Eurovision Song Contest – beeinflussen Nachrichtenfaktoren die Punktvergabe durch das Publikum?

Wolfgang Schweiger / Hans-Bernd Brosius

Seit 1998 werden die Punkte beim Eurovision Song Contest (Grand Prix Eurovision, ESC) durch die TV-Zuschauer per Telefon vergeben. Wir gehen davon aus, dass die Qualität eines Stückes der zentrale Erklärfaktor für seinen Erfolg ist. Die verbleibende Varianz ist aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht allerdings interessanter. Sie erklärt sich aus mindestens drei Faktorengruppen: (1) Eigenschaften des entsendenden Staates, (2) Beziehungen zwischen Bewerter-Land und bewertetem Land und (3) formale Eigenschaften des Stückes und seiner Interpreten. Die beiden ersten Faktorengruppen verweisen auf Variablen, die man als Nachrichtenfaktoren aus der Nachrichtenwerttheorie kennt. Während das Konzept bislang ausschließlich zur Erklärung journalistischer Nachrichtenauswahl und für die Nachrichtenselektion bei Rezipienten eingesetzt wurde, versuchen wir, Nachrichtenfaktoren zur Erklärung der vergebenen Punkte beim ESC – und damit des Publikumsverhaltens – zu nutzen. Es ergeben sich drei Hypothesen, die der Beitrag für die Wettbewerbe 1998 bis 2002 empirisch überprüft. H1: Je höher der politische, wirtschaftliche und kulturelle Status eines Teilnehmerstaats ist, desto mehr Punkte bekommen seine Beiträge. H2: Je näher sich Teilnehmerstaaten politisch, wirtschaftlich, kulturell und geografisch sind, desto mehr Punkte geben sich die Zuschauer gegenseitig. H3: Beiträge von so genannten Next-Door-Giants bekommen von ihren (kleineren) Nachbarn weniger Punkte, als ihnen von ihrem Status her zustünden. Wie die erhobenen Daten zeigen, lassen sich alle drei Hypothesen unterschiedlich klar bestätigen.

Keywords: Nachrichtenwertforschung, Eurovision Song Contest, Televoting, Entscheidungstheorie, Schematheorie, Heuristiken, internationale Kommunikation, Europa, European Broadcasting Union, Musik

1. Einleitung

Auf den ersten Blick mag die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem „Grand Prix Eurovision de la Chanson"– neuerdings „Eurovision Song Contest" (ESC) genannt – als einem Schlagerwettbewerb überraschen. Auf den zweiten Blick jedoch erweist sich das alljährliche europäische TV-Spektakel als ein geradezu idealer Aufhänger für verschiedenste Überlegungen über die internationale Bedeutung der Medien. Dies sei an zwei Stichworten erläutert:

Seit den 70er Jahren wird heftig über so genannte „internationale Nachrichtenströme" debattiert. In diesem Zusammenhang geht es um die Beobachtung, dass weltweite Auslandsberichterstattung in der Regel die politisch, wirtschaftlich und kulturell dominierenden Staaten der westlichen Welt – allen voran die USA – bevorzugt. Entwicklungs- und Schwellenländer hingegen kommen kaum vor.[1] Der Grand Prix hingegen ist eine der wenigen Gelegenheiten, bei der alle europäischen Staaten gleichberechtigt die

1 Vgl. u. a. Sreberny-Mohammadi (1984), Stevenson & Shaw (1984), Stevenson (1994), Kim & Barnett (1996) sowie den Überblick bei Kunczik & Zipfel (2001: 421ff.).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Gelegenheit erhalten, sich auf einem weithin beachteten Podium darzustellen. Unter dem Schlagwort des „Kulturimperialismus" wird zuweilen die nivellierende Wirkung der globalisierten Massenmedien, allen voran durch US-amerikanische TV-Produktionen, beklagt (vgl. einführend McQuail 2000: 221–224). Der Grand Prix als europäisches Podium dagegen könnte den politisch, kulturell und wirtschaftlich immer noch recht heterogenen Staaten Europas zu einer gewissen pan-europäischen Identität verhelfen.

Während bis 1997 üblicherweise nationale Jurys die Punkte vergaben und diese von den teilnehmenden Rundfunkanstalten ohne Publikumsbeteiligung besetzt wurden, wird seit 1998 in fast allen Ländern das Televoting-System eingesetzt. Hierbei entscheiden ausschließlich die TV-Zuschauer in den Teilnehmerländern per Telefon über die Punktvergaben. Die Zuschauer jedes Landes geben allen anderen teilnehmenden Ländern Punkte für die Schlagerstücke. Die vergebenen Punkte sind nicht nur ein Gradmesser für das Gefallen der Stücke beim Publikum. Eine wesentliche Rolle spielen vermutlich auch verschiedene Eigenschaften der entsendenden Staaten und Sympathien bzw. Antipathien zwischen den Zuschauern der Teilnehmerländer.

Deshalb verwundert es nicht, dass jedes Jahr die Wellen hochschlagen, wenn es um die Punktwertungen und die Ermittlung des Siegers geht. Zwar besteht die Idee der Veranstaltung in einem fairen Wettstreit zwischen Komponisten, Liedern oder Interpreten aus unterschiedlichen europäischen – und im Falle Israels außereuropäischen – Ländern. Dass dieser Wettbewerb jedoch auch ein Wettbewerb zwischen den jeweiligen Staaten, Völkern oder Regierungen ist, illustriert der Beitrag einer Österreicherin namens „Claudia (42)" nach dem Wettbewerb 2002 in einem Online-Diskussionsforum: „Österreich wird immer verlieren. (…) Da es sich bei diesem Bewerb und (sic!) den reinen Ausdruck wirtschaftlicher und politischer Sympatien (sic!) handelt und nicht die wirkliche Leistung der Interpreten bewertet wird, sollte sich Österreich überlegen, überhaupt von diesem Bewerb zurückzutreten. (…) Gerade jetzt, wo unser lieber Jörg Haider immer wieder gekonnt dazu beiträgt, Österreich im Ausland unbeliebt zu machen, ist jede Teilnahme mit großen Erwartungshaltungen sinnlos – egal wie gut die Vertreter Österreichs sein mögen." (forum.webtropia.com; 27.05.2002).

Hier setzt die vorliegende Studie an. Insgesamt erklärt sich die erhaltene Punktzahl aus mindestens drei Faktorengruppen:

1. Formale und ästhetische Eigenschaften des Stücks (Stil, Tempo, Sprache usw.) und seiner Interpreten (Geschlecht, Art der Formation, Hautfarbe usw.);
2. Eigenschaften des bewerteten Staats (Beliebtheit, politische, kulturelle oder wirtschaftliche Bedeutung usw.);
3. Beziehungen zwischen Bewerter-Land und bewertetem Land (geografische, politische oder kulturelle Nähe, wirtschaftlicher Austausch).

Wir gehen zunächst davon aus, dass das allgemeine Gefallen bzw. die vom Publikum wahrgenommene Qualität eines Stücks der wichtigste Erklärfaktor für seinen Erfolg oder Misserfolg beim Wettbewerb ist.[2] Die verbleibende Varianz der abhängigen Variable „erhaltene Punkte eines Stücks" ist allerdings aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht interessanter. Eine quantitative Analyse dieser und anderer Daten in Verbindung mit den vergebenen Punkten in den letzten fünf Wettbewerbsjahren, also denjenigen mit Televoting, kann Aussagen zu den Beziehungen zwischen den Publika in den jeweiligen Ländern Europas erlauben.

2 Vgl. hierzu die niederländische Studie von Haan et al. (2002).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Aus theoretischer Sicht wollen wir uns mit einer weiteren Frage befassen: Die beiden Faktorenbündel „Eigenschaften von Staaten“ und „Beziehungen zwischen Staaten“ verweisen auf Variablen, die man als Nachrichtenfaktoren aus der Nachrichtenwerttheorie kennt, wie z. B. Elite-Nation oder geografische Nähe. Nachrichtenfaktoren wurden in der Forschung zur journalistischen Nachrichtenauswahl bekanntlich als Indikatoren für die journalistische Publikationswürdigkeit von Ereignissen identifiziert.[3] Während das Konzept der Nachrichtenfaktoren bislang ausschließlich zur Erklärung journalistischer Nachrichtenauswahl und für die Nachrichtenselektion bei Rezipienten (vgl. Eilders 1997, Eilders & Wirth 1999) eingesetzt wurde, gehen wir einen Schritt weiter. Wir versuchen, Nachrichtenfaktoren – soweit anwendbar – zur Erklärung der vergebenen Punkte beim Grand Prix zu nutzen.

2. Bedeutung und Geschichte des Eurovision Song Contest

Der ESC ist seit jeher ein reichweitenstarkes Fernsehereignis. 2002 sahen in Europa mindestens 166 Millionen Zuschauer zu[4]. In vielen europäischen Staaten erreichte die Live-Übertragung hohe TV-Marktanteile, so z. B. in Dänemark 40,4 Prozent, Schweden 39,1 Prozent oder Spanien 32,5 Prozent. In Estland, dem austragenden Staat, sah gar jeder Zweite zu.[5] Auch im deutschsprachigen Raum ist die Popularität des ESC ungebrochen. Während in der Schweiz der Marktanteil der Sendung 2002 40,6 Prozent erreichte[6], sahen in Deutschland knappe zehn Millionen zu (38,2 Prozent)[7].

Der Ursprung der Veranstaltung reicht in die Nachkriegszeit zurück. Im Jahr 1950 gründeten mehrere westeuropäische – staatliche und öffentlich-rechtliche – Rundfunkanstalten die „Union Européenne de Radio-Television“ (UER bzw. EBU)[8] mit Sitz in Genf (vgl. Herrmann 1994: 395f. sowie www.ebu.ch). Eine wesentliche Dienstleistung der EBU für ihre Mitglieder war von Anfang an die „Eurovision“, ein technisches und logistisches Übertragungsnetzwerk für Rundfunkinhalte aus den Bereichen Sport, Nachrichten und Kultur. Der erste Höhepunkt in der Geschichte der Eurovision war die Übertragung der Fußball-Weltmeisterschaft von 1954 in der Schweiz. Aufgrund des großen Erfolges entschied man, jedes Jahr eine ähnlich große kulturelle Veranstaltung zu organisieren. 1955 wurde daraufhin ein europäischer Schlagerwettbewerb beschlossen. Beim ersten Grand Prix Eurovision 1956 in Lugano, also wiederum in der Schweiz, nahmen sieben Länder teil (Belgien, Frankreich, Italien, Luxemburg, Niederlande, Schweiz, BR Deutschland). Sieger dieses ersten Wettbewerbes war die Schweizerin Lys Assia mit dem Stück „Refrain“.

Das offizielle Ziel der Veranstaltung lautete: „to stimulate the output of original songs of high quality in the field of popular music, by encouraging compositions among

3 Vgl. die „Klassiker“ Östgaard (1965), Rosengren (1974), Galtung & Ruge (1974), Schulz (1990); Staab (1990); aktuelle Beiträge: Hagen (1998), Kepplinger (1998), Kepplinger & Rouwen (2000), Best (2000).

4 Die Daten entstammen einer Studie des estnischen Meinungsforschungsinstitutes Emor; zit. nach http://www.eurovisionsongcontest.de (24.06.2002).

5 Vgl. http://www.emor.ee/eng/arhiiv.html?id=914 (17.01.2003).

6 Vgl. http://www.srg.ch/de/media_data/de_mediadata.html (17.01.2003).

7 Vgl. http://www.br-online.de/br-intern/medienforschung/aktuell/ard/ard020525.html (17.01.2003).

8 Mittlerweile ist die englische Variante „European Broadcasting Union“ (EBU) gebräuchlicher.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

authors and composers through the international comparison of their work" (Reglement der EBU, zit. nach Moser 1999: 16f.). Neben rein kommerziellen Interessen der EBU und der sie tragenden nationalen Rundfunkanstalten stand damals der Gedanke europäischer Annäherung auf kultureller Ebene im Mittelpunkt. Ein gemeinsamer Musikwettbewerb sollte die tiefen Gräben zwischen den ehemaligen Kriegskontrahenten in Europa überwinden helfen.

Besonders einem Land mit schwieriger Vergangenheit wie Deutschland musste daran gelegen sein, sich als sangesfreudiges, friedliches und freundschaftliches Land darzustellen. Der ESC war somit nicht nur eine Bühne, auf der sich die jeweiligen Komponisten, Texter und Interpreten präsentieren konnten; er ermöglichte vielmehr nationale Öffentlichkeitsarbeit auf einem europäischen Parkett. Dass es weniger um die teilnehmenden Personen, sondern eher um die entsendenden Staaten ging und geht, unterstreicht das Bewertungssystem, bei dem sich Länder, vertreten durch Künstler auf der einen Seite und nationale Jurys bzw. Redaktionen der mitveranstaltenden Rundfunkhäuser auf der anderen, gegenseitig Punkte geben.

Der ESC ist bis heute ein kulturelles Forum der nationalen Selbstdarstellung. Besonders für kleine und relativ unbekannte Länder, wie beispielsweise Malta oder die baltischen Staaten, ist die Veranstaltung mit ihrer weiten öffentlichen Beachtung in Europa von immenser Bedeutung. Dasselbe gilt für zukünftige EU-Mitglieder und Mitgliedschaftsanwärter, wie z. B. Polen, Slowenien, Rumänien, Bulgarien oder die Türkei, denen die Veranstaltung die Möglichkeit eröffnet, Sympathien bei den bisherigen EU-Bürgern und ihren Repräsentanten zu gewinnen. Das gilt besonders auch für das jeweilige Gastgeberland, wie der Wettbewerb 2003 in Riga (Lettland) eindrucksvoll demonstrierte.

Dass der europäische Einigungs- und Erweiterungsprozess der letzten Jahrzehnte nicht nur auf politischer, ökonomischer und institutioneller Ebene geführt werden kann, sondern auch gemeinsamer Identifikationsobjekte und -figuren bedarf, ist allgemeiner Konsens (vgl. etwa Späth & Henzler 2001). Hier ist es eine Aufgabe der Kulturveranstaltung ESC, eine europäische Musikidentität – natürlich in all ihrer Verschiedenheit – zu schaffen, welche bei den beteiligten Völkern ein Zusammengehörigkeitsgefühl erzeugt. So sehen das auch die Fans. Uecker (1998: 80) schreibt: „Der Grand Prix Eurovision de la Chanson war schon ein völkerverbindendes Kult-Ereignis, als dieser Begriff noch nicht wie ein marktstrategisches Gütesiegel inflationär jedem Zeitgeist-Phänomen aufgeklebt wurde."

Natürlich können die Abstimmungsergebnisse keinesfalls für sich beanspruchen, ein repräsentatives Abbild der jeweiligen öffentlichen Meinung zu sein, denn schließlich ist die Teilnahme beim Voting freiwillig – Stichwort: Selbstselektion – und der Anruf sogar kostenpflichtig, so dass die nationalen Bevölkerungsstichproben systematisch verzerrt sind. Diese Verzerrungen sollten jedoch in allen Ländern in etwa gleich und nach den selben Gesetzmäßigkeiten entstanden sein, so dass ein Ländervergleich der nationalen Abstimmungsergebnisse durchaus – mit Abstrichen – aussagekräftige Daten zu Tage fördern kann.

Wie bereits erwähnt, blieb die Veranstaltung seit 46 Jahren im Kern unverändert. Dennoch gab es in den vergangenen Jahren Änderungen in den Teilnahmebedingungen, im Reglement, in der Zusammensetzung der Jury und im Abstimmungsmodus (vgl. European Broadcasting Union 2001). Diese muss man zur Kenntnis nehmen, wenn man sich mit den jeweiligen Abstimmungsergebnissen befassen will. Beispielsweise wurde eine frühere Regelung, derzufolge jeder Interpret in seiner Landessprache singen musste, 1999 wieder rückgängig gemacht. Entsprechend wurden 1998 gerade einmal drei Stücke auf Englisch dargeboten, während im Jahr 2002 immerhin 19 der 24 Beiträge eng-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

lischsprachig waren. Um das Publikumsinteresse am ESC zu steigern, wurde 1998 das „Televoting"-System eingeführt.

Das Reglement der EBU[9] enthält hierzu recht allgemein gehaltene Vorschriften: Jedes Land muss bei der Punktvergabe entweder hälftig eine Jury- und Televoting-Entscheidung oder aber eine ausschließliche Televoting-Entscheidung verwenden. Alle Anrufe müssen die gleiche Chance haben, durchgestellt zu werden, und gleich viel kosten. Nach welchen konkreten Modalitäten das Televoting-Verfahren stattfindet, ist den Länderanstalten freigestellt, solange sie über ausreichende Televoting-Erfahrungen verfügen, was bei Anstalten in kleinen Ländern oder ehemaligen Ostblockländern durchaus nicht selbstverständlich ist. In den letzten fünf Jahren wurden fast alle nationalen Entscheidungen per Televoting ermittelt – Daten von offizieller Seite gibt es hierzu jedoch keine. Dabei können die TV-Zuschauer nur für ein einziges „Lieblingslied" stimmen, eine Rangliste kann nicht an die nationale Jury übermittelt werden. Das Lied mit den meisten Anrufen in einem Land bekommt von dessen Jury zwölf Punkte, das zweitbeliebteste Stück zehn Punkte; danach geht es mit Einerschritten weiter, so dass das Lied auf Platz elf noch einen Punkt bekommt. Alle anderen Beiträge gehen leer aus.

In diesem Zusammenhang steht auch die alljährliche Diskussion um die Punktvergaben. Dabei wird oftmals gemutmaßt, nationale oder kulturelle Sympathien spielten eine größere Rolle als die künstlerische Qualität der Interpreten und Stücke. Politisch eng verbundene oder befreundete Länder wie Zypern und Griechenland, südosteuropäische oder skandinavische Länder würden sich gegenseitig mit Punkten überhäufen; nur im deutschsprachigen Raum helfe man sich nicht gegenseitig – so die allgemeine Wahrnehmung (vgl. Schneider 1998: 123). Außerdem würden in Deutschland lebende Türken eher für die Türkei stimmen (vgl. Müller 1998: 120).

3. Punktvergaben und mögliche Einflussfaktoren

Wie bereits angesprochen, wollen wir bei unserem Versuch, die vergebenen Punkte beim ESC anhand einer Reihe unabhängiger Variablen zu erklären, die – wie auch immer zu bestimmende – Qualität der Beiträge und ihrer Interpreten als unerklärte Streuung betrachten und aus der Analyse herauslassen. Uns geht es nicht um eine Bewertung musikalischer oder künstlerischer Kategorien, und bekanntlich kann man über Geschmack nicht streiten. Im Gegensatz zur Qualität lassen sich einige formale Stück- (Stil, Tempo, Textinhalt, Sprache usw.) und Interpreteneigenschaften (Geschlecht, Art der Formation, Hautfarbe, Kleidung usw.) problemlos bestimmen. Diese Kategorien sollen in der Analyse ausschließlich als Kontrollvariablen Verwendung finden; theoretische Überlegungen zu etwaigen Effekten formaler Einflüsse stellen wir deshalb nicht an.

Uns geht es in erster Linie um die Überprüfung der Annahme, dass Nachrichtenfaktoren von Ereignissen und Akteuren nicht nur für die journalistische Nachrichtenselektion von Relevanz sind, sondern dass Nachrichtenfaktoren, soweit sie sich auf Staaten beziehen, auch beeinflussen, welche Aufmerksamkeit und Bewertung Fernsehzuschauer einzelnen Beiträgen zukommen lassen. Dahinter steckt, wie bereits bei Eilders (1997), die Überlegung, dass Nachrichtenfaktoren auf Kommunikator- und Publikumsseite in verschiedenen Bereichen interessen-, einstellungs- und handlungsleitend sein können. Im zu untersuchenden Fall geht es nicht (nur) um Nachrichtenfaktoren als Bedürfnis-

9 Vgl. http://www.ebu.ch/tv-cec_2002_rules.pdf (03.05.2002).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

kategorie auf Nutzerseite, sondern um ihre Auswirkungen auf die Rezeption von ESC-Beiträgen, auf Publikumseinstellungen und letztlich auf das Abstimmungsverhalten bei europäischen Zuschauern.

Bereits die „Pioniere" der Nachrichtenwerttheorie, Galtung & Ruge, fassten Nachrichtenfaktoren nicht als spezifisch journalistische Kategorie auf, sondern als „commonsense perception psychology" (1974: 63), ohne jedoch auf die wahrnehmungspsychologischen Grundlagen weiter einzugehen. Der angenommene Mechanismus sieht im Bereich journalistischer Nachrichtenauswahl etwa folgendermaßen aus: Journalisten sind bemüht, aus der riesigen Fülle von eingehenden Nachrichten diejenigen auszuwählen, von denen sie annehmen, (a) dass das Publikum von ihnen wissen müsste (gesellschaftliche Bedeutung), und (b) dass sich das Publikum dafür interessiert (individuelle Bedeutung für Rezipienten). Die journalistische Auswahlentscheidung kreist also um die vermeintliche *Bedeutung* eines Ereignisses, Akteurs, Staats usw.. Zur Ermittlung dieser Bedeutung ziehen Journalisten verschiedene Eigenschaften, eben die Nachrichtenfaktoren, heran. Diese sind somit journalistische Handwerksregeln, Routinen oder Heuristiken, die zeit- und ressourcensparende Auswahlentscheidungen erlauben und damit eine effiziente Optimierung der Nachrichtenproduktion ermöglichen. Doch Nachrichtenfaktoren erleichtern nicht nur die *Auswahl*, sie verändern auch die *Produktion* von Nachrichten. Der US-Journalist Walter Lippmann argumentierte bereits 1922, dass die Welt unmöglich in ihrer gesamten Komplexität erfasst werden könne, und Menschen deshalb dazu neigen, Beobachtungen und Sachverhalte in allgemeine Schubladen zu stecken, also Stereotypen zu entwickeln. Im Rahmen der Kognitionspsychologie wurde eine Fülle von Erklärungsansätzen für eine solche vereinfachte und reduzierte Informationsverarbeitung entwickelt, die von der Schematheorie mit ihren Spielarten (Skripte, Frames) über das Elaboration-Likelihood-Modell von Petty & Cacioppo (1986) bis hin zu den Entscheidungsheuristiken bei Tversky & Kahneman (1973) reicht.

Gemeinsam sind allen Ansätzen zwei Annahmen. Erstens: Menschen nehmen neue Informationen im Lichte ihrer Erwartungen bzw. Alltagshypothesen (schemageleitet bzw. top-down) auf und verarbeiten sie entsprechend. Unpassende bzw. nicht erwartungskonforme Umweltreize werden ignoriert, solange sie unter einer bestimmten Reizstärke liegen (vgl. das Vividness-Konzept; Nisbett & Ross 1980). Umgekehrt werden Reize, die den bestehenden kognitiven Strukturen – dies sind Schemata von Wissensbeständen, aber auch persönliche Bewertungen (vgl. Brosius 1995: 124f.) – eines Menschen entsprechen, besonders leicht verstanden und gelernt. Das erklärt den Effekt, dass Menschen vertraute Reize in der Regel besser bewerten als neue; man denke beispielsweise nur an die allgemeine Ablehnung neu eingeführter Geldscheine oder Münzen. Zweitens: Der Mensch als „Homo Oeconomicus" (Jäckel 1992) durchdenkt Entscheidungen nur in Ausnahmefällen bis in die letzte Verästelung. In der Regel genügen einige wenige, besonders auffällige oder relevante Eigenschaften der Alternativen, um eine (heuristische) Entscheidung herbeizuführen. Das Ziel ist in den weitaus meisten Alltagssituationen nicht *die beste*, sondern eine *ausreichend gute* Entscheidung, die schnell und mit geringem kognitiven Aufwand getroffen wurde[10]. Schemata sind das kognitive Werkzeug, um Entscheidungen heuristisch treffen zu können.

Diese grobe Skizze menschlicher Informationsverarbeitung gibt eine Vorstellung von den psychischen Prozessen journalistischer Nachrichtenauswahl und -produktion.

10 Vgl. die kognitionspsychologische Einführung von Anderson (1996) sowie die kommunikationswissenschaftlichen Überblicke bei Brosius (1995), Wirth (1997) und Schweiger (2001).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Sie liefert aber auch erste Anhaltspunkte, welche vergleichbaren Prozesse sich auf der Rezipientenseite abspielen. Es verwundert also nicht, dass die Annahme von Nachrichtenfaktoren als allgemeinen menschliche Selektionskriterien mittlerweile empirisch weitgehend bestätigt ist (vgl. Eilders & Wirth 1999: 39).

Zum ESC-Televoting: Führt man sich die Rezeptions- und Entscheidungssituation eines einzelnen Zuschauers beim ESC vor Augen, dann ist es plausibel, dass auch hier Schemata und Heuristiken zum Einsatz kommen. Dafür sprechen mindestens zwei Gründe. Erstens: Die Zuschauer dürfen ausschließlich die Beiträge aus den anderen Ländern bewerten; für den Beitrag des eigenen Landes können sie nicht stimmen. Es kommt hinzu, dass der ESC trotz teilweise fanatischen „Fan-Tums" für die meisten Zuschauer vermutlich eine unterhaltende Nebensache mit eher geringer Relevanz ist. Das Involvement bei der Entscheidung ist somit eher schwach. Wie das bereits erwähnte Elaboration-Likelihood-Modell annimmt, erfolgen solche „Low-Involvement"-Entscheidungen auf einer so genannten „peripheren Route", also stark heuristisch. Zweitens: Die Entscheidungssituation ist bei über zwanzig konkurrierenden Interpreten bzw. Liedern, die sich vom Auftreten und von der Machart her teilweise recht ähnlich sind, durchaus kompliziert. Bei einer solchen Menge von Entscheidungsalternativen ist es für einen durchschnittlichen Zuschauer unmöglich, sich alle zwanzig Stücke und Interpreten zu merken, gründlich alle ihre Stärken und Schwächen gegeneinander abzuwägen und dann kompetent zu entscheiden. Der Schnelldurchlauf aller Stücke am Schluss des Wettbewerbs ändert daran nicht viel. Es *müssen* also beim Publikum Heuristiken zum Einsatz kommen, zumal die Entscheidung innerhalb weniger Minuten zu fällen ist.

Heuristiken steuern nicht nur die endgültige Televoting-Entscheidung; sie beeinflussen bereits die Rezeption der Beiträge. Damit ein Zuschauer für ein Stück (sinnvoll) votieren kann, muss er es zunächst gesehen und gehört haben. Bei über zwanzig Stücken werden nur die wenigsten Zuschauer jeden Beitrag aufmerksam verfolgen. Da Schemata eine aufmerksamkeitssteuernde Funktion haben, kann man Folgendes annehmen: Wie viel Aufmerksamkeit ein Zuschauer einem Stück zukommen lässt, hängt – neben Stück- und Interpreteneigenschaften – davon ab, welches Schema er im Lauf seines Lebens zu dem betreffenden Land gebildet hat und wie vertraut ihm das Land ist.

Damit sind wir zurück bei der Nachrichtenwertforschung. Wie eingangs erwähnt, befassten sich bereits die Pionierarbeiten von Galtung & Ruge (1974) und Östgaard (1965) mit der Frage, inwiefern einzelne Weltregionen in der internationalen Berichterstattung sichtbar oder eher unsichtbar sind. Die damaligen Befunde sind wenig überraschend, aber medienpolitisch problematisch: (1) Es gibt eine Reihe von Elite-Nationen, allen voran die USA, über die – etwa gemessen an ihrer Einwohnerzahl – überproportional berichtet wird. Ein Ereignis, das dort passiert, hat eine erheblich größere Chance, berichtet zu werden, als dasselbe Ereignis in einem anderen, weniger beachteten Land. (2) Je näher das Land, in dem ein Ereignis stattfindet, einem anderen Land ist, desto eher wird dieses Ereignis dort in die Presse gelangen bzw. ein umfassendes Presseecho bekommen.

Sowohl der *Status* eines Staates als auch dessen *Nähe* zum Land des Rezipienten sind als Schemabestandteile zu betrachten, die die Beitragsrezeption und die Televoting-Entscheidung beeinflussen. Die Nähe bestimmt maßgeblich, wie vertraut einem Rezipienten ein Staat ist.[11] Die Vertrautheit mag zwar von Zuschauer zu Zuschauer variieren;

11 Dieser Effekt liegt indirekt auch dem Nachrichtenfaktor „Identifikation" zugrunde, wie ihn Östgaard (1965) postuliert hat: Journalisten unterstellen, dass Rezipienten sich besonders für Themen interessieren, die ihnen bereits vertraut sind, und wählen sie entsprechend häufig aus.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

dennoch kann man zwischen den Zuschauern zweier Länder einen generellen Grad an Vertrautheit bzw. subjektiv wahrgenommener Nähe bestimmen. Auch die wahrgenommene *Bedeutung* eines Landes bzw. sein *Status* beeinflusst die Aufmerksamkeit der Zuschauer. Auch hier unterscheiden sich streng genommen die individuellen Wahrnehmungen; doch kann man unterstellen, dass es einen generellen Status eines Staates gibt, der sich – innerhalb einer gewissen Schwankungsbreite – als nationale, intersubjektive Konstante beschreiben lässt. Dieselben aufmerksamkeitssteuernden Effekte, die wir für die Beitragsrezeption beschrieben haben, sollten wiederum die Televoting-Entscheidung beeinflussen, so dass sich insgesamt die Chancen von Liedern statushoher und/oder sich gegenseitig naher Staaten erhöhen. Wie Hagen (1998: 148) feststellte, sind *Elite-Status* und *Nähe* die einzigen Nachrichtenfaktoren, die sich auf Länder anwenden lassen. Dabei bezieht sich der Status auf die *absolute Bedeutung* eines Staats[12], die Nähe auf seine *relative* Bedeutung für andere Regionen oder Länder. Sowohl der Status als auch der Faktor Nähe manifestieren sich in unterschiedlichen Bereichen (Einteilung nach Schulz 1990: 33, 41f. und Staab 1990: 120):

Politischer Status bezieht sich auf die (außen-)politische Bedeutung eines Staats und damit auf seine politischen, ggf. auch militärischen Einflussmöglichkeiten gegenüber anderen Ländern. Auch Einwohnerzahl und die Zugehörigkeit zu Bündnissen, wie z. B. NATO oder EU, und die Bedeutung innerhalb dieser Bündnisse gehören hierher. Deutschland ist beispielsweise nicht nur einwohnerreichstes EU-Mitglied; mit 99 von 624 Abgeordneten im Europäischen Parlament (Stand: 14.10.2002) und dem Sitz der Europäischen Zentralbank in Frankfurt am Main hat es zweifellos in Europa und innerhalb der EU-Staaten Elite-Status. Neben der politischen Macht ist auch die Umsetzung und Einhaltung demokratischer Prinzipien – wenn man diese als Norm versteht – ein Indikator für den politischen Status eines Landes. Dies ist in Europa besonders für die osteuropäischen Staaten relevant, die ja auf ihrem Weg in eine demokratisch verfasste Marktwirtschaft mit allen Bürgerrechten durchaus mehr oder weniger weit voran geschritten sind. Die Gewährung und Einhaltung von Pressefreiheit (Staatsferne und ökonomisch-publizistische Vielfalt) oder der Menschenrechte gehören in diesen Zusammenhang.

Der *wirtschaftliche Status* eines Staats hängt ab von der absoluten und – gemessen an der Einwohnerzahl – relativen Leistungsfähigkeit seiner Wirtschaft. Indikatoren sind beispielsweise das Bruttoinlandsprodukt (BIP) und das Bruttoinlandsprodukt pro Kopf. Hier spielen auch das Exportvolumen bzw. der Exportanteil an der Gesamtwirtschaftsleistung eine Rolle, zumal Exportgüter und -dienstleistungen in den kaufenden Ländern den Eindruck einer Elite-Nation vertiefen. Die US-amerikanische Kultur- und Medienindustrie, Coca Cola oder McDonald's sind plakative Beispiele hierfür. Eine vergleichbare Bedeutung im Ausland haben im Falle Deutschlands vielleicht die Automobilindustrie und der Maschinen- und Anlagenbau. Rosengren fand bereits 1974, dass ökonomische Faktoren, wie der Im- und Export, den Nachrichtenwert von Ereignissen in bestimmten Staaten besonders beeinflussen.

Schließlich ist der *kulturelle Status* zu nennen. Dieser umfasst die Bedeutung und Potenz eines Landes in den Bereichen Literatur, Musik, Film, Theater, Medien und Wis-

12 Streng genommen sind Nachrichtenfaktoren nie einem Ereignis, Akteur oder Land immanent, weil sie ja immer als eine Attribuierung durch Journalisten entstehen. Deshalb kann es auch aus theoretischer Sicht keine absolute Bedeutung eines Landes geben. Wegen ihrer empirischen Bedeutung wollen wir die Unterscheidung trotzdem aufrecht erhalten.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

senschaft. Je bekannter kulturelle Eigenheiten und Erzeugnisse eines Staats oder einer Region in anderen Ländern sind, desto höher ist sein diesbezüglicher Status. Deshalb sollten die großen europäischen „Kulturnationen" mit erheblicher Außenwirkung – Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien, Deutschland und Russland – beim ESC allein schon von daher erhöhte Aufmerksamkeit und damit Wettbewerbsvorteile genießen. Von großer Relevanz ist hierbei sicherlich die Sprache, die in einem Land gesprochen wird, und ihre Verbreitung in anderen Ländern als Mutter- oder Fremdsprache. Während Englisch und – mit Einschränkungen – Französisch in allen europäischen Staaten verbreitet sind, werden die meisten anderen Sprachen kaum in anderen Ländern als Fremdsprachen gelernt. Es ist zu vermuten, dass Großbritannien, Irland, Frankreich und Belgien, teilweise auch die Schweiz, wegen dieses sprachlichen Vorteils beim ESC prinzipiell höhere Siegchancen haben. Auf der anderen Seite ist Deutsch in Europa diejenige Sprache, die von den meisten Menschen und in den meisten Staaten muttersprachlich gesprochen wird (Deutschland, Österreich, Schweiz, teilweise Luxemburg, Belgien, Italien). Dies könnte sich auch in einem Wettbewerbsvorteil beim ESC niederschlagen.

Nähe ist – im Gegensatz zum Status – ein reziproker Nachrichtenwert, denn beide beteiligten Staaten sind sich gegenseitig gleich nah. Dabei lassen sich wiederum zwei Dimensionen unterscheiden. Nähe bezieht sich entweder auf die Vergleichbarkeit bzw. Ähnlichkeit der Verhältnisse zwischen zwei Staaten oder auf die Beschaffenheit (Quantität bzw. Qualität) der zwischenstaatlichen Beziehungen. Das wird bei der Beschreibung der einzelnen Kategorien klar.

Räumliche Nähe meint zunächst die rein örtliche Entfernung, die zwischen zwei Orten bzw. Staaten liegt. Zwei Länder können direkte Nachbarn sein, d. h. eine gemeinsame Land- oder Wassergrenze besitzen (z. B. Deutschland und Österreich, Frankreich und Großbritannien), sie können sich ohne gemeinsame Grenze in derselben Region befinden (z. B. Estland und Litauen, Luxemburg und Niederlande), sie können auf demselben Kontinent liegen oder in unterschiedlichen Weltregionen. Die räumliche Nähe ist ein Mischkonstrukt aus den Dimensionen „Ähnlichkeit der Verhältnisse" und „Beschaffenheit der zwischenstaatlichen Beziehungen". Denn Nachbarländer sind sich einerseits in der Regel in verschiedenen Bereichen ähnlich, andererseits gibt es meist intensive Beziehungen zwischen Nachbarn. Je näher sich zwei Staaten liegen, desto größer sollte der Nachrichtenwert von Ereignissen im jeweils anderen Land und damit auch die gegenseitige Aufmerksamkeit beim ESC sein.

Natürlich wird in Europa die räumliche Nähe von der *kulturellen Nähe* zwischen Staaten überlagert. Diese ergibt sich neben den bereits oben diskutierten Bereichen besonders aus einer gemeinsamen Sprache (z. B. Deutschland und Österreich) oder einer gemeinsamen Sprachgruppe (z. B. Deutschland, Niederlande, Belgien/Flämisch). Die in den Ländern dominierenden Religionen spielen generell ebenfalls eine erhebliche Rolle, wie beispielsweise der Kosovo-Konflikt gezeigt hat. Da mit Ausnahme der Türkei und Israels, die beide auch geografisch am Rand bzw. außerhalb Europas liegen, alle ESC-Teilnehmerländer christlich geprägt sind, sollte diese Variable im gegebenen Fall allerdings von untergeordneter Bedeutung sein. Wichtiger ist in Europa der wechselseitige Tourismus zwischen Ländern: Je mehr Menschen ein anderes Land bereisen und so kennen lernen, desto größer sollte das interkulturelle Verständnis sein.

Bei der *politischen Nähe* kommt in Europa mit seiner wechselhaften Geschichte eine Reihe von Variablen in Frage. Gehören zwei Staaten demselben Bündnis an (NATO, EU), wenn ja, seit wann? Oder sind sie ehemalige Mitglieder desselben Verteidigungs- und Wertebündnisses, des Warschauer Paktes? Gehörten beide Staaten bis vor nicht all-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

zu langer Zeit einem gemeinsamen Staat an, der mittlerweile auseinander gebrochen ist (Ex-Sowjetunion, Ex-Jugoslawien, Slowakei und Tschechien)? Von Bedeutung ist auch die Vergleichbarkeit oder eben Unterschiedlichkeit der politischen Bedeutung der Länder (z. B. Deutschland und Frankreich versus Deutschland und Luxemburg) und der politischen Verhältnisse.[13] Es ist zu vermuten, dass sich Staaten mit einem weit entwickelten demokratischen System und weitgehender Pressefreiheit politisch näher sind als Staaten mit unterschiedlichen politischen Verhältnissen. Dies bedeutet umgekehrt, dass sich beispielsweise die osteuropäischen Transformationsstaaten untereinander politisch durchaus nahe sein sollten.

Bei der *wirtschaftlichen Nähe* wird die Unterscheidung schließlich zwischen den erwähnten Dimensionen „Ähnlichkeit der Verhältnisse" und „Beschaffenheit der Beziehungen" besonders deutlich. Denn sie umfasst zum einen die Intensität und Bedeutung des wechselseitigen wirtschaftlichen Austausches zwischen zwei Staaten, zum anderen die Vergleichbarkeit der wirtschaftlichen Situation in beiden Ländern. Während beispielsweise reger Im- und Export zwischen Deutschland und Polen herrscht, kann von der Vergleichbarkeit der wirtschaftlichen Situation in beiden Ländern kaum die Rede sein (z. B. beim BIP pro Kopf).

4. Hypothesen

Fassen wir das bisher Gesagte zusammen: Das Konzept der Nachrichtenwertforschung umfasst kognitive Strukturen (Schemata), die wiederum Verhaltens- und Entscheidungsprozesse (Heuristiken) prägen bzw. erleichtern. Da diese Strukturen und Prozesse bei jeder menschlichen Aufmerksamkeitsverteilung und Informationsverarbeitung auftreten, ist es plausibel, dass entsprechende Phänomene auch auf der Rezipientenseite wirken – im vorliegenden Fall letztlich beim ESC-Televoting. Die für *Länder* einschlägigen Bündel von Nachrichtenfaktoren sind (a) der Status eines Landes und (b) die Nähe zwischen zwei Staaten.

Allen genannten Dimensionen liegt jeweils eine lineare Wirkungsvermutung zugrunde: Je statushöher[14] ein ESC-Teilnehmerstaat ist, desto höhere Siegchancen hat er, weil die Zuschauer stärker auf den Beitrag achten und ihn bei der (heuristischen) Televoting-Entscheidung stärker berücksichtigen. Dasselbe gilt für die Nähe zweier Staaten. Als Resultat sollten sie sich gegenseitig überdurchschnittlich viele Punkte geben. Die Hypothesen 1 und 2 lauten folglich:

Hypothese 1: Je höher der (a) politische, (b) wirtschaftliche und (c) kulturelle Status eines ESC-Teilnehmerstaats ist, desto mehr Punkte bekommen seine Beiträge.

Hypothese 2: Je näher sich ESC-Teilnehmerstaaten (a) politisch, (b) wirtschaftlich, (c) kulturell und (d) geografisch sind, desto mehr Punkte geben sich die Zuschauer gegenseitig.

Fraglich ist, ob es Interaktionen zwischen den beiden Faktoren Status und Nähe gibt, oder ob sie unabhängig voneinander wirken. Birgit Schenk (1987: 39) wies im Bereich der journalistischen Nachrichtenauswahl auf das Phänomen des „Next-Door-Giant"

13 Vergleichbar Hagens (1998: 152) „Ähnlichkeit der sozio-ökonomischen Entwicklung".

14 Wie bereits angesprochen, müsste man auch hier wieder streng genommen von der Attribuierung der Rezipienten ausgehen: Erst der *individuell wahrgenommene* Status eines Landes kann sich auf das Abstimmungsverhalten auswirken.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

hin. Hierbei handelt es sich um statushohe, benachbarte Staaten, die für ihre kleineren Nachbarstaaten von eminenter wirtschaftlicher, politischer und kultureller Bedeutung sind. Über einen solchen großen Nachbarn berichten die Medien eines kleineren Anrainerstaats besonders umfassend und detailliert, wie beispielsweise Hagen (1998) deutlich am Beispiel der österreichischen Deutschland-Berichterstattung zeigen konnte. In Europa ist zweifellos Deutschland ein solcher Next-Door-Giant für einige Anrainerstaaten. Vergleichbare Konstellationen sind denkbar zwischen Frankreich und Belgien bzw. Luxemburg, zwischen Spanien und Portugal oder zwischen Russland und seinen Nachbarn. Im Falle der Nachrichtenberichterstattung führt die Interaktion zwischen Status und Nähe also zu einer wechselseitigen Verstärkung der Effekte und damit zu einer erhöhten Beachtung.

Auch beim ESC-Televoting muss man zunächst von einer positiven Interaktion ausgehen: Was der mächtige Nachbar präsentiert, interessiert die Zuschauer nebenan sicherlich stark. Andererseits wohnt derartigen zwischenstaatlichen Beziehungen bei der Bevölkerung des kleineren Landes – trotz der nachbarlichen Vertrautheit – oft eine gewisse Skepsis und Ablehnung inne; der „Next-Door-Giant" erfreut sich bei seinen Nachbarn selten uneingeschränkter Beliebtheit. Ursachen für solche Antipathien sind sicherlich im Neid auf die Macht des Nachbarn beim Kleineren und in einer wahrgenommenen Arroganz der Bürger des größeren gegenüber den Bürgern des kleinen Landes zu suchen – gerade wenn ansonsten große Ähnlichkeit zwischen beiden besteht. Die Abstimmung beim ESC bietet den Bürgern eines „kleinen Nachbarstaates" theoretisch sogar die Möglichkeit, es dem ungeliebten Nachbarn einmal „heimzuzahlen" und seine Bedeutung zu unterminieren, indem sie seinem Beitrag keine oder wenige Punkte geben. Anders als bei der journalistischen Nachrichtenselektion, wo solche Fragen wohl nur eine nachrangige Rolle spielen, stehen sich somit beim ESC-Televoting zwei entgegengesetzte „Next-Door-Giant"-Effekte gegenüber: Welcher der beiden Effekte stärker ist, lässt sich nicht vorhersagen; wir entscheiden uns in Hypothese drei für die zweite Variante.

Hypothese 3: ESC-Beiträge von Next-Door-Giants bekommen von ihren kleineren Nachbarn weniger Punkte, als ihnen von ihrem Status her zustünden.

5. Methode

Um die genannten Hypothesen beantworten zu können, müsste man eigentlich Daten zur subjektiven Wahrnehmung der ESC-Zuschauer verwenden: Nicht die tatsächlichen Verhältnisse beeinflussen das Abstimmungsverhalten der Rezipienten, sondern ihre persönlichen Status- und Nähe-Bewertungen anderer Staaten. Da es jedoch bevölkerungsrepräsentative und vergleichbare europäische Befragungsdaten zur Bewertung anderer Länder unseres Wissens nicht gibt – ganz zu schweigen von entsprechenden Befragungsdaten für ESC-Zuschauer –, bleibt uns nur der Umweg über öffentliche Statistiken zu den tatsächlichen Verhältnissen. Dabei unterstellen wir eine ausreichend hohe Korrelation zwischen der subjektiven Wahrnehmung durch das ESC-Publikum (als zu messendes Konstrukt) einerseits und statistischen Daten (als indirekte Operationalisierung) andererseits.

Zunächst wurde eine Vielzahl an Daten zu den Stücken, Interpreten und vergebenen Punktewertungen der fünf Wettbewerbe seit 1998, also seit der umfassenden Einführung des Televoting, gesammelt. Ferner wurden aus verschiedenen statistischen Quellen Daten zu den Teilnehmerländern bzw. zu Beziehungen zwischen den Staaten, soweit verfügbar, erhoben. Daraus resultierten zwei Datensätze:

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Datensatz 1 enthält alle ESC-Beiträge von 1998 bis 2002 (n = 119). Er umfasst neben der Startnummer des jeweiligen Stücks, seiner Sprache und der Art der Formation (Solo-Sänger/in, Duett oder Gruppe) die erzielten Gesamtpunkte. Diese Angaben wurden Feddersen (2002) und verschiedenen Onlinequellen[15] entnommen bzw. teilweise rekonstruiert. So wurde aus den Namen der Vortragenden auf die Art der Formation und das Geschlecht der Interpreten geschlossen. Darüber hinaus stehen in Datensatz 1 die Variablen zum Status des jeweiligen Landes: Einwohnerzahl, BIP, BIP pro Kopf, gesprochene Sprache/n, aktuelle und ehemalige Bündnismitgliedschaften in EU, NATO und Warschauer Pakt sowie regionale Lage (z. B. Benelux, Skandinavien; vollständige Liste siehe weiter unten). Als grobe Schätzung der nationalen Pressefreiheit verwendeten wir die Daten der US-amerikanischen gemeinnützigen Organisation Freedom House (2001). Diese veröffentlicht jedes Jahr eine „Press Freedom Survey" mit einem Pressefreiheitsindex.[16]

In Datensatz 2 stellt jede Punktwertung eines Beitrags einen Fall dar (n = 2.716). Zusätzlich zu den Angaben aus Datensatz 1 befinden sich dort alle Beziehungsvariablen zwischen den jeweiligen Geber- und Nehmerländern, also hauptsächlich Daten zur Nähe zwischen den Staaten, die teilweise aus den Status-Daten in Datensatz 1 errechnet wurden (z. B. die regionale Zusammengehörigkeit oder Differenz des Pressefreiheit-Wertes zwischen Geber- und Nehmerland), teilweise weiteren Recherchen entstammten.

Tabelle 1 zeigt alle untersuchten Variablen im Überblick. Wie der Tabelle zu entnehmen ist, wurden einige nahe liegende Variablen nicht in die Analyse aufgenommen. Der geografische Status (Fläche des Staatsgebiets) beispielsweise korreliert in Europa stark mit der Einwohnerzahl und dürfte auf die ESC-Bewertungen keinen hiervon unabhängigen Einfluss haben. Kulturelle Statusvariablen, wie z. B. Englisch oder Französisch als Landessprache, kämen im Datensatz in einer Fallzahl vor, die für sinnvolle Auswertungen nicht ausreichen würde, da sie meist nur für ein oder zwei Länder gelten. Andere Variablen der internationalen Nachrichtenwertforschung, wie beispielsweise die Alphabetisierungsrate, unterscheiden sich in Europa zu wenig, um sie als sinnvolle Erklärfaktoren einzusetzen.

Eine Anmerkung zu den Export-/Import-Daten: Der Aufwand, diese Daten für insgesamt 32 Teilnehmerstaaten zu ermitteln (32 x 32 x 2 = 2.048 Fälle), war mit den gegebenen personellen Mitteln nicht zu leisten. Wir beschlossen, die Angaben nur für eine willkürliche, strukturell dem Gesamtdatensatz entsprechende Länderstichprobe zu recherchieren. Deshalb wurden die Export-/Import-Daten jeweils für Deutschland, Estland, Frankreich, Kroatien, Norwegen, Polen und Spanien als Nehmerland und alle anderen Geberländer berechnet. Um bei verschiedensten internationalen und nationalen Quellen vergleichbare Angaben zu erhalten, mussten wir uns ferner mit dem „kleinsten gemeinsamen Nenner" aller Quellen zufrieden geben. Die Variablen „Export vom Ge-

15 Z. B. die private Website eines finnischen ESC- und Statistik-Freaks (http://www.kolumbus.fi/jarpen/), http://www.eurosong.net/, http://www.ogae.de/ (alle 08.01.2003). Generell scheint es im Internet eine große Anzahl von ESC-Fans zu geben, die mit viel Liebe teilweise überaus ambitionierte Webangebote erstellen; bei einer Internetrecherche nach dem Suchbegriff „Eurovision Song Contest" am 08.01.2003 lieferte die Suchmaschine Google.de ca. 40.000 Treffer!

16 Der Index reicht von 0 (völlige Pressefreiheit) bis 100 (völlig eingeschränkte Pressefreiheit) Punkten. Er errechnet sich als die Summe der vier Dimensionen „Medienrecht und Regulierung", „Politische Einflussnahme auf Inhalte", „Ökonomische Einflussnahme auf Inhalte" (jeweils max. 30 Punkte) und „Repressive Aktionen", z. B. Verhaftung / Ermordung von Journalisten (max. 10 Punkte).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 1: Variablen im Überblick

	Status Nehmerland	Nähe zwischen Geber- und Nehmerland
Geografisch		• Direkte Nachbarschaft (gemeinsame Land-/Wassergrenze) • Gemeinsame Region
Politisch	• Einwohnerzahl • EU-Mitglied, NATO-Mitglied, ehem. Warschauer Pakt-Mitglied • Pressefreiheit	• Differenzbetrag Einwohnerzahl • Gemeinsame Mitgliedschaft in EU, NATO, ehem. Warschauer Pakt • Differenzbetrag Pressefreiheit
Wirtschaftlich	• Bruttoinlandsprodukt • Bruttoinlandsprodukt/ Einwohner	• Differenzbetrag Bruttoinlandsprodukt • Differenzbetrag Bruttoinlandsprodukt/ Einwohner • Wirtschaftliche Beziehungen (Export/Import vom Geber- ins Nehmerland)
Kulturell		• Gemeinsame Landessprache • Tourismus: Bürger des Geberlandes als Besucher im Nehmerland (Übernachtungen/Einwohnerzahl)

ber- ins Nehmerland“ und „Import vom Nehmer- ins Geberland“ umfassen deshalb jeweils die Ausprägungen (1) wichtigster, (2) zweit-, (3) drittwichtigster Exporteur/Importeur sowie (4) Andere. Noch schwieriger stellte sich die Beschaffung von Daten zum Tourismus dar. Hierzu steht wiederum die genannte Länderstichprobe zur Verfügung, allerdings mit zahlreichen fehlenden Werten.

6. Ergebnisse

Ein erster Länderüberblick über die vergebenen Punkte beginnt mit einer Überraschung. Tabelle 2 präsentiert in abnehmender Reihenfolge die Gesamtpunkte, die die insgesamt 32 Teilnehmerländer zwischen 1998 und 2002 durchschnittlich erzielten. Wie man sieht, sind mit Lettland, Dänemark, Island, Estland, Griechenland und Malta und mit Ausnahme Russlands ausschließlich sehr kleine bzw. kleine Staaten die erfolgreichsten ESC-Teilnehmer. Von den großen europäischen Staaten liegen nur Deutschland und Großbritannien auf den Plätzen elf und dreizehn und damit in der ersten Hälfte des Feldes. Frankreich und Spanien finden sich auf Plätzen in der hinteren Hälfte. Auf den ersten Blick scheinen diese Ergebnisse zumindest unserer ersten Hypothese zum Einfluss des Status’ der ESC-Teilnehmerstaaten zu widersprechen.

Bevor wir uns mit den eigentlichen Hypothesen befassen, noch einige andere Befunde. Zwei formale Variablen hatten erheblichen Einfluss auf die jeweils erzielten Punkte. Zunächst lässt sich für die Auftretensreihenfolge bzw. Startnummer der Beiträge ein eindeutiger Recency-Effekt nachweisen. Je später die insgesamt 119 Beiträge im Ablauf vorgestellt wurden, desto mehr Punkte erhielten sie durchschnittlich ($r = 0{,}25$; $p < 0{,}004$). Dieser Effekt geht vermutlich auf die Erinnerungsleistung des Langzeitgedächtnisses bei den Rezipienten zurück. Die kürzere Zeitspanne zwischen Auftritt und Abstimmung führt zur besseren Erinnerung an den Beitrag.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 2: Durchschnittliche Gesamtpunkte pro Wettbewerb aller Teilnehmerländer zwischen 1998 und 2002 (n = 119 Beiträge)

Platz	Land	Jahre	Punkte	Platz	Land	Jahre	Punkte
1	Lettland	3	36	17	Rumänien	3	11
2	Dänemark	4	28	18	Irland	4	11
3	Russland	3	27	19	Norwegen	4	11
4	Island	3	22	20	Frankreich	5	11
5	Estland	5	21	21	Slowenien	4	11
6	Griechenland	3	21	22	Zypern	4	8
7	Malta	5	19	23	Slowakei	1	8
8	Schweden	5	19	24	Spanien	5	8
9	Niederlande	4	17	25	Mazedonien	3	8
10	Bosnien	3	16	26	Portugal	3	7
11	Deutschland	5	16	27	Türkei	5	7
12	Kroatien	5	16	28	Finnland	3	7
13	Großbritannien	5	15	29	Litauen	3	7
14	Österreich	3	14	30	Polen	3	5
15	Israel	5	13	31	Ungarn	1	4
16	Belgien	4	12	32	Schweiz	3	3

Einen ebenfalls signifikanten Effekt hat die Sprache eines Beitrags. Während früher die teilnehmenden Länder immer in ihrer/einer Landessprache antreten mussten, kann seit einigen Jahren in jeder beliebigen Sprache gesungen werden. Das hat zum verstärkten Einsatz englischer Texte geführt – eine Strategie, die in den untersuchten fünf Jahren offensichtlich aufging: Während die auf Englisch gesungenen Titel durchschnittlich 67 Punkte bekamen (n = 56), mussten sich anderssprachige Beiträge (n = 57)[17] mit 45 Punkten zufrieden geben ($t = 2{,}39$; $p < 0{,}02$). Englisch scheint mittlerweile nicht nur die „lingua franca" im europäischen Schlager zu sein, sondern auch beim europäischen Publikum die höchste Aufmerksamkeit, Vertrautheit und/oder Sympathie zu genießen. Beide Befunde unterstreichen die obige Grundannahme, dass Zuschauer bei ihrer Punktvergabe generell heuristisch vorgehen.

Nun zu den Hypothesen. Tabelle 3 präsentiert Partialkorrelationen zwischen allen (metrischen bzw. binären) Status- und Nähe-Variablen einerseits und den vergebenen Punkten andererseits; dabei wurden die bereits erwähnten, wirkungsstarken Variablen Startplatz und Sprache des Beitrags heraus partialisiert.[18] Die Status-Berechnungen

17 Die deutsche „Ironieoffensive" seit Guildo Horns „Guildo hat euch lieb" fiel hier wiederum aus dem Rahmen. Kein deutscher Beitrag der Jahre 1998 bis 2001 war in englischer Sprache, allerdings auch nur zwei auf Deutsch: Die deutsch-türkische Gruppe „Sürpriz" (1999) sang überwiegend auf Türkisch und Stefan Raabs Beitrag (2000) „Wadde hadde dudde da" bediente sich einer dem Deutschen entlehnten „Phantasiesprache". Trotzdem schnitten die deutschen Titel von allen nicht-englischen Beiträgen am besten ab.

18 Eine datenanalytische Anmerkung: Eine multiple Regressionsanalyse wäre zweifellos die eleganteste Auswertungsstrategie. Da jedoch (a) einige Status- und Nähe-Variablen stark untereinander korrelieren (Multikollinearität) und (b) für verschiedene Variablen unterschiedlich große Teilstichproben zur Verfügung stehen, sehen wir davon ab.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 3: Partialkorrelation zwischen Nachrichtenfaktoren und den erhaltenen Punkten

	n	Partial-korrelation
Status des Nehmerlandes		
Politisch		
Einwohnerzahl	n=109 Beiträge	+0,09
EU-Mitglied[1]	n=109 Beiträge	+0,04
NATO-Mitglied[1]	n=109 Beiträge	+0,04
ehem. Warschauer Pakt-Mitglied[1]	n=109 Beiträge	+0,00
Pressefreiheit[2]	n=109 Beiträge	+0,01
Wirtschaftlich		
Bruttoinlandsprodukt	n=109 Beiträge	+0,13
Bruttoinlandsprodukt / Einwohner	n=109 Beiträge	+0,04
Nähe zwischen Geber- und Nehmerland		
Geografisch		
Nachbarn[1]	n=2574 Voten	+0,19***
gemeinsame Region[1]	n=2574 Voten	+0,19***
Politisch		
Differenzbetrag Einwohnerzahl	n=2574 Voten	+0,03
Differenzbetrag Pressefreiheit[2]	n=2574 Voten	–0,06**
Gemeinsame EU-Mitgliedschaft[1]	n=2574 Voten	+0,04**
Gemeinsame NATO-Mitgliedschaft[1/5]	n=2574 Voten	+0,06**
Gemeinsame ehemalige Mitgliedschaft im Warschauer Pakt[1]	n=2574 Voten	+0,07**
Wirtschaftlich		
Differenzbetrag Bruttoinlandsprodukt	n=2574 Voten	+0,05*
Differenzbetrag Bruttoinlandsprodukt/Einwohner	n=2574 Voten	–0,07***
Export vom Punktenehmer- ins Geberland[3]	n=565 Voten[6]	+0,05
Import vom Punktegeber- ins Nehmerland[4]	n=565 Voten[6]	+0,08
Kulturell		
Gemeinsame Hauptsprache[1]	n=2574 Voten	+0,12***

Partialkorrelationen kontrolliert nach Startplatz und Sprache des Beitrags (Engl. versus andere Sprache); ***p < 0,001; ** p < 0,01; * p < 0,05; Variablen metrisch, soweit nicht anders angegeben; [1] Ausprägungen: 1 = ja, 0 = nein; [2] umgedrehte Skala von 0 = min. Pressefreiheit bis 100 = max. Pressefreiheit; [3] Ausprägungen: 1 = wichtigster bis drittwichtigster Exporteur; 0 = unwichtiger Exporteur; [4] Ausprägungen: 1 = wichtigster bis drittwichtigster Importeur; 0 = unwichtiger Importeur; [5] Staaten, die nach 1998 NATO-Mitglied wurden (z. B. Polen, Ungarn), wurden als Nicht-Mitglied codiert; [6] nur für Deutschland, Estland, Frankreich, Kroatien, Norwegen, Polen und Spanien als Nehmerländer.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

stammen aus dem ersten Datensatz auf Liedebene; den Werten zur Wirkung der Nähe liegt Datensatz 2 mit insgesamt 2.716 Punktvergaben zugrunde. Da hierbei allerdings pro Beitrag bis zu 24 Punktvergaben bzw. Voten und damit Fälle im Datensatz verrechnet wurden, sind die Irrtumswahrscheinlichkeiten naturgemäß weitaus niedriger und nur mit größter Vorsicht zu interpretieren. Wir beschränken unsere Beschreibung deshalb auf die Korrelationskoeffizienten.

Wie man sieht, hat der politische und wirtschaftliche Status eines Teilnehmerlandes generell einen sehr schwachen, aber durchgehend positiven Einfluss auf die Punkte, die seine Beiträge in den letzten fünf Jahren erzielten – alle Korrelationen sind positiv. Die aktuelle oder ehemalige Mitgliedschaft eines Staats in einem militärischen Bündnis spielt nach dem Ende des kalten Krieges – erfreulicherweise – nur noch eine geringe bzw. keine Rolle. Dasselbe gilt für die EU-Mitgliedschaft. Die Pressefreiheit eines Landes – als Indikator für dessen freiheitlich-demokratische Kultur – hat ebenfalls keinerlei Bedeutung beim ESC. Auch die nationalen wirtschaftlichen Verhältnisse (BIP pro Einwohner) haben kaum einen Einfluss auf sein Abschneiden beim Song Contest. Es ist denkbar, dass diese Faktoren deshalb so geringe Auswirkungen auf die Punktevergabe haben, weil sie den meisten Fernsehzuschauern schlichtweg unbekannt sind.

Die schiere Größe und wirtschaftliche Bedeutung eines Landes – beides Variablen mit vermutlich höherem öffentlichen Bekanntheitsgrad – hingegen korrelieren etwas stärker mit den erhaltenen Punkten (Einwohnerzahl: r = + 0,09; BIP: r = + 0,13). Das mag ein Hinweis darauf sein, dass Rosengrens Feststellung, ökonomische Faktoren seien überaus wichtige Nachrichtenfaktoren, auch beim ESC zutrifft.

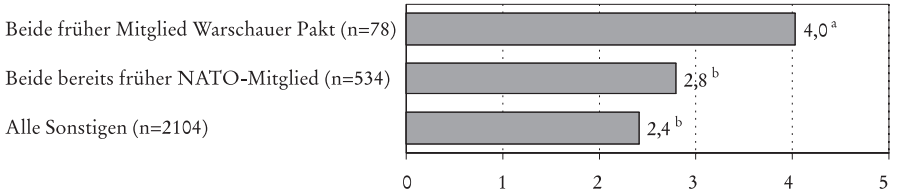
Zu den Faktoren der Nähe: Wie die Korrelationskoeffizienten im unteren Teil von Tabelle 3 illustrieren, erklären politische oder wirtschaftliche Faktoren der Nähe bzw. Ähnlichkeit zwischen zwei Staaten die Punktvergaben der letzten fünf Jahre ebenfalls nur sehr schwach. Ob ein Geber- und Nehmerland in etwa gleich bevölkerungsstark sind oder nicht, spielt so gut wie keine Rolle.[19] Eine ähnliche demokratische Kultur – wieder repräsentiert durch den Pressefreiheitsindex – in beiden Ländern schafft etwas mehr Nähe und erhöht die vergebenen Punkte geringfügig: Je weniger sich die Pressefreiheit-Indizes unterscheiden, desto mehr Punkte wurden vergeben (r = – 0,06).

Ähnlich schwache Effekte zeitigt eine gemeinsame Mitgliedschaft in der EU (r = 0,04) und in militärischen Bündnissen. Die stärkste Solidarität ist unter Staaten des ehemaligen Warschauer Pakts zu verzeichnen (r = + 0,07). Wie Abbildung 1 in einer anderen Darstellung zeigt, wurden in dieser Konstellation durchschnittlich 4,0 Punkte vergeben, während langjährige NATO-Mitgliedsstaaten sich jeweils nur 2,8 Punkte zusprachen. Allerdings findet man unter den ehemaligen Warschauer Pakt-Staaten auch einige Länder, die sich damals in einem gemeinsamen Nationalstaat befanden und vielleicht deshalb heute noch – trotz zwischenzeitlicher Konflikte – über stärkere Bindungen untereinander verfügen (Estland, Lettland, Litauen und Russland oder Tschechien und Slowakei). Man kann auf jeden Fall festhalten, dass die denkbare Vermutung, ehemalige Staaten des Warschauer Paktes seien heute untereinander entfremdet oder gar verfeindet, bei den ESC-Votings nicht zutrifft.

19 Da wir bei der Einwohnerzahl und anderen Faktoren nur die absolute Distanz zwischen zwei Staaten als unabhängige Variable messen wollen und nicht etwaige Über- oder Unterlegenheiten, verwenden wir Differenzbeträge, bei denen die Richtung des Unterschieds unberücksichtigt bleibt.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Abbildung 1: Mitgliedschaften in Verteidigungsbündnissen und erhaltene Punkte



Gruppen mit unterschiedlichen Kennbuchstaben unterscheiden sich höchstsignifikant (Duncan's multiple range test; $p < 0{,}001$).

Zur wirtschaftlichen Nähe und Vergleichbarkeit: Wie aus Tabelle 3 zu ersehen, spielt die Vergleichbarkeit der wirtschaftlichen Lebensverhältnisse ebenfalls nur eine geringe Rolle beim ESC. Je unterschiedlicher zwei Länder beim Bruttoinlandsprodukt, also in ihrer volkswirtschaftlichen Gesamtleistung sind, desto mehr Punkte geben sie sich sogar (Differenzbetrag BIP: $r = +0{,}05$). Umgekehrt führt ein vergleichbares Bruttoinlandsprodukt pro Einwohner zu einer etwas besseren gegenseitigen Bewertung (Differenzbetrag BIP pro Einwohner: $r = -0{,}07$).

Aufschlussreich sind die Befunde zur Intensität der wirtschaftlichen Beziehungen. Zunächst ist festzuhalten, dass diese prinzipiell reziprok sein können, es in der Regel aber nicht sind. Es stellt sich somit die Frage, ob die Zuschauer eher dem Beitrag einer Nation Punkte geben, aus der ihr Land viele Produkte importiert, oder ob sie eher einer Nation Punkte geben, in die ihre eigene Volkswirtschaft stark exportiert. Wie die Korrelationskoeffizienten illustrieren, stellen beide Import/Export-Größen jeweils eine schwache, aber von der Wirkungsrichtung her hypothesenkonforme Einflussgröße dar. Die Zuschauer geben also tatsächlich dem Beitrag einer Importnation, deren Produkte sie kennen und nutzen – darunter vielleicht auch Medien – mehr Punkte als anderen Ländern ($r = +0{,}08$). Staaten, in die die eigene Volkswirtschaft überdurchschnittlich exportiert, erhalten ebenfalls etwas mehr Punkte ($r = +0{,}05$). Auch hier ist anzumerken, dass die individuelle Punktevergabe nicht von den tatsächlichen Ex- und Import-Raten abhängt, sondern von den wahrgenommenen Verhältnissen, so dass sich die schwachen Zusammenhänge eventuell durch entsprechende Wissensdefizite oder Fehleinschätzungen bei den Zuschauern erklären lassen.

Wichtiger als alle politischen und wirtschaftlichen Faktoren ist die räumliche und kulturelle Nähe. ESC-Zuschauer entscheiden sich bevorzugt für ihre direkten oder indirekten Nachbarn und für Beiträge aus Ländern, in denen dieselbe Sprache gesprochen wird wie bei ihnen. Während der Beitrag eines direkten Nachbarn im Durchschnitt vom nationalen Publikum 4,8 Punkte bekam, mussten sich andere Beiträge mit 2,4 Punkten begnügen ($t = 7{,}67$; $p < 0{,}001$; $n = 209$ bzw. 2.507 Voten). Ähnlich deutlich unterschieden sich die Votings in Abhängigkeit von der Sprache: Länder mit einer gemeinsamen Hauptsprache gaben sich gegenseitig 6,8 Punkte ($n = 26$ Voten); im Fall einer gemeinsamen Minderheitensprache wurden jeweils 3,5 Punkte verteilt (Beispiel: Estland und Russland; $n = 86$ Voten). Publika unterschiedlicher Sprachen bedachten die Beiträge des Anderen mit jeweils 2,5 Punkten ($n = 2.604$ Voten). Das muss wohlgemerkt nicht zwangsläufig etwas mit der Sprache des Liedes und damit einem vermeintlich besseren Textverständnis zu tun haben, da ja mittlerweile die meisten Beiträge auf Englisch gesungen werden. Vielmehr scheint eine gemeinsame Sprache ein starkes Gefühl der Nähe und Verbundenheit zwischen den Bevölkerungen zweier Länder mit sich zu bringen.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Mit einer Ausnahme (Malta mit Englisch als zweiter Amtssprache) wird in Europa ein und dieselbe Sprache immer nur in direkt benachbarten Ländern gesprochen. Somit lassen sich gemeinsame Sprache und Nachbarschaft analytisch ohnehin nicht trennen. Es kommt hinzu, dass in gleichsprachigen Nachbarländern üblicherweise auch die Fernsehprogramme von jenseits der Grenze genutzt werden. Dies verstärkt zum einen das Gefühl einer gewissen Gemeinsamkeit. Zum anderen ist man eventuell sogar über die nationale ESC-Vorentscheidung beim Nachbarn bzw. die dort antretenden Interpreten informiert (Vorwissen). Dieser Effekt könnte besonders bei einem Next-Door-Giant auftreten. Beispielsweise berichten die österreichischen und Schweizer Medien durchaus über die deutsche Vorentscheidung, da es ja auch eine gemeinsame Musikszene gibt (besonders deutschsprachige Schlager und Volksmusik), man also teilweise auch die deutschen Komponisten, Produzenten oder Interpreten kennt.[20]

Um herauszufinden, welche Regionen Europas stärker und welche schwächer „zusammenhalten", vergleicht Abbildung 2 die innerhalb und außerhalb der jeweiligen Regionen vergebenen Punkte. Wie man sieht, unterstützten sich die beiden teilnehmenden Benelux-Staaten Niederlande und Belgien in den letzten fünf Jahren mit 8,7 Punkten (von maximal 12 Punkten!) mit Abstand am stärksten. Bosnien, Kroatien, Mazedonien, die am ESC beteiligten Staaten des ehemaligen Jugoslawien, verteilten 6,7 Punkte untereinander. Damit lagen sie gleichauf mit den Ländern der ehemaligen Sowjetunion (Baltikum und Russland). Auch die skandinavischen Teilnehmer begünstigten sich eindeutig gegenseitig (6,3 Punkte). Weniger Zusammenhalt gab es zwischen den deutschsprachigen Ländern. Doch auch hier verteilte man – entgegen landläufiger Meinung – untereinander überdurchschnittlich viele Punkte (4,8). Keine regionale Solidarität gab es zwischen Polen, Rumänien, der Slowakei, Slowenien und Ungarn. Das könnte man dadurch erklären, dass diese Region vom Zuschnitt her, so wie wir ihn vorgenommen haben, zu groß und sprachlich nicht einheitlich ist – Rumänisch und Ungarisch sind bekanntlich keine slawischen Sprachen. Bildet man jedoch aus den verbleibenden drei Staaten eine slawische Region, so wurden dort gerade einmal 0,9 Punkte untereinander und damit noch weniger als die ursprünglichen 1,0 Punkte vergeben. Offensichtlich gibt es in den ehemaligen Satellitenstaaten der UdSSR bis zum heutigen Tag trotz räumlicher Nähe nur ein geringes Zusammengehörigkeitsgefühl.[21]

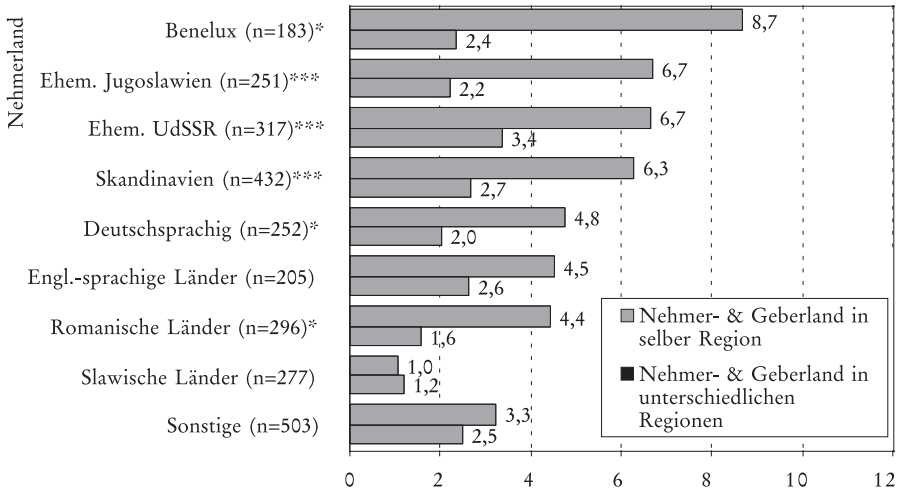
Im Bereich kultureller Nähe spielen sicherlich touristische und geschäftliche Reisen eine wichtige Rolle, denn das persönliche Kennenlernen anderer Länder und der dort lebenden Menschen verstärkt zweifelsohne das Interesse für andere europäische Staaten. Für die bereits erwähnte kleine Stichprobe ausgewählter Nehmerländer haben wir versucht, Daten zu den Übernachtungen der Einwohner der jeweiligen Geberländer in den Nehmerländern zu sammeln. Dies ist mit Hilfe verschiedenster Quellen unter Inkaufnahme zahlreicher fehlender Werte gelungen. Das Ergebnis ist bemerkenswert: Je öfter

20 Das geht so weit, dass im Jahr 2002 ein Schweizer Beitrag in der deutschen Vorentscheidung mitmachen durfte, weil die Schweiz nicht selbst am Wettbewerb teilnehmen konnte. Ironischerweise hätte dieser Beitrag beinahe gewonnen.

21 Dieser Befund steht nur auf den ersten Blick im Widerspruch zum obigen Ergebnis, dass ehemalige Warschauer Pakt-Mitglieder relativ stark zusammen halten (vgl. Tabelle 3). Er verdeutlicht, dass nicht von einem Zusammenhalt innerhalb des ehemaligen Militärbündnisses die Rede sein kann, sondern dass vielmehr die Staaten der ehemaligen Sowjetunion – beim ESC in erster Linie das Baltikum – untereinander solidarisch sind, nicht jedoch die damaligen osteuropäischen Satellitenstaaten.

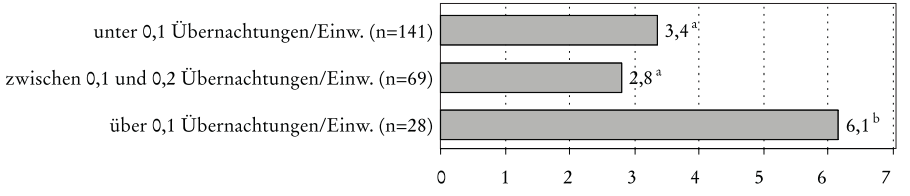
https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Abbildung 2: Regionaler Zusammenhalt



*** p < 0,001; * p < 0,05; Regionen: Benelux: Belgien, Niederlande; Deutschsprachig: Deutschland, Österreich, Schweiz; ehem. Jugoslawien: Bosnien, Kroatien, Mazedonien; ehem. UdSSR: Estland, Lettland, Litauen, Russland; englischsprachige Länder: Großbritannien, Irland; romanische Länder: Frankreich, Portugal, Spanien; Skandinavien: Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden; slawische Länder / ehem. Warschauer Pakt (außerhalb UdSSR): Polen, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Ungarn; sonstige: Griechenland, Island, Israel, Malta, Türkei, Zypern.

Abbildung 3: Einwohner des Geberlandes als Besucher im Nehmerland (Übernachtungen/Einwohnerzahl des Geberlandes und Punkte)



Gruppen mit unterschiedlichen Kennbuchstaben unterscheiden sich signifikant (Duncan's multiple range test; p < 0,05); nur für Deutschland, Estland, Frankreich, Kroatien, Norwegen, Polen und Spanien als Nehmerländer.

die Bewohner eines Staats einen anderen Staat besuchen, desto mehr Punkte verteilen sie an dessen Beitrag. Die genauen Angaben lassen sich Abbildung 3 entnehmen.

Nun könnte man vermuten, dass dieser Effekt mit der räumlichen Nähe der Länder konfundiert, denn zumindest der Umfang von Geschäftskontakten erhöht sich mit zunehmender geografischer Nähe. Um dies zu kontrollieren, wurde eine Varianzanalyse mit beiden Faktoren berechnet. Entgegen der Vermutung schwächte der Faktor „räumliche Nähe" die erklärte Wirkung der Reisekontakte nicht ab; die Interaktion zwischen beiden Faktoren ist ebenfalls sehr gering. Wir haben es ferner mit einem einseitigen Effekt zu tun, denn die jeweils wichtigsten Besucherländer bekamen von ihren Gastgeberländern nicht mehr Punkte als andere Länder. Das unterstreicht, dass das Kennen-

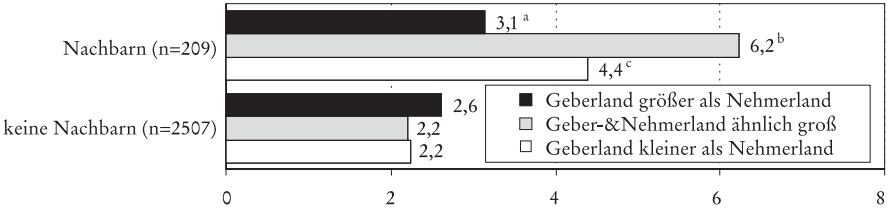
https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

lernen anderer Länder und Kulturen die Aufmerksamkeit und wohl auch Sympathie für eben diese Länder und damit auch für deren Beiträge erhöht. Nicht jedoch fungieren Touristen als „Sympathie-Botschafter" ihres Landes im Ausland – das schlägt sich zumindest nicht bei den ESC-Abstimmungen nieder.

Abschließend wollen wir uns mit Hypothese 3 zum „Next-Door-Giant"-Effekt befassen, also mit der Interaktion zwischen der räumlichen Nähe zwischen zwei Staaten und etwaigen Größen- und Status-Unterschieden. Wir vermuteten, dass ESC-Beiträge von Next-Door-Giants von ihren Nachbarn weniger Punkte bekommen, als ihnen von ihrem Status her eigentlich zustünden. Da es keine allgemein gültige Definition für einen „Giant"-Staat gibt, wurden alle Länderpaarungen des Datensatzes in drei empirisch vergleichbar große Gruppen eingeteilt. Dies wurde durch folgende Rechenvorschrift erreicht: (a) Land A hat maximal 38 Prozent der Einwohner von Land B, ist also bedeutend kleiner, (b) Land A hat mehr als doppelt so viele Einwohner wie Land B (mindestens 263 Prozent) und (c) beide Länder sind etwa gleich groß (Land A hat mehr als 38 Prozent und weniger als 263 Prozent der Einwohner von Land B).

Abbildung 4 präsentiert die entsprechend vergebenen Punkte. Hypothesenkonform spielt unter nicht-benachbarten Ländern das jeweilige Größenverhältnis überhaupt keine Rolle; sie geben sich gegenseitig zwischen zwei und drei Punkten. Bei Nachbarländern sieht die Sache anders aus: Während vergleichbar große Nachbarländer untereinander 6,2 Punkte verteilen, erhalten deutlich größere Staaten vom kleineren Nachbarn genau die Hälfte an Punkten. Letztere erhalten wiederum ebenfalls recht wenig Punkte (4,4) vom großen Nachbarn. Beide Haupteffekte und die Interaktion sind eindeutig und bleiben auch bei zusätzlicher statistischer Kontrolle der Startreihenfolge und der Sprache des Liedes ähnlich hoch.

Abbildung 4: Next-Door-Giant und erhaltene Punkte



Haupteffekte: Verhältnis der Einwohnerzahl $F = 10{,}28$, $p < 0{,}001$; Nachbarschaft $F = 74{,}87$, $p < 0{,}001$; Interaktion: $F = 16{,}27$, $p < 0{,}001$; Gruppen mit unterschiedlichen Kennbuchstaben unterscheiden sich hochsignifikant (Duncan's multiple range test; $p < 0{,}01$).

7. Zusammenfassung und Diskussion

Wie bereits in der Einleitung erwähnt, bezieht sich unsere Analyse nicht auf den vermeintlichen Hauptfaktor zur Erklärung der ESC-Votings, nämlich die künstlerische Qualität der Beiträge und Interpreten, sondern auf Faktoren, die beim Wettbewerb eigentlich gar keine Bedeutung haben dürften, nämlich die Eigenschaften und Beziehungen der teilnehmenden Staaten.

Dabei lassen sich alle drei ursprünglichen Hypothesen bestätigen. Hypothese 1 hatte vermutet, dass der politische, wirtschaftliche und kulturelle Status eines Landes sei-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

nen Erfolg beim ESC determiniert. Für einige der erhobenen Variablen ließ sich ein Zusammenhang zeigen. Besonders die Beiträge wirtschaftlich starker Länder mit großer Bevölkerung erhalten von den anderen europäischen Fernsehzuschauern systematisch mehr Punkte als die Beiträge kleinerer Länder. Das lässt sich in erster Linie durch die stärkere Aufmerksamkeit erklären, die den Liedern dieser Staaten vermutlich vom Publikum zuteil wird. Die Beiträge Frankreichs, Großbritanniens oder Deutschlands finden einfach mehr Interesse als beispielsweise die Rumäniens oder Lettlands. Noch eindeutiger sind die Ergebnisse zu Hypothese 2, also zur Nähe zwischen Ländern als Erklärvariable für die Punktvergabe. Hier stellten sich besonders die räumliche Nähe und eine gemeinsame Sprache als wesentliche Prädikatoren heraus. Beide Faktoren erhöhen die Aufmerksamkeit: Zuschauer interessieren sich dafür, welchen Beitrag ihr Nachbarland vorstellt. Wenn sie darüber hinaus dieselbe Sprache sprechen, die (Rundfunk-)Medien des Nachbarlandes nutzen und mit der dortigen Kultur- und Musikszene vertraut sind, erhöht das die Aufmerksamkeit natürlich zusätzlich. Höhere Vertrautheit mit Lied, Interpret, Kulturszene und Sprache schafft Sympathie und Solidarität mit dem Beitrag des Nachbarn, was sich offenkundig bei den Votings niederschlägt.

Die Befunde zu den ersten beiden Hypothesen werfen ein interessantes Schlaglicht auf den methodischen „Kunstgriff" der Studie, fehlende Daten zur persönlichen Wahrnehmung anderer Staaten bei den ESC-Zuschauern – nur diese können wirken! – durch statistische Daten zu ersetzen. Bei einigen Variablen kann man vermuten, dass Zuschauer ein verzerrtes Bild oder auch schlichtweg überhaupt keine Vorstellung von den tatsächlichen Verhältnissen haben. Es fällt auf, dass genau bei denjenigen Status- und Nähe-Faktoren, die als allgemein bekannt vorausgesetzt werden können, die eindeutigsten Zusammenhänge vorliegen: Die meisten Zuschauer dürften eine Vorstellung davon haben, ob ein bestimmter europäischer Staat klein, mittelgroß oder groß ist, und entsprechend seine Einwohnerzahl und sein Wirtschaftsvolumen (BIP) grob einschätzen können. Das „Bruttoinlandsprodukt pro Kopf" als Indikator für die dortigen wirtschaftlichen Verhältnisse oder die Pressefreiheit sind vermutlich weit weniger bekannt; beide Variablen erklären das ESC-Abstimmungsverhalten nur marginal bzw. nicht. Über den Kenntnisstand über Bündnismitgliedschaften in den europäischen Bevölkerungen – auch diese Variablen erweisen sich als überwiegend wirkungslos – wollen wir an dieser Stelle nicht spekulieren. Noch deutlicher wird der Zusammenhang zwischen zu vermutendem Kenntnisstand unter den Zuschauern einerseits und der Korrelation zwischen Nachrichtenfaktoren und Abstimmungsverhalten andererseits bei den Faktoren der Nähe. Ausgerechnet die geografische Nähe und das Vorhandensein einer gemeinsamen Sprache, zweifellos die bekanntesten Dimensionen, erklären hier am meisten. Wir können diese Vermutung an dieser Stelle mit den gegebenen Daten nicht weiter vertiefen; es wäre interessant, der Frage weiter nachzugehen.

Den Next-Door-Giant-Effekt (Hypothese 3) können wir am deutlichsten bestätigen: Etwa gleich große Nachbarländer geben sich gegenseitig deutlich mehr Punkte als unterschiedlich große Nachbarn. Der übermächtig große Nachbar erhält gerade einmal halb so viele Punkte, doch auch der Zwerg in der Nachbarschaft muss sich mit weniger Punkten zufrieden geben. Während Journalisten bei der Nachrichtenauswahl nicht um Meldungen vom Next-Door-Giant herum kommen und entsprechend umfangreich über ihn berichten, haben die Zuschauer beim ESC die Möglichkeit, den zwar viel beachteten und wohl bekannten, aber auch argwöhnisch beäugten großen Nachbarn bei der Punktvergabe links liegen zu lassen. Schneiders (1998: 122) Lamento über die deutsch-österreichische „Feindschaft" beim ESC lässt sich also durchaus theoretisch erklären und – für alle untersuchten Länderkonstellationen – empirisch belegen. Er

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

schrieb: „Alle anderen helfen sich gegenseitig, nur den Deutschen hilft niemand. Schlimmer noch: Deutschland gibt Österreich fast nie Punkte, Österreich den Deutschen erst recht nicht."[22]

Der Anspruch der vorliegenden Studie geht über die bloße Erklärung der Stimmabgaben beim ESC hinaus. Was kann die Kommunikationswissenschaft aus den vorgelegten Befunden ableiten? Zunächst liefern sie einen weiteren Beleg dafür, dass Nachrichtenfaktoren nicht nur journalistische Heuristiken bei der Nachrichtenauswahl sind, sondern auch auf der Publikumsseite eine Rolle spielen. Bislang wurden Nachrichtenfaktoren nur zur Erklärung der Rezipientenselektivität während der *kommunikativen* Phase (Aufmerksamkeit) und danach (Behalten) heran gezogen. Die vorgelegten Befunde unterstreichen einerseits ihre aufmerksamkeitssteuernde Funktion, andererseits belegen sie erstmals auch ihre Entscheidungs- und Handlungsrelevanz beim Publikum. Das mag bei einer unterhaltenden Veranstaltung wie dem ESC eher unwichtig erscheinen. Überträgt man die Befunde jedoch beispielsweise auf den Bereich der internationalen politischen Kommunikation, dann lassen sich dadurch relevante Implikationen herstellen.

Aufmerksamkeit, Vorwissen und Sympathien zwischen den Publika und damit Öffentlichkeiten verschiedener Länder als Bestandteile heuristischer Informationsverarbeitung spielen in internationalen Beziehungen sicherlich eine Rolle, werden gegenwärtig jedoch oft genug in wissenschaftlichen Analysen ignoriert, weil sie dem Ideal rationaler Entscheidungsfindung widersprechen. Damit wird man der Sache jedoch kaum gerecht. Bedenkt man ferner, dass sich auch Journalisten, Politiker und andere öffentlichkeitsrelevante Akteure durchaus von solchen stereotypen Wahrnehmungs- und Entscheidungsheuristiken gegenüber anderen Staaten beeinflussen lassen, drängt sich eine eingehendere Beschäftigung mit solchen „weichen" Faktoren internationaler Beziehungen auf. Während etwa Ausländerfeindlichkeit im Inland seit Jahren ein Thema der Medieninhalts- und Wirkungsforschung ist (vgl. z. B. Brosius & Esser 1995 oder Esser et al. 2002), macht nicht nur die Nachrichtenwertforschung einen Bogen um nationale Stereotypen als Erklärfaktor für die Nachrichtenauswahl. Vielleicht trägt die vorgelegte Studie, die sich ja mit dem Eurovision Song Contest auf einem harmlosen, eher spielerischen Terrain bewegt, zu einer größeren Gelassenheit und verstärkten Aktivität in diesem Forschungsgebiet bei.

Literatur

Anderson, John R. (1996): *Kognitive Psychologie. 2. Auflage*. Heidelberg/Berlin/Oxford: Spektrum Akademischer Verlag.

Best, Stefanie (2000): Der Intra-Extra-Media-Vergleich – ein wenig genutztes Analyseinstrument und seine methodischen Anforderungen. Ein Beitrag zur Nachrichtenwert-Theorie. *Publizistik, 45*, 51 – 69.

Brosius, Hans-Bernd (1995): *Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption. Ein Modell zur Wahrnehmung und Verarbeitung von Nachrichteninhalten*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Brosius, Hans-Bernd & Esser, Frank (1995): *Eskalation durch Berichterstattung? Massenmedien und fremdenfeindliche Gewalt*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

22 Es sei allerdings angemerkt, dass diese Wahrnehmung des deutsch-österreichischen „Konflikts" zumindest in den letzten Jahren nicht mehr stimmt: Österreich gab den deutschen Beiträgen in den vergangenen fünf Jahren in drei Wettbewerben durchschnittlich 7,7 Punkte – umgekehrt waren es nur 2,3.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Eilders, Christiane (1997): *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
Eilders, Christiane & Wirth, Werner (1999): Die Nachrichtenwertforschung auf dem Weg zum Publikum: Eine experimentelle Überprüfung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren bei der Rezeption. *Publizistik, 44*, 35 – 57.
Esser, Frank; Scheufele, Bertram & Brosius, Hans-Bernd (2002): *Fremdenfeindlichkeit als Medienthema und Medienwirkung. Deutschland im internationalen Scheinwerferlicht*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
European Broadcasting Union (Hrsg.) (2001): Eurovision Song Contest: the Story. Years 1956 to 2001. Online unter http://www.ebu.ch/tv-cec_story.pdf (19.07.2002).
Feddersen, Jan (2002): *Ein Lied kann eine Brücke sein. Die deutsche und internationale Geschichte des Grand Prix Eurovision. Edition 2002*. Hamburg: Hoffmann und Campe.
Freedom House (2001): Press Freedom 2001. Online unter http://freedomhouse.org/pfs2001/pfs2001.pdf (15.01.2003)
Galtung, Johann & Ruge, Mari (1974): Structuring and Selecting News. In: Cohen, Stanley & Young, Jock (Hrsg.), *The Manufacture of News. Social Problems, Deviance and the Mass Media* (S. 62 – 72): London: Constable.
Haan, Marco; Dijkstra, Gerhard & Dijkstra, Peter (2002): Expert Judgment versus Public Opinion – Evidence from the Eurovision Song Contest. Elektronische Publikation: http://www.eco.rug.nl/ medewerk/haanma/esc.pdf (16.01.2003).
Hagen, Lutz M. (1998): Die Beachtung Deutschlands in ausländischen Medien als Funktion des Nachrichtenfaktors Nähe. Eine Analyse von Zeitungs- und Fernsehnachrichten. *Publizistik, 43*, 143 – 157.
Herrmann, Günter (1994): *Rundfunkrecht. Fernsehen und Hörfunk mit neuen Medien*. München: C. H. Beck.
Jäckel, Michael (1992): Mediennutzung als Niedrigkostensituation. Anmerkungen zum Nutzen- und Belohnungsansatz. *Medienpsychologie, 4*, 246 – 266.
Kepplinger, Hans Matthias (1998): Der Nachrichtenwert der Nachrichtenfaktoren. In: Holtz-Bacha, Christina; Scherer, Helmut & Waldmann, Norbert (Hrsg.), *Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben* (S. 19 – 38): Opladen: Westdeutscher Verlag.
Kepplinger, Hans Matthias & Rouwen, Bastian (2000): Der prognostische Gehalt der Nachrichtenwert-Theorie. *Publizistik, 45*, 462 – 475.
Kim, Kyungmo & Barnett, George A. (1996): The Determinants of International News Flow. A Network Analysis. *Communication Research, 23*, 332 – 352.
Kunczik, Michael & Zipfel, Astrid (2001): *Publizistik*. Köln/Weimar/Wien: UTB/Böhlau.
Lippmann, Walter (1922): *Public Opinion*. New York. The Free Press.
McQuail, Denis (2000): *McQuail's Mass Communication Theory. 4th Edition*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage.
Moser, Heinz (1999): *Twelve Points. Grand Prix Eurovision – Analyse einer Fankultur*. Zürich: Verlag Pestalozzianum.
Müller, Wolfgang (1998): Páll Óskar Hjálmtysson: The Grand Prix saved my life. In: Fessmann, Milena; Topp, Kerstin & Kriegs, Wolfgang (Hrsg.), *L'Allemagne deux points. Ein Kniefall vor dem Grand Prix* (S. 110 – 121): Berlin: Ullstein.
Nisbett, Richard E. & Ross, Lee (1980): *Human Inference: Strategies and Shortcomings of Social Judgment*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
o. Verf. (2002): Grand-Prix-Frust. Schlusslicht Dänemark spricht von Schiebung. Spiegel Online vom 27.05.2002. Online unter http://www.spiegel.de/kultur/musik/0,1518,198042,00.html (27.05.2002).
Östgaard, Einar (1965): Factors Influencing the Flow of News. *Journal of Peace Research, 2*, 39 – 63.
Petty, Richard E. & Cacioppo, John T. (1986): *Communication and Persuasion. Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer.
Rosengren, Karl Erik (1974): International News: Methods, Data, and Theory. *Journal of Peace Research, 11*, 145 – 156.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Schenk, Birgit (1987): Die Struktur des Internationalen Nachrichtenflusses. Analyse der empirischen Studien. *Rundfunk und Fernsehen, 35*, 36 – 54.

Schneider, Jens (1998): Hier ist fast alles Politik. In: Fessmann, Milena; Topp, Kerstin & Kriegs, Wolfgang (Hrsg.), *L'Allemagne deux points. Ein Kniefall vor dem Grand Prix* (S. 122 – 127): Berlin: Ullstein.

Schulz, Winfried (1990): *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. 2., unveränderte Auflage*. Freiburg/München: Alber.

Schweiger, Wolfgang (2001): *Hypermedien im Internet. Nutzung und ausgewählte Effekte der Linkgestaltung (Reihe InternetResearch, Band 3):* München: Reinhard Fischer.

Späth, Lothar & Henzler, Herbert A. (2001): *Jenseits von Brüssel. Warum wir die europäische Idee neu erfinden müssen*. Düsseldorf: Econ Taschenbuch.

Sreberny-Mohammadi, Annabelle (1984): The „World of the News" Study. Results of International Cooperation. *Journal of Communication, 34*, 121 – 134.

Staab, Joachim Friedrich (1990): *Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt*. Freiburg/München: Alber.

Stevenson, Robert L. (1994): *Global Communication in the Twenty-First Century*. New York/London: Longman.

Stevenson, Robert L. & Shaw, Donald Lewis (1984): *Foreign News and the New World Information Order*. Ames, IA: Iowa State University Press.

Tversky, Amos & Kahneman, Daniel (1973): Availability. A Heuristic for Judging Frequency and Probability. *Cognitive Psychology, 5*, 207 – 232.

Uecker, Georg (1998): Ring Ding Bim Bom oder: Wenn Käse-Igel im linguistischen Nirwana schwitzen. In: Fessmann, Milena; Topp, Kerstin & Kriegs, Wolfgang (Hrsg.), *L'Allemagne deux points. Ein Kniefall vor dem Grand Prix* (S. 80 – 89): Berlin: Ullstein.

Wirth, Werner (1997): *Von der Information zum Wissen. Die Rolle der Rezeption für die Entstehung von Wissensunterschieden*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-2-271, am 15.05.2024, 17:26:44
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb