
Medienlogik im Wandel

Maria Karidi

Medienlogik im Wandel

Die deutsche Berichterstattung
1984 und 2014 im Vergleich

Maria Karidi
München, Deutschland

OnlinePlus Material zu diesem Buch finden Sie auf
<http://www.springer.com/978-3-658-15781-4>

ISBN 978-3-658-15780-7 ISBN 978-3-658-15781-4 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-15781-4

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

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2017

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

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.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Danksagung

Das vorliegende Buch ist eine überarbeitete Fassung meiner Dissertation, die ich im Oktober 2015 an der Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Ludwig-Maximilians-Universität München eingereicht habe. Bei der Fertigstellung habe ich wertvolle Unterstützung erfahren, die es hier zu würdigen gilt. Danken möchte ich an erster Stelle meinem Doktorvater Michael Meyen für die Unterstützung und für die Offenheit, mit der er mir begegnet ist, aber auch für das Vertrauen, das er mir und dem Gelingen dieses Projekts entgegengebracht hat. Dankbar bin ich darüber hinaus für die berufliche Förderung, die es mir ermöglichte, in dieser Zeit auch andere Projekte jenseits der Promotion zu verwirklichen. Mein Dank gilt ebenso Christoph Neuberger, der sich bereit erklärte, als Zweitgutachter meiner Arbeit zu fungieren. Ein Dankeschön geht ferner an Armin Nassehi, der mir nicht nur als Drittgutachter, sondern auch als Mentor im Rahmen eines fakultätsinternen Programms mit Rat und Tat zur Seite stand.

Dank gebührt außerdem dem Bayerischen Forschungsverbund ForChange, in dem ich seit August 2013 als wissenschaftliche Mitarbeiterin tätig bin. Ohne die Förderung des Bayerischen Staatsministeriums für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst wäre meine Dissertation sicherlich nicht in dieser Form zu realisieren gewesen. Zudem stellte die interdisziplinäre Arbeit in diesem Verbund eine große Bereicherung für mich dar. Der von den Mitgliedern entgegengebrachte Respekt für andere Fachkulturen und das Interesse an großen Fragestellungen ermöglichten es mir, über den (fachlichen) Tellerrand zu blicken, und sorgten stets für neue Impulse.

In den vergangenen drei Jahren von großer Bedeutung waren natürlich auch meine Kolleginnen und Kollegen am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München. Mein ganz besonderer Dank gilt hier Thomas Wiedemann. Darüber hinaus möchte ich mich bei Senta Pfaff-Rüdiger, Nina Steindl und Markus Thieroff für ihre bedingungslose Unterstützung bedanken. Erwähnt werden muss außerdem die hilfreiche Beratung des Statistischen Beratungslabors am Institut für Statistik der LMU München unter der Leitung von Helmut Küchenhoff.

Das letzte große Dankeschön geht schließlich an meine Familie und Freunde für ihr Verständnis, ihre Geduld und Liebe, aber auch für die Hilfe beim Formulieren der Arbeit – danke Evgenia.

Maria Karidi

München im Juli 2016

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IX
Tabellenverzeichnis	XI
1 Einleitung	1
2 Theoretische Perspektiven zur Medienlogik	11
2.1 Definitionen und Einflussfaktoren	14
2.1.1 Mikro-Ebene: Sozialkonstruktivismus und Cultural Studies	18
2.1.2 Meso-Ebene: Soziologischer Institutionalismus	20
2.1.3 Makro-Ebene: Differenzierungstheorie	27
2.2 Medienlogik als Akteur-Struktur-Dynamiken	32
2.2.1 Output I: Selektion	49
2.2.2 Output II: Präsentation	59
2.2.3 Output III: Interpretation	62
3 Anlage der Untersuchung	69
3.1 Hypothesen und Forschungsfragen	69
3.2 Untersuchungsdesign	76
3.2.1 Untersuchungsmaterial und Stichprobe	76
3.2.2 Methodischer Zugriff und Operationalisierung	82
3.2.3 Empirische Umsetzung der Inhaltsanalyse	90
4 Massenmediale Realitätskonstruktion im Wandel	101
4.1 Selektionskriterien im Wandel	103
4.1.1 Negativität, Prominente, Skandale und Co.	104
4.1.2 Konflikttypen	115
4.1.3 Spitzenakteure	119
4.1.4 Berichtsanlässe	121
4.1.5 Themenauswahl	128
4.2 Präsentationskriterien im Wandel	134
4.2.1 Umfang	135
4.2.2 Platzierung	142
4.2.3 Visualisierung	152
4.2.4 Publikumsorientierte Präsentationsformate	158
4.3 Interpretationskriterien im Wandel	162
4.3.1 Emotionen, Sprache und Folgeberichte	163
4.3.2 Narrativität, Meinungen und Interpretationen	170
4.3.3 Simplifizierung und Entschlichung	175
5 Diskussion	177

5.1	Mediale Sichtbarkeit: Erfolgsfaktoren der Gegenwart	180
5.2	Mediale Sichtbarkeit: Erfolgsfaktoren der Zukunft	192
5.3	Vom normativen zum kommerziellen Pol	195
5.4	Stärken und Grenzen der Studie	200
6	Fazit	205
	Literaturverzeichnis	209

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Medienlogik als Akteur-Struktur-Dynamiken	35
Abbildung 2:	Funktionale Differenzierung und soziale Strukturen	39
Abbildung 3:	Deduktiv abgeleitete Merkmale der Medienlogik	68
Abbildung 4:	Artikelbeispiel für ein Pseudo-Pseudo-Ereignis als Berichts Anlass	123
Abbildung 5:	Harte und weiche Themen im Zeitvergleich (Prozent)	132
Abbildung 6:	Gesamtseitenzahl der Ausgabe nach Zeitung und Jahr (Mittelwert)	136
Abbildung 7:	Anzahl der Artikel pro Ausgabe im Zeitungs- und Zeitvergleich (Mittelwert)	138
Abbildung 8:	Beitragslänge der <i>Tagesschau</i> nach Themen und Jahr (Mittelwerte)	141
Abbildung 9:	Anzahl der Artikel auf Titelseite im Zeitungs- und Zeitvergleich (Mittelwert)	142
Abbildung 10:	Anzahl der illustrierten Artikel nach Zeitung und Jahr (Prozent)	152
Abbildung 11:	Anzahl der Illustrationen pro Beitrag nach Zeitungen und Jahr (Mittelwert)	154
Abbildung 12:	Folgeberichte in harten Themen nach Medium und Jahr (Prozent)	169

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Definitionsraster	17
Tabelle 2:	Stichprobenkonzept der Studie	81
Tabelle 3:	Intercoderreliabilität der Codierung (3 Codierer, N= 40)	96
Tabelle 4:	Umfang der untersuchten Berichterstattung (N= 4446)	98
Tabelle 5:	Gebrauch von Selektionskriterien im Zeitvergleich (Prozent)	106
Tabelle 6:	Unterschiede im Gebrauch von Selektionskriterien im Medienvergleich (Prozent)	110
Tabelle 7:	Der Gebrauch von Selektionskriterien im Themen- und Zeitvergleich (Prozent)	113
Tabelle 8:	Unterschiede im Gebrauch von Selektionskriterien nach Thema 1984/89 (Prozent)	114
Tabelle 9:	Unterschiede im Gebrauch von Selektionskriterien nach Thema 2014 (Prozent)	114
Tabelle 10:	Konflikttypen im Zeitvergleich (Prozent)	116
Tabelle 11:	Konflikttypen im Medienvergleich (Prozent)	117
Tabelle 12:	Konflikttypen im Themenvergleich (Prozent)	118
Tabelle 13:	Akteurstypen von Hauptakteuren im Zeitvergleich (Prozent)	120
Tabelle 14:	Art der Berichtsanslässe im Zeitvergleich (Prozent)	122
Tabelle 15:	Art der Berichtsanslässe in <i>Tagesschau</i> -Beiträgen im Zeitvergleich (Prozent)	125
Tabelle 16:	Art der Berichtsanslässe im Medienvergleich (Prozent)	126
Tabelle 17:	Berichtsanslässe nach Themen im Zeitvergleich (Prozent)	127
Tabelle 18:	Themenselektion im Zeitvergleich (Prozent)	130
Tabelle 19:	Themenunterschiede im Medienvergleich (Prozent)	133
Tabelle 20:	Unterschiede in Artikellänge zwischen den Zeitungen über die Zeit (Prozent)	139
Tabelle 21:	Unterschiede in Artikellänge zwischen den Themen über die Zeit (Prozent)	139
Tabelle 22:	Unterschiede im Seitenumfang der Ressorts nach Zeitung und Jahr (Mittelwert)	145
Tabelle 23:	Platzierung der Artikel in der <i>Süddeutschen Zeitung</i> im Zeitvergleich (Prozent)	147
Tabelle 24:	Platzierung der Artikel im <i>Münchner Merkur</i> im Zeitvergleich (Prozent)	146

Tabelle 25:	Platzierung der Artikel in der <i>Bild</i> -Zeitung im Zeitvergleich (Prozent)	149
Tabelle 26:	Platzierung von Zeitungsartikeln nach Themen und über die Zeit (Prozent)	150
Tabelle 27:	Platzierung der <i>Tagesschau</i> -Beiträge nach Themen und Zeit (Prozent)	151
Tabelle 28:	Größe der Illustrationen nach Zeitungen und über die Zeit (Prozent)	155
Tabelle 29:	Gebrauch von Visualisierungsmitteln im Zeitvergleich (Prozent)	156
Tabelle 30:	Größe der Illustrationen im Themen- und Zeitvergleich (nur Zeitungen, Prozent)	158
Tabelle 31:	Unterschiede publikumsorientierter Formate im Zeitungsvergleich (Mittelwert)	160
Tabelle 32:	Autorenangaben nach Zeitung und Jahr (Prozent)	161
Tabelle 33:	Interpretationskriterien im Medienvergleich (Prozent)	166
Tabelle 34:	Interpretationskriterien nach Themen im Zeitvergleich (Prozent)	167
Tabelle 35:	Folgeberichte in Politik- und Wirtschaftsthemen im Medienvergleich (Prozent)	169
Tabelle 36:	Anzahl und Länge der Zitate im Zeitungsvergleich (Mittelwert)	173
Tabelle 37:	Anzahl und Länge der O-Töne in der <i>Tagesschau</i> (Mittelwert)	173
Tabelle 38:	Unterschiede im Gebrauch von Wrap ups (Prozent)	174
Tabelle 39:	Die Koppelung von Haupt- und Nebenthema 1984/89 und 2014 (Prozent)	176
Tabelle 40:	Rückbezug auf Hypothesen und Forschungsfragen	179
Tabelle 41:	Rollenverständnis und Handlungsrelevanz bei Journalisten	199