

7 Negativer Journalismus ist mehr als „Bad News“

Die Berichterstattung der Eurokrise in der deutschsprachigen Presse

Die Europäische Union befindet sich derzeit wohl in einer der tiefsten Krisen ihrer Geschichte. Nachrichten über hochverschuldete Mitgliedsstaaten, die versuchen, über die Krise aufzuklären, sind omnipräsent in den internationalen Medien.

Im Mittelpunkt der Berichterstattung stehen auf einer ersten Ebene vor allem die nachteiligen wirtschaftlichen Folgen und, zu einem geringeren Teil, die gravierenden Auswirkungen auf die Gesellschaft. Auf einer zweiten Ebene stehen „Bewertungen“ der Ursachen und Lösungen – weniger im Hinblick auf journalistische Prinzipien, sondern mehr als moralische und subjektive Annäherungsweisen und Verständniskompetenzen.

Die Berichterstattung kann allgemein als „negativ“ betrachtet werden – doch worin besteht diese Negativität? Sind Meldungen über negative Ereignisse wie die Eurokrise per se negative Nachrichten? Können negative Themen, etwa durch positive Sprache, auch Gegenstand positiver Berichterstattung sein?

Der vorliegende Beitrag problematisiert die Idee des „positiven“ und „negativen“ Journalismus und untersucht anhand einer Fallstudie mögliche Verflechtungen und Abgrenzungen zum Konzept des guten und schlechten Journalismus. Der empirische Teil bezieht sich dabei auf die mediale Darstellung zweier zentraler politischer Partizipationsmöglichkeiten während der Eurokrise – die griechischen Parlamentswahlen am 17. Juni 2012 und am 25. Januar 2015.

Guter und positiver Journalismus

Die Aufgaben des Journalismus und seine Funktionen für die Gesellschaft bestehen im Wesentlichen in der Recherche, Selektion und Präsentation von aktuellen Themen sowie der Herstellung von Öffentlichkeit. Damit einher geht die Konstruktion einer gemeinsamen Wirklichkeit, die dem Massenpublikum Orientierungshilfen in einer komplexen Welt bietet.¹ Normativ betrachtet soll Journalismus durch das Herstellen von Öffentlichkeit Transparenz in die gegenwärtigen gesellschaftlichen Verhältnisse bringen² und jene Werkzeuge bereitstellen, die nötig sind, um soziale Beziehungen und Beziehungsgeflechte kritisch betrachten zu können.

Öffentlichkeit entsteht, wenn Informationen via Massenmedien veröffentlicht werden und so einem breiten Publikum öffentlich zugänglich sind.³ Eine Kernaufgabe⁴ des Journalismus in demokratisch organisierten Gesellschaften ist demnach die (möglichst) vollständige, objektive und verständliche Informationsvermittlung.⁵ Dabei sollte Journalismus neben einer großen Themenvielfalt auch dem Meinungspluralismus Rechnung tragen, autonom und ausgewogen sein.⁶ Eine weitere zentrale Funktion bzw. Leistung des Journalismus in modernen Demokratien liegt in der Kritik und Kontrolle. In Anlehnung an das Prinzip der Gewaltenteilung, das auf die Philosophen und Aufklärer Locke und Montesquieu zurückgeht,⁷ hat der französische Philosoph und Gesellschaftskritiker Rousseau die *opinion publique*, gemeinsam mit Moralität und Sittlichkeit, als vierte und wichtigste Säule im Staat bezeichnet, welche die Exekutive, Legislative und Judikative kritisiert und kontrolliert.⁸

Diese Macht, die wir heute dem Journalismus und den Massenmedien zuschreiben, zieht große Verantwortung mit sich. Bei vielen (politischen) Ereignissen, aber auch Missständen (in Politik, Gesellschaft, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur) handelt es sich nicht um Primär-, sondern um durch

Medien vermittelte Sekundärerfahrungen.⁹ Zucker stellt dazu fest, dass sich Individuen vor allem dann auf die Informationen und Interpretationen der Medien verlassen, wenn sie keine eigenen, persönlichen und direkten Erfahrungen bzw. Kontakte mit bestimmten Themengebieten haben.¹⁰

Auch die Europäische Union (EU) bietet nur bedingt die Möglichkeit der Primärerfahrung und ist der Mehrheit der EU-Bürger nur über die Medien zugänglich. Gemäß Eurobarometer sind insbesondere das Fernsehen und die Printmedien die wichtigsten Informationsquellen der EU-Bürger in Bezug auf politische Themen und die Europäische Union.¹¹ Presse und Rundfunk leisten daher einen wichtigen Beitrag zur Herstellung eines Bezugsrahmens über die EU für die Bürger. Die Auswahl europäischer Themen und die Hervorhebung bestimmter Sachverhalte beeinflussen dabei das Verständnis und die Wahrnehmung der Rezipienten.¹² Journalismus kann beispielsweise Stimmen unterdrücken, Argumente schwächen, Themen so aufbereiten, dass eine bestimmte Seite begünstigt wird, ohne den Anschein eines expliziten Bias aufkommen zu lassen.¹³ Mit anderen Worten: Medien bestimmen nicht nur, *worüber*, sondern auch, *wie* wir über bestimmte Sachverhalte nachdenken.¹⁴

Gitlin war einer der ersten, der die Arbeitsroutinen von Journalisten hinterfragt hat. Er untersuchte ihre Rolle in Bezug auf eine amerikanische Studentenbewegung, der Students for Democratic Society (SDS), und griff dabei auf die Framingtheorie des theoretischen Soziologen Goffmann zurück, der Frames als „Interpretationsschemata“ begreift: Frames ermöglichen es Einzelpersonen oder Gruppen von Menschen, etwas zu finden, wahrzunehmen, zu identifizieren und Themen und Ereignisse im Hinblick auf ihre eigenen Erfahrungen und ihre eigenen kulturellen Hintergründe zu benennen.¹⁵ Gitlin münzt dieses Konzept auf die Kommunikationswissenschaft um und begreift Medien-Frames als „(...) persistent patterns of cognition, interpretation, and presentation, of selection, emphasis, and exclusion, by which symbol-handlers routinely organize discourse, whether verbal or visual“¹⁶.

¹ Vgl. Meier (2007), S. 13; Scholl und Weischenberg (1998), S. 78.

² Vgl. Meier (2007), S. 15.

³ Vgl. Ronneberger (1974), S. 199.

⁴ Nachstehend werden die Informations-, Kritik- und Kontrollfunktion des Journalismus näher beschrieben. Bezüglich der weiteren gesamtgesellschaftlichen Integrationsleistungen des Journalismus bzw. der Massenmedien siehe McQuail (1987), S. 71 ff.

⁵ Vgl. Meier (2007), S. 15; Schicha (2003), S. 45.

⁶ Vgl. Meier (2007), S. 15; Arnold (2008a), S. 498.

⁷ Vgl. Bellamy (1996), S. 438 ff.

⁸ Vgl. Rousseau (1913/2003), S. 36.

⁹ Vgl. Schulz (1974), S. 157.

¹⁰ Vgl. Zucker (1978), S. 227.

¹¹ Vgl. Eurobarometer 80 (2013), S. 33.

¹² Vgl. de Vreese und Boomgarden (2006), S. 30 ff.

¹³ Vgl. Tankard (2003), S. 96.

¹⁴ Vgl. McCombs (2000), S. 8 f.

¹⁵ Vgl. Goffmann (1974), S. 21.

¹⁶ Vgl. Gitlin (1980), S. 7 (ohne Hervorhebung).

Journalisten können folglich Informationen unterschiedlich gewichten – bestimmte Meldungen zulasten anderer bevorzugen und so Bedeutsamkeit bzw. Bedeutungslosigkeit erzeugen und vermitteln. Entman begreift diese Bewertung von Ereignissen, wonach bestimmte Aspekte einer wahrgenommenen Realität ausgewählt und hervorgehoben werden, als Framing. Demnach informiert ein Frame den Leser über die wichtigsten Fakten, definiert eine Situation und identifiziert die Ursache oder den Grund des beschriebenen Problems, macht moralische Urteile und bewertet die Auswirkungen des Problems, schlägt schließlich Lösungen vor, wie das Problem angegangen werden kann, und bietet mögliche Ergebnisse.¹⁷

Die journalistische Handlung und das journalistische Produkt sind demnach zwar eng miteinander verbunden, sie unterscheiden sich jedoch im Hinblick auf ihre Adressatenebenen und Begründungstiefen.¹⁸ Abhängig davon, wem sich ein Journalist gegenüber verpflichtet fühlt, etwa seinen Lesern, dem Herausgeber, dem Eigentümer oder seinen Kontakten, ändert sich auch die Perspektive, was guten oder schlechten Journalismus ausmacht.¹⁹ Im Idealfall muss guter Journalismus, zumindest aus Sicht der Rezipienten, „(...) höheren Ansprüchen genügen (...) als rein im marktwirtschaftlichen Sinn erfolgreich zu sein und die Bedürfnisse eines bestimmten Zielpublikums möglichst gut abzudecken“.²⁰ Die Präsentation der Nachrichten wird folglich auch durch politische und/oder kommerzielle Agenden, beispielsweise das Zielpublikum und dessen mitgedachte Bedürfnisse, mitbestimmt.²¹

In der Medienwirkungsforschung besteht heute weitgehend Konsens darüber, „dass Einflüsse der Massemedien auf die RezipientInnen aus Wechselwirkungen von Merkmalen der Botschaft (z. B. Tendenz), Merkmalen des Kommunikators (z. B. Glaubwürdigkeit) und Merkmalen des Rezipienten/der Rezipientin (z. B. Voreinstellung) resultieren“.²² Wie groß der Einfluss der drei Merkmale in Relation zueinander ist und welche Wirkungen Journalismus und die Medien im Allgemeinen auf Individuen und die Gesellschaft haben bzw. wie stark diese Effekte ausgeprägt sind, ist umstritten.²³

¹⁷ Vgl. Entman (1993), S. 52.

¹⁸ Vgl. Arnold (2008b), S. 270.

¹⁹ Vgl. Frost (2000), S. 61 ff.

²⁰ Vgl. Arnold (2008b), S. 271.

²¹ Vgl. Frost (2000), S. 169.

²² Vgl. Maurer (2004), S. 405.

²³ Vgl. Maurer (2004), S. 405 f.

Gerbner, unter dessen Leitung sich Ende der 1960er-Jahre die Kultivierungshypothese etablierte,²⁴ attestiert in seiner Studie dem Fernsehen einen starken Kultivierungseffekt und begreift es als den verlängerten Arm des Establishments. Die Geschichten des Fernsehens sagen dem Publikum, „wie die Welt funktioniert (es gibt die Guten und die Bösen), (...) wie es sich in dieser Welt tatsächlich verhält (X ist der Gute, Y ist der Böse), und (...), was wir [das Publikum] tun können (Gebt X einen Orden, steck Y ins Gefängnis)“.²⁵ Gerbner postuliert, dass das Fernsehen mehr Gewalt und mehr Tötungsdelikte zeigt, als es in Wirklichkeit gibt, und Menschen mit einem hohen Fernsehkonsum auch die Welt für viel gewalttätiger halten, als sie tatsächlich ist. Vielseher haben demgemäß im Vergleich zu Wenigsehern mehr Angst davor, Opfer einer Gewalttat zu werden (Wirkungen erster Ordnung). Menschen, die die Gefahren im Alltag höher einschätzen als sie tatsächlich sind, werden zudem härteren Strafen und stärkeren Polizeikontrollen viel eher zustimmen (Wirkungen zweiter Ordnung).²⁶

Negativer Journalismus besteht nicht nur darin, ausschließlich über negative, also schlechte Nachrichten zu berichten, wenn die Realität so ist, sondern auch darin, Befürchtungen und Ängste, gar moralische Panik, statt ein Gefühl der Mitwirkungsmöglichkeit (durch das Wissen, dass Veränderungen in den Händen der Gesellschaft liegen) zu steigern. Angst führt dazu, dass sich die Bürger und die Gesellschaft rückwärts richten und reaktionär agieren.

Auch positiver Journalismus umfasst nicht nur die Berichterstattung über positive Themen und Inhalte (z. B. Erfolge, Einigungen, Lösungen) oder die Verwendung positiver Sprache, sondern kann bzw. soll Vernunft und Handlungsbewusstsein der Bürger fördern und so zu Änderungen, zu Fortschritten führen. Warum? Weil die Medien, auf Basis eines sozialen Vertrags zwischen den Bürgern und dem Staat, als „vierte Macht“ im Staat als Watchdogs fungieren und an den anderen drei staatlichen Gewalten Kritik und Kontrolle üben sollen. In demokratischen Gesellschaften nimmt die öffentliche Meinung eine wichtige Rolle ein und trägt auch zentral zur (politischen) Willensbildung bei. Da politische Entscheidungen in einer Demokratie nur durch das Mehrheitsprinzip legitimierbar sind, haben Presse und Rundfunk die Verantwortung, alle Blickwinkel eines Themas aufzuzeigen. Neutralität meint dabei nicht dasselbe wie Objektivität.

²⁴ Vgl. Schmidt und Zurstiege (2000), S. 107.

²⁵ Vgl. Schmidt und Zurstiege (2000), S. 108.

²⁶ Vgl. Schmidt und Zurstiege (2000), S. 108.

Die Darstellung der Euro-Krise in den Medien

Im Folgenden wird untersucht, wie deutschsprachiger Journalismus die Europäische Union in zwei konkreten Momenten der politischen Partizipation in einem ihrer Mitgliedsstaaten und in Zeiten einer anhaltenden Krise darstellt. Der Presse, allgemein den Medien, kommt in diesem Zusammenhang eine besondere Bedeutung zu: „During crises, perceptions and definitions of political objects of reference (such as Europe or the nation-State) are contested negotiated, reformulated, and reorganized.“²⁷ Die Medien tragen demnach nicht nur aktiv zur Konstruktion bestimmter Formen von Europa, sondern der Krise selbst bei: „Both, Europe and the crisis, work as discursively constructed entities.“²⁸

Die Griechenlandkrise in der internationalen Presse

Damit ein Ereignis, in diesem Fall die Finanzkrise Griechenlands, Eingang in die Medien findet, müssen verschiedene Nachrichtenwerte greifen, die wiederum die Auswahl der Journalisten beeinflussen.

Untersuchungen über die Darstellung der Eurokrise in der internationalen Presse haben gezeigt, dass Journalisten im Laufe der Entwicklung der Krise unterschiedliche Informationen favorisiert haben. Zudem scheint eine große, grenzübergreifende gemeinsame Erzählweise in den nationalen Printmedien verschiedener EU-Mitgliedsstaaten vorzuherrschen, von der es nur sehr begrenzte Ausnahmen, etwa die Tageszeitung *taz*, gibt.²⁹

Tzogopoulos hat die internationale Medienberichterstattung über die Griechenlandkrise von Oktober 2009 bis September 2012 analysiert.³⁰ In den Anfangsmonaten wurde die europäische Schuldenkrise fast ausschließlich aus ökonomischer Sicht betrachtet, mit besonderem internationalen Augenmerk auf die budgetären Defizite Griechenlands. Der Mediendiskurs wurde im Laufe der Zeit immer stärker durch eine Rhetorik, die gezielt Komplexität reduziert, sowie Versuche von Journalisten, einzelne Sündenböcke anzuklagen, geprägt. Allmählich richtete sich die Aufmerksamkeit der Medien auf nationale und supranationale Entscheidungen als Mittel zur Lösung der

Krise. Während die Medien zunächst fragten, ob Brüssel Griechenland „retten“ müsse, wurde alsbald die Frage laut, wie eine solche finanzielle Unterstützung aussehen könnte und ob der Internationale Währungsfond involviert werden müsse. Nachdem das Memorandum of Understanding unterzeichnet worden war, diskutierten die internationalen Medien die Bemühungen der griechischen Regierung, die Sparmaßnahmen und Reformen zu implementieren. Im Vergleich zu den vorangegangenen Monaten war das Interesse der Medien an Griechenland in dieser Zeit geringer. Tzogopoulos schreibt dieses geringere Interesse dem Umstand zu, dass die griechische Regierung begonnen hatte, ihre Defizite und Schulden in einer vielversprechenden Weise zu reduzieren.³¹ Mit anderen Worten: Diese positive Nachricht scheint weniger mediales Echo hervorgerufen zu haben als die negativen. Als sich etwa nach und nach zeigte, dass Griechenland nicht in der Lage gewesen war, die von der Troika vorgegebenen Standards zu erreichen, häuften sich die Meldungen (wieder) und die griechische Regierung wurde kritisiert, die vereinbarten Maßnahmen nicht fristgerecht umzusetzen. Nicht nur die Effizienz und Legitimität politischer Entscheidungen, etwa der von der EU beschlossenen Sparmaßnahmen, sondern die Europäische Union per se wurde nun im Medientenor infrage gestellt. Mit den bevorstehenden griechischen Parlamentswahlen am 17. Juni 2012 häuften sich Berichte über einen möglichen Austritt oder Rauswurf Griechenlands aus der Eurozone.³²

Auch im Vorfeld der Wahlen 2015 wurden Stimmen über einen möglichen Ausstieg Griechenlands aus der Eurozone laut. Nachdem das deutsche Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* schrieb, dass die Bundesregierung ein Ausscheiden des Landes aus dem Euro für „nahezu unausweichlich“ hält, wenn „Tsipras nach den Neuwahlen die Regierung übernimmt, den Sparkurs aufgibt und die Schulden des Landes nicht mehr bedient“, konterte die Europäische Kommission, dass gemäß EU-Vertrag „die Mitgliedschaft im Euro unwiderrufbar ist“.³⁴ Diese Aussage einer Sprecherin der EU-Kommission wurde sowohl von deutschen als auch von österreichischen Printmedien aufgegriffen und zeigt, dass die Medien die Nachrichten, die Eliten machen, verfolgen. Ein kurzer Auszug aus den betreffenden Schlagzeilen stellt dies

²⁷ Vgl. Krzyzanowski, Triandafyllidou und Wodak (2009), S. 5.

²⁸ Vgl. Sarikakis et al. (2014), S. 3.

²⁹ Vgl. Sarikakis et al. (2014); Tzogopoulos (2013).

³⁰ Vgl. Tzogopoulos (2013), S. 68.

³¹ Vgl. Tzogopoulos (2013), S. 68 f.

³² Vgl. Tzogopoulos (2013), S. 68 f.

³³ Vgl. *Der Spiegel* (03.01.2015).

³⁴ Vgl. EC Audiovisual Services (2015).

anschaulich dar: „Kommission: ‚Euro-Mitgliedschaft unwiderrufbar‘“³⁵, „EU-Kommission: Mitgliedschaft in Eurozone ist ‚unwiderruflich‘“³⁶, „EU-Kommission sieht in ‚Grexit‘-Debatte ‚Zeitverschwendung‘“³⁷.

Vor diesem Hintergrund unterschiedlicher Phasen der Berichterstattung, in denen die negativen Meldungen die positiven zu überlagern scheinen, gilt es, die Thematisierungs- und Themenstrukturierungsgewalt der Medien näher zu untersuchen: Welche Themen wurden in der Berichterstattung über die Eurokrise akzentuiert und welche Sachverhalte wurden von den Journalisten, bewusst oder unbewusst, nicht beleuchtet? Welche positiven und negativen Bilder über die Europäische Union wurden von den Medien konstruiert und vermittelt?

Das Europabild in der europäischen Presse

Sarikakis et al. haben Leitartikel sowie Schlagzeilen über die Eurokrise, die im Juni 2012 in der europäischen Qualitätspresse³⁸ veröffentlicht wurden, untersucht, um die mediale Geografie der Krise sowie die in den Medien verbreiteten Vorstellungen von Europa und der Europäischen Union nachzuzeichnen.

Bei Betrachtung der räumlichen Geltungsbereiche zeigte sich, dass die Eurokrise entweder durch Bezugnahme auf die Situation in einem bestimmten Mitgliedsstaat, durch Bezugnahme auf das globale Finanzsystem und/oder globale Märkte oder als ein europaweiter Zustand erklärt wurde.³⁹

Die Europäische Union hingegen wurde entweder als politisches Regime, als Agora (aber nicht einer Agora von Bürgern im Sinne der athenischen Demokratie, sondern einer Diskussionsplattform der politischen Eliten) oder als eine Gemeinschaft, die Identität, Werte und Kulturen teilt, von den Journalisten begriffen. Während der Frame *die EU als politisches Regime* die institutionelle Architektur der EU als ein Problem bei der Lösung der an-

haltenden Krise identifiziert, bezieht sich der Frame *die EU als Agora* auf die Vorstellung, dass die EU eine Arena ist, in der die Mitgliedsstaaten ihre Interessen und Aktionen verhandeln. Die EU als politische Union bzw. deren Umsetzung setzt voraus, dass die Mitgliedsstaaten Teile ihrer Souveränität abgeben und ihre Politik stärker aufeinander abstimmen. In den vergangenen Jahren war die Europäische Union verstärkt bemüht, ihrem „Demokratie-defizit“, etwa durch das Herstellen von mehr Transparenz in ihren Institutionen und Angelegenheiten, entgegenzuwirken.⁴⁰ Wenn die Distanz verringert und eine größere Bürgernähe hergestellt wird, was wiederum zu mehr Akzeptanz der EU führt, würden auch die EU-Institutionen und ihre Politik größere Legitimationsqualität besitzen. Der „Plan D für Demokratie, Dialog und Diskussion“ der Europäischen Kommission sollte den Bürgern die Leistungen der EU durch Transparenz näherbringen und ihre Belange stärker in Entscheidungsprozesse miteinbeziehen.⁴¹ Dass „Kommunikation“ allerdings einen größeren Einfluss auf die Wahrnehmung der EU hat als die Steigerung der Transparenz, wurde von den politischen Eliten entweder nicht erkannt oder geriet aufgrund der Krise in Vergessenheit. Anstatt aktiv an der Gestaltung politischer Entscheidungen mitzuwirken, waren die Bürger wieder „nur“ angehalten, wählen zu gehen.⁴² Ihr Widerstand gegen die beschlossenen Sparmaßnahmen und die Bankenrettung fand kaum Gehör.

Der Frame *EU als Gemeinschaft* begreift Europa als eine imaginierte Gemeinschaft, in der entweder Europas gemeinsame Geschichte oder Schicksal, die demokratischen Handlungen, Werte (z. B. Solidarität) oder die gemeinsame Identität als die Hauptbestandteile der europäischen Integration angesehen werden⁴³.

Zusammenfassend stellen Sarikakis et al. fest, dass sich die Darstellungen der Geografie der Krise sowie die Darstellungen von Europa weder zwischen Ländern noch zwischen ideologischen Haltungen der untersuchten Qualitätszeitungen unterscheiden: „(...) the inductively elaborated frames extend across the European press without either contradicting each other or providing alternative points of view to the debates on crisis“⁴⁴.

³⁵ Vgl. Presse (05.01.2015).

³⁶ Vgl. F.A.Z (05.01.2015).

³⁷ Vgl. Welt (06.01.2015).

³⁸ Sarikakis et al. (2014), S. 8, haben je zwei Qualitätszeitungen mit unterschiedlichen ideologischen Ausrichtungen von sechs Ländern untersucht: *Der Standard* und *Die Presse* (Österreich), *Le Figaro* und *Le Monde* (Frankreich), *Frankfurter Allgemeine Zeitung* und *Süddeutsche Zeitung* (Deutschland), *Kathimerini* und *Ta Nea* (Griechenland), *ABC* und *El Pais* (Spanien) und *The Daily Telegraph* und *The Guardian* (Großbritannien).

³⁹ Vgl. Sarikakis et al. (2014), S. 13.

⁴⁰ Vgl. Lodge und Sarikakis (2013), S. 169.

⁴¹ Vgl. Europäische Kommission (2005).

⁴² Vgl. Lodge und Sarikakis (2013), S. 177.

⁴³ Vgl. Sarikakis et al. (2014), S. 15 f.

⁴⁴ Vgl. Sarikakis et al. (2014), S. 16 (ohne Hervorhebung).

Die negativen Nachrichten über die Eurokrise sind dabei durch eine „gezielte“ Negativität gekennzeichnet. Die Medien haben nicht bloß über eine Reihe negativer Ereignisse berichtet und die Bürger informiert, sondern auch über die Ereignisse geurteilt. Statt politische und Machtfragen zu beleuchten, standen bestimmte Nationen und Menschen im besonderen Fokus der Berichterstattung. De facto haben die Massenmedien verschiedener westlicher Länder die Menschen im Süden der EU für die Krise verantwortlich gemacht und die Eurokrise als ein Produkt der „(...) supposed reckless, exploitative and sly behaviour of specific people“⁴⁵ dargestellt.

Während sich die Berichterstattung der nationalen Printmedien inhaltlich nicht wesentlich zu unterscheiden scheint, gibt es sehr wohl quantitative Abweichungen. Tzogopoulos stellt fest, dass die deutschen Printmedien häufiger über Griechenland berichteten als die französischen, italienischen oder amerikanischen Zeitungen. Er führt das ausgeprägte Interesse der deutschen Printmedien auf die Rolle Deutschlands in der Eurokrise zurück: „Germany is certainly the driving force behind Europe's economic recipe for Greece and its national newspapers could not but exclusively deal with its policy priorities.“⁴⁶ Sowohl Tzogopoulos als auch Sarikakis et al. betonen, dass verschiedene von der Krise betroffene Länder, die sogenannten PIIGS⁴⁷, von den Medien unterschiedlich behandelt wurden. Griechenland war das Land, über das am häufigsten – und meistens negativ – im Zusammenhang mit der Eurokrise berichtet wurde.⁴⁸ Laut Tzogopoulos stand Griechenland seit Ausbruch der Krise im Fokus der internationalen Medien. Er vergleicht die Anzahl der Artikel über Griechenland vor Ausbruch der Krise mit den Jahren 2010 und 2011, in denen das größte mediale Interesse an Griechenland zu verzeichnen war. Demnach hat die BILD-Zeitung im Jahr 2011 zehnmal mehr,⁴⁹ die Frankfurter Allgemeine Zeitung (F.A.Z.) viermal mehr und die Süddeutsche Zeitung (SZ) dreimal mehr Artikel über Griechenland publiziert als im Jahr 2005.⁵⁰

Lodge und Sarikakis fassen zusammen, dass sich in der gegenwärtigen Krise zwei „(...) polarizing and polarized views (...)“⁵¹ über die EU und

ihre Mitgliedsstaaten offenbaren. Während der Mediendiskurs über die Krise durch Debatten über „gute“ und „schlechte“ Europäer⁵² sowie die Kritik an einer ganzen Nation⁵³ gekennzeichnet ist, zeigen öffentliche Proteste gegen die beschlossenen Sparmaßnahmen, dass die Bürger nicht mehr mit den politischen Institutionen verbunden sind und ihre Unterstützung abnimmt.⁵⁴

Für Mylonas führte diese entpolitisierte Erklärung der Krise zu ihrer Objektivierung,⁵⁵ die wiederum verhinderte, dass die politischen und wirtschaftlichen Eliten oder die Medien die strukturellen und ideologischen Aspekte der Eurokrise analysierten. Die Mainstream-Medien vermittelten den Bürgern, dass die Lösung der Krise in der politischen Aufsicht der Troika⁵⁶, die harte Sparmaßnahmen vorgibt und die Staaten ermahnt, besser hauszuhalten und nicht über die eigenen Verhältnisse zu leben, liegt.⁵⁷ Die Verantwortung wurde auf Einzelne, sei es nun Bürger oder Nationen, übertragen. Die wahren Ursprünge der Eurokrise, die in der Architektur der Europäischen Union, den Nachwirkungen der globalen Finanzkrise sowie verschiedenem Politikversagen seit Ausbruch der Krise liegen, wurden von den Medien nicht angesprochen,⁵⁸ sondern durch diese Narrative maskiert.

Im Februar, vor der Abstimmung im Bundestag, hatte die BILD-Zeitung ihre Leser aufgerufen, gegen die Griechenlandhilfe zu protestieren. Sie sollten sich zusammen mit der Schlagzeile „Nein – Keine weiteren Milliarden für die gierigen Griechen“ fotografieren und das Selfie an die BILD-Redaktion senden. Der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) hat die BILD-Zeitung aufgefordert, die Anti-Griechen-Kampagne sofort zu stoppen, da diese „direkten Einfluss auf politische Entscheidungen nehmen wolle“ und so gegen die „beschreibenden Aufgabe des Journalismus“ verstoße. Der DJV merkte zudem in seiner Aussendung an, dass es „medienethisch bedenklich“ sei, eine ganze Nation für die finanzpolitischen Fehlentscheidungen seiner Politiker zu diffamieren.⁵⁹

⁴⁵ Vgl. Mylonas (2012), S. 655.

⁴⁶ Vgl. Tzogopolous (2013), S. 66.

⁴⁷ Das abwertende Akronym PIIGS bezieht sich auf fünf Länder der Eurozone – Portugal, Italien Irland, Griechenland und Spanien – denen angeblich der Staatsbankrott droht.

⁴⁸ Vgl. Mylonas (2012), S. 656; Tzogopolous (2013), S. 73.

⁴⁹ 1170 Artikel im Jahr 2011 verglichen mit 108 Artikeln im Jahr 2005.

⁵⁰ Vgl. Tzogopolous (2013), S. 64.

⁵¹ Vgl. Lodge und Sarikakis (2013), S. 166.

⁵² Siehe Mylonas (2012).

⁵³ Siehe Tzogopolous (2013).

⁵⁴ Vgl. Sarikakis (2012).

⁵⁵ Vgl. Mylonas (2012), S. 646.

⁵⁶ Die Troika setzt sich aus der Europäischen Zentralbank, der Europäischen Kommission und dem Internationalen Währungsfond zusammen.

⁵⁷ Vgl. Sarikakis (2012); Sarikakis et al. (2014).

⁵⁸ Vgl. Busch et al. (2013), S. 3.

⁵⁹ Vgl. DJV (2015).

Untersuchung

Im Weiteren wird untersucht, wie die Europäische Union im Rahmen zweier zentraler Partizipationsmöglichkeiten in einem Mitgliedsstaat – den griechischen Parlamentswahlen am 17. Juni 2012 und am 25. Januar 2015 –, in Zeiten einer anhaltenden Krise in ausgewählten deutschen und österreichischen Printmedien dargestellt wurde. Mittels einer quantitativen und qualitativen Inhaltsanalyse sowie einer kritischen Diskursanalyse wurde erhoben, an welchen Themen sich die Berichterstattung im Untersuchungszeitraum orientiert und wie diese Themen gewichtet sind. Dabei wurden zunächst die Nachrichtenframes, die länderübergreifend in der diskursiven Gemeinschaft widerhallen, erhoben und mögliche Ähnlichkeiten oder Unterschiede der nationalen Wahlberichterstattung und der medialen Darstellung der Europäischen Union sowie der Ton der Berichterstattung analysiert.

Die Valenz der Berichterstattung geht auf die Annahme der Framing-Forschung zurück, dass in der Berichterstattung sogenannte Basisframes unterschieden werden können. Dahinden kommt in seiner Metaanalyse⁶⁰ von Frame-Analysen zu dem Schluss, dass die Mehrheit der Studien die folgenden fünf generischen Frames aufweist: Wirtschaftlichkeit, Fortschritt, Konflikt, Moral und Personalisierung.⁶¹ Auch Semetko und Valkenburg haben in ihrer Studie generischer Nachrichtenframes die fünf in den untersuchten Artikeln am häufigsten vorkommenden Frames identifiziert. In der Reihenfolge ihrer Häufigkeit sind diese Frames: Zuschreibung von Verantwortung, Konflikt, wirtschaftliche Konsequenzen, Human Interest und Moral.⁶² Der Frame Verantwortung schreibt der Regierung, einer Gruppe oder einer Einzelperson Verantwortung für die Ursache oder die Lösung eines Problems oder einer Frage zu.⁶³ Der Frame Konflikt betont Konflikte zwischen Einzelpersonen, Gruppen oder Organisationen, um das Interesse der Menschen an

einem Thema zu steigern.⁶⁴ Der Frame wirtschaftliche Folgen bezieht sich auf die wirtschaftlichen Folgen die ein Ereignis, ein Problem oder ein Thema auf eine Einzelperson, eine Gruppe oder eine Institution, eine Region oder ein Land haben kann. Laut Semetko und Valkenburg hat die Seriosität eines Medienprodukts Einfluss auf die Prävalenz von Frames. So verwendeten seriöse Printmedien und Fernsehsendungen eher die Frames Verantwortung und Konflikt als die eher reißerischen (boulevardesken), die den Frame Human Interest zu bevorzugen scheinen.⁶⁵ Der Frame Human Interest präsentiert ein Ereignis, eine Frage oder ein Problem aus der Sicht einer Person oder aus einem emotionalen Betrachtungswinkel.⁶⁶ Nachrichten in dieser Weise zu „framen“ ist ein weiteres Mittel, um Publikumsinteresse zu generieren und aufrechtzuerhalten. Der Frame Moral bezieht sich auf die Situierung eines Ereignisses, Problems oder einer Frage in den Kontext religiöser Grundsätze oder Moralvorschriften.⁶⁷

Untersuchungsmaterial

Österreich und Deutschland wurden ausgewählt, da beide Länder verhältnismäßig solvent sind und unterschiedliche Rollen in der Entwicklung der Eurokrise innehatten. Während Deutschland die politischen Entscheidungen in der Europäischen Union zentral mitbestimmt, hat Österreich eher eine Zuschauerrolle inne. Zudem unterscheiden sich die beiden Staaten auch hinsichtlich ihrer EU-Geschichte. Während Deutschland in den 1950er-Jahren eines der sechs Gründungsmitglieder der Europäischen Gemeinschaft für Kohle und Stahl war, trat Österreich der Europäischen Union erst vier Jahrzehnte später, im Jahr 1995 bei.⁶⁸

Meinungsumfragen zu Interesse an und Unterstützung der EU im Jahr 2013 zeigen, dass 68 Prozent der Deutschen die EU-Mitgliedschaft für eine gute Sache halten. Nur 39 Prozent der befragten Österreicher vertrat diese Ansicht, wobei die positive Einstellung zur EU-Mitgliedschaft in Österreich zwischen Juni 2012 und Juni 2013 um acht Prozent gestiegen ist und davor

⁶⁰ Matthes merkt in Hinblick auf Dahindens Klassifizierung kritisch an, dass dieser nur 18 Studien analysiert hat, obwohl er selbst schätzt, dass mindestens 250 relevante Studien existieren. Außerdem weist Matthes darauf hin, dass Dahinden Studien in die Metaanalyse eingeschlossen hat, die nur ein oder zwei Frames identifiziert haben und zuvor als Teil des Konzepts des News Bias und nicht des Framing-Ansatzes unterschieden. Vgl. Matthes (2007), S. 60 f.

⁶¹ Vgl. Dahinden (2006), S. 108.

⁶² Vgl. Semetko und Valkenburg (2000), S. 105.

⁶³ Vgl. Semetko und Valkenburg (2000), S. 96.

⁶⁴ Vgl. Semetko und Valkenburg (2000), S. 95.

⁶⁵ Vgl. Semetko und Valkenburg (2000), S. 106.

⁶⁶ Vgl. Semetko und Valkenburg (2000), S. 95.

⁶⁷ Vgl. Semetko und Valkenburg (2000), S. 96.

⁶⁸ Europa.eu (s.a.).

Untersuchung

Im Weiteren wird untersucht, wie die Europäische Union im Rahmen zweier zentraler Partizipationsmöglichkeiten in einem Mitgliedsstaat – den griechischen Parlamentswahlen am 17. Juni 2012 und am 25. Januar 2015 –, in Zeiten einer anhaltenden Krise in ausgewählten deutschen und österreichischen Printmedien dargestellt wurde. Mittels einer quantitativen und qualitativen Inhaltsanalyse sowie einer kritischen Diskursanalyse wurde erhoben, an welchen Themen sich die Berichterstattung im Untersuchungszeitraum orientiert und wie diese Themen gewichtet sind. Dabei wurden zunächst die Nachrichtenframes, die länderübergreifend in der diskursiven Gemeinschaft widerhallen, erhoben und mögliche Ähnlichkeiten oder Unterschiede der nationalen Wahlberichterstattung und der medialen Darstellung der Europäischen Union sowie der Ton der Berichterstattung analysiert.

Die Valenz der Berichterstattung geht auf die Annahme der Framing-Forschung zurück, dass in der Berichterstattung sogenannte Basisframes unterschieden werden können. Dahinden kommt in seiner Metaanalyse⁶⁰ von Frame-Analysen zu dem Schluss, dass die Mehrheit der Studien die folgenden fünf generischen Frames aufweist: Wirtschaftlichkeit, Fortschritt, Konflikt, Moral und Personalisierung.⁶¹ Auch Semetko und Valkenburg haben in ihrer Studie generischer Nachrichtenframes die fünf in den untersuchten Artikeln am häufigsten vorkommenden Frames identifiziert. In der Reihenfolge ihrer Häufigkeit sind diese Frames: Zuschreibung von Verantwortung, Konflikt, wirtschaftliche Konsequenzen, Human Interest und Moral.⁶² Der Frame Verantwortung schreibt der Regierung, einer Gruppe oder einer Einzelperson Verantwortung für die Ursache oder die Lösung eines Problems oder einer Frage zu.⁶³ Der Frame Konflikt betont Konflikte zwischen Einzelpersonen, Gruppen oder Organisationen, um das Interesse der Menschen an

einem Thema zu steigern.⁶⁴ Der Frame wirtschaftliche Folgen bezieht sich auf die wirtschaftlichen Folgen die ein Ereignis, ein Problem oder ein Thema auf eine Einzelperson, eine Gruppe oder eine Institution, eine Region oder ein Land haben kann. Laut Semetko und Valkenburg hat die Seriosität eines Medienprodukts Einfluss auf die Prävalenz von Frames. So verwendeten seriöse Printmedien und Fernsehsendungen eher die Frames Verantwortung und Konflikt als die eher reißerischen (boulevardesken), die den Frame Human Interest zu bevorzugen scheinen.⁶⁵ Der Frame Human Interest präsentiert ein Ereignis, eine Frage oder ein Problem aus der Sicht einer Person oder aus einem emotionalen Betrachtungswinkel.⁶⁶ Nachrichten in dieser Weise zu „framen“ ist ein weiteres Mittel, um Publikumsinteresse zu generieren und aufrechtzuerhalten. Der Frame Moral bezieht sich auf die Situierung eines Ereignisses, Problems oder einer Frage in den Kontext religiöser Grundsätze oder Moralvorschriften.⁶⁷

Untersuchungsmaterial

Österreich und Deutschland wurden ausgewählt, da beide Länder verhältnismäßig solvent sind und unterschiedliche Rollen in der Entwicklung der Eurokrise innehatten. Während Deutschland die politischen Entscheidungen in der Europäischen Union zentral mitbestimmt, hat Österreich eher eine Zuschauerrolle inne. Zudem unterscheiden sich die beiden Staaten auch hinsichtlich ihrer EU-Geschichte. Während Deutschland in den 1950er-Jahren eines der sechs Gründungsmitglieder der Europäischen Gemeinschaft für Kohle und Stahl war, trat Österreich der Europäischen Union erst vier Jahrzehnte später, im Jahr 1995 bei.⁶⁸

Meinungsumfragen zu Interesse an und Unterstützung der EU im Jahr 2013 zeigen, dass 68 Prozent der Deutschen die EU-Mitgliedschaft für eine gute Sache halten. Nur 39 Prozent der befragten Österreicher vertrat diese Ansicht, wobei die positive Einstellung zur EU-Mitgliedschaft in Österreich zwischen Juni 2012 und Juni 2013 um acht Prozent gestiegen ist und davor

⁶⁰ Matthes merkt in Hinblick auf Dahindens Klassifizierung kritisch an, dass dieser nur 18 Studien analysiert hat, obwohl er selbst schätzt, dass mindestens 250 relevante Studien existieren. Außerdem weist Matthes darauf hin, dass Dahinden Studien in die Metanalyse eingeschlossen hat, die nur ein oder zwei Frames identifiziert haben und zuvor als Teil des Konzepts des News Bias und nicht des Framing-Ansatzes unterschieden. Vgl. Matthes (2007), S. 60 f.

⁶¹ Vgl. Dahinden (2006), S. 108.

⁶² Vgl. Semetko und Valkenburg (2000), S. 105.

⁶³ Vgl. Semetko und Valkenburg (2000), S. 96.

⁶⁴ Vgl. Semetko und Valkenburg (2000), S. 95.

⁶⁵ Vgl. Semetko und Valkenburg (2000), S. 106.

⁶⁶ Vgl. Semetko und Valkenburg (2000), S. 95.

⁶⁷ Vgl. Semetko und Valkenburg (2000), S. 96.

⁶⁸ Europa.eu (s.a.).

nur 31 Prozent betrug.⁶⁹ Obwohl die befragten Deutschen und Österreicher die EU-Mitgliedschaft ihres Landes unterschiedlich positiv wahrnehmen, zeigt sich, dass die Bürger gleichermaßen Vorbehalte hegen, wenn es um die Frage geht, ob die EU am besten in der Lage ist, wirksame Maßnahmen gegen die Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise zu setzen. Nur 24 Prozent der österreichischen und 23 Prozent der deutschen Befragten glauben, dass die EU der beste Akteur ist, um die anhaltende Krise zu lösen. Die Befragten beider Länder betrachteten ihre nationalen Regierungen als die zweitbesten Akteure, um wirksame Maßnahmen gegen die Krise zu ergreifen.⁷⁰

In Österreich sowie in Deutschland wurden jene vier Zeitungstitel ausgewählt, die ein gewisses politisches Spektrum aufzeigen, als Meinungsführermedien bezeichnet werden können und funktional länderübergreifende Vergleiche erlauben (siehe Tabelle 1).

Österreich	Deutschland
Die Presse	BILD-Zeitung
Der Standard	Die Tageszeitung (taz)
Kronen Zeitung	Die Welt
Kurier	Frankfurter Allgemeine Zeitung

Tab. 1: Untersuchungsmaterial

Die Artikel wurden über die Datenbank APA OnlineManager Library (vormals APA Defacto CAMPUS) mittels einer Stichwortsuche mit trunkierten Begriffen⁷¹ für die Zeiträume 11. bis 24. Juni 2012 bzw. 19. Januar bis 1. Februar 2015 erhoben. Das Überthema eines Artikels musste die Eurokrise sein bzw. es musste ein Fokus auf Griechenland liegen (Artikel, deren Hauptthema etwa die Bankenrettung in Spanien war, wurden nicht berücksichtigt)⁷². Meinungsbetonte Berichte wie etwa Leitartikel, Kommentare, Glossen oder Leserbriefe waren nicht Gegenstand der Untersuchung. Auch Meldungen, die nur in den regionalen Ausgaben veröffentlicht wurden, fanden keine Be-

⁶⁹ Vgl. Eurobarometer 79.5 (2013), S. 41.

⁷⁰ Vgl. Eurobarometer 79 (2013a), S. 3; Eurobarometer 79 (2013b), S. 3.

⁷¹ Euro*, Griech*, griechisch*.

⁷² Durch die Fokussierung auf Griechenland kann nicht nur die Bandbreite an Themenfeldern im Hinblick auf einen Mitgliedsstaat gezeigt werden, sondern auch die Gewichtung der medialen Debatten.

rücksichtigung. Insgesamt wurden für den Untersuchungszeitraum 2012 150 Artikel aus der deutschen und 194 aus der österreichischen Presse herangezogen,⁷³ für den Untersuchungszeitraum 2015 135 Artikel deutscher und 132 Artikel österreichischer Tageszeitungen.⁷⁴

Ergebnisse

Obwohl die untersuchten Artikel größtenteils ereignisbezogen sind, gab es auch reflektierende Berichterstattung. Zudem zeigt der Vergleich der Wahlberichterstattung 2012 und 2015, dass sich trotz der tagesaktuellen Themen die Argumentationsmuster wiederholen, die Artikel ähnliche narrative Stränge aufweisen und auch die gleichen Nachrichtenframes dominieren.

Länderübergreifende Nachrichtenframes der Berichterstattung

Der häufigste Blickwinkel, aus dem die Eurokrise und die griechischen Parlamentswahlen im Juni 2012 in Deutschland und in Österreich betrachtet wurden, ist der Frame wirtschaftliche Folgen. In Reihenfolge ihrer Häufigkeit kommen danach die Frames Verantwortungszuschreibung, Konflikt, Human Interest und Moral (siehe Abbildungen 1.1 und 1.2)⁷⁵.

Auch in der Berichterstattung über die Eurokrise und die Parlamentswahlen 2015 dominierten die Frames Konflikt, wirtschaftliche Folgen und Verantwortungszuschreibung. Es gibt jedoch Verschiebungen in Bezug auf die Reihenfolge ihrer Häufigkeit. Die Artikel, die sich eines Konflikt-Frames bedienten, überwiegen. Danach kommen die Frames wirtschaftliche Folgen und Verantwortungszuschreibung. Auffällig ist, dass in diesem Untersuchungszeitraum der Frame Human Interest sowohl in der deutschen als auch in der österreichischen Presse sehr selten vorkam. Der Frame Moral kam in beiden Ländern kaum vor (siehe Abbildungen 2.1 und 2.2 unten)⁷⁶.

⁷³ Verteilung auf die einzelnen Tageszeitungen: BILD-Zeitung (29), Die Welt (43), F.A.Z. (42), taz (36); Die Presse (43), Der Standard (50), Kronen Zeitung (43), Kurier (58).

⁷⁴ Verteilung auf die einzelnen Tageszeitungen: BILD-Zeitung (22), Die Welt (37), F.A.Z. (45), taz (31); Die Presse (39), Der Standard (34), Kronen Zeitung (26), Kurier (33).

⁷⁵ Die Frames, aufgeschlüsselt nach Tageszeitung, finden sich im Anhang.

⁷⁶ Die Frames, aufgeschlüsselt nach Tageszeitung, finden sich im Anhang.

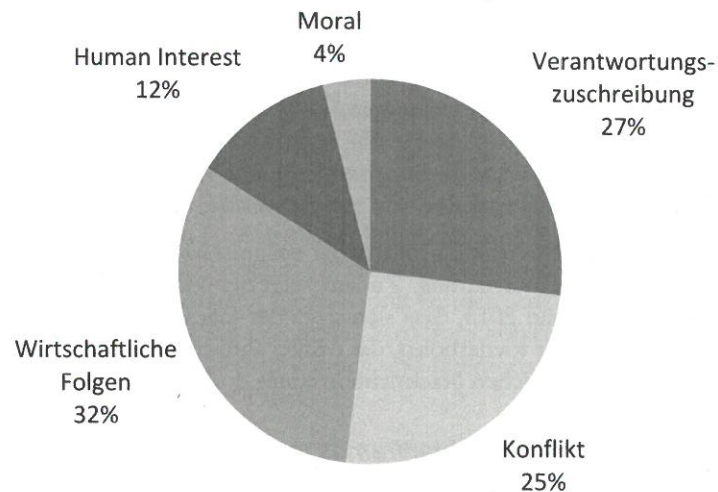


Abb. 1.1: Generische Nachrichtenframes in der österreichischen Presse zwischen 11. und 24. Juni 2012 (n = 194)

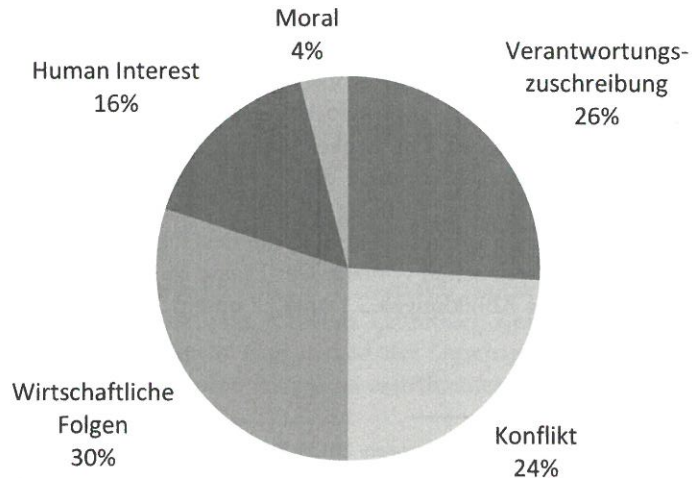


Abb. 1.2: Generische Nachrichtenframes in der deutschen Presse zwischen 11. und 24. Juni 2012 (n = 150)

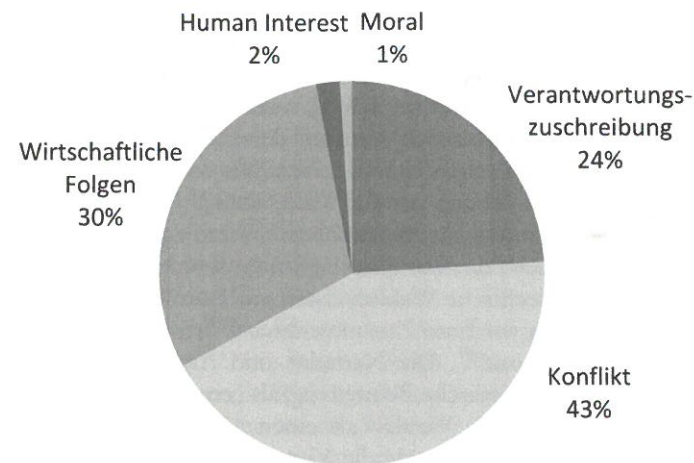


Abb. 2.1: Generische Nachrichtenframes in der österreichischen Presse zwischen 19. Januar und 1. Februar 2015 (n = 132)

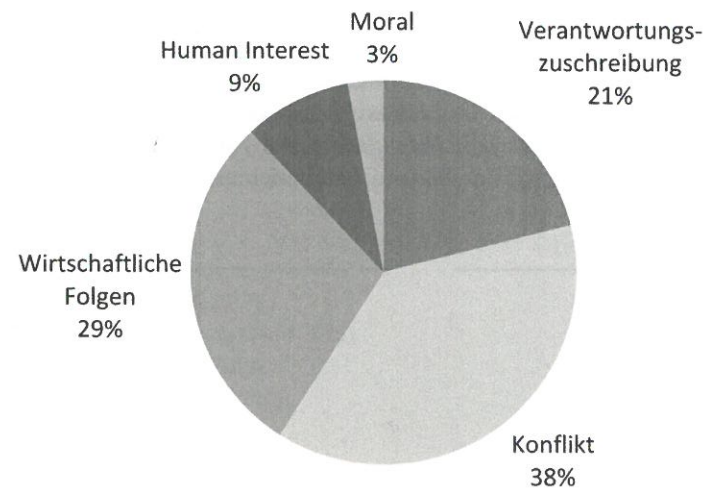


Abb. 2.2: Generische Nachrichtenframes in der deutschen Presse zwischen 19. Januar und 1. Februar 2015 (n = 135)

Während der Vorberichterstattung 2012 standen die gegenwärtige Situation sowie die Zukunft der Eurozone und Griechenlands im Fokus der Berichterstattung. Die untersuchten Printmedien schrieben Griechenland in dieser Phase eine äußerst bedeutende, ja konstituierende Rolle für die Zukunft der Eurozone zu und betonten die Verantwortung, welche die griechischen *Wähler* vor allem gegenüber den Finanzmärkten und der Eurozone, letztlich aber auch gegenüber der Europäischen Union, haben. Die österreichische Tageszeitung *Kurier* titelte eine Woche vor der Wahl, am 17. Juni 2012, „Wähler in Europa bestimmen Richtung an Aktienbörsen“⁷⁷, und auch der Druck der Wahlen auf den Euro bzw. die Europäische Union wurden in den Schlagzeilen aufgegriffen: „Griechische Wahlen lasten auf Euro“⁷⁸, „Endspiel um den Euro“⁷⁹, „Warnungen vor Euro-Zusammenbruch“⁸⁰, „Griechenland wählt und ganz Europa zittert mit“⁸¹. Die Narrative und Argumentationsmuster dieser Artikel können als moralische Beurteilung, als „emotionale Erpressung“ aufgefasst werden. Anstatt die Wahlen als einen Moment demokratischer Selbstbestimmung darzustellen, wurde die Verantwortung auf eine einzelne Nation übertragen. Auch ein Austritt Griechenlands aus der Eurozone wurde in den deutschen und österreichischen Tageszeitungen diskutiert: „Grexit: Notenbanken stehen Gewähr bei Fuß“⁸², „Europa wälzt Notfallpläne für Athens Euro-Austritt“⁸³, „Europa wappnet sich für Euro-Austritt Athens“⁸⁴.

Die zweiten Parlamentswahlen in Griechenland am 17. Juni 2012 wurden in den untersuchten Artikeln häufig als *Schicksalswahlen* bezeichnet. Am Tag der Wahl titelte beispielsweise der *Kurier* „Schicksalstag für den Euro“⁸⁵ und der *Standard* „Schicksalswahl über griechische Zukunft in der Euro-Zone“⁸⁶. Auch die Presse griff das Bild auf und berichtete „Griechen horten

⁷⁷ Vgl. *Kurier* (11.06.2012).

⁷⁸ Vgl. *F.A.Z.* (13.06.2012).

⁷⁹ Vgl. *Welt* (16.06.2012).

⁸⁰ Vgl. *F.A.Z.* (12.06.2012).

⁸¹ Vgl. *Kurier* (17.06.2012).

⁸² Vgl. *Standard* (16.06.2012).

⁸³ Vgl. *Standard* (12.06.2012).

⁸⁴ Vgl. *Welt* (13.06.2012).

⁸⁵ Vgl. *Kurier* (17.06.2012).

⁸⁶ Vgl. *Standard* (17.06.2012).

Lebensmittel vor der Schicksalswahl“⁸⁷. In der Berichterstattung im Januar 2015 wurde dieses Bild nur vereinzelt von den Printmedien wieder aufgegriffen. Es kam nur in einer Schlagzeile der *Kronen Zeitung* vor: „Schicksalswahl am Sonntag: Anfang vom Ende des Euro?“⁸⁸.

In Bezug auf den Kontext der Nachrichtenframes in der österreichischen und der deutschen Presse zeigte sich, dass der Frame wirtschaftliche Folgen auf der Makroebene sehr präsent ist. Im Vordergrund standen die negativen wirtschaftlichen Folgen für die EU bzw. die Eurozone, die durch die Parlamentswahlen ausgelöst werden könnten. So wählen die Griechen am 17. Juni 2012 „nicht nur eine Regierung, sie stimmen indirekt auch über den Verbleib im Euro ab“⁸⁹. Wenn Griechenland sich im Rahmen der Parlamentswahlen vom Euro verabschiedet, könnte laut *Standard* „eine Währungskrise ganz Europa erschüttern“⁹⁰. Die Presse erklärte, dass „die Staatspleite [droht]“⁹¹, wenn die *Syriza*-Partei die Wahl gewinnt. Der *Kurier* berichtete, dass „Zehn Millionen Wähler [...] heute die Weichen für 500 Millionen EU-Bürger [stellen]“⁹². Die *Welt* informierte, dass „[a]uf europäischer Ebene derzeit über Maßnahmen wie Grenzkontrollen beraten [wird], um eine drohende Kapitalflucht einzudämmen“⁹³.

Bei einer geringeren Anzahl von Artikeln stand Griechenland im Fokus. Dabei wurden die Wahlen im Juni 2012 häufig als gegenwärtiger bzw. zukünftiger Auslöser für negative wirtschaftliche Folgen für Griechenland gesehen. Die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* titelte beispielsweise „Erst zur Bank, dann zur Wahl“⁹⁴. Stärker noch die Schlagzeile im *Standard* „Griechen plündern vor der Wahl ihre Eurokonten“⁹⁵. Auch die Presse schrieb, dass viele Griechen kurz vor der Wahl ihre Konten räumen und „(...) sich mit Hamsterkäufen für einen Ausstieg aus dem Euro [wappnen]“⁹⁶.

⁸⁷ Vgl. *Presse* (16.06.2012).

⁸⁸ Vgl. *Kronen Zeitung* (24.01.2015).

⁸⁹ Vgl. *Kurier* (17.06.2012).

⁹⁰ Vgl. *Standard* (16.06.2012).

⁹¹ Vgl. *Presse* (13.06.2012).

⁹² Vgl. *Kurier* (17.06.2012).

⁹³ Vgl. *Welt* (13.06.2012).

⁹⁴ Vgl. *F.A.Z.* (15.06.2012).

⁹⁵ Vgl. *Standard* (14.06.2012).

⁹⁶ Vgl. *Presse* (14.06.2012).

Vereinzelt fanden sich auch positive Meldungen über die bevorstehenden Wahlen 2012, die sich wiederum hauptsächlich auf die Finanzmärkte bezogen. So titelte der Standard einen Tag vor der Wahl „Positive Stimmung vor der Griechenland-Wahl“⁹⁷ und schrieb, dass „sich die europäischen Börsen (...) robust in der Gewinnzone behaupten können“.

Auch die negativen wirtschaftlichen Folgen für Einzelpersonen fanden Eingang in die Berichterstattung. Diese Artikel schilderten insbesondere die sozialen Folgen der Krise aus einem (sehr) emotionalen Blickwinkel und wurden deshalb dem Frame Human Interest zugeordnet. Die Kronen Zeitung beispielsweise schrieb: „[...] in Griechenland liegen die Nerven blank, ein Staatsbankrott droht. Und fast jeder Vierte ist mittlerweile arbeitslos, die Gesellschaft steht an der Kippe“⁹⁸. Auch über die seit der Krise stark steigende Selbstmordrate in Griechenland berichtete das österreichische Boulevardblatt: „Viele Menschen können sich auch das einfachste Leben nicht mehr leisten (...) und wollen lieber sterben, als diese vermeintliche Schande noch länger zu ertragen. In den vergangenen 24 Stunden haben sich in Athen drei Menschen das Leben genommen“⁹⁹. Die taz gab Einblick wie sich das Leben eines griechischen Unternehmers durch die Krise verändert hat: „Zwei Angestellte musste er entlassen, seine Krankenversicherung hat er gekündigt. Die ständig steigenden Steuern kann er auch nicht mehr bezahlen“¹⁰⁰.

Im Vorfeld der Parlamentswahlen am 25. Januar 2015 standen vor allem die griechischen Parteien und ihr Wahlkampf im Zentrum der Berichterstattung. Die Presse titelte beispielsweise „Pasok buhlt um Syriza als Koalitionspartner“¹⁰¹ sowie „Samaras setzt auf Angstmache“¹⁰². Und die Frankfurter Allgemeine Zeitung beschrieb den Wahlkampf mit den Schlagwörtern „Eurobluff, Waterboarding und Merkel-Kritik“¹⁰³ und mutmaßte, wie auch andere Tageszeitungen, dass am Tag der Wahlen „ein mittleres politisches Erdbeben von Griechenland ausgehen und Europa durchrütteln [wird]“¹⁰⁴.

⁹⁷ Vgl. Standard (16.06.2015).

⁹⁸ Vgl. Kronen Zeitung (15.06.2012).

⁹⁹ Vgl. Kronen Zeitung (15.06.2012).

¹⁰⁰ Vgl. taz (14.06.2012).

¹⁰¹ Vgl. Presse (23.01.2015).

¹⁰² Vgl. Presse (22.01.2015).

¹⁰³ Vgl. F.A.Z. (22.01.2015).

¹⁰⁴ Vgl. F.A.Z. (19.01.2015).

Auch das „Grexit-Gespenst“¹⁰⁵ wurde im Rahmen der Wahlen 2015 vereinzelt wieder aufgegriffen, wobei der Austritt Griechenlands aus der Eurozone öfter *nach* als vor der Wahl diskutiert und in den untersuchten Artikeln oft als Drohung, gar „Trumpf“¹⁰⁶ Tsipras dargestellt wurde: „Die Furcht vor dem ‚Grexit‘“¹⁰⁷, „Zwischen Kompromiss und ‚Grexit‘“¹⁰⁸.

Nach der Wahl 2012 herrschte weitgehend Konsens in der deutschsprachigen Presse, dass Griechenland die „richtige“ Entscheidung getroffen hätte. Die Zeitungen wurden jedoch nicht müde zu betonen, dass die Eurozone und die Griechen, vor allem in Hinblick auf die Wirtschaft und die Finanzmärkte, nur kurz aufatmen könnten: „Nur kurze Atempause nach Wahl der Griechen“¹⁰⁹, „Die Krise ist noch nicht überstanden“¹¹⁰, „Der Euro bleibt angeschlagen“¹¹¹, „Noch kein Grexit“¹¹², „Nach der Wahl ist vor der Troika“¹¹³, „Kritische Lage nach Griechenland-Wahl“¹¹⁴, „Finanzmärkte bleiben hochgradig nervös“¹¹⁵. Vereinzelt wurde auch die Situation der Bevölkerung thematisiert: „Der Wahlkampf hat das Land gelähmt, die Einnahmen drohen völlig zusammenzubrechen. Die Zustände in den Spitälern sind chaotisch, mittlerweile gibt es große Engpässe bei Medikamenten und Verbandmaterial“¹¹⁶.

In der Woche nach der Wahl 2015, nach dem Wahlsieg der Syriza-Partei, standen auch die wirtschaftlichen Folgen im Vordergrund. Die Kronen Zeitung fragte am Tag nach der Wahl „Wie viel kostet uns der Wahlsieg von Tsipras?“¹¹⁷ und bezeichnete dessen Wahlsieg als „Erdrutschsieg“ und „Erdbeben in der EU“¹¹⁸. Die BILD-Zeitung lieferte ihren Lesern gleich kon-

¹⁰⁵ Vgl. Kurier (19.01.2015).

¹⁰⁶ Vgl. F.A.Z. (28.01.2015).

¹⁰⁷ Vgl. F.A.Z. (28.01.2015).

¹⁰⁸ Vgl. Welt (27.01.2015).

¹⁰⁹ Vgl. Kurier (19.06.2012).

¹¹⁰ Vgl. F.A.Z. (22.06.2012).

¹¹¹ Vgl. F.A.Z. (20.06.2012).

¹¹² Vgl. F.A.Z. (20.06.2012).

¹¹³ Vgl. F.A.Z. (19.06.2012).

¹¹⁴ Vgl. Welt (18.06.2012).

¹¹⁵ Vgl. Krone (19.06.2012).

¹¹⁶ Vgl. Presse (17.06.2012).

¹¹⁷ Vgl. Kronen Zeitung (26.01.2015).

¹¹⁸ Vgl. Kronen Zeitung (26.01.2015).

krete Zahlen mit und erklärt „Seine [Tsipras] Wahlversprechen kosten uns 20 Mrd. Euro. Von Rentner-Weihnachtsgeld bis Steuersenkungen“¹¹⁹. Auch die BILD-Zeitung bezeichnete den Wahlsieg Tsipras als „Erdrutschsieg“¹²⁰ und neben anderen Tageszeitungen antizipierte auch der Kurier den Sieg der Syriza-Partei als „politisches Erdbeben, das Schockwellen quer durch Europa schicken könnte“¹²¹. An anderer Stelle titelte der Kurier „Adieu Sparpolitik: Syriza führte die Revolte an der Urne an“¹²² sowie „Syriza-Sieg heizte die Debatte über EU-Sparpolitik an“¹²³. Nachdem die neue Regierung bekannt gegeben wurde, schrieb der Standard „Kritiker der Sparpolitik im Minister-rang“¹²⁴ und der Kurier „Die Spargegner am Regierungsruder“¹²⁵. Für die Kronen Zeitung stellte der Syriza-Sieg „eine Revolution mithilfe des Stimmzettels“¹²⁶ dar durch den „Griechenlands Wirtschaft jetzt eine erneute Krise [droht]“¹²⁷.

Im Gegensatz zur Berichterstattung über die Wahlen 2012 war im Untersuchungszeitraum 2015 der Frame Konflikt stärker präsent als der Frame wirtschaftliche Folgen. So fand beispielsweise der Konflikt zwischen „Griechenland“ und der Troika in allen untersuchten Printmedien Eingang. Die BILD-Zeitung titelte „Griechen schmeißen Troika raus“¹²⁸, die Welt „Athen will Troika nicht mehr ins Land lassen“¹²⁹ und die Frankfurter Allgemeine Zeitung schrieb, dass „Griechenland [...] die offene Konfrontation mit der Troika [sucht]“¹³⁰. Auch die österreichischen Tageszeitungen berichteten ähnlich wie die deutschen über die Gespräche zwischen dem neuen griechischen Finanzminister Varoufakis und der Troika. Der Kurier berichtete über einen „schmalen Grat zwischen Provokation und Pleite“¹³¹, den die neue griechi-

¹¹⁹ Vgl. BILD-Zeitung (27.01.2015).

¹²⁰ Vgl. BILD-Zeitung (26.01.2015).

¹²¹ Vgl. Kurier (25.01.2015).

¹²² Vgl. Kurier (26.01.2015).

¹²³ Vgl. Kurier (27.01.2015).

¹²⁴ Vgl. Standard (28.01.2015).

¹²⁵ Vgl. Kurier (28.01.2015).

¹²⁶ Vgl. Kronen Zeitung (27.01.2015).

¹²⁷ Vgl. Kronen Zeitung (28.01.2015).

¹²⁸ Vgl. BILD-Zeitung (31.01.2015).

¹²⁹ Vgl. Welt (31.01.2015).

¹³⁰ Vgl. F.A.Z. (31.01.2015).

¹³¹ Vgl. Kurier (28.01.2015).

sche Regierung eingeschlagen habe. An anderer Stelle schrieb der Kurier „Eklat zwischen Athen und der Troika“¹³², die Presse titelte „Athen lehnt Zusammenarbeit mit Troika ab“¹³³, der Standard „Griechische Regierung beendet Kooperation mit der Troika“¹³⁴ und die Kronen Zeitung „Tsipras wirft die Finanz-Troika hinaus, will auch keine Hilfe“¹³⁵.

Des Weiteren schrieben die Tageszeitungen über die Konflikte zwischen Tsipras, Chef der Syriza-Partei, und den EU-Akteuren. Die Betonung lag auf den unterschiedlichen Ansichten der beiden Parteien, vor allem im Hinblick auf die finanzpolitischen Pläne der neuen Regierung in Athen. Nachdem der EU-Parlamentspräsident Martin Schulz ankündigte, mit dem neuen griechischen Ministerpräsidenten Tsipras über die Finanzpolitik „Tacheles“ zu reden, fand sich diese Redewendung in einigen Schlagzeilen wieder. Die Kronen Zeitung titelte „Tacheles reden mit Volkstribun Tsipras“¹³⁶, der Kurier „Schulz sprach Tacheles mit Tsipras – in betont lockerer Atmosphäre“¹³⁷ und die BILD-Zeitung „Erst Scherze, dann Tacheles!“¹³⁸. Die Presse hingegen betonte, dass sich Martin Schulz bei seinem Besuch in Athen „versöhnlich“ zeigte und titelte „Schulz streut Tsipras Rosen“¹³⁹. Die BILD-Zeitung fragte an anderer Stelle gar: „Kann Tsipras die EU spalten, erpressen?“¹⁴⁰.

In den untersuchten deutschen Printmedien wird auch der Konflikt zwischen „Griechenland“ und „Deutschland“ angesprochen. Die Welt schrieb nach der Wahl 2015, dass „[d]ie linksradikale Syriza möglichst keine Schulden tilgen [will] und fest mit der Nachgiebigkeit Berlins [rechnet]“¹⁴¹. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung vertrat die Ansicht, dass „griechische Politiker Berlin [provokieren]“ und fragte „[m]uss Athen kümmern, was wir wollen?“¹⁴².

¹³² Vgl. Kurier (31.01.2015).

¹³³ Vgl. Presse (31.01.2015).

¹³⁴ Vgl. Standard (31.01.2015).

¹³⁵ Vgl. Kronen Zeitung (31.01.2015).

¹³⁶ Vgl. Kronen Zeitung (30.01.2015).

¹³⁷ Vgl. Kurier (30.01.2015).

¹³⁸ Vgl. BILD-Zeitung (30.01.2015).

¹³⁹ Vgl. Presse (30.01.2015).

¹⁴⁰ Vgl. Kronen Zeitung (31.01.2015).

¹⁴¹ Vgl. Welt (27.01.2015).

¹⁴² Vgl. F.A.Z. (01.02.2015).

In Bezug auf wirtschaftliche Situation in Griechenland wurde auch die Verbindung zwischen Griechenland und Russland von den untersuchten Tageszeitungen aufgegriffen. Die BILD-Zeitung titelte „Die Russen-Connection der Griechen-Radikalos“¹⁴³. Auch die Kronen Zeitung fragte plakativ, ob „Athen eine Kreml-Filiale [wird]?“¹⁴⁴, und schrieb tags darauf: „Russland (halb pleite) wäre bereit, Griechenland (pleite) mit Geld zu Hilfe zu kommen, falls die EU keine weiteren Euro mehr nach Athen überweist“¹⁴⁵. Auch die Qualitätsmedien griffen die Verbindung zwischen Griechenland und Russland auf, vor allem mit Blick auf die Russlandsanktionen, für deren Lockerung sich Tsipras einsetzte. Die Welt schrieb über eine „neuen Achse Athen-Moskau“¹⁴⁶ und die Frankfurter Allgemeine Zeitung titelte: „Nach Moskau! Nach Moskau!“¹⁴⁷.

Der Frame Human Interest wurde in den Artikeln über die Eurokrise und die Wahlen 2015 weniger häufig verwendet als 2012. Die Kronen Zeitung veröffentlichte einen Tag nach der Wahl Informationen über Arbeitslosigkeit, Einkommensenkungen und Ähnliches, die zeigen sollten, wie „schlecht“ es um Griechenland steht.¹⁴⁸ Auch der Kurier informierte im Artikel „Fünf Jahre Durststrecke“¹⁴⁹ über diese und andere negative Auswirkungen auf die griechische Bevölkerung.

Im Untersuchungszeitraum 2015 wurde vor allem der Person Alexis Tsipras viel Raum gegeben. Die Welt bediente sich Tsipras Spitznamen an der Börse und bezeichnete ihn als „Hugo Chávez des Balkans“¹⁵⁰ bzw. „Hugo Chávez von Griechenland“¹⁵¹ sowie als „Verführer“ mit „offenem Hemdkragen und gewinnendem Lächeln“¹⁵². Auch die Kronen Zeitung sah Tsipras als einen „begnadeten Demagogen ‚mit der Keule des Herkules‘“¹⁵³, der nach dem Wahlsieg „seine Demagogie in reale Politik umsetzen [will]“¹⁵⁴, und bezeich-

nete ihn als „Volkstribun“¹⁵⁵, als „Griechenlands neuen Polit-Star“¹⁵⁶ und als „Europas Schuldenkönig“¹⁵⁷. Sowohl Kronen Zeitung als auch BILD-Zeitung nannten Tsipras zudem den „(griechischen) Euro-Schreck“¹⁵⁸. Nicht nur das Aussehen Tsipras, des „freschen Vierziger[s]“¹⁵⁹, sondern auch das Erscheinungsbild des neuen griechischen Finanzminister Jannis Varoufakis wurde in der Presse angesprochen. Der Kurier schrieb, dass Varoufakis „einem Hollywood-Actionfilm-Charakter ähnlicher [ist] als einem Politiker“¹⁶⁰, die Frankfurter Allgemeine Zeitung verglich Varoufakis mit einem „älteren Rockstar“¹⁶¹ und die Kronen Zeitung, mit Verweis auf seine „Landsleute“, bezeichnete ihn als „Griechenlands ‚George Clooney‘“¹⁶².

In Bezug auf die Art der Tageszeitungen gibt es sowohl für die Berichterstattung 2012 als auch 2015 Unterschiede zwischen den Qualitätszeitungen¹⁶³, dem Mid-Market-Paper Kurier sowie den Boulevardblättern Kronen Zeitung und BILD-Zeitung. Die beiden Frames wirtschaftliche Folgen und Verantwortungszuschreibung dominieren in allen Zeitungstypen im Untersuchungszeitraum 2012. Der Frame Konflikt kommt mit je 26 Prozent auch in den Qualitätszeitungen und dem Mid-Market-Paper Kurier am dritthäufigsten in den Artikeln im Juni 2012 vor. In den Boulevardzeitungen Kronen Zeitung und BILD-Zeitung kommt der Human Interest Frame mit 28 Prozent an dritter Stelle (siehe Abbildung 3 unten).

Im Untersuchungszeitraum 2015 dominiert der Konflikt Frame mit 43 Prozent im Kurier bzw. mit je 40 Prozent in den Qualitäts- und Boulevardmedien. Der Frame wirtschaftliche Folgen nimmt rund ein Drittel der Artikel in allen drei Zeitungstypen ein. Danach kommt der Frame Verantwortungszuschreibung mit 21 Prozent in den Boulevard- und 22 Prozent in den Qualitätszeitungen. Die beiden Frames Human Interest und Moral sind in der Berichterstattung 2015 weniger stark ausgeprägt als 2012 (siehe Abbildung 4 unten).

¹⁴³ Vgl. BILD-Zeitung (29.01.2015).

¹⁴⁴ Vgl. Kronen Zeitung (30.01.2015).

¹⁴⁵ Vgl. Kronen Zeitung (31.01.2015).

¹⁴⁶ Vgl. Welt (29.01.2015).

¹⁴⁷ Vgl. F.A.Z. (29.01.2015).

¹⁴⁸ Vgl. Kronen Zeitung (26.01.2015).

¹⁴⁹ Vgl. Kurier (27.01.2015).

¹⁵⁰ Vgl. Welt (29.01.2015).

¹⁵¹ Vgl. Welt (27.01.2015).

¹⁵² Vgl. Welt (26.01.2015).

¹⁵³ Vgl. Kronen Zeitung (24.01.2015).

¹⁵⁴ Vgl. Kronen Zeitung (30.01.2015).

¹⁵⁵ Vgl. Krone (30.01.2015).

¹⁵⁶ Vgl. Kronen Zeitung (27.01.2015).

¹⁵⁷ Vgl. Kronen Zeitung (31.01.2015).

¹⁵⁸ Vgl. Kronen Zeitung (25.01.2015); BILD-Zeitung (30.01.2015).

¹⁵⁹ Vgl. Kronen Zeitung (30.01.2015).

¹⁶⁰ Vgl. Kurier (01.02.2015).

¹⁶¹ Vgl. F.A.Z. (29.01.2015).

¹⁶² Vgl. Kronen Zeitung (29.01.2015).

¹⁶³ Als Qualitätszeitungen wurden Der Standard, Die Presse, Die Welt, Frankfurter Allgemeine Zeitung und die Tageszeitung (taz) eingestuft.

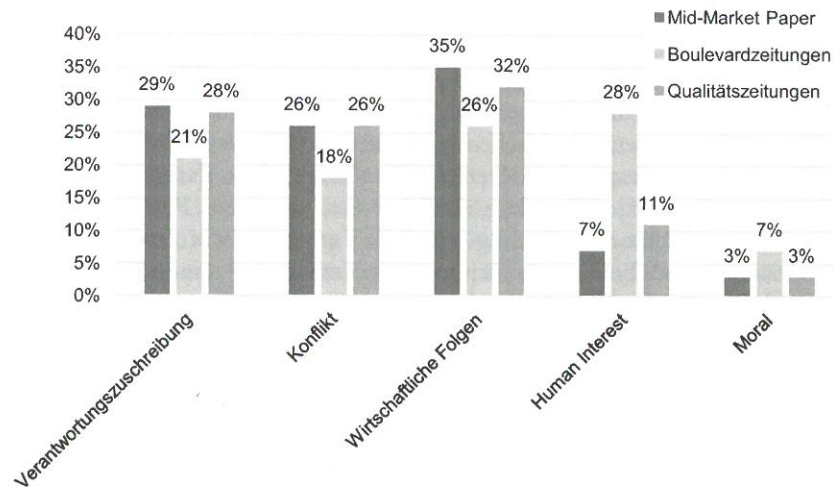


Abb. 3: Generische Nachrichtenframes in der österreichischen und deutschen Berichterstattung vom 11. – 24.06.2012 nach Zeitungstyp (n = 344)

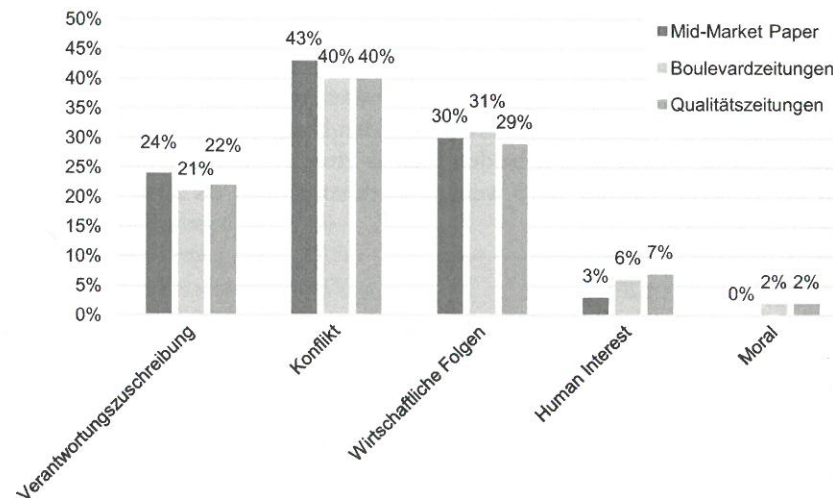


Abb. 4: Generische Nachrichtenframes in der österreichischen und deutschen Berichterstattung vom 19.01. – 01.02.2015 nach Zeitungstyp (n = 267)

Fazit

Die Untersuchung hat gezeigt, dass negativer Journalismus mehr ist als „Bad News“. Journalismus versucht, die Komplexität von Themen und Sachverhalten zu reduzieren, um diese einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. Probleme ergeben sich, wenn diese Zugänglichkeit der Themen auf der Konstruktion von Polarisierung („wir“ gegen „sie“) sowie auf Stereotypisierungen, Generalisierungen und Übereinfachungen basiert bzw. reduziert wird.

Positive Berichterstattung muss nicht von positiven Ereignissen und Themen handeln. Positiver Journalismus bedeutet im Sinne von gutem Journalismus (auch), dass den Lesern ein pluralistisches Bild, beispielsweise in Bezug auf die Ursprünge und Lösungen der Eurokrise, vermittelt wird. Ein Thema soll nicht verdreht oder positiv(er) dargestellt werden als es ist, sondern aus allen möglichen Blickwinkeln betrachtet werden. Die Idee des positiven Journalismus ist demnach nicht einfach die Neutralität oder Objektivität, sondern der Pluralismus.

Die griechischen Parlamentswahlen in den Jahren 2012 und 2015 wurden in den Printmedien zwar aus verschiedenen (wirtschaftlichen, politischen und sozialen) Blickwinkeln betrachtet, jedoch von einer starken Vereinfachung dominiert. In beiden Untersuchungszeiträumen haben die ausgewählten deutschen und österreichischen Printmedien die Wahlen als negative Ereignisse antizipiert und die Ursachen der Eurokrise nicht angesprochen, sondern die Verantwortung auf Einzelne, sei es nun auf bestimmte EU-Bürger oder EU-Mitgliedsstaaten, übertragen. Die Europäische Union wurde überwiegend als ein konfliktgeladener Raum wirtschaftlicher und politischer Diktate begriffen. Die ausgewählten Tageszeitungen haben in ihrer Berichterstattung vor allem auf populistische Rhetorik, Stereotype und Prozesse des „Othering“ zurückgegriffen: „wir“ gegen „sie“/„die anderen“ – wobei dieses „wir“, abhängig vom Kontext, mal „der Norden“ gegen „den Süden“, mal die Europäische Union gegen Griechenland und/oder Russland bedeutete.

Diese Art der Berichterstattung kann insofern als negativ bezeichnet werden, da solche Darstellungen ein negatives Licht auf Individuen und nicht „nur“ auf Situationen und Zustände werfen. Es ist vielleicht verwunderlich, dass diese ausgewählte Negativität auch in den untersuchten Qualitätsmedien die Norm darstellt, insbesondere, da diese Art der Berichterstattung eher Boulevardmedien zugeschrieben wird. In der hier beschriebenen Untersuchung haben jedoch auch die Meinungsführermedien die Realität nicht in elaborierter Form dargestellt und sind ihrer Rolle als „Watchdogs“ nicht gerecht geworden. Stattdessen fanden

jene Charakteristika, die wir als Merkmale des negativen Journalismus identifiziert haben, auch Eingang in die Berichterstattung der Qualitätsmedien.

Während „Bad News“ negative Meldungen und Ereignisse (z. B. Konflikte) umfassen, ist negativer Journalismus eine Frage der Auswahl von Parteilichkeit, moralischer Beurteilung, Generalisierung und Übereinfachung komplexer Sachverhalte.

Literatur

- Arnold, K. (2008a): Qualität im Journalismus – ein integratives Konzept, in: Publizistik, Nr. 4, 53. Jg., S. 488-508.
- Arnold, K. (2008b): Kann guter Journalismus unmoralisch sein? Zum Verhältnis von Qualität und Ethik in den Medien, in: Communicatio Socialis, Nr. 3, 41. Jg., S. 254-275.
- Bellamy, R. (1996): The political form of the constitution: the separation of powers, rights and representative democracy, in: Political Studies, Nr. 3, 44. Jg., S. 436-456.
- Busch, K.; Hermann, C.; Hinrichs, K.; Schulten, T. (2013): Euro crisis, austerity policy and the European social model, How crisis policies in southern Europe threaten the EU's social dimension, Berlin, S. 1-32, <http://library.fes.de/pdf-files/id/ipa/09656.pdf> [01.03.2015].
- Dahinen, U. (2006): Framing, Eine integrative Theorie der Massenkommunikation, Konstanz.
- Der Spiegel (03.01.2015): Austritt aus der Währungsunion: Bundesregierung hält Ausscheiden Griechenlands aus dem Euro für verkraftbar, <http://www.spiegel.de/politik/ausland/griechenland-bundesregierung-hat-nichts-gegen-austritt-aus-euro-a-1011122.html> [01.03.2015].
- De Vreese, C.H.; Boomgaarden, H. (2006). Media message flows and interpersonal communication: The conditional nature of effects on public opinion, in: Communication Research, Nr. 1, 33. Jg., S. 1-19.
- DJV (2015): Sofortiger Stopp gefordert, <http://www.djv.de/startseite/profil/der-djv/pressebereich-download/pressemitteilungen/detail/article/sofortiger-stopp-gefordert.html> [01.03.2015].
- EC Audiovisual Services (2015): Extracts from the EC Midday press briefing by Annika Breidhardt, Spokesperson of the EC, on Greece, <http://ec.europa.eu/avservices/video/shotlist.cfm?format=pdf&ref=I097240&sitelang=en> [01.03.2015].
- Entman, R.M. (1993): Framing: toward clarification of a fractured paradigm, in: Journal of Communication, Nr. 4, 43. Jg., S. 51-58.
- Eurobarometer 80 (2013): Die Mediennutzung in der Europäischen Union, November 2013, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb80/eb80_media_de.pdf [01.03.2015].
- Eurobarometer 79.5 (2013): One year to go until the 2014 European Elections, http://www.europarl.europa.eu/pdf/eurobarometre/2013/election/synth_finale_en.pdf [01.03.2015].
- Eurobarometer 79 (2013a): Individual country report Germany, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb79/eb79_fact_de_en.pdf [01.03.2015].
- Eurobarometer 79 (2013b): Individual country report Austria, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb79/eb79_fact_at_en.pdf [01.03.2015].
- Europa.eu (s.a.): Member countries of the European Union, http://europa.eu/about-eu/countries/member-countries/index_en.htm [01.03.2015].
- Europäische Kommission (2005): Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, Der Beitrag der Kommission in der Zeit der Reflexion und danach - Plan D für Demokratie, Dialog und Diskussion, KOM/2005/0494, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:52005DC0494> [01.03.2015].
- Frost, C. (2000): Media ethics and self-regulation, Harlow.
- Gitlin, T. (1980): The whole world is watching: mass media in the making and unmaking of the new left, Berkeley.
- Goffman, E. (1974): Frame Analysis: an essay on the organization of experience. Cambridge, MA.
- Krzyzanowski, M.; Triandafyllidou, A.; Wodak, R. (2009): Introduction, in: Triandafyllidou, A.; Wodak, R.; Krzyzanowski, M. (Hrsg.): The European public sphere and the media. Europe in crisis, Basingstoke, S. 1-12.
- Lodge, J.; Sarikakis, K. (2013): Citizens in 'an ever-closer union'? The long path to a public sphere in the EU, in: International Journal of Media and Cultural Politics, Nr. 2, 9. Jg., S. 165-181.
- Matthes, J. (2007): Framing-Effekte, Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellungen der Rezipienten, München.
- Maurer, M. (2004): Das Paradox der Medienwirkungsforschung, Verändern Massenmedien die Bevölkerungsmeinung, ohne Einzelne zu beeinflussen? in: Publizistik, Nr. 4, 49. Jg., S. 405-422.
- Meier, K. (2007): Journalistik, Konstanz.

- McCombs, M. (1992): Explorers and surveyors: Expanding strategies for agenda setting research, in: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Nr. 4, 69. Jg., S. 813-824.
- McQuail, D. (1987): *Mass communication theory: an introduction*. 2. Aufl., London.
- Mylonas, Y. (2012): Media and the economic crisis of the EU: The 'culturalization' of a systemic crisis and Bild-Zeitung's framing of Greece, in: *tripleC*, Nr. 2, 10. Jg., S. 646-671.
- Ronneberger, F. (1978): *Kommunikationspolitik*. Teil I: Institutionen, Prozesse, Ziele, Mainz.
- Rousseau, J.-J. (1913/2003). *On the social contract*. Mineola, New York.
- Sarikakis, K.; Rodríguez-Amat, J.R.; Winter, L.; Maurer, P.; Koukou, A. (2014): A 'Banal' European Public sphere? Framing the crisis by the European elite press, Konferenzpapier für die 64. Jahreskonferenz der International Communication Association, 22.-26.05.2014, Seattle.
- Sarikakis, K. (2012): 'Crisis' – 'Democracy' – 'Europe': terms of contract? Framing public debates of the crisis, Konferenzpapier für Workshop der Österreichischen Forschungsgemeinschaft, „The Financial Crises of the 21st Century“, 18.-19.10.2012, Wien.
- Semetko, H.A.; Valkenburg, P.M. (2000): Framing European politics: a content analysis of press and television news, in: *Journal of Communication*, Nr. 2, 50. Jg., S. 93-109.
- Schicha, C. (2003): Medienethik und Medienqualität, in: *Zeitschrift für Kommunikationsökologie*, Nr. 2, 5. Jg., S. 44-53.
- Schmidt, S.; Zurstiege, G. (2000). Orientierung Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will, Reinbek bei Hamburg.
- Scholl, A.; Weischenberg, S. (1998): *Journalismus in der Gesellschaft*. Theorie, Methodologie und Empirie, Opladen, Wiesbaden.
- Schulz, W. (1974). Bedeutungsvermittlung durch Massenkommunikation, Grundgedanken zu einer analytischen Theorie der Medien, in: *Publizistik*, Nr. 2, 19. Jg., S. 148-164.
- Tankard, J. (2003): The empirical approach to the study of media framing, in: Reese, S.; Gandy, O.; Grant, A. (Hrsg.): *Framing public life, Perspectives on media and our understanding of the social world*, Mahwah, S. 95-106.
- Tzogopoulos, G. (2013): *The Greek Crisis in the Media: Stereotyping in the International Press*, Farnham.
- Zucker, H.G. (1978): The variable nature of news media influence, in: Ruben, B.D. (Hrsg.): *Communication yearbook 2*, New Brunswick, S. 225-240.

Anhang

Frame	Tageszeitung			
	Kronen Zeitung	Kurier	Presse	Standard
Verantwortungszuschreibung	19 %	29 %	30 %	28 %
Konflikt	19 %	26 %	23 %	30 %
Wirtschaftliche Folgen	28 %	35 %	35 %	32 %
Human Interest	25 %	7 %	7 %	10 %
Moral	9 %	3 %	5 %	0 %
Gesamt	100 %	100 %	100 %	100 %

Generische Nachrichtenframes nach Tageszeitung zwischen 11. und 24. Juni 2012 (Österreich)

Frame	Tageszeitung			
	BILD-Zeitung	Welt	F.A.Z.	taz
Verantwortungszuschreibung	24 %	23 %	31 %	25 %
Konflikt	17 %	33 %	19 %	25 %
Wirtschaftliche Folgen	24 %	37 %	33 %	23 %
Human Interest	32 %	7 %	12 %	19 %
Moral	3 %	0 %	5 %	8 %
Gesamt	100 %	100 %	100 %	100 %

Generische Nachrichtenframes nach Tageszeitung zwischen 11. und 24. Juni 2012 (Deutschland)

Frame	Tageszeitung			
	Kronen Zeitung	Kurier	Presse	Standard
Verantwortungszuschreibung	19 %	24 %	26 %	24 %
Konflikt	38 %	43 %	46 %	44 %
Wirtschaftliche Folgen	31 %	30 %	28 %	32 %
Human Interest	8 %	3 %	0 %	0 %
Moral	4 %	0 %	0 %	0 %
Gesamt	100 %	100 %	100 %	100 %

Generische Nachrichtenframes nach Tageszeitung zwischen 19. Januar und 1. Februar 2015 (Österreich)

Frame	Tageszeitung			
	BILD-Zeitung	Welt	F.A.Z.	taz
Verantwortungszuschreibung	23 %	21 %	18 %	22 %
Konflikt	41 %	35 %	38 %	39 %
Wirtschaftliche Folgen	32 %	30 %	31 %	22 %
Human Interest	4 %	11 %	11 %	10 %
Moral	0 %	3 %	2 %	7 %
Gesamt	100 %	100 %	100 %	100 %

Generische Nachrichtenframes nach Tageszeitung zwischen 19. Januar und 1. Februar 2015 (Deutschland)