

# Zwischen Deutschland und Europa

*Eine empirische Untersuchung zum Grad von Europäisierung und Europa-Unterstützung der meinungsführenden deutschen Tageszeitungen*

Christiane Eilders / Katrin Voltmer

*Der Beitrag untersucht die Rolle der Medien bei der Herstellung europäischer Öffentlichkeit. Die Diskussion unterschiedlicher Modelle europäischer Öffentlichkeit zeigt, dass die Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten den normativen Anforderungen einer umfassenden Inklusion und Deliberation besser entspricht als die Modelle einer pan-europäischen Öffentlichkeit und themenspezifischer transnationaler Öffentlichkeiten. Eine Inhaltsanalyse der europa-politischen Kommentierung der deutschen Qualitätszeitungen zwischen 1994 und 1998 zeigt einen Grad von Europäisierung der Öffentlichkeit, der hinter der zunehmenden Europäisierung der Politik deutlich zurückbleibt. Weder EU-Akteure noch EU-Themen werden in nennenswertem Umfang angesprochen. Selbst bei den wenigen Europa-Bezügen ist die Perspektive ganz überwiegend national. Gleichzeitig besteht ein hohes Ausmaß an Unterstützung des europäischen Integrationsprozesses im gesamten Medienspektrum.*

**Keywords:** Öffentlichkeit, Europa, Europäisierung, Kommentare, Inhaltsanalyse, Presseberichterstattung, Qualitätszeitungen

## 1. Einleitung

Mit der Einführung einer gemeinsamen europäischen Währung in zwölf Mitgliedstaaten der Europäischen Union und der Aufnahme von Verhandlungen mit neuen Beitrittskandidaten tritt die europäische Integration in eine neue Phase der Intensivierung und Erweiterung ein. Gleichzeitig – und möglicherweise als Reaktion auf diese Entwicklung – lässt sich beobachten, dass der vor allem in der deutschen Bevölkerung lange Zeit vorherrschende „permissive Konsens“ erodiert. Jahrzehntelang konnten die politischen Eliten das europäische Projekt vorantreiben, ohne in großem Stil öffentliche Unterstützung mobilisieren und europäische Entscheidungen im Einzelnen rechtfertigen zu müssen. Gescheiterte oder äußerst knappe Referenden in Dänemark, Frankreich und Irland sind alarmierende Anzeichen dafür, dass selbst in europäischen Kernländern die Skepsis gegenüber der europäischen Integration wächst (vgl. Niedermayer/Sinnott 1995).

Diese Entwicklungen machen deutlich, dass die Integration Europas mehr erfordert als die Implementierung effizienter Institutionen und die Harmonisierung von Politiken zwischen der nationalen und supranationalen Ebene. Ebenso wichtig wie die institutionelle Integration ist vielmehr die Entstehung einer politischen Kultur auf der Mikroebene von Politik, das heißt die Unterstützung dieses Prozesses durch die Bürger und deren aktive Teilhabe (vgl. Almond/Verba 1963). Voraussetzung hierfür ist die Entstehung von Öffentlichkeit im Sinne eines breiten öffentlichen Diskurses zu europäischen Fragen, in dem begründeter Konsens hergestellt werden kann, der aber auch Konflikte zwischen unterschiedlichen Interessen und Meinungen zulässt. Die gegenwärtige Praxis sieht jedoch anders aus. Europäische Entscheidungen werden in der Regel hinter verschlossenen Türen und unter Ausschluss einer kritischen Öffentlichkeit getroffen, mit der Folge, dass die meisten Menschen die in Brüssel gemachte Politik als intransparent und sogar bedrohlich wahrnehmen. Das zunehmend beklagte Demokratiedefizit der

Europäischen Union wird deswegen zu Recht von einigen Autoren auf ein Kommunikationsdefizit zurückgeführt (Eder et al. 1998; Neidhardt et al. 2000).

Bei der Entstehung von Öffentlichkeit nehmen die Massenmedien eine zentrale Vermittlungsfunktion im Informationsaustausch zwischen politischen Entscheidungsträgern und Bürgern wahr. Darüber hinaus nehmen die Medien gestaltend am politischen Diskurs teil, indem sie die öffentliche Agenda strukturieren und eigene Positionen in die Debatte einbringen. Während in der nationalen Politik Öffentlichkeit in einem komplexen Interaktionsprozess zwischen den politischen Eliten und den Medien entsteht (Blumler/Gurevitch 1995; Pfetsch 1998), stellt sich die Frage, wie leistungsfähig die Medien bei der Herstellung einer europäischen Öffentlichkeit sind – und sein können. In der Europaforschung wurde die Bedeutung der Medien bisher weitgehend ignoriert, und auch in der Kommunikationswissenschaft entwickelt sich erst seit einiger Zeit ein wachsendes Interesse an europäischer, gleichsam zwischen nationaler und globaler Ebene angesiedelter Öffentlichkeit (vgl. Beierwaltes 2000; Kopper 1997).

In diesem Artikel wollen wir untersuchen, auf welche Weise führende deutsche Tageszeitungen Europa kommunizieren und welche Positionen sie selbst zur europäischen Integration sowie zur konkreten EU-Politik einnehmen. Ist der Vorwurf berechtigt, dass die Medien zum Demokratie- und Kommunikationsdefizit Europas beitragen, oder lassen sich zumindest Ansätze eines europäischen Diskurses feststellen? Wird dieser Diskurs vornehmlich aus nationaler Perspektive geführt oder entwickelt sich Europa zu einer eigenständigen Bezugsgröße jenseits nationalstaatlicher Interessen? Und in welchem Maße tragen die Medien zu einer kritischen Debatte des europäischen Integrationsprozesses bei? Wir beginnen unsere Analyse mit einer Diskussion unterschiedlicher theoretischer Modelle europäischer Öffentlichkeit, die – implizit oder explizit – aktuellen Untersuchungen zum Thema unterliegen. Dabei werden wir versuchen, die in diesen Modellen angelegten normativen Annahmen zu rekonstruieren und die Grenzen und Möglichkeiten ihrer empirischen Umsetzung aufzuzeigen. Unsere empirische Untersuchung basiert auf einer Inhaltsanalyse von Kommentaren und Leitartikeln zu Europa, die zwischen 1994 und 1998 in den fünf überregionalen deutschen Qualitätszeitungen erschienen sind. Damit richtet sich unser Blick auf den genuinen Beitrag der Medien zum Europa-Diskurs in den neunziger Jahren, einer Zeitspanne, in der die europäische Integration eine besonders dynamische Entwicklung durchmachte. Die Untersuchung von Kommentaren ist ein in der Kommunikationsforschung bisher weitgehend unüblicher Zugang zur Medienagenda. Unserer Ansicht nach zu Unrecht, sind Kommentare doch das Genre, wo die Medien frei von ihrer neutralen Chronistenpflicht als Meinungsführer in Erscheinung treten und aktiv zur öffentlichen politischen Auseinandersetzung beitragen.

## 2. Drei Modelle europäischer Öffentlichkeit

In der vorliegenden Literatur lassen sich im Wesentlichen drei Modelle europäischer Öffentlichkeit unterscheiden. Diese Modelle beinhalten sowohl normative Erwartungen an einen idealen europäischen öffentlichen Raum als auch empirische Beobachtungen im Hinblick auf die tatsächliche Umsetzung dieser Standards in der täglichen Medienberichterstattung über europäische Angelegenheiten. Das umfassendste und anspruchsvollste Modell europäischer Öffentlichkeit ist das einer *pan-europäischen Öffentlichkeit*, hergestellt durch europäische Medien, die sich an ein transnationales Publikum in allen Mitgliedstaaten der Europäischen Union wenden (Gerhards 1992, 1993; siehe auch das Themenheft von Javnost/The Public 2001). Bei diesem Modell wird angenommen,

dass die Rolle der Medien im europäischen Integrationsprozess vergleichbar ist mit der Rolle, die sie bei der Entstehung der Nationalstaaten und des Nationalismus in Europa hatten (Neidhardt et al. 2000; Thompson 1995). Anderson (1983, insbesondere Kapitel 3) zufolge ist die Nation eine „imagined community“, ein soziales Konstrukt, das nicht per se existiert und deswegen „erfunden“ und interpretiert, in anderen Worten kommuniziert werden muss, um von den Beteiligten als real wahrgenommen werden zu können. Das Aufkommen einer Massenpresse während des 19. Jahrhunderts führte zu einer bis dahin unbekanntem Dichte, Häufigkeit und Gleichzeitigkeit öffentlicher Kommunikation, die es breiten Bevölkerungsschichten ermöglichte, einen kognitiven Zusammenhang zwischen der eigenen unmittelbaren Lebenswelt und abstrakten, übergeordneten sozialen Realitäten herzustellen. Europa ist eine noch abstraktere politische Struktur als der Nationalstaat und bedarf deswegen umso mehr der symbolischen Vermittlung, um für den einzelnen Bürger als politische Gemeinschaft „vorstellbar“ zu werden (vgl. Christiansen et al. 2001).

Diese Funktion würde allerdings eine Infrastruktur der Massenkommunikation jenseits des Nationalstaates erfordern, idealerweise ein europäisches Mediensystem oder zumindest einzelne Medien, die eine transnationale Perspektive einnehmen und ein pan-europäisches Publikum ansprechen (Gerhards 1992). Angesichts neuer Kommunikationstechnologien, wie Satelliten- und Digitalfernsehen, durch die die bestehenden Beschränkungen traditioneller Massenmedien wegfallen, scheint dies nicht allzu utopisch. Die Wirklichkeit sieht jedoch anders aus. Obwohl Medienunternehmen zunehmend global operieren, sind die Publikumsmärkte nach wie vor an sprachlich und kulturell homogenen Zielgruppen, und das heißt vorwiegend national ausgerichtet (Kleinsteuber et al. 1990, zu den gemischten Erfahrungen mit pan-europäischen Angeboten vgl. Hasebrink 1998, Dill 1991, Machill 1998, Krüger 2000). Die wenigen Versuche genuin pan-europäischer Fernsehsender oder Zeitungen sind gescheitert oder müssen als marginal angesehen werden. Sie tragen kaum zur Entstehung eines öffentlichen europäischen Raumes bei, da sie sich ausschließlich an Eliten in Politik und Wirtschaft wenden, die in einem kosmopolitischen Umfeld agieren und für die Englisch eine vertraute (zweite) Sprache des Berufslebens ist.

Anstatt der offensichtlich unrealistischen Vorstellung eines einheitlichen pan-europäischen öffentlichen Raumes, schlagen einige Autoren das Modell *segmentierter transnationaler Themenöffentlichkeiten* vor. Eder et al. (1998; Eder 2000) betonen, dass sich in Europa ein komplexes Kommunikationsnetzwerk herausgebildet hat, in dem sich abgrenzbare Teilöffentlichkeiten um besondere Themen herum kristallisieren. Auch Schlesinger (1999: 270) lehnt die Vorstellung einer umfassenden europäischen Öffentlichkeit ab, indem er argumentiert, dass ein Modell der „overlapping public spheres“ adäquater sei, um die Rolle von Kommunikation im Kontext komplexer Mehrebenenprozesse in Europa zu verstehen (vgl. auch Schlesinger/Kevin 2000). Tatsächlich haben viele Interessengruppen und soziale Bewegungen Europa als Mobilisierungsarena entdeckt, die oftmals sogar wirksamere Einflussmöglichkeiten bietet als die nationale Arena (Imig/Tarrow 2001). Diese thematisch zentrierten Öffentlichkeiten sind nicht notwendigerweise auf Eliten begrenzt. Vielmehr finden sich in ihnen auch Basisaktivisten und Bürger, die sich nur gelegentlich engagieren, wenn ein Thema sie persönlich betrifft. In diesem Prozess sind die Massenmedien nur von geringer Bedeutung, teils weil es – wie oben dargestellt – keine ausreichende Infrastruktur der Massenkommunikation auf europäischer Ebene gibt, teils weil die Themen, die in den segmentierten Öffentlichkeiten diskutiert werden, oft zu komplex sind, um problemlos über die Massenmedien kommuniziert zu werden. Stattdessen avanciert das Internet zunehmend zum bevorzugten

Medium, da es sich in idealer Weise dazu eignet, ein interessiertes Publikum anzusprechen, das bereit ist, sich mit komplexen Themen auseinander zu setzen und gegebenenfalls selbst aktiv zu werden (Hill/Hughes 1998).

Aus normativ-demokratiethoretischer Perspektive weisen die beiden bisher diskutierten Modelle europäischer Öffentlichkeit einen entscheidenden Nachteil auf: Sie schließen systematisch den Großteil der Bürger von der Teilhabe am politischen Diskurs aus. Eine breite europäische Öffentlichkeit, die allen Bürgern offen steht, scheint dagegen nur in einem dritten Modell gewährleistet zu sein: der *Europäisierung der nationalen Öffentlichkeit*. Zwei Gründe sprechen für diese Annahme. Erstens existiert auf nationaler Ebene eine flächendeckende Infrastruktur der Massenkommunikation. Hier auf dem nationalen Markt können die Medien auf Publikumsbindungen bauen, sprachliche und kulturelle Besonderheiten ausnutzen, um Aufmerksamkeit zu erzielen, und für die Informationsbeschaffung auf eingespielte Interaktionsmuster mit Politikern zurückgreifen. Zweitens sind die entscheidungsrelevanten Institutionen der Europäischen Union (Ministerrat, Kommission) nach wie vor eng mit den nationalen Regierungen der Mitgliedstaaten verknüpft und von diesen dominiert. Es ist deswegen nur folgerichtig, dass politische Akteure sich nicht an ein europäisches Publikum wenden, um europa-politische Entscheidungen zu legitimieren, sondern an ihre nationalen Wähler. Auch aus der Sicht der Bürger sind vor allem nationale politische Akteure für europäische Politik verantwortlich. Angesichts der geringen Kompetenzen des Europäischen Parlaments bleiben nationale Wahlen vorerst der wirksamere Mechanismus, um – wenn auch indirekt – auf europäische Politik Einfluss zu nehmen.

Das Konzept der Europäisierung, häufig weitgehend synonym mit dem der europäischen Integration verwendet, gewinnt seit einiger Zeit in der politikwissenschaftlichen Forschung zunehmend spezifischere Konturen und hat zu einem Perspektivenwechsel gegenüber traditionellen Ansätzen geführt (Green Cowles et al. 2000; Hix/Goetz 2000; Radaelli 2000). Während bisher der Schwerpunkt auf Institutionenwandel und Politikformation auf europäischer Ebene lag, bezieht sich der Begriff der Europäisierung auf den Einfluss der EU auf die nationale politische Arena. Dabei kann die Anpassung an transnationale europäische Prozesse in den einzelnen Mitgliedstaaten, aber auch in den unterschiedlichen Bereichen des politischen und gesellschaftlichen Wandels durchaus unterschiedlich verlaufen. Diese je spezifischen Anpassungsprozesse haben wiederum Rückwirkungen auf den politischen Entscheidungsprozess auf europäischer Ebene. Damit wird Europapolitik nicht mehr als vorwiegend horizontaler Prozess zwischen europäischen Staaten verstanden, sondern als ein dynamischer Wechselwirkungsprozess zwischen verschiedenen Handlungsebenen, wobei die oftmals bereits totgesagte nationale Ebene wieder an Bedeutung gewinnt.

Bezogen auf die Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit lässt sich der Begriff der Europäisierung dahingehend spezifizieren, dass europäische Themen und Akteure im nationalen politischen Diskurs berücksichtigt werden und die Interpretation nationaler Politik verändern. Die Annahme ist, dass Europa – ob als politische Institution oder als geographisch-kultureller Raum – letztendlich nur auf dem Hintergrund bekannter, in der nationalen Kultur verwurzelter Deutungsmuster sinnhaft kommuniziert werden kann. Aus dieser Sichtweise konstituiert sich europäische Öffentlichkeit nicht als umfassender einheitlicher Kommunikationsraum, sondern als ein „patchwork of Europeanized national spheres“ (de Beus/Mak 2001: 354). Interessanterweise sieht auch die Europäische Kommission die Vermittlung von europabezogener Information vornehmlich als eine Aufgabe der Mitgliedsländer, und nicht der EU (vgl. de Beus/Mak 2001: 353).

Die Bewertung einer auf die nationale Ebene verlagerten europäischen Öffentlichkeit mag allerdings unterschiedlich ausfallen. Philip Schlesinger argumentiert, dass der Europa-Diskurs dadurch jeweils eine nationale Färbung erhalte und man statt von der Europäisierung der nationalen Sphären eher von einer „Domestizierung“ Europas sprechen könne.<sup>1</sup> Auch andere Autoren geben sich mit der Europäisierung der nationalen Öffentlichkeiten nicht zufrieden, sondern betrachten das Fehlen einer umfassenden transnationalen europäischen Öffentlichkeit und das Vorherrschen der nationalen Perspektive im öffentlichen Diskurs als ein Defizit und ein ernst zu nehmendes Hindernis auf dem Weg zu einer fortschreitenden Integration (Gerhards 1993; Neidhardt et al. 2000). Dem ist entgegenzuhalten, dass das Konzept einer Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten von einer Wechselbeziehung zwischen nationaler und transnationaler Ebene ausgeht. Nationale Diskursarenen sind nicht von der Außenwelt abgeschlossen, sondern nehmen, wenngleich in unterschiedlichem Maße, neue Ideen auf. Außerdem tragen politische Eliten, aber auch Medien mit internationaler Orientierung dazu bei, dass Ideen und Interpretationen diffundieren.

Nur wenige empirische Studien haben bisher untersucht, wie Europa auf der nationalen Medienagenda dargestellt wird und welche Konsequenzen das für die politische Meinungsbildung hat (vgl. den Überblick bei Semetko et al. 2000; Semetko/Valkenburg 2000). Ein frühes vergleichendes Projekt zu den Wahlen zum europäischen Parlament im Jahre 1979 (Blumler 1983) zeigt, dass sowohl die Wahlkämpfe in den Mitgliedstaaten als auch die Medienberichterstattung überwiegend einen nationalen Blickwinkel einnahmen. Dieses Muster scheint sich in den letzten zwanzig Jahren kaum verändert zu haben (Kevin 2001; Medrano 2001). In Deutschland hat vor allem Gerhards (1992; 1993; 2000) die Diskussion zur europäischen Öffentlichkeit vorangetrieben. In einer Langzeitanalyse, die einen Zeitraum zwischen 1950 und 1995 umfasst, vergleicht er die Transnationalisierung von Ökonomie, Politik und Medienöffentlichkeit (Gerhards 2000). Es zeigt sich, dass im Unterschied zu den beiden anderen Bereichen die Medienagenda in den vergangenen vierzig Jahren praktisch nicht auf die zunehmende Bedeutung Europas reagiert hat. Die europa-politische Berichterstattung bleibt mehr oder weniger konstant auf einem Niveau um die sieben Prozent, während sich politische und wirtschaftliche Tätigkeitsfelder immer mehr in den transnationalen Raum vorgeschoben haben. Während diese Studie einen hervorragenden Überblick über die Langzeitentwicklung gibt und somit auch die Frage nach einem Maßstab für einen angemessenen Umfang der Europaberichterstattung elegant umgeht, bleibt die Messung der Medienagenda notgedrungen recht grob. In der hier vorgestellten Untersuchung können wir lediglich einen Beobachtungszeitraum von fünf Jahren abdecken. Im Unterschied zu den Analysen von Gerhards sind wir jedoch in der Lage, die Binnenstruktur der europa-politischen Medienberichterstattung genauer zu untersuchen. Unsere Operationalisierung des Europäisierungskonzepts wird im folgenden Abschnitt erläutert.

### 3. Die Rolle der Medien bei der Herstellung einer europäisierten Öffentlichkeit

Wir hatten eingangs argumentiert, dass Europa stärker Gegenstand des öffentlichen Diskurses werden muss, wenn das häufig beklagte Demokratiedefizit der Europäischen Union behoben werden soll. Der Beitrag der Medien zu einer Europäisierung der na-

---

1 Persönliche Diskussion mit den Autorinnen.

tionalen Öffentlichkeit besteht folglich in einer Inklusion europäischer Themen und Akteure auf der Medienagenda. Die Erwartung ist, dass die Europäisierung der Politik sich in einer Europäisierung der Medienagenda niederschlägt, dass die Relevanz der supranationalen Ebene von den Medien also wahrgenommen und vermittelt wird. Dabei verweist der Begriff der Europäisierung auf den Prozesscharakter des Konzepts.<sup>2</sup> Wenn von einer Europäisierung der nationalen Öffentlichkeit die Rede ist, wird von einer stetigen Zunahme der Europa-Bezüge auf der Medienagenda ausgegangen. Kriterien für das Ende des Prozesses, ab wann die Europäisierung also erreicht oder abgeschlossen ist, werden dabei allerdings nicht spezifiziert. Ebenso wenig finden sich Grenzwerte für den Umfang „angemessener“ Europa-Bezüge, da die Relevanz der supranationalen Ebene für politische Entscheidungen nicht exakt quantifiziert werden kann. Der Grad der Europäisierung lässt sich damit nur im Zeit-Vergleich, im Ländervergleich oder aber im Vergleich zwischen mehreren Politikbereichen beurteilen. In der Regel muss dazu auf Längsschnittstudien oder andere externe Daten zurückgegriffen werden.

In Bezug auf den Beitrag der Medien zur europäischen Integration spielen neben der Aufnahme Europas auf der öffentlichen Agenda auch die europa-bezogenen Meinungen der Medien eine wichtige Rolle. Hier ist zwischen langfristigen und grundsätzlichen Haltungen zur europäischen Integration und der Bewertung der tatsächlichen Europa-Politik der Amtsinhaber zu unterscheiden. Wir gehen davon aus, dass selbst eine häufige Bezugnahme auf die supranationale Ebene und die Darstellung der Verflochtenheit beider Politikebenen ohne gleichzeitige Unterstützung des Integrationsgedankens und der einschlägigen Akteure kaum zu einem europa-freundlichen Klima in der Öffentlichkeit beiträgt. Wenn dagegen die meinungsführenden Medien das europäische Projekt unterstützen, ist es relativ unwahrscheinlich, dass die „schlechte Presse“ Europas für die Skepsis gegenüber Europa gesorgt hat. Möglicherweise ist die Ursache für diese Skepsis dann tatsächlich in einer ungenügenden Inklusion Europas auf der Agenda zu suchen.

In unserer Analyse der Medienagenda konzentrieren wir uns auf drei zentrale Aspekte von Medienhandeln, nämlich (1) Thematisierung, (2) politische Stellungnahmen im Rahmen einer redaktionellen Linie und (3) Bewertung und Kritik aktueller Politik.

(1) Die Strukturierung der öffentlichen Agenda ist zweifellos die wichtigste Leistung der Medien im öffentlichen Kommunikationsprozess (Dearing/Rogers 1996; Pross/McCombs 1991; McCombs/Shaw 1972). Durch die Auswahl bestimmter Themen bringen die Medien Probleme in das öffentliche Bewusstsein und üben damit indirekten Handlungsdruck auf politische Entscheidungsträger aus (Luhmann 1970). Eine einfache, aber zentrale Voraussetzung für die Europäisierung der deutschen Medienöffentlichkeit ist deswegen, dass Europa ein deutlich sichtbarer Bestandteil der öffentlichen Agenda ist.

Nicht alles, was objektiv wichtig ist, findet allerdings entsprechende publizistische Beachtung. So mangelt es der Europa-Politik an den wichtigsten Eigenschaften, um die Aufmerksamkeit der Medien auf sich zu ziehen. Weder lassen sich herausragende Persönlichkeiten auf der europäischen Bühne ausmachen, die eine grenzüberschreitende

---

2 Betrachtet man die Europa-Bezüge auf der Medienagenda nicht im Zeitverlauf, sondern im Querschnitt, so müsste man konsequenterweise von „Europäisiertheit“ oder „Europa-bezogenheit“ sprechen. Um jedoch an den allgemeinen Sprachgebrauch der Forschungstradition anzuschließen, nehmen wir die sprachliche Unschärfe in Kauf und sprechen jeweils vom Grad der Europäisierung.



positive Ausstrahlung besitzen (vgl. Trezn 2000 zu den EU-Korruptionsskandalen), noch kulminieren die langen Politik-Zyklen der EU-Politik in Ereignissen mit hoher symbolischer und visueller Anziehungskraft. Probleme und Konflikte werden meist bewusst von der Öffentlichkeit fern gehalten, um die Harmonie in der europäischen Familie zu demonstrieren. Dies entspricht dem Konsensprinzip, nach dem im Ministerrat Entscheidungen getroffen werden und das die Chance europäischer Medienberichterstattung durch den Mangel an Konflikthaftigkeit systematisch unterhöhlt.

Der Agenda-Setting-Ansatz<sup>3</sup> wurde in der neueren Forschung zum so genannten „Second-Level Agenda-Setting“ erweitert (Ghanem 1997; McCombs et al. 2000). Die Annahme ist, dass Agenda-Setting-Prozesse nicht nur die Auswahl von Themen umfassen, sondern auch die Auswahl bestimmter Aspekte, die die Darstellung eines Themas steuern. Beispiele solcher Aspekte von Themen sind Persönlichkeitseigenschaften von Kandidaten oder die Verbindung eines Problems mit anderen Themen.<sup>4</sup> Da diese attributiven Aspekte einem Thema Sinn und Bedeutung verleihen, kann man davon ausgehen, dass sie eine wichtige Rolle in individuellen und kollektiven Meinungsbildungsprozessen spielen. Im Kontext unserer Fragestellung würde eine Europäisierung der Medienagenda auch darin bestehen, dass die Medien innenpolitische Probleme in Bezug setzen zu europäischer Politik. Die Annahme hier ist, dass die Bedeutung von Europa nicht nur in der Berichterstattung und in den Kommentaren über genuin europäische Themen zum Ausdruck kommt, sondern auch in der Kontextualisierung innenpolitischer Probleme im Hinblick auf ihre transnationalen Interdependenzen. Während die Auswahl von Themen, also die erste Stufe des Agenda-Setting-Prozesses, von vielen strukturellen Faktoren abhängt, kann die Hervorhebung bestimmter Attribute sehr viel stärker durch die Medien selbst kontrolliert werden.

(2) Über die Themenstrukturierung hinaus nehmen die Medien ihre aktive Rolle im politischen Meinungsbildungsprozess auch dadurch wahr, dass sie ihre eigenen Positionen zu politischen Konflikten einbringen. Die politischen Positionen einzelner Medien folgen in der Regel einem relativ stabilen Muster politischer Präferenzen, der so genannten redaktionellen Linie, die sich über einen langen Zeitraum herausgebildet hat und ein wichtiger Bestandteil der publizistischen Identität eines Presseorgans ist. Die redaktionelle Linie kommt am deutlichsten in Kommentaren zum Ausdruck, wo Journalisten unabhängig von der professionellen Ausgewogenheitsverpflichtung ihre Meinungen äußern können. Da Europa sich nicht in das bewährte Links-Rechts-Schema politischer Konflikte einordnen lässt, ist es offen, welche Position die Medien beziehen. Im Prinzip lassen sich zwei Optionen denken: Entweder folgen die Medien den Vorgaben der politischen Eliten, unter denen in Deutschland zum Thema Europa ein breiter Konsens quer durch alle parteipolitischen Gruppierungen herrscht; oder die Medien folgen der allgemeinen Bevölkerungmeinung, die zwar immer noch mehrheitlich pro-Europa ist, aber in zunehmendem Maße von Skepsis und sogar Ablehnung geprägt ist.

(3) Die letzte Dimension des Medienhandelns betrifft Bewertungen politischer Akteure und ihrer Leistungen bei der Lösung aktueller Probleme. Bewertungen und Kri-

---

3 Wir verwenden hier den Agenda-Setting-Begriff im weiten Sinne als Themenstrukturierungsfunktion der Medien. Damit sind in diesem Kontext keine spezifischen Wirkungsannahmen verbunden.

4 Konzeptionell ist „Second-Level Agenda-Setting“ eng verwandt mit dem Framing-Ansatz, der ebenfalls die Kontextualisierung eines Sachverhalts durch die selektive Betonung bestimmter Aspekte beschreibt (Entman 1993; Nelson et al. 1997).

tik sind Teil der Rolle der Medien als „vierte Gewalt“ und ihrer Funktion, die Öffentlichkeit auf Probleme, Fehlverhalten politischer Entscheidungsträger oder als falsch erachtete Entscheidungen aufmerksam zu machen. Generelle Positionen zur europäischen Integration und spezifische Bewertungen konkreter Politik müssen nicht notwendigerweise übereinstimmen. So kann zum Beispiel eine unterstützende Position zur europäischen Integration durchaus mit Kritik am konkreten Kurs der Europapolitik einhergehen, wenn sie als zu halbherzig, verfehlt oder ineffizient angesehen wird.

Damit operationalisieren wir die Europäisierung der nationalen Öffentlichkeit mit dem Grad der Sichtbarkeit Europas in den Medien und dem Umfang der Verknüpfungen, die zwischen den beiden Politik-Ebenen hergestellt werden. Zusätzlich werden mit der generellen Unterstützung der europäischen Integration sowie dem Ausmaß spezifischer Kritik aktueller politischer Leistungen europa-relevante Positionen der Medien erfasst, die mögliche Erklärungen für die europa-politische Haltung der breiteren Öffentlichkeit darstellen. Insbesondere wollen wir die folgenden Fragen untersuchen:

- Thematisierung: In welchem Maße wählen die untersuchten Printmedien europäische Themen und europäische Akteure für ihre Kommentare aus und stellen sie auf diese Weise neben der aktuellen Nachrichtenagenda mit zusätzlicher Wichtigkeit aus? Ziehen die Medien Verbindungen zwischen Europa-Politik und anderen innenpolitischen Politikfeldern, um die Bedeutung Europas für die nationale Entwicklung zu demonstrieren?
- Positionen: Welche generellen Präferenzen vertreten die deutschen Qualitätszeitungen hinsichtlich der europäischen Integration? Sind sie pro- oder anti-europäisch, und in welchem Maße ist dieses Thema zwischen den Zeitungen umstritten? Wie ausgeprägt ist der Konflikt bzw. Konsens zur europäischen Integration im Vergleich zu anderen Politikfeldern?
- Bewertung: Wie bewerten die Medien europäische Institutionen und politische Akteure, und zwar sowohl europäische als auch deutsche Akteure, die aktiv am europäischen Entscheidungsprozess beteiligt sind? Fallen diese Bewertungen verglichen mit anderen Politikfeldern positiver oder negativer aus?

#### 4. Studiendesign

Die hier vorgestellten empirischen Daten stammen aus einem größeren Projekt<sup>5</sup> (vgl. Neidhardt/Eilders/Pfetsch 1998, Eilders/Lüter 1998) zum politischen Diskurs in den Kommentaren der deutschen Qualitätspresse. Für die vorliegende Analyse stützen wir uns auf einen Ausschnitt dieser Daten, der sich auf den europa-politischen Mediendiskurs bezieht. Die EU-Politik stellt in der themenübergreifenden Untersuchung lediglich ein Politikfeld von vielen dar. Das Gesamtprojekt basiert auf einer Inhaltsanalyse von 8946 Kommentaren aus „Die Welt“, „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ (FAZ), „Süddeutsche Zeitung“ (SZ), „Frankfurter Rundschau“ (FR) und der „tageszeitung“ (taz) zwischen 1994 und 1998. Kommentare ermöglichen einen gezielten und effizienten Zugriff auf die Gesamtheit der politischen Berichterstattung, da sich die Themen und Meinungen, die im Meinungsteil zur Sprache kommen, mit dem Inhalt des Nachrichtenteils decken (Hagen 1992; Schönbach 1977), und bieten somit eine gute Grundlage für eine

5 Das Projekt „Die Stimme der Medien im politischen Prozess: Themen und Meinungen in Pressekomentaren“ wurde von der DFG finanziert und war am Wissenschaftszentrum Berlin angesiedelt.



Vermessung des publizistischen Meinungsspektrums zur Frage der europäischen Integration. Obwohl keine bedeutende Zeitung institutionelle Bindungen zu einer Partei aufweist, lassen sich auch im gegenwärtigen Pressesystem bestimmte, die Parteienstruktur widerspiegelnde politische Ideologien nachweisen. Das gilt insbesondere für die nationalen Qualitätszeitungen. Diese decken fast das gesamte politische Spektrum ab, angefangen bei der rechts-konservativ ausgerichteten „Welt“ bis hin zur „tageszeitung“ am linken Ende der Skala. Zwischen diesen beiden Polen liegen von rechts nach links die „Frankfurter Allgemeine“, die „Süddeutsche Zeitung“ und die „Frankfurter Rundschau“ (Kepplinger 1985a; Hagen 1992; Donsbach/Wolling/Blomberg 1996).

Um eine substantielle Zeitspanne abzudecken, umfasst unsere Stichprobe die Jahre 1994 bis 1998, wobei alle politischen Kommentare aus jeweils zwei Quartalen pro Jahr berücksichtigt werden. Für den größeren Projektkontext war es wichtig, Themenkarrieren über längere Zeitspannen auch zwischen den Zeitungen nachvollziehbar zu machen. Daher wurde größter Wert darauf gelegt, zusammenhängende Zeiträume zu erfassen<sup>6</sup>. Untersucht wurden alle Kommentare des politischen Teils der Zeitungen, abgesehen von Kommentaren, die sich ausschließlich mit internationalen Nachrichten ohne Bezug zu Deutschland oder den einzelnen Mitgliedstaaten der EU beschäftigen. Anders als eine reine Einzelthemenstudie zu Europa erlaubt die themenübergreifende Anlage der Untersuchung einen Vergleich der Kommentierung europa-politischer und innenpolitischer Themen. Für jeden Kommentar konnten bis zu drei Themen, drei Positionen zu diesen Themen sowie vier Akteure kodiert werden. Es wurde ein detailliertes Kategorienschema entwickelt, das die folgenden Elemente abdeckt:

- Themen: Das Codebuch enthält 45 Themenbereiche, eines davon europäische Integration, die jeweils in Unterthemen aufgeschlüsselt werden können (z. B. „Funktionsprobleme der EU“ und „EU-Erweiterung“).
- Positionen: Um die allgemeine politische Position der Zeitungen hinsichtlich bestimmter Themengebiete zu erfassen, wurde ein Instrument verwendet, das in der Lage ist, die gesamte Bandbreite politischer Konflikte abzudecken (Voltmer 1997 und 1998). Für jedes in den Kommentaren angesprochene politische Thema konnte eine von 16 bipolaren Konfliktdimensionen sowie die politische Präferenz (Zustimmung/Ablehnung) codiert werden. Für die Analyse der europäischen Integration werden wir uns auf lediglich zwei Konfliktdimensionen konzentrieren: Die Dimension „Partnerschaft vs. Abgrenzung“ bezieht sich auf die Grundhaltung in internationalen Beziehungen, wonach das nationale Interesse in Kooperation bzw. Konfrontation mit anderen Staaten verfolgt wird. Die Dimension „Supranationalität vs. Souveränität“ repräsentiert die Bereitschaft, Kompetenzen an überstaatliche Institutionen abzutreten bzw. die nationale Souveränität als oberstes Ziel zu verfolgen.
- Akteure: Es wurden Einzel- und Kollektivakteure sowohl auf supranationaler als auch auf nationaler Ebene kodiert.
- Bewertung: Die Bewertungen der Akteure durch den Kommentator wurden auf einer drei-stufigen Skala kodiert, die von positiver bis zu negativer Einschätzung reicht. Der mittlere Skalenswert bezeichnet ein ausgewogenes Verhältnis von positiven und negativen Wertungen in einem Kommentar.

6 Anhand einer Vollerhebung der FAZ wurden mögliche Effekte der Auswahl der Stichprobenquartale kontrolliert. Es zeigte sich, dass keine systematischen Diskrepanzen zwischen Stichprobenquartalen und den nicht erfassten Quartalen vorlagen.

Das Material wurde nach dreiwöchiger Schulung von einem siebenköpfigen Team am Wissenschaftszentrum Berlin codiert. Durch die Durchführung im Haus und die Arbeit in kopräsenten Teams wurde gewährleistet, dass die Codierung sorgfältig vorgenommen wurde und in Zweifelsfällen eine direkte Abstimmung mit anderen Codern oder der Projektleitung möglich war. Bei den inhaltlichen Variablen variierte die Reliabilität beträchtlich zwischen den einzelnen Variablen. Die Variablen aus dem Themenumfeld (Anlass, Themenfokus, Themen, Themenbehandlung) wurden mit 70- bis 80-prozentiger Übereinstimmung codiert<sup>7</sup>, was angesichts der sehr differenzierten Themenausprägungen ein beachtliches Ergebnis darstellt. Die ebenfalls stark ausdifferenzierten Akteursvariablen erzielten zwar ebenfalls Koeffizienten von zu bis 80 Prozent, die Reliabilität nahm jedoch mit der Strenge der Vergleichskriterien auf 50 Prozent ab. Die Positionsvariablen erreichten zwischen 50 und 60 Prozent Übereinstimmung und zeigten damit das schlechteste Ergebnis<sup>8</sup>. Insgesamt ergab sich über alle Variablen unter Ausschluss der Formalia ein Koeffizient zwischen 60 und 70 Prozent, was eine durchaus zufrieden stellende Codiererübereinstimmung darstellt.

Unsere Analyse basiert auf einer europa-spezifischen Teilstichprobe, die 771 der 8946 Kommentare der Gesamtstudie umfasst. Die ausgewählten Kommentare sprechen entweder Themen der Europa-Politik oder EU-Akteure an (siehe Tabelle 1).

## 5. Ergebnisse

### 5.1 Thematisierung

Der Grad der Europäisierung der Medienagenda wurde zum einen über die Anzahl der Bezugnahmen auf die supranationale Ebene, zum anderen über die Darstellung der Verflechtung zwischen europäischer und nationaler Politik erfasst. Unser Datenmaterial zeigt eine sehr geringe Repräsentation der supranationalen Ebene auf der deutschen Medienagenda. Während innenpolitische Themen sehr viel Beachtung erhielten, wurden europäische Themen nur 884 Mal erwähnt. Dies macht lediglich 5,6 Prozent aller Themennennungen in der Gesamtstichprobe aus und liegt deutlich unter den Themennennungen für die Außen- und Bündnispolitik. Ein Vergleich der Zeitungen unserer Stichprobe ergibt nur wenige Unterschiede bei der Thematisierung Europas. Dabei brachten Zeitungen des linken Spektrums Europa etwas mehr Aufmerksamkeit entgegen als die „Welt“ (siehe Tabelle 2). Angesichts des leichten Anstiegs der Europabezüge zwischen 1994 und 1998<sup>9</sup> ist aber etwas Zuversicht erlaubt. Da die Aufmerksamkeit für Außenpolitik im gleichen Zeitraum stabil geblieben ist, kann die leichte Zunahme der EU-Be-

---

7 Im Interesse einer möglichst großen Transparenz über die Qualität der Datengewinnung wurden mehrere Gesamtkoeffizienten berechnet, denen aufsteigend jeweils strengere Kriterien für eine reliable Codierung zugrunde lagen (für eine detailliertere Erläuterung vgl. Eilders/Lüter 1998). Während sich die unterste Ebene auf die quantitativ erheblichen und in der Datenanalyse vorrangigen Variablen und Differenzierungs- bzw. Aggregationsniveaus bezieht, weist die oberste Ebene jeweils eine Prüfung aus, die auf jede Aggregation oder den Ausschluss bestimmter Subvariablen verzichtet. Hier wird also auf der ursprünglichen Ausprägungsebene geprüft.

8 Die Unsicherheiten schienen hier allerdings weniger in der Frage zu bestehen, welcher Konflikt codiert werden sollte, als vielmehr darin, ob überhaupt einer der Konflikte vorlag.

9 1994: 5,8%, 1995: 1,9%, 1996: 4,1%, 1997: 7,3%, 1998: 9%.

*Tabelle 1: Kommentare mit Europabezug: Die Darstellung von Themen und Akteuren  
(N = Anzahl der Kommentare)*

|                           | Mit EU-Thema<br>N = 679 | Ohne EU-Thema<br>N = 8267 |
|---------------------------|-------------------------|---------------------------|
| Mit EU-Akteur (N = 470)   | 378<br>4,2%             | 92<br>1%                  |
| Ohne EU-Akteur (N = 8476) | 301<br>3,4 %            | 8175<br>91,4 %            |

züge nicht durch ein allgemein gestiegenes Interesse an internationalen Beziehungen erklärt werden. Vielmehr scheint die Bedeutung supranationaler Politik stärker in das Bewusstsein der Medien gelangt zu sein.

*Tabelle 2: Thematisierung: Darstellung von EU-Politik im Vergleich zu Außen-, Bündnis- und nationaler Politik in Prozent  
(N = Anzahl der Themenbezüge)*

| Politikfeld                             | taz  | FR   | SZ   | FAZ  | Welt | Gesamt |
|---|------|------|------|------|------|--------|
| EU-Politik<br>(N = 884)                 | 4,7  | 5,9  | 7,1  | 6,1  | 3,9  | 5,6    |
| Außen- und Bündnispolitik<br>(N = 1533) | 10,0 | 9,5  | 10,6 | 9,2  | 9,2  | 9,7    |
| Nationale Politik<br>(N = 13473)        | 85,3 | 84,6 | 82,3 | 84,7 | 87,0 | 84,7   |

Aufmerksamkeit für die supranationale Ebene wurde im Wesentlichen durch die Unterthemen „Verschiedene Bereiche der Zusammenarbeit“, „Funktionsprobleme der EU“ und „EU-Erweiterung“ generiert (siehe Tabelle 3).

*Tabelle 3: Thematisierung: Darstellung von EU-Unterthemen  
(N = Anzahl der Themenbezüge)*

| Unterthemen (N = 884)                      | %    |
|--|------|
| Verschiedene Gebiete der Zusammenarbeit    | 33,1 |
| Funktionsprobleme der EU                   | 15,6 |
| EU-Erweiterungen                           | 10,1 |
| EU-Institutionen                           | 7,6  |
| EU-Agrarpolitik                            | 7,4  |
| EU-Politik allgemein                       | 5,5  |
| Europäische Integration                    | 4,1  |
| Finanzbeziehungen zur und innerhalb der EU | 3,6  |
| Andere EU-Themen                           | 12,4 |

EU-Akteure sind noch schwächer auf der Medienagenda repräsentiert als EU-Themen. EU-Akteure wurden 542 mal angesprochen, was lediglich 1,6 Prozent aller Akteursbezüge ausmacht. Mehr als die Hälfte davon betrifft die Europäische Union als Ganzes, weniger als ein Fünftel bezieht sich auf die Kommission und weniger als ein Zehntel auf das Europäische Parlament und den Ministerrat (siehe Tabelle 4). Auch hier zeigen sich nur geringe Unterschiede zwischen den Zeitungen mit geringfügig höherer Sichtbarkeit von EU-Akteuren in liberalen Blättern<sup>10</sup>. Parallel zur medialen Aufmerksamkeit für EU-Themen lässt sich auch für die EU-Akteure über die Jahre ein leichter Zuwachs verzeichnen<sup>11</sup>.

*Tabelle 4: Thematisierung: Darstellung von EU-Akteuren  
(N = Anzahl der Akteursbezüge)*

| EU-Akteure (N = 542)             | %    |
|----------------------------------|------|
| Die EU als Ganzes                | 53,3 |
| Europäisches Parlament           | 6,5  |
| Ministerrat                      | 6,6  |
| Kommission                       | 18,8 |
| Gerichtshof                      | 3,0  |
| Andere europäische Institutionen | 11,8 |

Die Einschätzung, ob Europa gemessen an seiner politischen Bedeutung auf der Medienagenda hinreichend berücksichtigt ist, kann nur unter Rückgriff auf Vergleichsdaten – etwa Befunde über andere Politikbereiche oder Länder, am besten aber Längsschnittdaten – vorgenommen werden. Mit der Untersuchung eines Zeitraums von lediglich fünf Jahren ist ein Zeitvergleich innerhalb unserer eigenen Studie wenig zielführend. Ein Vergleich mit den Anteilen der Europa-Bezüge in der Längsschnittanalyse von Gerhards kann jedoch Anhaltspunkte für eine Einschätzung der Angemessenheit des Europäisierungsgrades liefern. Gerhards hatte mit einer vergleichbaren Unterscheidung zwischen innenpolitischen, europäischen und internationalen Themen zwischen 1951 und 1995 einen relativ stabilen Anteil von etwa sieben Prozent ermittelt (Gerhards 2000). Unsere Befunde liegen auf ähnlich niedrigem Niveau und zeigen damit keine einschneidende Bedeutungszunahme der europäischen Ebene für die Zeit nach 1995. Das gilt auch für die Sichtbarkeit von EU-Akteuren. Hier ermittelte Gerhards Anteile um ein Prozent für Urheber von Stellungnahmen, die europäischen Institutionen zuzurechnen waren. In unserer Untersuchung wurden alle angesprochenen EU-Akteure berücksichtigt, auch wenn sie nicht Urheber, sondern Adressaten oder Betroffene waren, so dass sich etwas höhere Anteile ergeben. Insgesamt bestätigt sich jedoch hiermit auch für die Zeit nach 1995 der Befund, dass die Bedeutung von Europa in der Presse stagniert. Nachdem sich der Umfang der Europa-Bezüge seit den 50er Jahren weder nach unseren noch nach Gerhards' Befunden erhöht hat, kann nicht von einem angemessenen Europäisierungsgrad der Medienagenda ausgegangen werden. Die Verlagerung von Herrschaft auf die supranationale Ebene hat sich im öffentlichen Diskurs nicht

10 Die genauen Anteile der EU-Akteure betragen: taz 1,6%, FR 1,7%, SZ 2,3%, FAZ 1,4%, Welt 1,3%.

11 1,2%, 0,7%, 1,6%, 2,1%, 2,3%.

niedergeschlagen. Vielmehr ist im Zuge der Europäisierung der politischen Entscheidungen ein Öffentlichkeitsdefizit entstanden, das möglicherweise zur Europaskepsis in Teilen der Bevölkerung beiträgt.

Neben dem Umfang der Repräsentation Europas auf der nationalen Medienagenda hatten wir eingangs die Darstellung der Verflechtung zwischen der nationalen und supranationalen Ebene von Politik als Indikator für die Europäisierung politischer Kommunikation bestimmt. Obgleich die deutschen Medien in ihrer Funktion als Thematisierungsinstanz eine europäische Perspektive weitgehend vermissen lassen, finden sich im Hinblick auf „Second-Level Agenda-Setting“ Anzeichen für eine Europäisierung, da in europa-bezogenen Kommentaren in hohem Maß Verbindungen zwischen den beiden Ebenen der nationalen und der europäischen Politik hergestellt werden. 633 Kommentare beziehen Europa-Themen auf die nationale Politik, während in lediglich 47 Kommentaren europäische Themen ohne Bezug zum nationalen Kontext behandelt werden. Das Gleiche gilt für den Grad der in den Kommentaren zum Ausdruck kommenden Verflechtung der Akteurebenen. Alle 470 Kommentare mit EU-Akteuren setzen diese in Beziehung zu nationalen Akteuren. Der in den Kommentaren hergestellte Zusammenhang zwischen beiden Ebenen verweist auf die hohe Relevanz, die der nationalen Perspektive in europäischen Angelegenheiten zugewiesen wird.

Die angesprochenen nationalen Politikfelder und Akteure in EU-Komentaren zeigen, in welchem Maße die untersuchten Medien Europapolitik in den Kontext nationaler Politik stellen. Die nationalen Akteure in EU-Komentaren umfassen Einzel- und Kollektivakteure der politischen Elite, insbesondere Kanzler Helmut Kohl, deutsche Ministerien sowie die Regierung allgemein (siehe Tabelle 5). Die Dominanz etablierter politischer Akteure in EU-Komentaren zeigt, dass europäische Integration fast ausschließlich als Angelegenheit politischer Eliten dargestellt wird. Die Bürger machen weniger als sechs Prozent aller nationalen Akteursbezüge aus.

*Tabelle 5: Thematisierung: Darstellung ausgewählter nationaler Akteure in EU-Komentaren*  
(N = Anzahl der Akteursbezüge)

| Nationale Akteure (N = 1686) | %    |
|------------------------------|------|
| Regierung                    | 13,3 |
| Kanzler                      | 16,6 |
| Minister/Ministerien         | 15,3 |
| Bürger                       | 5,9  |

Nationale thematische Bezüge in Kommentaren über EU-Politik waren Außenpolitik, Finanz-, Wirtschafts- und Haushaltspolitik, Migrations- und Umweltfragen (siehe Tabelle 6). Die Verteilung nationaler Politikfelder in Kommentaren mit EU-Akteuren zeichnet ein sehr ähnliches Bild. In der Betonung der Außenpolitik kommt die Wahrnehmung einer starken Interdependenz zwischen EU-Politik und den bilateralen Beziehungen Deutschlands mit anderen Ländern zum Ausdruck. Die herausragende Stellung nationaler ökonomischer und finanzieller Belange in Kommentaren zu Europa spiegelt die Geschichte der Europäischen Union, die in erster Linie als gemeinsamer Wirtschaftsraum konzipiert war. Der deutliche Bezug, der zwischen Migrations- und Umweltpolitik und der EU hergestellt wird, unterstreicht die Tatsache, dass es sich hierbei um Probleme handelt, die nationale Grenzen überschreiten und deswegen auf nationaler Ebene nicht angemessen gelöst werden können.

*Tabelle 6: Thematisierung: Kontextualisierung der EU-Themen mit ausgewählten Bereichen der nationalen Politik in Prozent  
(N = Anzahl der Themenbezüge)*

| Nationale Politik                       | In Kommentaren<br>mit EU-Thema<br>N = 976 | In Kommentaren<br>mit EU-Akteuren<br>N = 734 |
|---|---|--|
| Außen- und Bündnispolitik               | 21,9                                      | 8,1  |
| Finanz- und Steuerpolitik               | 10,1                                      | 8,1  |
| Haushaltspolitik                        | 4,8                                       | 3,4  |
| Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsrecht | 6,9                                       | 10,3   |
| Migrationspolitik                       | 4,3                                       | 3,8  |
| Umweltpolitik                           | 4,0                                       | 4,5  |
| Gesundheitspolitik                      | 3,4                                       | 3,8  |
| Forschungspolitik                       | 2,3                                       | 4,1  |
| Medienpolitik                           | 1,7                                       | 3,4  |

Die Analyse der Themen im medialen Europadiskurs zeigt, dass in der überwiegenden Mehrheit der Kommentare in der deutschen Qualitätspresse Europa als eigenständiger Themenbereich kaum in den Blick genommen wird. In den wenigen europa-bezogenen Kommentaren wird EU-Politik vielmehr fast durchgängig in engem Zusammenhang mit der nationalen Ebene dargestellt. Europa-Politik wird also nicht als unabhängig und losgelöst von der nationalen Arena dargestellt. Stattdessen thematisieren die Kommentare die möglichen Auswirkungen Europas auf die nationale Politik. Es kann angenommen werden, dass eine Europäisierung der öffentlichen Diskussion „durch die nationale Brille“ eine mögliche Form ist, die Relevanz europäischer Politik in das öffentliche Bewusstsein zu bringen, da die Thematisierung Europas im nationalen Kontext dazu beiträgt, die supranationale Politik auf die unmittelbaren Lebensbedingungen der Bürger zu beziehen und es auf diese Weise greifbarer und verständlicher zu machen.

## 5.2 Position

Unser inhaltsanalytisches Instrument zur Erfassung der medialen Unterstützung für die europäische Integration konzeptualisiert politische Positionen als Präferenzen grundlegender Alternativen politischen Handelns. Die wichtigsten Alternativen hinsichtlich der Europäischen Union sind durch die Konfliktdimension „Supranationalität vs. Souveränität“ markiert. Dieser Konflikt betrifft die Reichweite nationalstaatlicher Souveränitätsrechte und die Frage, inwieweit diese an supranationale Organisationen abgegeben werden sollten. Mehr als zwei Drittel aller EU-Kommentare beziehen sich auf diese Konfliktdimension. Die andere für unsere Fragestellung wichtige Konfliktdimension, „Partnerschaft vs. Abgrenzung“, die sich auf allgemeine Prinzipien internationaler Zusammenarbeit bezieht, macht fast ein Viertel unseres Untersuchungsmaterials aus. Insgesamt decken diese beiden Konflikte 91,7% aller politischen Auseinandersetzungen über Europa ab.

Es zeigt sich ein stabiler und hoher Grad an Unterstützung für die Positionen „Supranationalität“ und „Partnerschaft“. Die durchschnittliche Position in allen Zeitungen betrug 1,60, wobei „1“ die Positionen „Supranationalität“ und „Partnerschaft“ bezeichnet, „3“ „Souveränität“ und „Abgrenzung“ und „2“ die ambivalente Position zwischen den Alternativen (siehe Tabelle 7). Dieser Befund korrespondiert mit den Positionen



zum Politikfeld der Außenpolitik (1,76) und bildet die insgesamt liberalere Einstellung der untersuchten Zeitungen in Themenbereichen ab, die die Beziehungen mit anderen Ländern berühren. Die einzelnen Zeitungen weisen kaum Unterschiede in der Stärke ihrer Unterstützung für europäische Integration auf. Dieser Befund unterscheidet sich deutlich von den Positionen, die diese Zeitungen in anderen Politikfeldern – die allerdings auf anderen Konfliktdimensionen angesiedelt sind – beziehen. Dort bietet sich ein weit weniger konsensuales Bild und insgesamt ein Übergewicht konservativer Positionen<sup>12</sup>. Im Gegensatz zu vielen nationalen Politikfeldern lassen sich im Bereich der Außen- und Europapolitik demnach keine ausgeprägten Konfliktlinien zwischen linkem und rechtem publizistischen Spektrum feststellen.

*Tabelle 7: Position: Durchschnittliche allgemeine Präferenzen der Zeitungen zu EU-Politik und Außenpolitik*  
(N = Anzahl der politischen Präferenzen für EU-Politik)  
(1 = Supranationalität und Partnerschaft, 3 = Souveränität und Abgrenzung)

| Politikfeld            | taz  | FR   | SZ   | FAZ  | Welt | Gesamt |
|------------------------|------|------|------|------|------|--------|
| EU-Politik (N = 759)   | 1,52 | 1,44 | 1,65 | 1,52 | 1,74 | 1,60   |
| Außenpolitik (N = 889) | 1,86 | 1,95 | 1,69 | 1,72 | 1,69 | 1,76   |

Die empirischen Befunde zeigen also, dass auch wenn die Medien der EU insgesamt nur wenig Bedeutung beimessen, europäische Integration sich durch einen hohen Grad an Konsens im Mediendiskurs auszeichnet. Die in Meinungsumfragen beobachtete Europaskepsis lässt sich für die Medien nicht bestätigen. Allerdings ist kaum damit zu rechnen, dass die geringe mediale Präsenz Europas zu einem Anstieg der Unterstützung der europäischen Integration beim breiten Publikum führt. In seiner Studie zur politischen Meinungsbildung und der Bedeutung der Eliten als Meinungsführer stellt Zaller fest, dass die politisch interessierten Bevölkerungssegmente dazu neigen, sich der Elitenmeinung anzuschließen, während die weniger informierten Bevölkerungsteile insgesamt einen deutlich geringeren Unterstützungsgrad für die Politik der Eliten aufweisen (Zaller 1992, 1994). Die medial vermittelten Einstellungen und Argumente der Eliten sind ihnen weitgehend unbekannt und können damit keine Orientierung für die eigene Meinungsbildung bieten. Nach Zaller überrascht es also nicht, dass das Projekt der europäischen Integration unter Bedingungen eines rudimentären Informationsflusses über Europa bei der breiteren Öffentlichkeit auf nur geringe Unterstützung stößt.

Der Zusammenhang zwischen geringer Repräsentanz und niedriger Kontroverse legt die Vermutung nahe, dass das Fehlen einer europa-politischen Kontroverse im Mediensystem möglicherweise der Grund für die geringe Sichtbarkeit Europas auf der Medienagenda ist. Umfangreiche Analysen im größeren Projektzusammenhang haben allerdings gezeigt, dass die Themenhäufigkeit in den Kommentaren nicht vom Grad der Umstrittenheit eines Themas im Mediensystem abhängt (vgl. Abschlussbericht an die DFG: Neidhardt/Eilders/Pfetsch 2001). Man kann also weder davon ausgehen, dass das hohe Ausmaß an Konsonanz zum Europa-Thema zu einer geringen Beachtung Europas in den Kommentaren führt, noch davon, dass selten angesprochene Themen besonders

12 Vgl. die durchschnittlichen Positionen zu anderen Politikbereichen in Eilders 2002.

konsonant bewertet werden. Die niedrige Repräsentanz Europas in den Kommentaren ist auch nicht das Resultat grundsätzlich unterschiedlicher Relevanzkriterien in Meinungs- und Nachrichtenteil<sup>13</sup>. Vielmehr ist davon auszugehen, dass die Europa-Politik wegen ihrer langen Politikzyklen und dem Fehlen herausragender Persönlichkeiten der Medienlogik insgesamt, also unabhängig vom Genre, kaum entspricht. Wenn also Europa in den Kommentaren nur in begrenztem Umfang angesprochen wird, ist das eine klare Prioritätenentscheidung gegen europa-politische Themen, die mit spezifischen, von der Nachrichtenberichterstattung abweichenden Kommentarkriterien nicht erklärt werden kann.

### 5.3 Bewertung

Entgegen der im Allgemeinen in Kommentaren wahrgenommenen Kontrollfunktion der Medien ergibt sich in dem hier untersuchten Material ein anderes Bild. EU-Kommentare zeichnen sich durch einen vergleichsweise neutralen und diagnostisch-analytischen Bewertungsstil aus. Während sich in der Gesamtstichprobe in mehr als drei Vierteln (75,5%) klar bewertende Stellungnahmen finden, weisen EU-Kommentare nur 69,3 Prozent entsprechender Meinungsäußerungen auf. Im Vergleich zu anderen Themenbereichen halten sich die untersuchten Zeitungen in Bezug auf Europa mit bewertenden Stellungnahmen also eher zurück und versorgen ihr Publikum stärker mit Erklärungen und Prognosen. Zwar übertreffen – wie auch in der Gesamtstichprobe – die negativen Bewertungen die positiven, aber die Kommentare zu EU-Themen bleiben klar unter dem durchschnittlichen Kritikiniveau (37,5% gegenüber 44,9%).

Dies gilt auch für die Bewertung der EU-Akteure. Es kann kaum überraschen, dass die meisten Akteure negativ bewertet werden. EU-Akteure werden jedoch erstens vergleichsweise seltener Gegenstand von Bewertungen (49% gegenüber 61% bei den nationalen Akteuren), und wenn dies geschieht, dann werden sie insgesamt positiver bewertet als die Akteure in der nationalen Politik. Die durchschnittliche Bewertung der EU-Akteure lag bei 2,1 (wobei „1“ eine positive und „3“ eine negative Beurteilung anzeigt). Am positivsten wird der Europäische Gerichtshof bewertet (1,6), während die EU als Ganzes die meiste Kritik auf sich zieht (2,3) (siehe Tabelle 8). Dagegen liegt die Bewertung nationaler Akteure in EU-Komentaren im Durchschnitt bei 2,3, wobei die am häufigsten genannten Akteure zwischen 2,2 (Bundeskanzler Kohl) und 2,4 (Ministerien und die Regierung) liegen. Bürger, die in der EU-Komentierung nur eine untergeordnete Rolle spielen, werden fast ausschließlich in positivem Licht dargestellt (1,6) (siehe Tabelle 9). Wie auch bei den nationalen Akteuren bleibt die Bewertung der EU-Akteure über den Beobachtungszeitraum hinweg insgesamt relativ konstant<sup>14</sup>.

Im Gegensatz zur auffallend hohen und übereinstimmenden Unterstützung der europäischen Integration zeigen sich zwischen den Zeitungen klare Unterschiede bei der Bewertung der EU-Akteure. Linke Zeitungen sind deutlich kritischer als Blätter im

13 Eine Evaluationsstudie zum Unterschied zwischen Meinungs- und Nachrichtenteil in überregionalen Zeitungen hat abgesehen von einer Überrepräsentation von polity- und politics-Themen im Gegensatz zu policy-Themen in den Kommentaren keine starken Abweichungen in der Themenverteilung zwischen den beiden Genres gezeigt (vgl. Abschlussbericht an die DFG: Neidhardt/Eilders/Pfetsch 2001).

14 1994: 2,2; 1995: 2,9; 1996: 2,2; 1997: 2,1; 1998: 1,9.

Tabelle 8: Bewertung: Bewertung von EU-Akteuren

(N = Anzahl der Akteursbewertungen) (1 = positiv, 3 = negativ)

| EU-Akteure (N = 269)                      | Bewertung |
|---|-----------|
| EU als Ganzes (N = 132)                   | 2,3       |
| Europäisches Parlament (N = 20)           | 2,2       |
| Ministerrat (N = 26)                      | 2,2       |
| Kommission (N = 67)                       | 2,1       |
| Gerichtshof (N = 10)                      | 1,6       |
| Andere europäische Institutionen (N = 36) | 1,8       |

Tabelle 9: Bewertung: Bewertung ausgewählter nationaler Akteure  
in EU-Kommentaren

(N = Anzahl der Akteursbewertungen) (1 = positiv, 3 = negativ)

| Nationale Akteure (N = 1087)   | Bewertung |
|--------------------------------|-----------|
| Regierung (N = 224)            | 2,4       |
| Kanzler (N = 280)              | 2,2       |
| Minister/Ministerien (N = 258) | 2,4       |
| Bürger (N = 99)                | 1,6       |

rechten Spektrum<sup>15</sup>. Dies ist – auf einem höheren Kritizniveau – auch bei der Bewertung nationaler Akteure zu beobachten<sup>16</sup>. Die einhellige Unterstützung für die europäische Integration als prinzipielles politisches Ziel übersetzt sich nicht in eine positive Beurteilung der in diesen Prozess involvierten politischen Akteure. Stattdessen zeichnet sich hier ein geteiltes, vom jeweiligen politischen Standort der Zeitungen abhängiges Meinungsbild ab. Die Kommentatoren unterscheiden zwischen der abstrakten Idee des Projekts Europa auf der einen und der konkreten Politik sowie der Leistung von Akteuren und Institutionen auf der anderen Seite.

## 6. Schlussbetrachtung

Je mehr die europäische Integration voranschreitet, desto mehr wird offenkundig, dass es dem europäischen Projekt an Offenheit und Öffentlichkeit und damit an Demokratie mangelt. Demokratie erfordert Transparenz, Kommunikation, Debatte, Rede und Widerrede – Qualitäten, die nur schwer, wenn überhaupt, auf transnationaler Ebene herzustellen sind. In diesem Beitrag haben wir argumentiert, dass die Abwesenheit einer ‚idealen‘ pan-europäischen Öffentlichkeit jedoch nicht bedeutet, dass Europa nicht kommunizierbar ist. Das Konzept der Europäisierung der nationalen Öffentlichkeit verlagert europäische Öffentlichkeit vielmehr auf die Ebene der einzelnen Mitgliedsstaaten, wo Informationen und Interpretationen europäischer Angelegenheiten im Kontext geteilter Werte und Erfahrungen kommuniziert werden können.

In der hier vorgestellten empirischen Analyse haben wir untersucht, in welchem Maße die deutsche Medienagenda, repräsentiert durch die Kommentaragenda der fünf

15 taz: 2,3; FR: 2,2; SZ: 2,3; FAZ: 1,9; Welt: 1,7.

16 taz: 2,5; FR: 2,4; SZ: 2,2; FAZ: 2,2; Welt: 2,0.

überregionalen Qualitätszeitungen, europäisiert ist. Die Interpretation der Befunde wirft jedoch grundsätzlich die Frage nach dem zugrunde liegenden Bewertungsmaßstab auf. Was ist der objektive Wichtigkeitsgrad Europas im Vergleich zu anderen tagespolitischen Problemen, und wie viel Aufmerksamkeit für europa-politische Themen sollte man deswegen von den Medien erwarten? Vergleiche mit externen Längsschnittdaten haben uns bewegt, „das Glas“ als „halb leer“ anzusehen, da die Europäisierung der Medienagenda im Gegensatz zur Europäisierung der Politik seit den 50er Jahren nicht deutlich zugenommen hat. Ohne externe Daten zur Europäisierung der Politik, wie zum Beispiel die Anzahl der Gesetze auf europäischer im Vergleich zur nationalen Ebene, lässt sich die Angemessenheit des Europäisierungsgrades aber nicht mit letzter Verbindlichkeit beantworten. Die Bedeutung Europas in der medialen Darstellung lässt sich jedoch nicht nur am quantitativen Umfang der Medienaufmerksamkeit festmachen, sondern auch am Grad der Unterstützung für die europäische Integration. Zur Messung der Europäisierung der Medienöffentlichkeit haben wir deswegen nicht nur die Thematisierung Europas, sondern auch die Positionen der Medien und das Maß kritischer Kommentierung untersucht. Als interner Vergleichsmaßstab wurde dabei die Struktur der nicht-europabezogenen Kommentierung herangezogen. Im Folgenden sollen die wichtigsten Ergebnisse noch einmal kritisch reflektiert werden.

Insgesamt ergaben die Ergebnisse unserer empirischen Analyse ein geteiltes Bild. Es zeigte sich, dass Europa nur einen kleinen Teil der Medienagenda ausmacht. Im Vergleich zu anderen Politikfeldern und vor dem Hintergrund der wachsenden Bedeutung europäischer Entscheidungen kann die Rolle Europas in der Medienöffentlichkeit als marginal angesehen werden. Die Europäisierung der Öffentlichkeit findet weitgehend in der Form einer Verknüpfung europa-politischer Themen mit innenpolitischen Problemen statt. Europa wird also vorwiegend durch die nationale Brille hindurch betrachtet. Damit muss die Debatte nicht zwingend von nationalen Egoismen bestimmt werden. Vielmehr eignet sich die nationale Perspektive dazu, die möglichen Konsequenzen der EU-Politik für das Leben des Publikums zu verdeutlichen. Obgleich also die „quantitative“ Europäisierung der Verlagerung von Herrschaft auf die supranationale Ebene hinterherhinkt, lassen sich positive Ansätze erkennen, dem Publikum die Relevanz Europas näher zu bringen.

Fragt man nach möglichen Gründen der Marginalisierung Europas im öffentlichen Diskurs, wird deutlich, dass die Beschaffenheit europa-politischer Themen und die Struktur europäischer Entscheidungsprozesse der Medienlogik diametral entgegenstehen. Es sind aber auch die politischen Akteure selbst, die einer weiter gehenden Europäisierung der Öffentlichkeit entgegenwirken. Nur auf der Basis einer stetigen Versorgung mit relevanter und verlässlicher Information durch die europa-politischen Akteure können die Medien im öffentlichen Diskurs eine europäische Agenda überhaupt etablieren. Aufgrund institutioneller Zwänge und tagespolitischer Machtstrategien meiden politische Eliten jedoch die öffentliche Diskussion europäischer Themen. Die allgemeine Überzeugung ist, dass man mit Europa keine Wahlen gewinnen kann; ohne Transparenz und Öffentlichkeit lässt sich aber auch Europa nicht gewinnen.

Die relativ geringe Aufmerksamkeit gegenüber europäischen Themen geht jedoch mit einem hohen Maß an Unterstützung für die europäische Integration einher, die die üblichen Konfliktlinien entlang des politisch-ideologischen Links-Rechts-Schemas ausschaltet. Sowohl linke als auch konservative Zeitungen zeigten starke und überraschend einhellige Unterstützung für die europäische Integration. Gleichzeitig wurde bei der Bewertung der Akteure, insbesondere der nationalen Politiker, die in der Europa-Politik mitwirken, deutlich vernehmbare Kritik geäußert. Hier zeigten sich dann auch die klas-

sischen Links-Rechts-Differenzen zwischen den Zeitungen, wobei die Kommentare linker Blätter deutlich kritischer ausfielen als diejenigen im konservativen Spektrum. Dies ist sicherlich darauf zurückzuführen, dass während des Untersuchungszeitraums mit Bundeskanzler Helmut Kohl ein konservativer Regierungschef für die Europapolitik zuständig war.

Die Diskrepanz zwischen der positiven Haltung gegenüber der europäischen Integration und der negativen Bewertung der tatsächlichen Leistungen der einschlägigen Politiker und Institutionen kann der Rolle der Medien als „loyale Opposition“ Europas zugeschrieben werden – eine Rolle, die innerhalb der nationalen Arena hinreichend bekannt ist. Während die Medien die etablierte institutionelle Ordnung und ihre Grundwerte unterstützen, nehmen sie eine kritische, oftmals ablehnende Haltung ein, wenn es um die aktuelle Politikgestaltung geht. Aus normativer Perspektive kann dies als ein positiver Beitrag zum politischen Prozess betrachtet werden, da sich die Medien damit aktiv als Kritiker und Kontrolleure profilieren und die Rolle der „vierten Gewalt“ ausfüllen. Kritische Stellungnahmen sind somit keineswegs eine Bedrohung für das europäische Projekt. Vielmehr können sie zur Legitimation und Responsivität des europäischen Politikprozesses beitragen, indem sie die Diskussion möglicher Alternativen initiieren und Politiker zur öffentlichen Rechtfertigung ihrer Entscheidungen zwingen.

Was normativen Erwartungen entspricht, muss in der Praxis noch lange nicht funktionieren. Offenbar wächst die Kluft zwischen politischen Eliten und Medien, insbesondere der nationalen Qualitätspresse, auf der einen Seite und der breiten Öffentlichkeit auf der anderen Seite. Während bei aller Kritik zwischen den Qualitätszeitungen und den politischen Eliten offenbar ein hoher Grad an Konsens im Hinblick auf die prinzipielle Wünschbarkeit weiter gehender europäischer Integration herrscht, wächst in der breiten Bevölkerung das Unbehagen, und es stellt sich die Frage, ob dieses an anderer Stelle des Mediensystems, beispielsweise in der Boulevardpresse mit ihrer stärker populistischen Ausrichtung, artikuliert wird. Hier stößt die vorliegende Studie mit ihrer Beschränkung auf Qualitätszeitungen notgedrungen an ihre Grenzen, und es bleibt künftiger Forschung überlassen, dieser wichtigen Differenzierung der Europäisierung nationaler Öffentlichkeit weiter nachzugehen.

## Literatur

- Almond, G. A./Verba, S. (1963): *The Civic Culture. Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton.
- Anderson, B. (1983): *Imagined Communities. Reflections on the Origins and Spread of Nationalism*. London.
- Beierwaltes, A. (2000): *Demokratie und Medien. Der Begriff der Öffentlichkeit und seine Bedeutung für die Demokratie in Europa*. Baden-Baden.
- Blumler, J. G. (with A. D. Fox) (Hrsg.) (1983): *Communicating to Voters. Television in the First European Parliamentary Elections*. London.
- Blumler, J. G./Gurevitch, M. (1995): *The Crisis of Public Communication*. London/New York.
- Christiansen, Th./Jorgensen, K. E./Wiemer, A. (Hrsg.) (2001): *The Social Construction of Europe*. London.
- De Beus, J./Mak, J. (2001): *The Missing European Public: A Note on the Ethics and Politics of Contemporary European Integration since Nice*. In: *Acta Politica*, 2001/4: 339 – 357.
- Dearing, J. W./Rogers, E. M. (1996): *Agenda-Setting*. London.
- Dill, R. W. (1991): *Europa-TV – zu Tode geliebt*. In: W. Gellner (Hrsg.), *Europäisches Fernsehen – American Blend?* Berlin, 135 – 141
- Donsbach, W./Wolling, J./Blomberg, C. (1996): *Repräsentation politischer Positionen im Medien-*

- system aus der Sicht deutscher und amerikanischer Journalisten. In: W. Hömberg/H. Pürer (Hrsg.), *Medien-Transformation: Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland*. Konstanz, 343 – 356.
- Eder, K. (2000): Zur Transformation nationalstaatlicher Öffentlichkeit in Europa. Von der Sprachgemeinschaft zur issuespezifischen Kommunikationsgemeinschaft. In: *Berliner Journal für Soziologie*, 2: 167 – 184.
- Eder, K./Hellmann, K.-U./Trenz, H.-J. (1998): Regieren in Europa jenseits öffentlicher Legitimation? Eine Untersuchung zur Rolle von politischer Öffentlichkeit in Europa. In: B. Kohler-Koch (Hrsg.), *Regieren in entgrenzten Räumen*. Opladen, 321 – 344.
- Eilders, C. (2002): Conflict and Consonance in Media Opinion: Political Positions of Five German Quality Newspapers. In: *European Journal of Communication*, 17, 25 – 63.
- Eilders, C./Lüter, A. (1998): Ein inhaltsanalytisches Kategoriensystem zur Erfassung von Themen und Meinungen in Pressekommentaren. *WZB-discussion paper FSIII-98-107*.
- Entman, R. M. (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. In: *Journal of Communication*, 43, 51 – 58.
- Gerhards, J. (1992): Europäische Öffentlichkeit durch Massenmedien? In: B. Schäfers (Hrsg.), *Lebensverhältnisse und soziale Konflikte im neuen Europa*. Frankfurt, New York, 558 – 567
- Gerhards, J. (1993): Westeuropäische Integration und die Schwierigkeiten der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. In: *Zeitschrift für Soziologie*, 22, 96 – 110.
- Gerhards, J. (2000): Europäisierung von Ökonomie und Politik und die Trägheit der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. In: Bach, M. (Hrsg.), *Die Europäisierung nationaler Gesellschaften, Sonderheft 40 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 277 – 305.
- Ghanem, S. (1997): Filling in the Tapestry. The Second Level of Agenda Setting. In: M. McCombs/Shaw, D. L./Weaver, D. H. (Hrsg.), *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers of Agenda-Setting Theory*. Hillsdale, 3 – 14.
- Green Cowles, M. et al. (2000): *Transforming Europe: Europeanization and Domestic Change*, New York.
- Hagen, L. (1992): Die opportunen Zeugen. Konstruktionsmechanismen von Bias in der Zeitungsberichterstattung über die Volkszählungsdiskussion. In: *Publizistik* 37/4, 444-460.
- Hasebrink, U. (1998): Fernsehen und Hörfunk in Europa: Angebote und Nutzung. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): *Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1998/1999*. Baden-Baden, 106-130.
- Hill, K. A./Hughes, J. E. (1998): *Cyberpolitics. Citizen Activism in the Age of the Internet*. New York.
- Hix, S./Goetz, K. H. (2000): European Integration and National Political Systems. In: *West European Politics*, 23(4), 1 – 26.
- Imig, D./Tarrow, S. (2001): *Contentious Europeans. Protest and Politics in an Emerging Polity*. Lanham.
- Javnost/The Public (2001): Special Issue on „The Emergence of the European Public Sphere?“, 8(1).
- Kepplinger, H.-M. (1985a): Die aktuelle Berichterstattung des Hörfunks. Eine Inhaltsanalyse der Abendnachrichten und politischen Magazine. Freiburg, München.
- Kepplinger, H.-M. (1985b): Systemtheoretische Aspekte politischer Kommunikation. In: *Publizistik*, 30, 247 – 264.
- Kevin, D. (2001): Coverage of the European Parliament Elections of 1999: National Public Spheres and European Debates. In: *Javnost/The Public*, 8(1), 21-38.
- Kleinstaub, H. J./Wiesner, V./Wilke, P. (Hrsg.) (1990): *EG-Medienpolitik: Fernsehen in Europa zwischen Kultur und Kommerz*. Berlin.
- Kopper, G. G. (Hrsg.) (1997): *Europäische Öffentlichkeit. Entwicklung von Strukturen und Theorien*, Berlin.
- Krüger, U. M. (2000): Qualitätsanspruch bei 3Sat und Arte. Struktur und Inhalte der öffentlich-rechtlichen Kulturprogramme. In: *Media Perspektiven* 2/2000, 71 – 84.
- Luhmann, N. (1970): Öffentliche Meinung. In: *Politische Vierteljahresschrift*, 11, 2 – 28.
- Machill, M. (1998): *Euronews: The First European News Channel as a Case Study for Media In-*



- dustry Development in Europe and for Spectra of Transnational Journalism Research. In: *Media, Culture and Society*, 20, 427 – 450.
- McCombs, M./Lopez-Escobar, E./Llamas, J. P. (2000): Setting the Agenda of Attributes in the 1996 Spanish General Election. In: *Journal of Communication*, 50, 77 – 92.
- McCombs, M. E./Shaw, D. L. (1972): The Agenda-Setting Function of Mass Media. In: *Public Opinion Quarterly*, 36, 176 – 187.
- Medrano, J. D. (2001): Die Qualitätspresse und Europäische Integration. In: *Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen*, 14(4), 30 – 41.
- Neidhardt, F./Eilders, C./Pfetsch, B. (1998): Die Stimme der Medien im politischen Prozeß. Themen und Meinungen in Pressekommentaren. WZB-discussion paper FSIII 98 – 106.
- Neidhardt, F./Eilders, C./Pfetsch, B. (2001): Die Stimme der Medien im politischen Prozeß. Themen und Meinungen in Pressekommentaren. Abschlussbericht Mai 2001 (unveröff. Manuskript).
- Neidhardt, F./Koopmans, R./Pfetsch, B. (2000): Konstitutionsbedingungen politischer Öffentlichkeit. In: H.-D. Klingemann/F. Neidhardt (Hrsg.), *Zur Zukunft der Demokratie. Herausforderungen im Zeitalter der Globalisierung*. Berlin, 263 – 293.
- Nelson, T. E./Clawson, R. A./Oxley, Z. M. (1997): Media Framing of a Civil Liberties Conflict and Its Effect on Tolerance. In: *American Political Science Review*, 91, 567 – 598.
- Niedermayer, O./Sinnott, R. (Hrsg.) (1995): *Beliefs in Government, Vol. 2: Public Opinion and International Governance*. New York.
- Pfetsch, B. (1998): Government News Management. In: D. Graber/D. McQuail/P. Norris (Hrsg.), *The Politics of News – The News of Politics*. Washington, 70 – 93.
- Proess, D. L./McCombs, M. E. (Hrsg.) (1991): *Agenda Setting. Readings on Media, Public Opinion and Policy Making*. Hillsdale.
- Radaelli, C. M. (2000): Whither Europeanization? Concept Stretching and Substantive Change. In: *European Integration online Papers (EioP)*, 4(8), <http://eiop.or.at/eiop/texte/2000-008.htm>.
- Schlesinger, P. (1999): Changing Spaces of Political Communication: The Case of the European Union. In: *Political Communication*, 16, 263 – 279.
- Schlesinger, P./Kevin, D. (2000): Can the European Union Become a Sphere of Publics? In: E. O. Eriksen/J. E. Fossum (Hrsg.), *Democracy in the European Union. Integration Through Deliberation?* London, New York, 206 – 229.
- Schönbach, K. (1977): *Trennung von Nachricht und Meinung. Empirische Untersuchung eines journalistischen Qualitätskriteriums*. Freiburg.
- Semetko, H. A./De Vreese, C. H./Peter, J. (2000): Europeanised Politics – Europeanised Media? European Integration and Political Communication. In: *West European Politics*, 23, 121 – 141.
- Semetko, H. A./Valkenburg, P. M. (2000): Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. In: *Journal of Communication*, 50, 93 – 109.
- Thompson, J. B. (1995): *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Cambridge.
- Trenz, H.-J. (2000): Korruption und Politischer Skandal in der EU. Auf dem Weg zu einer europäischen politischen Öffentlichkeit? In: M. Bach (Hrsg.), *Transnationale Integrationsprozesse in Europa*. Opladen, 332 – 359.
- Voltmer, K. (1997): Medien und Parteien im Wahlkampf. Die ideologischen Präferenzen der meinungsführenden Tageszeitungen im Bundestagswahlkampf 1990. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 45, 173 – 193.
- Voltmer, K. (1998): *Medienqualität und Demokratie. Eine empirische Analyse publizistischer Informations- und Orientierungsleistungen in der Wahlkampfkommunikation*. Baden-Baden.
- Zaller, J. R. (1992): *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge.
- Zaller, J. R. (1994): Elite Leadership of Mass Opinion. In: L.W. Bennett/D. L. Paletz (Hrsg.), *Taken by Storm. The Media, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy in the Gulf War*. Chicago, London.