

Klaus Arnold/Christoph Classen
Susanne Kinnebrock/Edgar Lersch/Hans-Ulrich Wagner
(Hg.):

Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen?

Zum Verhältnis von Medien, Öffentlichkeiten
und Politik im 20. Jahrhundert



LEIPZIGER UNIVERSITÄTSVERLAG 2010

Boulevardisierung der politischen Berichterstattung? Konstanz und Wandel von Nachrichten- und Narrativitätsfaktoren in Tageszeitungen

1. Hinführung

Boulevardisierung ist – so könnte man meinen – die dunkle Seite des Medialisierungsprozesses. Beklagt wird ein Qualitätsverlust der aktuellen Berichterstattung, konkret eine verstärkte Orientierung an Sensationen, Alltäglichkeiten und Prominenten sowie die *intensivierte Berichterstattung über Skandale*; eine *Entpolitisierung der Medien*, ja sogar der Verfall des reflektierten politischen Diskurses wird konstatiert, weil Medienlogiken, schlimmer noch: Boulevardlogiken überhand nähmen und nicht nur die Darstellung, sondern zunehmend auch die Herstellung von Politik beeinträchtigten.¹

Unter dem Stichwort „Boulevardisierung“ sind inzwischen einige Forschungsarbeiten veröffentlicht worden, die Veränderungen der politischen Berichterstattung untersuchen (vgl. Krüger 1996; vgl. Donsbach/Büttner 2005; vgl. Hoffmann 2001). Dabei steht in Deutschland das Medium Fernsehen im Mittelpunkt der empirischen Studien – insbesondere seit Einführung des privaten Rundfunks in den 1980er Jahren. Die wenigen Analysen, die sich der Presse widmen, nehmen in der Regel die „Qualitätspresse“ ins Visier (vgl. z.B. Kepplinger 1998). Denn bei großen überregionalen Zeitungen, Wochenzeitungen und Nachrichtenmagazinen wird – ähnlich wie beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk – eine Orientierung am Boulevard und damit letztlich ein Qualitätsverfall am ehesten vermutet.

Allerdings können auch ausgesprochene Boulevardmedien ihr Boulevardprofil noch stärker akzentuieren. Deshalb soll hier eine Analyse vorgestellt werden, die zunächst den grundsätzlich weniger erforschten Zeitungsbereich untersucht und dabei die beiden aktuellen Marktführer im Segment der Boulevard- und Qualitätszeitungen („Bild“-Zeitung und „Süddeutsche Zeitung“) hinsichtlich des Boulevardisierungsgrades politischer Berichterstattung vergleichend analysiert.

¹ Vgl. exemplarisch für den populären, massenmedialen Diskurs: Jansen 2005; für den akademischen: Meyer 2001.

Weiterhin wird zur Analyse des Boulevardisierungsprozesses ein neues Konzept herangezogen, mit dessen Hilfe er sich in einem weiteren Rahmen untersuchen und präzisieren lässt. Denn bei genauerer Betrachtung überschneiden sich zahlreiche Indikatoren, die zur Bestimmung des Boulevardisierungsprozesses herangezogen werden, mit Strukturelementen archetypischer Erzählungen. Als Beispiele seien hier nur erwähnt die Dramatisierung des politischen Geschehens oder die Reduzierung von gesellschaftlichen Problemlagen auf einen Konflikt zwischen zwei Personen, einem Protagonisten und einem Antagonisten. Deshalb wollen wir Boulevardisierung aus dem Blickwinkel der Erzählforschung betrachten, genauer aus der Perspektive der „neoklassischen Narratologie“ (Schönert 2004) in der Tradition von Gerald Prince (vgl. Prince 1982; vgl. Prince 1999).

Diese Richtung innerhalb der Erzählforschung beschäftigt sich, kurz gesagt, damit, was eine Geschichte zu einer guten Geschichte macht – egal, ob die Erzählung fiktional ist oder einen realen Hintergrund hat, ob sie als Film oder Text präsentiert wird. Es geht um die Frage, mit welchen Stilmitteln innerhalb eines Textes oder eines Films eine möglichst hohe Narrativität geschaffen werden kann, die wiederum ein eindrückliches Rezeptionserleben erleichtert (vgl. resümierend Bilanzic/Kinnebrock 2006). Die narratologischen Überlegungen, welche Elemente oder Elementkombinationen nötig sind, um eine hochgradig narrative und eindrückliche Geschichte zu konzipieren, lassen sich durchaus in Bezug zum Journalismus generell und zur politischen Berichterstattung im Speziellen setzen. Schon die Alltagssprache im Journalismus („das ist eine Story“ oder „das ist keine Story“) verweist auf die Bedeutung von Geschichten beim Auswählen von berichtenswerten Ereignissen und der Transformation von Zeitgeschehen in (politische) Berichterstattung. Unsere These ist nun, dass Narrativität ein wichtiges, aber im Vergleich etwa zum Nachrichtenwert bislang vernachlässigtes Muster bei der Konstruktion von Medienwirklichkeit darstellt. Es gilt zu überlegen, ob der Boulevardisierungsprozess als eine Veränderung des Verhältnisses zweier Konstruktionsmuster zu fassen ist, z.B. als ein Bedeutungsverlust des Nachrichtenwerts zugunsten einer narrativen Gestaltung.

2. Boulevardisierung

Bei der Boulevardisierung und ihrem englischsprachigen Pendant, der „Tabloidization“, handelt es sich um ein schwammiges (vgl. Dulinski 2003: 236) bzw. diffuses Konzept (vgl. Esser 1999: 291). Versucht man mit Blick auf empirische Analysen die Bereiche zu identifizieren, in denen Boulevardisierungsprozesse dingfest und messbar gemacht werden, so beziehen sich empirische Studien in der Regel auf drei Bereiche: Aufmachung, Sprache und Inhalte von politischer Berichterstattung (vgl. resümierend Pürer 2003: 154-160).

Boulevardisierung hinsichtlich der Aufmachung zeigt sich im Printbereich vor allem durch den vermehrten und großflächigeren Einsatz von (farbigen) Bildern sowie durch größere Schlagzeilen und geringere Textumfänge. Bezogen auf das Fernsehen gelten ebenfalls kürzere Beitragslängen, darüber hinaus schnellere Schnitte und eine Akzentuierung dynamisierender Elemente als wichtige Boulevardisierungsindikatoren (vgl. Donsbach/Büttner 2005; vgl. Brosius 2001; vgl. Zubayr/Fahr 1999 u.v.a.m.).

Mit Bezug auf die Sprache werden der vermehrte Einsatz von Alltagssprache und Simplifizierungen sowie die Verwendung von reizstarkem Vokabular, kurzen Sätzen und Appellen als auffällige Merkmale des Boulevardisierungsprozesses untersucht (vgl. z.B. Neissl 2001).

Hinsichtlich der Inhalte, die sich im Zuge der Boulevardisierung verändern, wurde die Verschiebung von Themenanteilen analysiert. Bezugspunkte sind hier entweder einzelne Sendungen oder auch das Gesamtprogramm bzw. der Politikteil oder das gesamte redaktionelle Angebot einer Zeitung. Wird nun weniger über Politik und Wirtschaft, dafür mehr über ‚Sex and Crime‘, Sport, Klatsch, Sensationen, Katastrophen und Alltagsthemen berichtet, dann wird dies als Boulevardisierung interpretiert. Folgt man Dulinskis (2003: 233-39) Überblicksdarstellung, so kann die Verschiebung von Themenanteilen als der geläufigste Indikator für Boulevardisierungsprozesse angesehen werden.

Weiterhin können sich nicht nur Themenanteile verändern, sondern auch die Inhalte innerhalb von Beiträgen durch die Akzentuierung bestimmter Nachrichtenaspkte. Die Berichterstattung kann sich beispielsweise auf kurzfristige Ereignisaspekte konzentrieren und die dahinter liegenden langfristigen Prozesse vernachlässigen oder sie kann bevorzugt solche Begebenheiten auswählen, in die das eigene Land bzw. Landsleute involviert sind (Ethnozentrismus), die konflikträchtig sind und sich personalisieren lassen. Einher mit einer verstärkten Personalisierung geht zumeist die geringere Berücksichtigung von Institutionen und deren Handeln. All diese inhaltlichen Verschiebungen innerhalb von Beiträgen können ebenfalls als Indikatoren für Boulevardisierungsprozesse aufgefasst werden.

Schließlich kann die Boulevardisierung auch durch den vermehrten Einsatz boulevardesker diskursiver Strategien erfolgen. Beispiel für eine solche Strategie ist die gezielte Ab- und Ausgrenzung anderer und damit verbunden der Versuch, ein Wir-Gefühl herzustellen (vgl. weiterführend Dulinski 2003; vgl. Klein 2000; vgl. Renger 1998; vgl. Bruck/Stocker 1996; vgl. Link 1986).

Herausgestellt sei hier nochmals, dass Boulevardisierung ein Transformationsprozess ist, der nur mit einer Langzeitperspektive untersucht werden kann (vgl. Esser 1999; vgl. Donsbach/Büttner 2005 u.v.a.m.). Empirische Studien sollten daher mindestens zwei Messzeitpunkte miteinbeziehen.

3. Messung von Boulevardisierung anhand von Nachrichten- und Narrativitätsfaktoren

Um den Boulevardisierungsprozess empirisch greifbar zu machen, wurden in der Kommunikationswissenschaft insbesondere standardisierte Inhaltsanalysen eingesetzt, die Veränderungen in der Aufmachung (Gestaltungskonventionen, z.B. Visualisierungsgrad), Themenschwerpunkte und – unterhalb der Themenebene – die konkreten Inhalte erfassen können.

Um inhaltliche Veränderungen innerhalb von Beiträgen zu erheben, steht mit den Nachrichtenfaktoren der Kommunikationswissenschaft ein etabliertes Instrumentarium zur Verfügung (vgl. exemplarisch Schulz 1976; vgl. Eilders 1997). Es wurde ja schon darauf verwiesen, dass unter Boulevardisierung u.a. die inhaltlichen Veränderungen hin zur vermehrten Präsentation von kurzfristigen Ereignissen und ethnozentrischen Perspektiven, aber auch die Akzentuierung von Konflikten, Personenhandeln und Prominenz zu fassen sind. Daher können Methoden und Instrumente, die für Nachrichtenfaktoren entwickelt wurden, hier zum Einsatz kommen.

Die Nachrichtenwerttheorie und ihre Bausteine, die Nachrichtenfaktoren, weisen aber erstaunliche Leerstellen auf. Während die Eckdaten des Geschehens (letztlich die W-Fragen des Journalismus: Wer? Wo? Was?) mit Hilfe der Nachrichtenfaktoren in einem Text recht differenziert erfasst werden können (z.B. als Status der involvierten Personen, Spezifika der Ereignisregion und Valenz des Ereignisses), bleiben die Textstrukturen und die verwendeten sprachlichen Stilmittel weitgehend unberücksichtigt. Geht es nun darum, nicht nur Inhalt sondern auch Struktur und Sprachstil von Texten zu erfassen, dann bietet sich eine Anreicherung mit Konzepten der literatur- und sprachwissenschaftlichen Erzählforschung an.

Mit Rekurs auf Chatmans (1978) Differenzierung von Textsorten verwirft Prince (1999; 1982) die Vorstellung, dass ein Text entweder eine Erzählung darstellt oder nicht. Vielmehr geht er davon aus, dass jeder Text (auch eine Beschreibung oder eine Argu-

mentation) Erzählelemente enthält, diese jedoch unterschiedlich stark ausgeprägt sind. Enthält nun ein Text viele Erzählelemente und sind diese darüber hinaus noch stark akzentuiert, dann haben wir es mit einem Text zu tun, der sich durch hohe Narrativität auszeichnet.

Das Konzept der graduellen Narrativität erinnert stark an den graduellen Nachrichtenwert, der sich ja auch aus der Summe und Ausprägung von Nachrichtenfaktoren ergibt. Allerdings geht die neoklassische Narratologie insofern über die Nachrichtenwerttheorie hinaus, als sie erstens zahlreiche Faktoren formuliert hat, die auf der Ebene des Inhalts das tatsächliche Handeln von Personen sehr viel differenzierter erfasst, zweitens die Strukturen von Texten berücksichtigt (vor allem den dramaturgischen Aufbau von Texten, deren Kohärenz, aber auch das Lenken von Affekten durch die Affektstruktur bzw. die Protagonist-Antagonist-Struktur) und drittens zahlreiche sprachliche Stilmittel benennt, die einen Text narrativer machen wie z.B. das Verwenden direkter Zitate oder emotionsgenerierender Ausdrücke oder Adjektive. In Analogie zu Nachrichtenfaktoren bezeichnen wir diejenigen Elemente, die einen Text narrativer machen, als Narrativitätsfaktoren. Bilanzic und Kinnebrock (2006) haben mit Rekurs auf Prince (1982; 1999), Coste (1989) und Ryan (1991; 1992) 18 Faktoren extrahiert, deren Einsatz das Potenzial eines Textes, als ‚gute Geschichte‘ wahrgenommen zu werden, bestimmen (siehe Tabelle 1).

Demnach wird ein Text unter anderem dadurch zu einer packenden Geschichte, dass der Ort, an dem die Geschichte spielt, ganz spezifisch beschrieben ist, dass es um einzigartige und nachhaltige Ereignisse geht und es zu Konflikten kommt. Weiterhin zeichnet die Konzentration auf menschliche Handlungen hochgradig narrative Texte aus.² Damit ist nicht nur gemeint, dass Menschen generell als handelnde Figuren in das Geschehen involviert sind, sondern im Idealfall auch Interaktionen zwischen Menschen herausgearbeitet werden und aufgrund von Handlungsoptionen eine Vielzahl von Handlungsabläufen möglich wird. Und hier zeigen sich die ersten Stärken des Narrativitätskonzepts: Während die üblichen Operationalisierungen des Nachrichtenfaktors „Personalisierung“ nicht differenzieren, ob nur eine Person agiert oder es zu Interaktionen zwischen zwei Personen kommt, unterscheidet die neoklassische Narratologie klar zwischen reiner Handlungsorientierung („Transactiveness“) einerseits und Interaktions-Orientierung („Transitivity“) andererseits (vgl. Coste 1989).

2 Da sich das Narrativitätskonzept auch auf Texte mit fiktionalem Hintergrund bezieht, in denen nicht nur Menschen, sondern auch anders geartete Figuren (z.B. Tiere, Außerirdische etc.) zu Handlungsträgern werden, ist in der narratologischen Literatur primär von Figuren oder Charakteren die Rede. Im Kontext politischer Berichterstattung sind hingegen in der Regel Menschen Handlungsträger, weshalb im Folgenden Figuren mit Menschen gleichgesetzt werden.

Für Texte mit hoher Narrativität ist zudem charakteristisch, dass sich die in ihnen vorkommenden Menschen wandeln und, wenn sie miteinander in Beziehung stehen, sich auch diese Beziehung verändert. Spätestens an dieser Stelle finden sich auf Seiten der Nachrichtenfaktoren die ersten Leerstellen: Figuren- und Beziehungswandel werden nicht erfasst.

Auch was die Textstrukturen und Stilmittel anbelangt, hat die Erzählforschung zahlreiche Elemente identifiziert, die einen Text narrativer machen, z.B. eine klare dramaturgische Struktur (wozu gegen Ende der Geschichte auch ein evaluatives Moment gehört, eine „Moral von der Geschichte“), eine Protagonist-Antagonist-Struktur, die Modulierung von Affekten durch eine entsprechende Affektstruktur (z.B. Spannungsstruktur), aber auch sprachliche Stilmittel, die einen Text packender machen wie z.B. der Einsatz von Zitaten oder emotionalisierenden Sprachwendungen.

Betrachtet man die klassischen Nachrichtenfaktoren-Kataloge, so fällt auf, dass sie Struktur und Stil kaum erfassen. Auffällig ist aber, dass zahlreiche Aktualisierungen bzw. Ergänzungen des Schulzschens Nachrichtenfaktorenkatalogs (z.B. durch Ruhrmann u.a. 2003; vgl. Eilders 1997; vgl. Emmerich 1984) gerade im Bereich Struktur und Stilmittel ansetzen. Vor allem die Emotionalisierung hat sich als neuer Nachrichtenfaktor etabliert.

Wir gehen nun davon aus, dass die traditionellen Nachrichtenfaktoren sich zwar dazu eignen, die Rahmendaten eines Geschehens sehr spezifisch zu erfassen. Die Entwicklung der „neuen“ Nachrichtenfaktoren wie Sensation, Sex, Dramatik, Emotion deutet aber daraufhin, dass der bisherige Katalog zentrale Aspekte von Nachrichtentexten nicht erfasst hat – Aspekte, die gerade auch in der Debatte um die Boulevardisierung der politischen Berichterstattung von großer Relevanz sind. Und da diese vernachlässigten Aspekte über Narrativitätsfaktoren sehr gut erfasst werden, lässt sich die Boulevardisierung als ein Transformationsprozess beschreiben, in dem Nachrichtenfaktoren zunehmend von Narrativitätsfaktoren ergänzt oder gar ersetzt werden. Dies zu prüfen ist das Ziel der vorliegenden Studie.

Tabelle 1:
Gegenüberstellung von Narrativitätsfaktoren und klassischen Nachrichtenfaktoren

	Narrativitätsfaktoren (Bilandzić/Kinnebrock 2006)	Traditionelle Nachrichtenfaktoren (Schulz 1976)
Handlung	Spezifität	Räumliche Nähe (Inland/Ausland) Politische und kulturelle Nähe (Ausland) Regionale Zentralität (Inland) Nationale Zentralität (Ausland) Ethnozentrismus
	Faktualität	~Faktizität
	Nachhaltige Ereignisse bzw. nachhaltige Handlungen	Relevanz Schaden Erfolg
	Konflikthaltigkeit	Konflikt
	Vielzahl möglicher Handlungsverläufe	~ Überraschung Persönlicher Einfluss Prominenz
	Handlungsakzentuierung (transactiveness)	Personalisierung
	Transitivität (Interaktionen)	
	Figurenwandel	
	Beziehungswandel	
	Einzigartigkeit	<i>Sensation</i> (Emmerich 1984) <i>Sexuelle Bezüge</i> (Eilders 1997; Ruhmann u.a. 2003)
Struktur	Kohärente Welt/tiefe Kausalität	~Thematisierung (aber textexterner Bezug)
	Autonomes Ganzes/klare dramaturgische Struktur	Dauer (~Resolution)
	Abstract (Was-Frage)	
	Orientation (Setting: Wo-, Wann-, Wer-Frage)	
	Complicating Action (Klimax)	
	Evaluation	
	Resolution	
	Coda	
	Erzählschemata/Genrenähe	Struktur
	Protagonist-Antagonist-Struktur	
Stilmittel	Affektstruktur	~ <i>Dramatik</i> (Emmerich 1984)

Unmittelbarkeit (Modus)	
Zeitverhältnisse	
Direkte Rede	
Indirekte Rede	
Emotionalisierung	<i>Emotion</i> (bei Eilders 1997; Ruhrmann u.a. 2003)
Kunsthfertigkeit	

Anmerkung. Die Narrativitätsfaktoren sind danach geordnet, ob sie der Handlung, der Struktur oder den Stilmitteln zuzuordnen sind. Faktoren, die von späteren Studien ergänzt wurden, sind kursiv gekennzeichnet.

4. Studie

4.1 Untersuchungsanlage

Die Studie ist explorativ angelegt, zumal Narrativität in standardisierten Inhaltsanalysen bislang kaum detailliert untersucht wurde. Zwar haben Donsbach/Büttner (in ihrer Untersuchung deutscher Fernsehnews von 1983 bis 1998, 2005) und Hoffmann (in ihrer Analyse der „Sächsischen Zeitung“ von 1991 bis 1999, 2001) die narrative Struktur bzw. erzählende Sprache als Teil des Boulevardisierungsprozesses identifiziert, ihrer Erfassung allerdings nur eine einzige Kategorie gewidmet.

Als Untersuchungszeitraum haben wir eine künstliche Woche gebildet: aus dem August und der ersten Septemberhälfte der Jahre 1965 und 2005. Das Heranziehen von künstlichen Wochen mag zunächst ahistorisch wirken, da der Einfluss des jeweiligen historischen Kontextes, also der Einfluss des sich täglich wandelnden Ereignishintergrundes dadurch minimiert wird. Diese Herangehensweise erschien jedoch angemessen, weil unsere Studie darauf zielte, Strukturen der politischen Berichterstattung an sich und ihren Wandel zu erfassen, aber keine Aufarbeitung historischer Einzelereignisse vor diversen historisch relevanten Kontexten anstrebte. Grundsätzlich ist aber anzumerken, dass im Jahr 1965 die „Bild“-Zeitung bereits vermehrt politische Themen aufgriff, was vor allem auf ihre Politisierung im Zuge des Mauerbaus zurückzuführen ist (vgl. Brumm 1981). Weiterhin standen 1965 und 2005 im September Bundestagswahlen an, was den Anteil von Beiträgen mit dezidiert politischen Themen erhöht haben dürfte.

Kodiert wurden Artikel auf den Titelseiten und im Politikteil von „Süddeutscher Zeitung“ und „Bild“-Zeitung nach systematischer Zufallsauswahl. Dabei ist es aufgrund des inhaltlich und layouttechnisch sehr abwechslungsreichen Boulevardformats nicht unproblematisch, in der „Bild“-Zeitung die Grenzen des Politikteils zu identifizieren. Deshalb haben wir politische Berichterstattung primär entlang der Beitrags-

themen definiert. Unter Politikberichterstattung im engeren Sinn sind somit nicht alle Beiträge auf Titelseite und im Politikteil zu verstehen, sondern nur solche Artikel, die sich mit dem Agieren, den Handlungskontexten und den Entscheidungen von politischen Institutionen und politischen Mandatsträgern (in ihrer Funktion als Mandats-träger) befassen (in Anlehnung an Marcinkowski u.a. 2001: 71f.). Wir haben also zusätzlich ein eher enges, eher etatistisches Verständnis von Politik zugrunde gelegt.

Unsere Stichprobe umfasst insgesamt 192 Artikel – jeweils 96 aus „Bild“-Zeitung und „Süddeutscher Zeitung“. Als politische Berichterstattung im engeren Sinne konnten insgesamt 36 „Bild“-Artikel und 56 „Süddeutsche“-Artikel identifiziert werden. Die Reliabilität betrug über alle Kategorien hinweg 0,71. Analyseeinheit war stets der ganze Beitrag.

4.2 Untersuchungsergebnisse

Markante Untersuchungsergebnisse werden zunächst entlang der Boulevardisierungsbereiche sowie der Hypothesen vorgestellt werden, die die Boulevardisierungsforschung vorgibt (siehe resümierend Tabelle 2).³

Aufmachung

Dass mehr Farbe in der politischen Berichterstattung eingesetzt wird, überrascht vor dem Hintergrund der Layoutentwicklung der letzten 40 Jahre nicht. Auffallend ist aber, dass der Bildanteil in der „Bild“-Zeitung gleich geblieben ist und nur in der „Süddeutschen Zeitung“ deutlich zugenommen hat. Herauszustellen ist, dass die Behauptung, Beiträge innerhalb der politischen Berichterstattung würden immer kürzer werden, weder für die „Bild“-Zeitung noch die „Süddeutsche“ haltbar ist. Ganz im Gegenteil – Beiträge zu dezidiert politischen Themenfeldern (das heißt politische Berichterstattung im engen Sinne) nehmen sogar stärker an Umfang zu als solche Beiträge, die sich zwar im Politikteil befinden, aber nicht dezidiert politischen Themen zuzuordnen sind. Dieses Ergebnis spricht nicht für eine Boulevardisierung, korrespondiert aber partiell mit Ergebnissen anderer empirischer Untersuchungen zum Printbereich. So konnte z.B. Kepplinger (1998: 47) in seiner Untersuchung zur Deutschlandberichterstattung in Qualitätszeitungen eine Vergrößerung des Beitragsumfangs zumindest im Zeitraum von den 1950er bis in die 1980er Jahre hinein feststellen und auch Hoffmann (2000: 75) wies für die Sächsische Zeitung im Zeitraum zwischen 1991 und 1999 eine Zunahme der Beitragslänge nach.

3 Die Daten sind hier nur verbal als Ergebnisse dokumentiert, eine Auswertung im Detail ist bei den Autorinnen verfügbar.

Themen

Auf der Ebene der Themen konnten gleichfalls keine Boulevardisierungstendenz festgestellt werden. Eine Reduzierung der Anzahl von Beiträgen mit dezidiert politischen, aber auch wirtschaftlichen Themen ließ sich nicht ausmachen. Für die „Bild“-Zeitung gilt sogar, dass sie ihren Anteil an so genannten „Hard News“ (Politik und Wirtschaft) auf Kosten des Anteils von „Soft News“ signifikant erhöht hat.

Inhalte

Auch was die Inhalte der Berichterstattung anbelangt, die mithilfe von Nachrichtenfaktoren gemessen wurden, zeigt sich kein klarer Boulevardisierungstrend. Recht konstant sind in den Beiträgen beider Zeitungen die Nachrichtenfaktoren Relevanz, Prominenz, persönlicher Einfluss und Konflikthaltigkeit ausgeprägt. Dies steht partiell im Gegensatz zu den Ergebnissen, die Marcinkowski u.a. (2001: 97, 105) und Donsbach/Büttner (2005: 29) für die Politikberichterstattung im Fernsehen seit 1977 bzw. 1983 herausgefunden haben. Dort konnte zumindest die Zunahme von Bezügen zu Prominenten und mehr Konflikthaltigkeit nachgewiesen werden. Entgegen der Annahme einer zunehmenden Boulevardisierung der Berichterstattung verringerte sich die Berichterstattung über überraschende und kurzfristig abgeschlossene Ereignisse (Nachrichtenfaktor Dauer). Die Zunahme von Beiträgen über langfristige Prozesse bestätigt auch der Blick auf die dramaturgische Struktur der Beiträge, den die Erzählforschung nahe legt. Die Resolution, also die Auflösung eines Handlungsknotens, wird heute weniger ausgeprägt dargestellt als noch im Jahr 1965. Und dieser Trend – mehr Langzeitprozesse ohne klaren Ereignisabschluss – verschärft sich sogar, wenn man nur diejenigen Artikel berücksichtigt, die der politischen Berichterstattung im engeren Sinne zuzuordnen sind.

Einem Boulevardisierungstrend widerspricht zumindest bei der „Süddeutschen Zeitung“ der Befund, dass mehr über Geschehen in kulturell und räumlich fernen Regionen berichtet wird. Die Globalisierung und die vermehrte Einbindung Deutschlands in komplexe internationale Regelungszusammenhänge (EU etc.) scheinen zumindest an der „Süddeutschen Zeitung“ nicht vorbeigegangen zu sein; sie werden auch nicht mit einem zunehmenden Ethnozentrismus kompensiert wie ansatzweise, aber nicht ganz signifikant bei der „Bild“-Zeitung.

Es gibt weitere Bereiche, in denen sich die beiden Zeitungen konträr entwickeln: Auf den ersten Blick scheinen „Bild“-Zeitung und „Süddeutsche“ gleichbleibend Schaden in ihren Beiträgen zu berücksichtigen. Dahinter verbergen sich aber zwei gegensätzliche Trends. Heute berichtet „Bild“ in ihren politischen Teilen signifikant weniger über Ereignisse, die mit Schaden verbunden sind, als noch vor 40 Jahren. Die „Süddeutsche Zeitung“ wiederum scheint hier eine gegenteilige Entwicklung zu durchlaufen. Sie setzt inzwischen mehr auf Schaden (diese Entwicklung ist nur

marginal signifikant). Damit zeigt sich bei der „Süddeutschen“ ein Trend, den Marcinkowski u.a. (2001: 105) bereits für die politische TV-Berichterstattung nachweisen konnten.

Konträre Entwicklungen zwischen „Bild“-Zeitung und „Süddeutscher Zeitung“ sind auch in Hinblick auf Personalisierungstendenzen feststellbar. Die Personalisierung nahm in der politischen Berichterstattung der „Süddeutschen Zeitung“ leicht zu, allerdings verbleibt dieser Anstieg knapp unter der Signifikanzgrenze. In der „Bild“-Zeitung hingegen hat eine personalisierte Darstellung signifikant abgenommen. Dieser Befund steht partiell im Widerspruch zu der Entwicklung von TV-Nachrichtensendungen (dort konnte ein vermehrter Einsatz von Personalisierungen festgestellt werden; vgl. Bruns/Marcinkowski 1997: 141; vgl. Donsbach/Büttner 2005: 29). Der Rückgang der Personalisierung wird in unserer Untersuchung jedoch bestätigt, wenn wir das Akteurshandeln anhand von Narrativitätsfaktoren analysieren. In der „Bild“-Zeitung finden sich inzwischen weniger handelnde Akteure (Transactiveness), Akteure interagieren zudem weniger (Transitivität) und auch die Protagonist-Antagonist-Struktur ist weniger stark ausgeprägt. Das Handeln von Menschen wird demnach heutzutage weniger stark in der „Bild“-Zeitung akzentuiert als noch vor 40 Jahren. Und dies läuft einem Boulevardisierungstrend klar entgegen.

Hingegen mehren sich die Zeichen, dass die „Süddeutsche Zeitung“ in manchen Bereichen einem leichten Boulevardisierungstrend unterliegt, wenn man ihre Entwicklung entlang der stilistischen Narrativitätsfaktoren genauer betrachtet. Als Boulevardisierung lässt sich nämlich der vermehrte Einsatz direkter Zitate deuten. Die „Süddeutsche Zeitung“ operierte 2005 deutlich mehr mit direkten Zitaten als noch 1965. Bei der „Bild“-Zeitung ist genau der gegenteilige Trend signifikant. Das Stilmittel Emotionalisierung hingegen ist klar Domäne der „Bild“-Zeitung. Allerdings ist weder in „Bild“-Zeitung noch in der „Süddeutschen“ ein tatsächlich signifikanter Zuwachs zu konstatieren.

Tabelle 2: Entwicklung der politischen Berichterstattung von „Süddeutscher Zeitung“ und „Bild“-Zeitung entlang von Boulevardisierungsindikatoren

Bereich	Hypothese	Entwicklung im Sinne der Boulevardisierungshypothese		
		SZ	BILD	gesamt
Aufmachung	mehr Farbe	↑	↑	↑
	mehr Bilder	↑	→	→
	kürzere Textlängen	↓	↓	↓
Themenverteilung	mehr Soft News, weniger Hard News	→	↓	→
Inhalte/ Nachrichtenfaktoren	weniger Relevanz	→	→	→
	mehr Prominenz	→	→	→
	mehr persönlicher Einfluss	→	→	→
	mehr Konflikthaltigkeit	→	→	→
	mehr Spekulationen	→	→	→
	mehr sexuelle Bezüge	→	→	→
	mehr Überraschung	↓	↓	↓
	geringere Ereignisdauer	↓	↓	↓
	mehr räumliche Nähe	↓	→	↓
	mehr kulturelle Nähe	↓	→	↓
	mehr Ethnozentrismus	→	→	→
	mehr Schaden	→	↓	→
	mehr Erfolg	→	↓	→
Inhalte/ Narrativitätsfaktoren	mehr Personalisierung	→	↓	↓
	mehr Akteurshandeln	→	↓	→
	mehr Interaktionen	→	↓	→
	mehr Figurenwandel	→	→	→
	mehr Beziehungswandel	→	→	→
Textstrukturen	mehr Einzigartigkeit	↑	→	↑
	mehr Kohärenz	↑	→	↓
	klarere Protagonist-Antagonist-Struktur	→	↓	→
	ausgeprägte Affektstrukturen	→	→	→
	ausgeprägte narrative Struktur	→	→	→
	deutlichere „Abstracts“	→	→	→
	deutlichere „Orientation“	→	→	→
	deutlichere „Complication“	↓	→	→
deutlichere Evaluationen	→	→	↑	
deutlichere „Resolution“	↓	↓	↓	

		SZ	BILD	gesamt
Stilmittel	mehr Unmittelbarkeit/direkte Rede	↑	↓	→
	mehr Unmittelbarkeit/indirekte Rede	→	→	→
	mehr Emotionalisierung	→	→	→

Anmerkung. Die Pfeile markieren Entwicklungen im Sinne der Boulevardisierung. Nach oben gerichtete Pfeile signalisieren signifikante Entwicklungen in Richtung Boulevardisierung, nach unten gerichtete signifikante Entwicklungen entgegen den Boulevardisierungsthese und flache Pfeile markieren, dass keine signifikante Entwicklung feststellbar war.

5. Resümee und Ausblick

Insgesamt deuten unsere Befunde auf eine erstaunliche Konstanz innerhalb der politischen Printberichterstattung hin. Allenfalls anhand weniger Indikatoren konnte eine leichte Boulevardisierung der „Süddeutschen Zeitung“ festgestellt werden: Eine verstärkte Visualisierung (inklusive des Einsatzes von Farbe) sowie das vermehrte Verwenden direkter Zitate stützen die Boulevardisierungsthese. Die „Bild“-Zeitung hingegen gestaltete sich im gleichen Zeitraum zunehmend seriöser, dies wird indiziert durch die Zunahme des durchschnittlichen Textumfangs, die vermehrte Selektion von Hard News und Langzeitereignissen, die geringere Akzentuierung von Überraschung, Schaden und Erfolg und schließlich die geringere Akzentuierung von Akteurshandeln. Letztlich durchlief die „Bild“-Zeitung einen „Entboulevardisierungsprozess“ (vgl. auch Renger/Wiesner 2002). Deshalb kann nicht von einer einheitlichen Entwicklung hin zu einer stärker boulevardesken Berichterstattung ausgegangen werden, sondern eher von einem schwachen Konvergenzprozess zwischen dem Qualitätsblatt „Süddeutsche Zeitung“ und dem Boulevardblatt „Bild“.

Unsere Befunde zeigen zum einen, dass sich die Ausweitung des Blicks auf Boulevardisierungstendenzen in Boulevardmedien – nicht nur Qualitätszeitungen – lohnt. Zum anderen wirft dies aber die Frage auf, ob ein solcher Konvergenz-Trend auch auf andere Qualitäts- und Boulevardblätter zu übertragen ist.

Es muss herausgestellt werden, dass die leichten Boulevardisierungstendenzen in der „Süddeutschen Zeitung“ von gegenläufigen Trends überlagert werden. Der größere Umfang der politischen Artikel und der Verzicht auf die Darstellung des Zeitgeschehens als punktuelle und abgeschlossene Ereignisse deuten auf einen Komplexitätszuwachs innerhalb der politischen Berichterstattung hin.

Die Ergebnisse für die „Süddeutsche Zeitung“ sind insofern aufschlussreich, als die Boulevardisierung eher im Bereich der Gestaltung und der Narrativitätsfaktoren auftritt (vor allem bei den Stilmitteln), während der vermeintlich gegenläufige Trend,

die Komplexitätszunahme, eher im Bereich der klassischen, insbesondere informationsorientierten Nachrichtenfaktoren zu verzeichnen ist (mehr Berichterstattung über ferne Länder und langwierige politische Prozesse).

Und dieser Befund weist darauf hin, dass der Boulevardisierungsprozess nicht einfach mit der Formel „weg vom Nachrichtenwert, hin zur Narrativität“ zu beschreiben ist. Vielmehr legen die Befunde nahe, dass es sich bei Narrativität und Nachrichtenwert um Konstruktionsmuster der Medienrealität handelt, die einander gut ergänzen. Eine narrative Berichterstattung kann vielleicht sogar helfen, den Komplexitätszuwachs zu bewältigen. Zumindest deutet einiges darauf hin, dass Narrativität dem Textverständnis förderlich sein kann (vgl. z.B. Machill u.a. 2006).

Insofern sollten gerade in Zeiten des politischen Wandels, im Besonderen von Globalisierung und zunehmender Komplexität politischer Entscheidungsfindung, Veränderungen in der politischen Berichterstattung möglichst differenziert untersucht werden. Denn auch Medienlogiken setzen sich aus vielen Einzelaspekten zusammen, die es separat zu betrachten gilt. Trivialisierung, Sensationalismus und Skandalisierung mögen wichtige Medienlogiken sein, denen gemäß politische Berichterstattung zuweilen gestaltet wird (und die auch von politischer Öffentlichkeitsarbeit bedient werden). Narrativierung kann aber als eine Medienlogik angesehen werden, die durchaus auch der Vermittlung von Politik und damit letztlich der Popularisierung von (politischem) Wissen dienen kann. Vielleicht wird uns beispielsweise das abstrakte Thema „Problematische Verflechtung von Medien und Politik“ näher gebracht, wenn uns die Geschichte von Silvio Berlusconi erzählt wird. Und unter Umständen lässt sich die Komplexität der Konflikte in Ex-Jugoslawien besser erfassen, wenn wir die Familiengeschichten unterschiedlicher Betroffenenengruppen kennenlernen.

Kurzum: der Boulevardisierungsprozess ist zu vielschichtig, um ihn pauschal als dunkle Seite des Medialisierungsprozesses abzutun.

Literatur

- Bilandzic, Helena/Kinnebrock, Susanne (2006): Persuasive Wirkungen narrativer Unterhaltungsangebote. In: Wirth, Werner/Schramm, Holger/Gehrau, Volker (Hrsg.): *Unterhaltung durch Medien: Theorie und Messung*. Köln: Halem, S. 102-126.
- Brosius, Hans-Bernd (2001): Stabilität und Wandel. Inhalte und Darstellungsformen von Fernsehnachrichten. In: Marcinkowski, Frank (Hrsg.): *Die Politik der Massenmedien*. Heribert Schatz zum 65. Geburtstag. Köln: Halem, S. 115-141.
- Bruck, Peter A./Stocker, Günther (1996): *Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens. Wie man die Kronenzeitung sieht, liest und versteht*. Münster: LIT.
- Bruns, Thomas/Marcinkowski, Frank (1997): *Politische Information im Fernsehen. Eine Längsschnittstudie zur Veränderung der Politikvermittlung in Nachrichten und politischen Informationssendungen*. Opladen: Leske+Budrich.
- Chatman, Seymour (1978): *Story and Discourse. Narrative Structure in Fiction and Film*. Ithaca/London: Cornell University Press.
- Coste, Didier (1989): *Narrative as Communication*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Donsbach, Wolfgang/Büttner, Katrin (2005): Boulevardisierungstrend in deutschen Fernsehnachrichten. Darstellungsmerkmal der Politikberichterstattung von den Bundestagswahlen 1983, 1990 und 1998. In: *Publizistik*, 50. Jg., H. 1, S. 19-38.
- Dulinski, Ulrike (2003): *Sensationsjournalismus in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Eilders, Christiane (1997): *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Emmerich, Andreas (1984): *Nachrichtenfaktoren: die Bausteine der Sensationen. Eine empirische Studie zur Theorie der Nachrichtenauswahl in den Rundfunk- und Zeitungsredaktionen*. Saarbrücken: Verlag der Reihe.
- Esser, Frank (1999): Tabloidization of News. A Comparative Analyses of Anglo-American and German Press Journalism. In: *European Journal of Communication*, 14. Jg., H. 3, S. 291-324.
- Hoffmann, Jana (2000): *Boulevardisierungstendenzen in Abonnementzeitungen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung am Beispiel der Sächsischen Zeitung*. Technische Universität Dresden: Magisterarbeit.
- Hoffmann, Jana (2001): *Boulevardisierung der seriösen Tagespresse*. In: *Wissenschaftliche Zeitschrift der Technischen Universität Dresden*, 50. Jg., H. 1-2, S. 14-18.
- Jansen, Kerstin (2005): *Bauchgefühl und Zufall entscheiden die Wahlen*. Spiegel Online vom 18.8.2005 (www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,370344,00.html).
- Keplinger, Hans Mathias (1998): *Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft*. Freiburg/München: Karl Alber.
- Klein, Ulrike (2000): *Tabloidized Political Coverage in the German Bild-Zeitung*. In: Sparks, Colin/Tulloch, John (Hrsg.): *Tabloid Tales – Global Debates over Media Standards*. Lanham u.a.: Rowman Littlefield, S. 177-194.
- Krüger, Michael (1996): *Boulevardisierung der Information im Privatfernsehen*. In: *Media Perspektiven*, Nr. 7, S. 362-374.
- Link, Jürgen (1986): *Elementare narrative Schemata in der Boulevardpresse*. In: Klöpfer, Rolf/Möller, Karl-Dietmar (Hrsg.): *Narrativität in den Medien*. Münster/Mannheim: MAKS, S. 209-230.

- Machill, Marcel/Köhler, Sebastian/Waldhauser, Markus (2006): Narrative Fernsehnachrichten. Ein Experiment zur Innovation journalistischer Darstellungsformen. In: Publizistik, 51. Jg., H. 4, S. 479-497.
- Marcinkowski, Frank/Greger, Volker/Hüning, Wolfgang (2001): Stabilität und Wandel der Semantik des Politischen. Theoretische Zugänge und empirische Befunde. In: Marcinkowski, Frank (Hrsg.): Die Politik der Massenmedien. Heribert Schatz zum 65. Geburtstag. Köln: Halem, S. 12-114.
- Meyer, Thomas (2001): Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Neissl, Julia (2001): Printjournalismus. Schnittstellen zwischen Information und Sensation. In: Neissl, Julia/Renger, Rudi/Siegert, Gabriele (Hrsg.): Cash and Content. Populärer Journalismus und mediale Selbstthematization als Phänomene eines ökonomisierten Mediensystems. Eine Standortbestimmung am Beispiel ausgewählter österreichischer Medien. München: R. Fischer, S. 97-154.
- Prince, Gerald (1982): *Narratology. The Form and Functioning of Narrative*. Berlin/New York/Amsterdam: Walter de Gruyter.
- Prince, Gerald (1999): Revisiting Narrativity. In: Grünzweig, Walter/Solbach, Andreas (Hrsg.): Grenzüberschreitungen. Narratologie im Kontext. Tübingen: Narr, S. 43-51.
- Pürer, Heinz (2003): Publizistik und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz: UVK/UTB.
- Renger, Rudi/Fabris, Hans Heinz (1998): Zur Boulevardisierung der österreichischen Medienwelt. In: Bericht zur Lage des Journalismus 1997. Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg: Eigenverlag, S. 28-32.
- Renger, Rudi/Wiesner, Christian (2002): Politik in Boulevardmedien. In: Fabris, Hans Heinz/Renger, Rudi/Rest, Franz (Hrsg.): Bericht zur Lage des Journalismus in Österreich. Ein Qualitäts-Monitoring – Erhebungsjahr 2001. Universität Salzburg, Fachbereich Kommunikationswissenschaft: Eigenverlag, S. 59-63.
- Ruhrmann, Georg u.a. (2003): Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren. Opladen: Leske+Budrich.
- Ryan, Marie-Laure (1991): *Possible Worlds, Artificial Intelligence, and Narrative Theory*. Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press.
- Ryan, Marie-Laure (1992): The Modes of Narrativity and their Visual Metaphors. In: Style, 26. Jg., H. 3, S. 368-387.
- Schönert, Jörg (2004): Zum Status und zur disziplinären Reichweite von Narratologie. In: Borsó, Vittoria/Kann, Christoph (Hrsg.): Geschichtsdarstellung. Medien – Methoden – Strategien. Köln/Weimar/Wien: Böhlau, S. 131-143.
- Schulz, Winfried (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Freiburg/München: Alber 1990.
- Zubayr, Camille/Fahr, Andreas (1999): Die Tagesschau. Fels in der dualen Brandung? Ein Vergleich von Inhalten und Präsentationsformen 1975 und 1995. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Massenmedien und Zeitgeschichte. Konstanz: UVK Medien, S. 638-647.