem Sinne formen, dass sie die Bedürfnisse der Adressaten befriedigen, indem sie Form und Inhalt der Botschaft an seinen Geschmack anpassen. Das Problem besteht darin, dass aufgrund des Marktes und des Kommerzialisierungsprozesses sich jedes Medium auf seinem Target unendlich ausbreiten und den größtmöglichen Leser-, Zuschauer- und Hörerkreis erreichen will. Ein solcher Personenkreis wird nie zu einer Gemeinschaft, für die erklärte Werte das Zentrum bilden, sondern eine Subkultur innerhalb der Massenkultur, die sich über die Produkte der Massenkultur definiert. Der in Deutschland dominierende Universalismus des Inhaltes einer Botschaft ist – im Gegensatz zur polnischen Version des lokalen Charakters einer Botschaft – sowohl in dem einen als auch in dem anderen Fall entscheidend für die Definition von zwei Kategorien von Gemeinschaftlichkeit: Im ersten Fall ist es die dominierende Bestrebung von Adressaten Weltbürger und Bürger Europas sein zu wollen, im zweiten Fall das Bedürfnis nach gemeinschaftlichem Erleben eigener Schicksale und Geschehnisse, mit dem begrenzten kognitiven Bedürfnis, sich auf Angelegenheiten der europäischen und außereuropäischen Welt einzulassen.

	ZDF heute	RTL aktuell	TVP1 Wiadomości	TVN Fakty	POLSAT Wydarzenia
Summe der News	23	16	13	12	14
A. Konstruktionselement der News					
Filmmaterial	69,60%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Beschreibung des Ereignisses	100,00%	100,00%	92,30%	91,70%	85,70%
Gründe	60,90%	75,00%	69,20%	50,00%	50,00%
Folgen	73,90%	75,00%	46,20%	66,70%	57,10%
Erläuterungen	78,30%	100,00%	84,60%	83,30%	71,40%
Kommentare	47,80%	25,00%	92,30%	100,00%	78,60%
B. Beschreibung des Ereignisses					
einfache, einseitige Beschreibung	60,90%	68,80%	38,50%	83,30%	50,00%
komplexe, beid- bzw. vielseitige Beschreibung	34,80%	31,30%	30,80%	8,30%	35,70%
Verschiedene Sichtweise - ausgeglichen	30,40%	31,30%	15,40%	0,00%	7,10%
Verschiedene Sichtweise - unausgeglichen	4,30%	6,30%	46,20%	25,00%	35,70%
C. Erläuternde Person					
Teilnehmer des Ereignisses	43,50%	18,80%	53,80%	41,70%	42,90%
Vertreter einer Institution	26,10%	0,00%	46,20%	58,30%	64,30%
unabhängiger Experte	8,70%	0,00%	38,50%	8,30%	21,40%
Politiker, Vertreter einer staatlichen Behörde	34,80%	31,30%	30,80%	50,00%	50,00%
Reporter	65,20%	81,30%	100,00%	75,00%	78,60%
Beobachter	17,40%	0,00%	30,80%	8,30%	35,70%
D. Charakter der Erläuterungen					
Motive und Ziele der Teilnehmer	78,30%	87,50%	61,50%	66,70%	28,60%
Konfrontation unterschiedlicher Ziele und Gründe	30,40%	37,50%	53,80%	50,00%	50,00%
Expertenbeitrag	13,00%	6,30%	30,80%	8,30%	28,60%
Äußere Bedingungen und Umstände	52,20%	50,00%	84,60%	75,00%	71,40%
E. Kommentator					
Fehlendes Kommentar - die News wird nur über	43,50%	37,50%	7,70%	0,00%	28,60%
Reporter	47,80%	50,00%	92,30%	100,00%	71,40%
unabhängiger Experte	4,30%	0,00%	23,10%	8,30%	14,30%
Vertreter einer Institution	8,70%	6,30%	23,10%	25,00%	35,70%
Politiker, Vertreter einer staatlichen Behörde	8,70%	18,80%	30,80%	50,00%	50,00%
F. Perspektive des Kommentars					
Angelegenheiten des kleinen Mannes	8,70%	6,30%	76,90%	83,30%	78,60%
soziale Probleme und Phänomene	17,40%	0,00%	84,60%	91,70%	85,70%
Staat, gesellschaftliches System	69,60%	75,00%	84,60%	83,30%	71,40%
internationale Situation, Globalismus	82,60%	93,80%	30,80%	25,00%	50,00%
Satire, Reflexion	0,00%	0,00%	23,10%	0,00%	28,60%
G. In Erläuterungen und Kommentaren enthaltene Bewertungen					
Positive Bewertung	4,30%	6,30%	7,70%	16,70%	21,40%
Negative Bewertung	0,00%	0,00%	53,80%	50,00%	35,70%
Ambivalente Bewertung	4,30%	25,00%	15,40%	8,30%	14,30%
Neutrale Haltung	87,00%	75,00%	23,10%	25,00%	35,70%
Die Daten wurden prozentual von der Summe der News berechnet (S). S – die Anzahl der News, die Grundlage für die prozentuale Berechnung ist. Die angewendete Methodologie der Studie wurde von Maciej Mrozowski übernommen (vgl. Maciej Mrozowski, Telewizyjne programy informacyjne – polskie i zagraniczne analiza porównawcza [dt. Informationsprogramme im Fernsehen – eine vergleichende Analyse polnischer und internationaler Sender], „Studia Medioznawcze“ 3/2009)					