HOCHSCHULE MITTWEIDA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

BACHELORARBEIT

Constanze Karasehirli

Das Amerika-Bild in den deutschen Medien - Eine Untersuchung der Darstellungsweise, der Argumentationsmuster und der Bildkommunikation in deutschen Fernsehformaten

2019

Fakultät: Medien

BACHELORARBEIT

Das Amerika-Bild in den deutschen Medien - Eine Untersuchung der Darstellungsweise, der Argumentationsmuster und der Bildkommunikation in deutschen Fernsehformaten

Autor/in:
Constanze Karasehirli

Studiengang:
Angewandte Medien

Seminargruppe:
AM16wK1-B

Erstprüfer:
Prof. Dr. Volker J. Kreyher

Zweitprüfer:
Natalie Dechant M.A.

Einreichung:
Mannheim, 24.05.2019

Faculty of Media

BACHELOR THESIS

The American image in German media. An analysis of Presentation, Patterns of Argumentation and Image Communication in German television.

author:
Constanze Karasehirli

course of studies:
Applied Media

seminar group:
AM16wK1-B

first examiner:
Prof. Dr. Volker J. Kreyher

second examiner:
Natalie Dechant M.A.

submission:
Mannheim, May 24th 2019

Bibliografische Angaben

Nachname, Vorname: Karasehirli, Constanze

Das Amerika-Bild in den deutschen Medien. Eine Untersuchung der Darstellungsweise, der Argumentationsmuster und der Bildkommunikation in deutschen Medien.

The American image in German media. An analysis of Presentation, Patterns of Argumentation and Image Communication in German television.

57 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2019

Abstract

Der Gegenstand der vorliegenden Arbeit ist die Analyse des Amerika-Bildes in den deutschen Medien. Aufbauend auf den journalistischen Bestimmungen, Entwicklungen und Forschungen werden vor allem die Darstellungsweise, Argumentationsmuster und Bildkommunikation innerhalb der deutschen Medien untersucht. Dabei werden zwei Privatsender und zwei öffentlich-rechtliche Sender betrachtet. Am Schluss werden die gewonnenen Ergebnisse hinsichtlich des von den deutschen Medien gezeigten Amerika-Bildes zusammengefasst.

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis VI
Abbildungsverzeichnis VII
Tabellenverzeichnis VIII
1 Einleitung 1
2 Medienberichterstattung 2
2.1 Gesellschaftliche Funktion der Medien 2
2.2 Selbstverständnis der Journalisten 4
2.3 Recherchemethoden 7
2.4 Transformations- und Selektionslogik 13
2.5 Trennung von Nachricht und Kommentar 15
2.5.1 Definition Nachricht 15
2.5.2 Definition Kommentar 17
2.5.3 Vergleich Theorie und Praxis 17
2.6 Qualitätskriterien im Journalismus 18
2.7 Medien-Mainstreaming 24
3 Medientheorien 26
3.1 Themen- und Issues Management 26
3.1.1 Agenda Setting 26
3.1.2 Agenda Building 28
3.2 Interpretationsmanagement und Strategic Framing 29
4 Die deutsch-amerikanische Beziehung 33
4.1 Historische Entwicklungen 33
4.2 Wirtschaftliche Beziehungen 34
4.3 Entwicklungen seit der Wahl Trumps 35
5 Das Amerika-Bild in den deutschen Medien 37
5.1 Analyse Darstellungsweise in den TV-Nachrichten-Formaten 37
5.2 Analyse Argumentationsmuster in den TV-Nachrichten-Formaten 40
5.3 Analyse Bildkommunikation in den TV-Nachrichten-Formaten 43
6 Ergebnisse 48
Literatur- und Quellenverzeichnis 50
Eigenständigkeitserklärung IX

Abkürzungsverzeichnis

ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
NATO	North Atlantic Treaty Organisation
ZDF	Zweite Deutsche Fernsehen

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Einflussfaktoren auf die Medienberichterstattung

Abbildung 2: Journalistische Darstellungsformen / Formate

Abbildung 3: Modelle des Agenda Setting Ansatzes

Abbildung 4: Das Spiel ist aus

Abbildung 5: Stoltenberg im Weißen Haus

Abbildung 6: Donald Trump

Abbildung 7: Justizminister Barr

Abbildung 8: Donald Trump 2

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Rollenselbstverständnis und Handlungsrelevanz bei Journalisten

Tabelle 2: Subjektive und objektive Selektions- und Transformationsmechanismen

Tabelle 3: Zentrale journalistische Qualitätskriterien und ihre Dimensionen

Tabelle 4: Formale Frame-Mechanismen

Tabelle 5: Inhaltliche Frame-Mechanismen

Tabelle 6: Inhaltliche Frame-Mechanismen – definitorisch, kognitive Charakteristika

Tabelle 7: Inhaltliche Frame-Mechanismen – evaluierende, affektive Charakteristika

Tabelle 8: Auswertung

1 Einleitung

Die Universität Harvard führte eine Studie zum Thema Berichterstattung amerikanischer und europäischer Medien innerhalb der ersten 100 Amtstage des neuen US-Präsidenten Donald Trump durch. Dabei wurde als deutsches Medium nur die ARD betrachtet. Das Ergebnis fiel sehr negativ für den US-Präsidenten aus. Keine anderen Medien haben negativer über Trump berichtet als die deutschen Medien. Nur zwei Prozent der Berichte waren positiv (vgl. Kürschner 2017).

Ziel dieser Arbeit ist es aufzuzeigen, wie die deutschen Medien über Amerika und Donald Trump berichten. Dabei werden sowohl private Sender – ProSieben und n-tv - als auch öffentlich-rechtliche Sender - ARD und ZDF – untersucht. Dies soll einen Überblick darüber geben, ob die deutschen Medien immer noch negativ, oder doch neutral, vielleicht sogar positiv berichten. Im Einzelnen wird hierbei auf die Darstellungsweise, die Argumentationsmuster und die Bildkommunikation geachtet.

Um diese Aspekte zu analysieren, werden erst einmal die Grundlagen erläutert. Das heißt, es muss geklärt werden, wie Journalisten überhaupt arbeiten und auf was ein Journalist alles achten muss. Welche Aufgaben sie in der Gesellschaft haben, aber auch, wie sie sich selbst sehen. Darüber hinaus ist es wichtig zu erklären, welche Bedeutung und Beziehung die Medien zu den Rezipienten haben. Des Weiteren wird veranschaulicht, wie Deutschland zu Amerika steht, welche Entwicklungen beide Länder durchgemacht haben und welche Geschichte sie miteinander haben.

Für diesen Zweck wurden innerhalb von vier Wochen die Berichterstattungen über die Sender ARD, ZDF, ProSieben und n-tv verfolgt, aufgezeigt und analysiert.

2 Medienberichterstattung

Die Medienberichterstattung ist die Übermittlung von beispielsweise Mitteilungen, Informationen oder Nachrichten innerhalb der Medien. Das kann in den verschiedensten Formen des Journalismus geschehen. Sie muss auf jeden Fall schnell, objektiv, verständlich und unabhängig sein (vgl. BR 2019). Die Medienberichterstattung wird jedoch von einigen Faktoren beeinflusst, bevor überhaupt über ein Thema berichtet wird. Folgende Faktoren nehmen Einfluss auf die Medienberichterstattung:

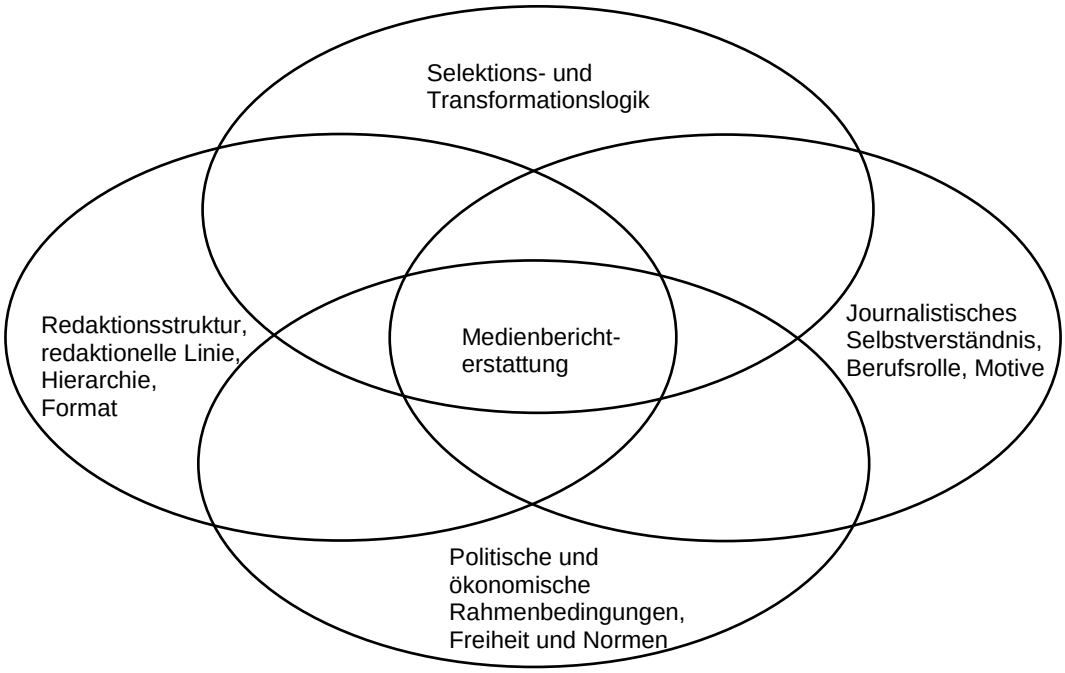

Abb. 1: Einflussfaktoren auf die Medienberichterstattung
(Quelle: Kreyher 2018, 75)

2.1 Gesellschaftliche Funktion der Medien

Journalismus ist ein wichtiger Bestandteil für die Gesellschaft und hat innerhalb dieser mehrere Funktionen. Darunter vor allem: eine Informationsfunktion, eine Meinungsbildungsfunktion und eine Kontrollfunktion (vgl. BPB 2016).

Die Informationsfunktion ist primär wichtig, da die Rezipienten durch die Herstellung von Öffentlichkeit an gesellschaftlichen Prozessen teilnehmen und bei diesen mitentscheiden können. Dies ist vor allem in der heutigen Demokratie sehr wichtig. Der Journalismus soll ebenfalls für Aufklärung von allgemeinen und öffentlichen Vorkommnissen sorgen (vgl. Blöbaum 2016, 152). Dabei wird beispielsweise über politische Programme, kulturelle Entwicklungen und Konsumgüter berichtet. Hierbei ist es notwendig, immer sachlich, vollständig und verständlich zu berichten, so dass jeder Rezipient das Geschehen verfolgen kann. Dadurch können die Rezipienten auch aktiv am Geschehen teilnehmen. So können auch Dialoge und Diskussionen über bestimmte Themen erfolgen (vgl. BPB 2016).

Um solche Diskussionen zu führen, müssen sich Bürger, beziehungsweise die Rezipienten, eine eigene Meinung bilden. Auch hierfür ist der Journalismus mit seiner Meinungsbildungsfunktion hilfreich (vgl. Chill / Meyn 1996, 3). Bei der Meinungsbildung dürfen nicht nur Mehrheiten berücksichtigt werden, sondern auch Minderheiten. Nur so kann eine offene und freie Diskussion erfolgen (vgl. BPB 2016). Jedoch stellt sich die Frage, ob sich die Rezipienten ihre eigene Meinung wirklich selbst bilden oder es doch eine gewisse Art der Beeinflussung durch die Medien gibt. Denn sie bilden sich ihre Meinung nicht durch eigene Erfahrungen, sondern dank der Projizierung der Wirklichkeit durch die Medien (vgl. Chill / Meyn 1996, 3).

Des Weiteren gibt es die Kontrollfunktion, die auch als Kritik- und Kontrollfunktion bekannt ist (vgl. Beck 2017, 105). Mit dieser Funktion sollen unter anderem Missstände entdeckt und über diese berichtet werden (vgl. BPB 2016). Dabei soll insbesondere die staatliche Macht kontrolliert werden. Aber nicht nur diese, sondern auch die gesamte Gesellschaft. Deswegen werden die Medien unter anderem auch als vierte Gewalt bezeichnet (vgl. Chill / Meyn 1996, 3). Neben dem Staat und der Gesellschaft können die Medien sich auch selbst kontrollieren, wie zum Beispiel bei der Richtigkeit der Berichterstattung (vgl. Beck 2017, 105).

Neben diesen drei Hauptfunktionen geht es aber schon lange nicht mehr nur um die Informationen, Meinungsbildung und Kontrolle, sondern auch um die Unterhaltung und die Bildung im Allgemeinen (vgl. Chill / Meyn 1996, 2).

Bei der Bildungsfunktion können alle Generationen mit einbezogen werden. Egal, ob im Internet oder im Fernsehen, es gibt für jeden das passende Programm. Die Medien haben die Möglichkeit einiges zu lehren, sei es Einfaches, Allgemeines oder auch Politisches. Trotz allem muss diese Funktion ebenfalls hinterfragt werden, da es hier zum einen zur

Entfremdung zwischen Eltern und Kind kommen kann. Zum anderen ist die Vielfalt an Themen oder die Thematik selbst in den Medien oftmals eingeschränkt. Deshalb können Kinder, Jugendliche oder auch Erwachsene nicht den vollen Blick auf ein Thema bekommen. Dies kann zur Einseitigkeit im Programm und Beeinflussung der Rezipienten führen (vgl. Fechner 2017, 25).

Die Unterhaltungsfunktion hilft den Rezipienten unter anderem beim Entspannen nach einem harten Arbeitstag. Je nachdem, welches Programm zum Beispiel im Fernsehen läuft, kann die Stimmung des Rezipienten beeinflusst werden. Manche suchen vielleicht etwas Lustiges zur Aufheiterung, manche eher etwas Ruhiges zur Entspannung. Das kommt immer auf den Rezipienten an. Jedoch versuchen die Medien, auch dieses Feld abzudecken und nicht mehr nur informierend oder aufklärend zu agieren (vgl. Wegener 2001, 95).

Alles in allem sind die Grundgedanken der Funktionen wichtig und gut für die Gesellschaft. Diese Funktionen sind auch notwendig in der heutigen Zeit. Viele Menschen würden gar nicht an so viele Informationen gelangen, würde keine Berichterstattung erfolgen. Außerdem ist es vom Vorteil, wenn Dialoge zwischen den Menschen und auch Organisationen oder dem Staat stattfinden. Jedoch ist fraglich, ob es innerhalb der Medien nicht von vornherein zu viel Beeinflussung gibt. Durch solch eine Beeinflussung bekommen die Menschen doch nur ein gewisses Spektrum an Informationen oder auch schon eine gewisse Meinung vorgegeben.

2.2 Selbstverständnis der Journalisten

Zuallererst stellen sich die Fragen: Wer ist Journalist und was sind seine Aufgaben? Welche Voraussetzungen muss ein Journalist haben? Ein Journalist ist derjenige, der unter folgenden Bedingungen arbeitet: Er ist hauptberuflich damit beschäftigt Informationen, Meinungen und Unterhaltung zu erarbeiten und zu verbreiten. Die Verbreitung geschieht durch die Medien mithilfe von Wort, Ton, Bild oder Kombinationen aus diesen. Das Erarbeiten erfolgt durch recherchieren, also sammeln und prüfen, auswählen und bearbeiten von Inhalten. Diese Inhalte werden dann medienspezifisch aufbereitet, gestaltet und an die Öffentlichkeit vermittelt (vgl. DJV 2015, 4).

„Journalistinnen und Journalisten haben die Aufgabe, Sachverhalte oder Vorgänge öffentlich zu machen, deren Kenntnis für die Gesellschaft von allgemeiner, politischer,

wirtschaftlicher oder kultureller Bedeutung ist“ (DJV 2015, 2). Ein Journalist muss also alles dafür tun, dass eine Information an die Öffentlichkeit und so zu den Rezipienten gelangt.

An sich kann sich jeder Journalist nennen, das liegt am Artikel 5 des deutschen Grundgesetzes (vgl. Vales 2015, 32). Artikel 5 besagt, dass jeder das Recht auf freie Meinungsäußerung hat. Durch diesen Artikel werden auch die Pressefreiheit und die Freiheit zur Berichterstattung gewährleistet (vgl. Deutscher Bundestag 2019). Jedoch braucht ein Journalist mehr als nur den Artikel 5. Folgende Qualifikationen sollte ein Journalist mitbringen:

- „soziales und gesellschaftspolitisches Verantwortungsbewusstsein,
- logisches und analytisches Denken,
- sprachliche Ausdrucksfähigkeit und -sicherheit,
- Einfühlungsvermögen und Kreativität,
- Kontaktfähigkeit und Bereitschaft zur Zusammenarbeit,
- Konflikt- und Kritikfähigkeit“ (DJV 2015, 4).

Natürlich sind daneben auch ein gutes Allgemeinwissen und ein gutes Fachwissen von Nöten (vgl. DJV 2015, 4). Journalisten müssen sich aber immer weiter ausbilden lassen, das liegt zum Beispiel am Wandel in der Moderne. So müssen sich Journalisten auch mehr mit den Online-Medien auskennen und damit umgehen können (vgl. Mast 1999, 46).

Hier kommt vor allem zum Vorschein, dass Journalisten Informationsträger und -vermittler sind. Wie sehen sich Journalisten aber selbst? Was ist ihre Rolle in ihren Augen?

Das Selbstverständnis der Journalisten hat sich über die Jahre weitestgehend gewandelt. 1970 sahen sich Journalisten vor allem als „Kritiker an Missständen“ und „Wächter der Demokratie“, die gegen die Mächtigen im Staat so etwas wie eine Gegenelite bildeten (vgl. Kepplinger 1979, 25). In neueren Studien fand man heraus, dass Journalisten sich in Richtung des neutralen Informationsjournalismus hingezogen fühlen (vgl. Weischenberg / Malik / Scholl 2006, 356).

An dieser Studie nahmen über 1500 Journalisten teil. Wie man sehen kann, geht es den Journalisten vor allem um die Informationsvermittlung und dabei möglichst neutral zu bleiben. Nur noch knapp 58% der Befragten wollen Kritik an Missständen ausüben. Für Minderheiten wollen sich auch nur knapp 30% einsetzen. Ebenso die Kontrolle über Bereiche wie Politik oder Gesellschaft wollen nur circa 23,5% ausüben (vgl. Weischenberg

/ Malik / Scholl 2006, 356). Bei der Handlungsrelevanz ganz weit vorne sind jedoch die Unterhaltung und Entspannung. Erst danach kommt die schnelle Informationsvermittlung, das neutrale Informieren und die Erklärung von Sachverhalten (vgl. Weischenberg / Malik / Scholl 2006, 356).

Rollenselbstverständnis	**Zustimmung in %**	**Handlungs-relevanz in %**
das Publikum möglichst neutral und präzise informieren	88,6	76,4
komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln	79,4	75,1
dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln	74,1	79,1
Realität genauso abbilden, wie sie ist	73,8	67,2
sich auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind	60,2	74,4
Kritik an Missständen üben	57,6	43,1
normalen Leuten eine Chance geben, ihre Meinung zu Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen	34,1	56,7
sich einsetzen für die Benachteiligten in der Bevölkerung	28,8	42,5
die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren	23,5	27,1
die politische Tagesordnung beeinflussen und Themen auf die politische Agenda setzen	13,8	39,4
neue Trends aufzeigen und neue Ideen vermitteln	44,1	58,3
Lebenshilfe für das Publikum bieten, also als Ratgeber dienen	43,6	68,8
positive Ideale vermitteln	39,9	43,0
dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten	36,9	79,3
das Publikum eigene Ansichten präsentieren	19,4	66,8

Tabelle 1: Rollenselbstverständnis und Handlungsrelevanz bei Journalisten
(Quelle: Weischenberg / Malik / Scholl 2006, 356)

Auch andere Studien haben ähnliche Ergebnisse geliefert, nur werden oft andere Begriffe genutzt. Manche Journalisten sehen sich dabei ganz klar als Ratgeber oder Berater. Hier

versuchen sie den Rezipienten im Alltag oder in schwierigen Situationen zu helfen, zum Beispiel im Bereich Gesundheit, Beruf oder Finanzen (vgl. Mast 1999, 34). Andere Journalisten sehen sich dafür ausschließlich in der Rolle des Unterhalters. Diese versuchen die Stimmung des Rezipienten zu beeinflussen. Jedoch besteht hier eben die Gefahr, dass zu viel unterhalten und zu wenig informiert wird (vgl. Mast 1999, 34). Andere wollen dafür als Pädagoge, Erzieher oder sogar als Politiker mit anderen Mitteln agieren (vgl. Strohmeier 2004, 140). Neben diesen Ansichtsweisen gibt es auch noch den so genannten „anwaltschaftliche[n] Journalist[en]“ (Drentwett 2009, 71). Dieser „sieht sich […] als Verteidiger benachteiligter sozialer Gruppen“ (Drentwett 2009, 71).

Nun besteht aber die Frage, inwieweit diese verschiedenen Arten von Selbstverständnis sich auf die Arbeit und das Handeln der Journalisten auswirken. Im Grunde könnte es Voraussetzung für ihre Arbeit werden (vgl. Buckow 2011, 21). „Man weiß [allerdings] nicht, inwiefern sie ihr Rollenselbstbild in der beruflichen Alltagspraxis, also beim Schreiben von Texten oder Produzieren von Sendungen, auch umsetzen können oder ob es sich eher um idealisierte Selbstbilder handelt“ (BPB2 2011, 1).

Es gibt bezüglich des Selbstverständnisses der Journalisten einige Studien. So gibt es unter anderem auch die Vermutung, dass diese Selbstbilder durchaus Einfluss auf die Berichterstattung haben. Dies vor allem, wenn ein Journalist aktiv an der politischen Tagesordnung teilnehmen will. Auf der anderen Seite gibt es die Annahme, dass diese Selbstbilder weitestgehend bedeutungslos sind. Dies beruht auf der wenigen Zeit und den wenigen Möglichkeiten, die manch Journalist hat. Denn dann kann er seine eigenen Ziele oder Ansichten in Nachrichten nicht miteinfließen lassen (BPB2 2011, 1).

2.3 Recherchemethoden

Um eine fundierte Nachricht herauszubringen, muss ein Journalist tiefer in die Materie eindringen. Dies ist möglich über die Recherche. „Sie vertieft Informationen, hinterfragt Ereignisse oder deren oberflächlichen Meldungen darüber. Die Recherche ordnet ein, liefert Erklärungshilfen, zeichnet ein umfassendes Bild des Geschehens und setzt es in Sinnzusammenhängen“ (Dickmann 2016, 137). Vereinfacht gesagt wird ein Sachverhalt untersucht, erkundet, Hintergründe ermittelt, so dass am Ende ein Gesamtbild entsteht, welches an die Leser weitergetragen wird. Ebenso ist die Recherche wichtig, um Falschmeldungen zu vermeiden (vgl. Kaiser 2015, 4).

Für die Recherche gibt es verschiedene Methoden, die der Journalist anwenden kann. Darunter zum Beispiel:

1. Die Basisrecherche / methodische Recherche
2. Die Rekonstruktionsrecherche
3. Die fließende Recherche
4. Die investigative Recherche
5. Die verdeckte Recherche
6. Die Vor-Ort-Recherche
7. Die Internetrecherche (vgl. Dickmann 2016, 140).

→ Die Basisrecherche / methodische Recherche

Jede Recherche sollte erst einmal mit dem Allgemeinen anfangen, das heißt ganz allgemein Informationen beschaffen, die den Ausgangspunkt herstellen. Im weiteren Verlauf muss eine Überprüfung dieser Informationen erfolgen (vgl. Haller 2004, 58).

Bei der Basisrecherche gibt es vor allem drei wichtige Aspekte, deren Überprüfung ausschlaggebend ist, für die Veröffentlichung von Nachrichten. Diese drei Begriffe lauten: Relevanz, Gültigkeit und Verstehbarkeit (vgl. Haller 2004, 51).

→ Relevanz: klärt die Frage, ob das Thema öffentliches Interesse weckt oder von allgemeiner Bedeutung ist.

→ Gültigkeit: bezieht sich auf die Frage, ob die Informationen, beziehungsweise Aussagen zutreffend sind. Hier stellt sich also die Frage: Sind die Informationen wirklich wahr?

→ Verstehbarkeit: beschäftigt sich mit der Frage, ob die Informationen umfassend und präzise sind, so dass das Ereignis, die Zusammenhänge und die Bedeutung schlüssig sind (vgl. Stenzel 2009, 147).

Daraufhin erfolgen noch weitere Aufgaben, die zu erledigen sind. Darunter zum Beispiel die Findung der richtigen Recherchemethode, die Definition des Rechercheaufwands und damit auch die Erstellung eines Rechercheplans, sowie die Sammlung und Gliederung von Ergebnissen. Zum Schluss noch das Schreiben des Artikels und / oder Drehen des TV- oder Audio-Beitrages (vgl. Dickmann 2016, 138).

→ Die Rekonstruktionsrecherche

Kurz gesagt, wird bei der Rekonstruktionsrecherche „der Ablauf des Ereignisses mit Betroffenen, Akteuren, Umständen und Gegebenheiten geklärt“ (Dickmann 2016, 140).

Die Rekonstruktionsrecherche kann in zwei unterschiedlichen Weisen genutzt werden. Zum einen knüpft die Information an aktuelle oder spektakuläre Vorkommnisse an und beschäftigt sich mit der Vorgeschichte. Zum anderen werden nach Motiven oder Beweggründen gefragt, um ein Ereignis zu erklären (vgl. Haller 2004, 109).

Bei dieser Methode sind einige Informationen schon vorhanden, jedoch sind manche Aspekte noch ungeklärt, offen oder fragwürdig. Aus diesem Grund muss der Journalist sich intensiver mit den gegebenen Informationen auseinandersetzen und z.B. Interviews führen, um auch die Hintergründe kennenzulernen. So geht er auch der Frage nach, wie das Ereignis wirklich abgelaufen ist (vgl. Haller 2004, 110).

→ Die fließende Recherche

Die fließende Recherche ist unter anderem auch als Follow-Up-Strategie bekannt. Bei dieser Methode recherchiert und veröffentlicht der Journalist parallel. Die Veröffentlichung von Informationen erfolgt so nach und nach (vgl. Merkelt 2010).

Mit dieser Strategie versucht ein Journalist noch unbekannte Zeugen oder Informanten zu einer Aussage zu bringen, die zur Aufklärung eines Geschehens hilfreich sein könnten. Dabei bleibt offen, über welchen Zeitraum ein Journalist seine Informationen bekommt. Mit anderen Worten ist das Ende zeitlich und inhaltlich erst einmal offen (vgl. Ludwig 2017, 114). Für den Redakteur heißt das vor allem, dass er „ein rasches und sicheres Urteilsvermögen [haben muss], wenn neue Informationen auftauchen“ (Haller 2004, 112). Darüber hinaus muss er auch die Folgen einer Veröffentlichung einschätzen können (vgl. Haller 2004, 112).

Zusammenfassend liegen die Vorteile ganz klar darin, dass Beteiligte, sowie Zeugen oder Informanten ermutigt werden, eine Aussage zu liefern. Die gelieferten Aussagen können dann schließlich zu einer Aufklärung führen. Diese Methode erfordert aber auch viel Arbeit für den Redakteur. Ein Nachteil könnte dabei sein, dass jeder Artikel eine kurze Zusammenfassung erhalten muss, so dass das Berichtete für den Leser gut verständlich ist (vgl. Haller 2004, 113).

→ Die investigative Recherche

Die investigative Recherche ist wohl eine der schwierigsten Recherchemethoden, die es gibt. „Sie deckt unbekannte Sachverhalte auf und stellt sie in Zusammenhang mit der ursprünglichen Meldung“ (Dickmann 2016, 140). Das heißt im Gegensatz zu anderen Recherchemethoden sollen beim investigativen Recherchieren Missstände und Machenschaften aufgedeckt werden. Dies passiert aber nicht einfach, indem ein Journalist schon alle Informationen vorliegen hat, sondern durch harte Arbeit, die auf viel Widerstand trifft (vgl. Kaiser 2015, 107). Oftmals ist der Ausgangpunkt ein Hinweis eines Insiders (vgl. Haller 2004, 128).

Natürlich braucht dieser Job besondere Anforderung, da die Vorgehensweise nicht einfach ist.

Dazu gehört:

1. Die „enthüllende Recherchierarbeit [ist] eine Sache des akribischen Fleißes, des methodischen Vorgehens und großer Investitionsbereitschaft“ (Haller 2004, 127).
2. Die Recherche benötigt neben Selbstbewusstsein des Journalisten, auch eine distanzierte Einstellung, sowie Rückendeckung des Verlegers. Dabei sollte der Journalist auch auf keinen Fall bestechlich sein (vgl. Haller 2004, 127).

Bei der investigativen Recherche können mehrere Recherchemethoden aufeinandertreffen. Wie oben schon erwähnt, bekommt der Journalist oftmals einen Hinweis durch einen Insider. Hierbei handelt es sich meistens um eine Handlung, die von der Öffentlichkeit als unzulässig gewertet würde. Daraufhin erfolgt eine Basisrecherche, um z.B. die Beteiligten zu ermitteln. Als nächster Schritt werden unter anderem die Motive oder Beweggründe, sowie Absichten und Interessen untersucht. Dabei wird die ganze Zeit versucht, das Geschehnis zu rekonstruieren. Auch die Beteiligten müssen konfrontiert werden, so dass noch mehr Informationen ans Licht kommen. Am Ende muss alles verknüpft werden, um zu sehen, was stimmen könnte und was widerlegt werden kann (vgl. Haller 2004, 128). Somit treffen Basisrecherche und Rekonstruktionsrecherche aufeinander.

→ Die verdeckte Recherche

Bei der verdeckten Recherche ermittelt ein Journalist meist, ohne seine Identität preiszugeben. Grundsätzlich sollen sich Journalisten immer zu erkennen geben, jedoch gibt es auch eine Ausnahme, und zwar „, wenn damit Informationen von besonderem

öffentlichem Interesse beschafft werden, die auf andere Weise nicht zugänglich sind“ (Deutscher Presserat 2017, 13).

Außerdem ist die verdeckte Recherche Teil der investigativen Recherche und ist auch als die Wallraff-Methode bekannt (vgl. Haller 2004, 142). Mit dieser Methode können Missstände und Machenschaften meist besser untersucht werden, da viele Bereiche für Journalisten nicht zugänglich sind (vgl. Haller 2004, 144).

Bei dieser Art von Recherche kann es schnell zu rechtlichen Folgen kommen, wenn zum Beispiel Vereinbarungen mit dem Informanten gebrochen wurden. Dies gilt ebenso für die Aufdeckung von Geschäftsgeheimnissen. Selbstverständlich darf ein Journalist Nachrichten, beziehungsweise Informationen nicht fälschen (vgl. Branahl 2009, 64).

Aber auch die Veröffentlichung von rechtswidrig erworbenen Informationen ist in manchen Fällen zulässig, wenn die Informationen zutreffend sind und vor allem ein hohes öffentliches Interesse herrscht (vgl. Haller 2004, 145). Hier steht das öffentliche Interesse im Vordergrund. So soll der Journalist diese über negative Handlungen von Institutionen, öffentlichen Personen oder auch Behörden informieren.

→ Die Vor-Ort-Recherche

Wie der Name es schon verrät, ist der Journalist direkt vor Ort eines Geschehnisses tätig (vgl. Dickmann 2016, 140). Dies hilft dabei, die Veranschaulichung eines Themas oder Erlebnisses einfacher zu gestalten. Je nachdem, was passiert ist, kann der Journalist die Bedeutung des Themas und auch den angemessenen Ton beim Schreiben besser einschätzen (vgl. Haller 2004, 135).

Die Vor-Ort-Recherche kann besonders bei Besuchen von Veranstaltungen, wie zum Beispiel auf Messen, Konzerten, Fußballspielen und vielen mehr, geschehen (vgl. Kaiser 2015, 34). Jedoch ist nicht nur von Bedeutung, was an diesem Tag bei der Veranstaltung passiert. Es soll nicht einfach nur eine Nacherzählung sein, sondern etwas Besonderes soll herausstechen. Dafür muss sich der Journalist vorbereiten, indem er sich zum Beispiel das Programm und den Zeitplan genau ansieht und sich den richtigen Zutritt verschafft. Ein Journalist sollte sich deshalb auch schon vorher für das Thema seiner Nachricht entscheiden (vgl. Kaiser 2015, 35). Durch diese Vorbereitung kann ein Journalist das Besondere eher herausfiltern. So schildert er, was besonders ist und schreibt seine Nachricht eher reportagenhaft (vgl. Haller 2004, 136).

→ Die Internetrecherche

Die Internetrecherche verbreitet sich immer mehr als Möglichkeit der Recherche, denn durch sie kann ein Journalist schneller Informationen sammeln und die Presseorgane können schneller berichten (vgl. Dickmann 2016, 140).

Mit dieser Methode kann ein Journalist sich vor allem schnell einen Überblick über ein Thema verschaffen und später ins Detail gehen. Jedoch kann es bei so vielen Ressourcen schnell dazu kommen, dass sich ein Journalist so gesehen in diesen Mengen verirrt (vgl. Dickmann 2016, 142).

Die Recherchearbeit fängt in vielen Fällen mit der Nutzung von Suchmaschinen, wie zum Beispiel Google, an. Dabei kann der Journalist auf verschiedene Weisen vorgehen. Bei der erweiterten Suche gibt es folgende Funktionen: nach einem genauen Wort, beziehungsweise einer Wortgruppe suchen, Worte ausschließen, innerhalb einer Webseite suchen, einen bestimmten Dokumenttyp suchen, Platzhalter verwenden, nach einem Zahlenbereich suchen, ausländische Webseiten suchen und vieles mehr (vgl. Kaiser 2015, 60-62).

Das Internet bietet dabei einige Vorteile, wie zum Beispiel den großen Speicherplatz, die Interaktivität mit den Nutzern / Rezipienten, Aktualität durch die gegebenen Aktualitätsmöglichkeiten, oder auch die multimedialen Darstellungsweisen (vgl. von La Roche 2017, 33). Neben den genannten Vorteilen gibt es allerdings auch viele Nachteile. Diese fangen schon damit an, dass es für den Nutzer selbst gefährlich werden kann, denn er gibt immer mehr Informationen preis, indem er das Internet durchforstet. So kann es durchaus zum Beispiel zum Datenklau kommen (vgl. Dickmann 2016, 142). Ergänzend dazu gibt es im Internet dutzend falsche Informationen. Genau deswegen ist die Überprüfung dieser Informationen so wichtig. Dabei sollte immer darauf geachtet werden, wer eine Nachricht oder Information im Internet verbreitet. Darüber hinaus kann ein Journalist Medienarchive verwenden, sollte die Informationen aber auch aus diesen trotzdem immer noch einmal überprüfen (vgl. Dickmann 2016, 143).

Zusammenfassend ist es sehr wichtig seine Informationen korrekt zu recherchieren und zusammenzufügen, egal für welche Methode sich ein Journalist am Ende entscheidet. Im Vordergrund sollte auch immer der Rezipient beziehungsweise die Öffentlichkeit stehen, denn für diese wird letzten Endes berichtet.

2.4 Transformations- und Selektionslogik

Die Transformations- und Selektionslogik gehört zu den Einflussfaktoren, die auf die Medienberichterstattung wirken (vgl. Kreyher 2018, 75). Erst einmal ist es jedoch wichtig, die einzelnen Begriffe zu erläutern.

→ Transformation: Hier handelt es von der Aufbereitung eines Ereignisses, darunter die Hervorhebung von Einzelheiten oder die Darstellungsweise. So werden Informationen beispielsweise verzerrt oder aus einer bestimmten Perspektive dargestellt (vgl. Strohmeier 2004, 121).

→ Selektion: Die Selektion ist unter anderem auch als Gatekeeping bekannt. Bei der Selektion werden von einer Menge an Geschehnissen, ein paar ausgesucht, die für eine Berichterstattung geeignet sind (vgl. Strohmeier 2004, 120). Diese Selektion erfolgt unter anderem aufgrund von einem begrenzten Veröffentlichungsraum, begrenzter Zeit, einer Vorauswahl der Nachrichtenagenturen, der Orientierung an der Konkurrenz oder auch wegen der vermuteten Publikumserwartungen (vgl. Neuberger / Kapern 2013, 102). Einfach gesagt wählen die Journalisten die Themen aus, die am Ende verarbeitet, veröffentlicht und somit an die Rezipienten gelangen (vgl. Blöbaum 2016, 157).

Hanitzsch nennt in seiner Studie einige Einflüsse, die entscheidend sein können für den Transformations- und Selektionsprozess:

- Politische Einflüsse: Einfluss von Politikern, Mitgliedern der Regierung und Verwaltung auf Journalisten, Einschränkungen der Zensur
- Ökonomische Einflüsse: Beeinflussung durch Profiterwartungen des Unternehmens, Werbung, Werbe- und Anzeigekunden, Markt- und Publikumsforschung
- Professionelle Einflüsse: Redaktionseigene Prinzipien, ethische Konventionen, allgemeine Prinzipien, Journalistenverbände, medienrechtliche Beschränkungen
- Referenzgruppen: Einfluss vom professionellen Umfeld und privatem Umfeld
- Prozedural Einflüsse: Durch zeitlichen Druck, Standards, Abläufe der Nachrichtenproduktion, Mangel an Ressourcen
- Organisationale Einflüsse: Einfluss durch Eigentümer der Medienunternehmen, Geschäftsführung, Vorgesetze und leitende Redakteure (vgl. Hanitzsch 2009, 160-161).

Durch all diese Aspekte kann entschieden werden, welche Nachrichten veröffentlicht werden und welche nicht.

Es gibt aber auch andere Möglichkeiten, die Selektion und Transformation zu typisieren. Zum Beispiel in die objektiven und die subjektiven Selektions- und Transformationsmechanismen (vgl. Strohmeier 2004, 122).

Objektiv	subjektiv
Nachrichtenfaktoren	Zielgruppe
Darstellungsformen	Redaktionelle Linie
Journalistische Normen	Journalistische Motive
	Journalistische Wahrnehmung

Tabelle 2: Subjektive und objektive Selektions- und Transformationsmechanismen (Quelle: Strohmeier 2004, 122)

Ein einfaches Beispiel: Je mehr Nachrichtenfaktoren ein Ereignis hat, desto eher wird es zu einer Schlagzeile (vgl. Schicha 2007, 27). Zu den Nachrichtenfaktoren zählen dabei unter anderem: Relevanz, Dynamik, Konsonanz, Identifikation, Schaden, Erfolg oder auch Status der Akteure (vgl. Schicha 2007, 28). Schon allein solche Kriterien können entscheiden, ob eine Nachricht verarbeitet und veröffentlich wird oder nicht.

Durch diese Transformations- und Selektionslogik entsteht eine Medienrealität (vgl. Strohmeier 2004, 107). Dabei steht letzten Endes nicht die Übereinstimmung der Nachrichten mit der wirklichen Welt im Vordergrund, sondern es wird eine Wirklichkeit nach den Merkmalen der Medien hergestellt (vgl. Weischenberg 2001, 23). Aber nicht nur die Medien stellen eine Wirklichkeit her, sondern auch die Rezipienten. Das liegt daran, dass Menschen auf verschiedene Aspekte einer Nachricht achten und damit eine andere Wahrnehmung haben (vgl. Weischenberg 2001, 23).

Es ist natürlich verständlich, dass die Medien nicht über alles berichten können. Dennoch gibt es wirklich viele Einschränkungen, beziehungsweise auch Einflüsse von außen, so dass sich ein Mensch fragen sollte, was wirklich wahr ist und wie viel eigentlich nicht gezeigt wird.

2.5 Trennung von Nachricht und Kommentar

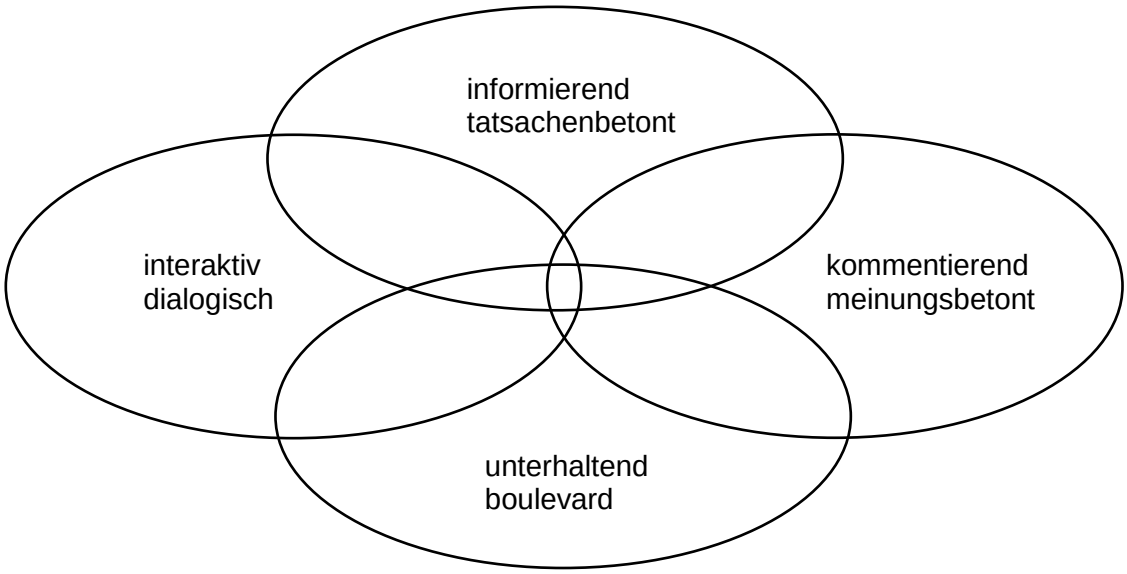

Abb. 2: Journalistische Darstellungsformen / Formate
(Quelle: Kreyher 2018, 68).

Im Journalismus gibt es viele Darstellungsformen, die ein Journalist anwenden kann. Dabei unterscheiden sich diese in mehrere Kategorien: die informierende, die interaktive, die unterhaltende und die kommentierende Form. Für diesen Teil sind zwei Kategorien besonders wichtig: die informierende und die kommentierende Form. Zu den informierenden Darstellungsformen zählen zum Beispiel: die Nachricht, die Meldung, der Bericht, die Reportage und einige mehr. Im Gegensatz dazu zählen der Kommentar, die Kolumne oder auch die Glosse zu den kommentierenden Formen. Im Folgenden werden die Darstellungsformen „Nachricht“ und „Kommentar“ näher erläutert.

2.5.1 Definition Nachricht

Nachrichten umgeben die Menschen jeden Tag, immer und immer wieder auf ein Neues, und das in den verschiedensten Formen und Arten. Für den Begriff Nachricht gibt es keine allgemeingültige Definition. Einige Experten haben sich mit diesem Thema auseinandergesetzt und sind zu verschiedenen Ergebnissen gekommen.

„Die Nachricht ist die kühlste journalistische Form. Sie muss dem Leser möglichst objektiv und nüchtern einen Sachverhalt mitteilen; ohne Meinung, ohne Wertung, ohne persönlichen

Eindruck, ohne subjektive Elemente des Autors“ (Schmuck 2007, 110). Schmuck betont bei dieser Definition vor allem zwei Begriffe, und zwar: objektiv und nüchtern. Jedoch stellt sich die Frage, ob die Medienberichterstattung heutzutage wirklich noch objektiv und nüchtern ist.

Eine weitere Definition lautet: „Eine Nachricht ist also die um Objektivität bemühte Mitteilung eines allgemein interessierenden, aktuellen Sachverhalts in einem bestimmten formalen Ablauf“ (von La Roche 2013, 78). Auch hier ist wieder anzufechten, ob eine Art Objektivität noch gegeben ist. Jedoch erwähnt von La Roche einige Begriffe, die von großer Bedeutung sind, zum Beispiel: Aktualität, oder auch allgemeines Interesse.

Bei Nachrichten gibt es einige wichtige Faktoren:

1. Aktualität
2. Relevanz
3. Nähe
4. Emotionalisierung
5. Visualisierung
6. Personalisierung
7. Sensation
8. Konflikte, Krisen, Skandale
9. Sex, Crime

(vgl. Kreyher 2018, 66). Diese werden aber in den oben genannten Definitionen kaum beziehungsweise gar nicht erwähnt.

Eine dritte Definition besagt: „Nachrichten sind journalistisch aufbereitete Informationen über aktuelle Ereignisse. Sie verbreiten etwas Neues, Bedeutsames oder Ungewöhnliches. […] Die Nachricht beantwortet die sechs W-Fragen (Wer? Wie? Was? Wann? Wo? Warum?) und nennt ihre Quellen. Sie soll so sachlich wie möglich […] über Sachverhalte und wichtige Details informieren. Die Nachricht darf nicht kommentieren“ (Schulz-Bruhdoel / Fürstenau 2011, 273)

Diese Definition beinhaltet nicht nur wichtige Faktoren für eine Nachricht, oder deren Objektivität, sondern zeigt auch weitere inhaltliche Aspekte. Darunter die W-Fragen, aber ebenso die Meinungsäußerung, die nicht zu einer Nachricht gehört.

Zusammengefasst gibt es viele Punkte, die vor allem heutzutage zu beachten sind, so dass es schwierig ist, den Begriff Nachricht eindeutig zu definieren. Alle Definitionen haben aber einen wesentlichen Begriff gemeinsam: Objektivität.

2.5.2 Definition Kommentar

Genau wie bei dem Begriff Nachricht ist es schwierig, den Begriff Kommentar eindeutig zu definieren. Hier gibt es ebenfalls einige Versuche dafür: „Es geht nicht um die nüchterne Darlegung von Fakten und Prozessen, sondern um deren Bewertung. Ein Kommentator mag zunächst die Sachverhalte noch einmal darlegen, um die es geht - aber er macht das bereits zielgerichtet, indem er die Kern-Nachricht wiederholt und sogleich eine Wertung damit verbindet“ (Schulz-Bruhdoel / Fürstenau 2011, 308). In anderen Worten lässt der Journalist seine Meinung in den Text miteinfließen, während er die gegebenen Informationen wiederholt.

Natürlich gibt es auch andere Definitionen, die aber ähnliches aussagen: „Der Kommentar ist eine sehr freie Form und […] sehr vom persönlichen Stil des Autors geprägt. Aber trotzdem gibt es Rahmenbedingungen, an die sich der Kommentator halten sollte, damit er sein Ziel erreicht: den Leser überzeugen oder zumindest einen Standpunkt erhellen und verständlich machen“ (Schmuck 2007, 138). Hier wird noch einmal verdeutlicht, dass die Meinung des Journalisten in den Vordergrund dringt. Jedoch ist es nicht nur wichtig, dass der Kommentar die Meinung des Journalisten widerspiegelt, sondern den Rezipienten die Fakten erklärt und erläutert. Des Weiteren soll der Kommentar den Rezipienten von einer Meinung, beziehungsweise Ansichtsweise überzeugen (vgl. Schmuck 2007, 139). Es sticht vor allem eines hervor: Subjektivität.

2.5.3 Vergleich Theorie und Praxis

In der Theorie sollen Nachricht und Kommentar getrennt werden und somit ist eine Mischung von Meinungsäußerung und Information zu vermeiden (vgl. Schulz-Bruhdoel / Fürstenau 2011, 271). Folgendes Zitat von Scott bestärkt diese Theorie, dass Information und Meinungsäußerung getrennt werden sollten. „Comment is free, but facts are sacred“ (Guardian 2017).

In der Vergangenheit sind Zeitungen kommentarlos, denn Parteilichkeit war unerwünscht. Damals bei der Entstehung der Zeitung war es also nicht beabsichtigt, die Meinung des

Autors in einer Nachricht miteinfließen zu lassen. Jedoch ändert sich dies seit dem Fall der Zensur in Deutschland, so dass der Meinungsjournalismus immer weiter durchdringt. Erst seit dem Ende des Zweiten Weltkriegs ist die Trennung von Nachricht und Kommentar wieder ein Thema in Deutschland (vgl. Weischenberg 2001, 56).

Heutzutage ist es aber so, dass die einzelnen Darstellungsformen immer weiter ineinander verschwimmen. Es wird auch immer schwieriger, die beiden Formen auseinanderzuhalten. Das ist unter anderem bei lokalen oder regionalen Redakteuren so, wenn ein Journalist beispielsweise jahrelang über einen Verein berichtet. Emotionaler Abstand oder unparteiisch sein, ist in der Hinsicht dann schwierig. Dennoch sollten Journalisten im Normalfall immer objektiv berichten (vgl. Krüger 2003, 4).

2.6 Qualitätskriterien im Journalismus

Das Verständnis von Qualität im Journalismus hat sich mit den Jahren immer wieder verändert, das liegt zum Bespiel an der Digitalisierung und den technischen Entwicklungen (vgl. Heesen 2016, 106). „Qualität beschreibt im Wortsinn zunächst einfach die Beschaffenheit und die Eigenschaften eines Objektes oder Prozesses oder Systems“ (Heesen 2016, 106). Dazu kommt dann die Untersuchung verschiedener Kriterien, die die journalistische Qualität ausmachen (vgl. Arnold 2016, 552).

Der Journalismus muss eine gewisse Qualität hervorbringen und dazu gibt es unter anderem folgende Qualitätskriterien:

→ Richtigkeit

Das Kriterium Richtigkeit bedeutet, dass Information korrekt und genau wiedergegeben werden müssen (vgl. Funck 2016, 117). Dies ist auch Teil der Mitteilungs-Adäquanz (vgl. Schröter 1995, 63). Ebenso muss die Information empirisch überprüfbar sein (vgl. Voigt 2016, 36).

Die Dimensionen der Richtigkeit sind: die Mitteilungs-Adäquanz, die Sachverhalts-Adäquanz und die ständige Berichtigung (vgl. Funck 2016, 118).

Unter der Mitteilungs-Adäquanz versteht man die Korrektheit der Inhalte und die genaue Wiedergabe von Informationen (vgl. Schröter 1995, 63). Bei der Sachverhalts-Adäquanz kann mit Richtigkeit auch die „Übereinstimmung zwischen den in einem journalistisch getroffenen Aussagen und den ihnen zugrunde liegenden, wahrnehmbaren Sachverhalte

gemeint sein“ (Funck 2016, 117). Da auf all diese Dinge, wie zum Beispiel Korrektheit und Genauigkeit geachtet werden muss, so müssen auch Texte ständig berichtigt werden.

→ Relevanz

Wie in Kapitel 2.5.1 erwähnt, ist die Relevanz ein wichtiger Faktor, der in eine Nachricht gehört. Die Relevanz kann in zwei verschiedene Dimensionen unterteilt werden. Zum einen in die externe Relevanz und zum anderen in die interne Relevanz (vgl. Hagen 1995, 74).

Bei der externen Relevanz wird untersucht, „wie wichtig eine Nachricht im Vergleich zu anderen Nachrichten ist“ (Handstein 2010, 180). Bei der internen Relevanz geht es dabei vielmehr darum, was innerhalb der Nachricht von Bedeutung ist, so dass die Zusammenhänge verständlich sind (vgl. Hagen 1995, 74). Hier ist es wichtig, die Nachrichten mit neuen korrekten Informationen zu ergänzen.

→ Aktualität

Aktuell sind Geschehnisse, die vor kurzem stattfanden. Also Geschehnisse, die neu sind und nicht schon gestern oder von vor einer Woche passiert sind (vgl. von La Roche 2013, 80). Dabei unterteilt sich Aktualität in die Bestandteile: Zeitliche Unmittelbarkeit, Ankündigungs-Aktualität, Kalender-Aktualität und selbst geschaffene Aktualität (vgl. Funck 2016, 121).

Die Begrifflichkeiten kurz erläutert:

Zeitliche Unmittelbarkeit: Nachrichten werden im Normalfall unmittelbar nach dem eigentlichen Ereignis oder in den Morgen-Zeitungen am nächsten Tag veröffentlicht (vgl. von La Roche 2013, 80).

Ankündigungs-Aktualität: Bei der Ankündigungs-Aktualität wird der Zeitpunkt, an dem Medien, ein in der Zukunft liegendes Ereignis ankündigen, bestimmt (vgl. Funck 2016, 121).

Kalender-Aktualität: Hier wird über feste Termine für zum Beispiel Jubiläen oder auch Todestage berichtet (vgl. Funck 2016, 121).

Selbst geschaffene Aktualität: Redaktionen schaffen ihre eigene Aktualität, indem sie beispielsweise selbst Beweise sammeln und diese zeitnah veröffentlichen (vgl. von La Roche 2013, 82).

Natürlich folgt darauf noch, dass alle Informationen und somit Nachrichten ständig aktualisiert und auf den neuesten Stand gebracht werden müssen. Dies ist die Prozessdimension der Aktualität (vgl. Funck 2016, 122).

→ Transparenz

Im Allgemeinen bedeutet Transparenz im Journalismus unter anderem die Offenlegung von Informationen (vgl. Haim 2019, 29). Hierbei gibt es ebenfalls eine Aufteilung: Transparenz auf Inhaltsebene und Transparenz auf der Ebene der Redaktionsorganisation.

Auf der Inhaltsebene sollen zum Beispiel Daten, genaue Quellen oder auch Gesprächspartner offenbart werden (vgl. Meier / Reimer 2011, 138). Darüber hinaus gibt es noch die „Transparenz der Berichterstattungsanlässe, Trennung von Nachricht und Meinung, Rückverfolgbarkeit von Berichtigungen, Ergänzungen und Aktualisierung“ (Funck 2016, 123). Dies sind alles Teile der Transparenz auf Inhaltsebene.

Die Transparenz auf der Ebene der Redaktionsorganisation bezieht sich im Gegensatz zu der Inhaltsebene auf das, was außenherum herrscht. Also mitunter die Planung und Produktion von Berichten. Im Vordergrund ist hier die redaktionelle Routine beziehungsweise Arbeitsweise (vgl. Meier / Reimer 2011, 139).

→ Qualitätstransparenz

Wie auch die Transparenz, teilt sich die Qualitätstransparenz in die Inhaltsebene und die Ebene der Redaktionsorganisation auf. Auf der Inhaltsebene versucht eine Redaktion ihre Ziele hinsichtlich der inhaltlichen Qualität aufzuzeigen, und gleichzeitig, warum gerade diese Ziele gesetzt werden. Des Weiteren muss die Redaktion aufzeigen, ob und wie die Berichterstattung die gewählten Ziele erfüllt (vgl. Funck 2016, 125).

Auf der Ebene der Redaktionsorganisation muss die Redaktion offenlegen, wie sie beispielsweise aus Leserbefragungen oder durch die Marktforschung Qualitätserwartungen der Rezipienten herausfiltert und diese dann anwendet. Darüber hinaus muss dargestellt werden, wie daraus Ziele, Maßnahmen und Strategien für die weitere Arbeit entstanden sind (vgl. Funck 2016, 125).

→ Wechselseitigkeit

Im Allgemeinen heißt Wechselseitigkeit in diesem Kontext, dass „[d]em Rezipienten […] bewusst gemacht werden [muss], dass und wie er auf Medien zurückwirken kann“ (Voigt 2016, 37). Dies kann erfolgen durch den direkten Dialog zwischen Rezipienten und

Redaktion, beziehungsweise Medium oder der Leserbeteiligung. So können sich die Rezipienten an der Entstehung, Entwicklung und Verbesserung von Berichten einbringen (vgl. Funck 2016, 125).

→ Vielfalt

Vielfalt kann auch als Alternative angesehen werden. Dies liegt daran, dass Vielfalt unterschiedliche Argumente, Informationen, Positionen und auch Personen beleuchtet (vgl. Arnold 2017, 57).

Das Kriterium Vielfalt wird in zwei Dimensionen geteilt: in die inhaltliche Vielfalt und in die strukturelle Vielfalt (vgl. Handstein 2010, 203). Die inhaltliche Vielfalt bezieht sich dabei auf die Themen, Anlässe der Berichterstattung, Quellen, Akteure, Meinungen und geografische Räume (vgl. Funck 2016, 126). Die strukturelle Vielfalt bezieht sich im Gegensatz zur inhaltlichen Vielfalt mehr auf das Gesamtangebot. Hierbei geht es vor allem um verschiedene Ressorts, Rubriken, journalistische Darstellungsformen und Präsentationsformen. Darüber hinaus ist auch der Anteil der genannten Aspekte innerhalb einer Berichterstattung wichtig (vgl. Handstein 2010, 203).

→ Unabhängigkeit

„Journalisten müssen frei von politischen und ökonomischen Zwängen arbeiten und sich nur an den Bedürfnissen ihres Publikums orientieren“ (Voigt 2016, 39). Um gegen die Beeinflussung anzukämpfen, sollen Journalisten selbst viel recherchieren und somit Informationen auch überprüfen (vgl. Funck 2016, 126).

Neben der Recherche ist auch das Ausüben von Kritik Bestandteil der Unabhängigkeit. Unterdessen werden Aussagen oder Handlungen von Akteuren betrachtet und dann beurteilt (vgl. Arnold 2017, 178).

Außerdem ist der deutsche Medienmarkt heutzutage größtenteils privatrechtlich organisiert und somit mit dem Wirtschaftssystem verbunden. Deshalb muss eine Trennung von Werbung und redaktionellem Teil vorhanden sein. Wenn dies nicht beachtet wird, könnte das zum Verlust an Glaubwürdigkeit führen. Die Themen sollten immer relevant für das Publikum sein (vgl. Arnold 2017, 175).

→ Achtung der Persönlichkeit

Auch die Achtung der Persönlichkeit zählt zu den Qualitätskriterien (vgl. Arnold 2017, 235). Dieses ist auch im Pressekodex und in der Verfassung verankert. Der Pressekodex besagt,

dass das Privatleben und Informationen einer Person geschützt werden müssen. Trotzdem kann über diese Person berichtet werden, wenn es von öffentlichem Interesse ist. „Bei einer identifizierenden Berichterstattung muss das Informationsinteresse der Öffentlichkeit die schutzwürdigen Interessen von Betroffenen überwiegen; bloße Sensationsinteresse rechtfertigen keine identifizierende Berichterstattung“ (Deutscher Presserat 2017, 5). Dies gilt vor allem für Opfer eines Unfalls oder Unglücks, für Kinder und Jugendliche, Familienangehörige und Dritte, bei Erkrankungen, Selbsttötung oder den Aufenthaltsort einer Person (Deutscher Presserat 2017, 21f).

→ Zugänglichkeit und Unterhaltsamkeit

Das Kriterium Zugänglichkeit ist auch stark mit dem Thema Verständlichkeit verbunden. Denn bei einem breiten Publikum muss jeder die Berichte verstehen und nachvollziehen können. Da fängt es schon bei der Verständlichkeit der Sprache an und geht über zum Ton, Layout, Bild und auch dem Inhalt selbst. Alles soll übersichtlich und anschaulich sein (vgl. Voigt 2016, 39).

Bei der Unterhaltsamkeit geht es darum, Informationen durch Unterhaltung aufzunehmen, auch wenn nicht jedes Unterhaltungsprogramm unbedingt Informationen bietet. Die dann dargebotenen Informationen können durch die Themenwahl, die formale Präsentation und verschiedenen Sprachstile unterhaltsam gestaltet werden (vgl. Arnold 2017, 221).

An all diese Kriterien sollte sich ein Journalist im Normalfall halten. Denn dadurch kann der Rezipient Vertrauen zu den Journalisten aufbauen. Jedoch verliert der Journalismus immer mehr an Glaubwürdigkeit und Vertrauen, da dieser für Rezipienten immer unmoralischer, beliebiger, boulevardesker und auch kommerzialisierter wird. Im Umkehrschluss bedeutet das, dass sich Journalisten immer weniger an die Qualitätskriterien halten. So kommt die Frage auf, ob es noch Qualität im Journalismus gibt (vgl. Heesen 2016, 108).

Viele Journalisten halten sich nicht mehr streng an die Qualitätskriterien, da auf ihnen viel Druck lastet. Einmal von den Rezipienten und auch von den Redaktionen und Verlegen. Des Weiteren konkurrieren, ergänzen und überlappen sich viele Qualitätskriterien, so dass Journalisten Prioritäten setzen und gewisse Zielgruppen und Rahmenbedingungen beachten müssen. So kann nicht jeder einzelne Rezipient zufrieden gestellt werden (vgl. Heesen 2016, 108f). Natürlich gibt es gute Qualität, aber auch schlechte Qualität.

Hier noch einmal alle genannten Qualitätskriterien im Überblick:

Qualitätskriterien	Dimensionen
Richtigkeit	• Mitteilungs-Adäquanz • Sachverhalts-Adäquanz • ständige Berichtigung (Prozessdimension)
Relevanz	• externe Relevanz • interne Relevanz • ständige Ergänzung (Prozessdimension)
Aktualität	• zeitliche Unmittelbarkeit • Ankündigungs-Aktualität • Kalender-Aktualität • selbst geschaffene Aktualität • ständige Aktualisierung (Prozessdimension)
Transparenz	• Transparenz auf der Inhaltsebene • Transparenz auf der Ebene der Redaktionsorganisation (Vermittlungsebene)
Qualitätstransparenz	• Qualitätstransparenz auf der Inhaltsebene • Qualitätstransparenz auf der Ebene der Redaktionsorganisation
Wechselseitigkeit	• Leserdialog • Leserbeteiligung
Vielfalt	• inhaltliche Vielfalt • strukturelle Vielfalt
Unabhängigkeit	• Recherche • Kritik • Trennung von Werbung und redaktionellem Teil
Achtung der Persönlichkeit	
Zugänglichkeit und Unterhaltsamkeit	

Tabelle 3: Zentrale journalistische Qualitätskriterien und ihre Dimensionen
(Quelle: Funck 2016, 118)

„Es gibt nicht *den* Journalismus, nicht *die* Medien, nicht *die* Qualität im Journalismus. Sicher ist aber, dass Qualität *das* Rückgrat ist für Glaubwürdigkeit, Verantwortung und Wert von Journalismus“ (Heesen 2016, 112).

2.7 Medien-Mainstreaming

Medien-Mainstreaming ist in erster Linie ein „Phänomen, dass [sic!] zu einem Zeitpunkt die Mehrzahl der Leitmedien ein bestimmtes Thema behandelt oder eine bestimmte Meinung vertritt (Krüger 2016a, 1). Wenn ein Journalist mit dem Strom schwimmt und das Gleiche berichtet wie andere, dann ist er auf der sicheren Seite. Dieser muss sich weniger Sorgen um sein Ansehen machen, als Journalisten, die gegen den Strom schwimmen. Solche Journalisten nehmen dabei viel in Kauf und können sich somit schnell isolieren. Außerdem muss dieser viel behutsamer vorgehen und muss durchaus aufpassen, was er sagt. Der Journalist soll versuchen, die Leute zu überzeugen und nicht gegen sich aufzubringen, wenn er eine andere Meinung vertritt (vgl. Krüger 2016b, 26f).

Viele Leitmedien, auch Mainstream-Medien genannt, berichten oft über ein und dasselbe Thema. Dabei ist es egal, ob Fernsehsender, Internet oder Zeitung, dies gilt für alle Kategorien. Aber woran liegt das?

Das Medien-Mainstreaming hat verschiedene Gründe. Darunter zum Beispiel die ökonomische Abhängigkeit, ebenso die Abhängigkeit von Reichweiten (vgl. Schweiger 2017, 39). Darüber hinaus stehen viele Redaktionen und Journalisten unter Druck, da alles aktuell sein soll. Des Weiteren steigt die Verbindung und Abhängigkeit von Werbung und PR (vgl. Schweiger 2017, 4). Es wird auch einfach viel weniger Zeit in die Recherche investiert. Viele Journalisten sitzen nur noch vor ihren Bildschirmen, anstatt sich Geschehnisse vor Ort anzusehen. Ein weiterer Punkt ist, dass Medien sich an anderen Medien orientieren. Seien es Nachrichtenagenturen, wie die Deutsche Presseagentur, oder auch Zeitungen, wie die Süddeutsche oder Frankfurter Allgemeine Zeitung. Diese holen ihre Informationen ebenfalls von anderen Zeitungen ein und so geht das immer und immer weiter (vgl. Krüger 2016b, 41).

Dies alles führt dazu, dass es immer mehr Falschinformationen gibt, da die vorhandenen Informationen nicht genug überprüft, sondern einfach übernommen werden (vgl. Krüger 2016b, 42). Durch diese Falschinformationen und die Einseitigkeit der Mainstream-Medien fühlen sich einige Rezipienten ausgeschlossen und sind unzufrieden. Die Medien und Journalisten verlieren immer mehr an Glaubwürdigkeit (vgl. Piepenbrink 2016).

Durch diese Problematik tauchen in diesem Kontext auch die Begriffe „Lügenpresse“, „Gleichschaltung“, „Systempresse“ oder „Zensur“ auf. Dies sind natürlich extreme Begriffe, die vor allem in der Nazizeit verwendet wurden. Aber dennoch sollte die Verwendung dieser Begriffe zu bedenken geben, da sie in der heutigen Zeit wiederaufkommen (vgl. Redaktion Netzdebatte 2016). Ergänzend dazu ist jedoch klar geworden, dass diese Begriffe vor allem von Menschen genutzt werden, die ihr eigenes Weltbild verbreiten wollen. Also geht diese Thematik wirklich schon in eine gewisse extreme Richtung (vgl. Piepenbrink 2016).

Der Medienwissenschaftler Norbert Bolz geht aber noch darüber hinaus und sagt, dass Lügenpresse ein falscher Begriff ist. Die Leitmedien machen eigentlich noch etwas Schlimmeres: Sie verschweigen wichtige Fakten. Dies geschieht laut Bolz aus falscher Rücksicht und der Annahme die deutschen Bürger würden die Wahrheit nicht vertragen. So ist auch die „political corectness“, also die politische Korrektheit, ob bestimmte Begriffe nun verwendet werden dürfen oder nicht, stark in den Vordergrund getreten (vgl. Mainstream 2017)

Abschließend betrachtet ist es ersichtlich, warum Medien so agieren, wie sie es nun einmal machen. Es ist schwer zu sagen, ob das gut oder schlecht, richtig oder falsch ist. Jedoch sind Kriterien wie die Richtigkeit das A und O im Journalismus, an die sich auch gehalten werden sollte. „Die Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberste Gebote der Presse“ (Deutscher Presserat 2017, 4). Jedoch muss sich auch jeder Mensch selbst fragen und darüber klar werden, welchen Fakten er Glauben schenkt und welchen nicht.

3 Medientheorien

Medientheorien sind Forschungsansätze, mit denen versucht wird, Medien zu definieren, zu ordnen und zu deuten. Dabei gibt es die Vermutung, „dass Medien, auf das, was sie wahrnehmbar machen, speichern, verarbeiten und vermitteln einen Einfluss haben, der […] einen erkennbaren und eben durch Theorien beschreibbaren Unterschied macht für […] die Form des Übermittelten, Verarbeiteten und Gespeicherten bzw. deren Wahrnehmbarkeit und/oder deren Funktionalisierungen“ (Grampp 2016, 30).

3.1 Themen- und Issues Management

Beim Themenmanagement soll die Publikumsagenda, die beim Agenda Setting von großer Bedeutung ist, beeinflusst und sogar kontrolliert werden. Dabei wird der Verlauf der relevanten Themen beeinflusst, in dem bestimmte Themen in den Medien behandelt werden. Ziel des Themenmanagements ist eine gewisse Entscheidungsfreiheit für Organisationen bei der Medienberichterstattung (vgl. Röttger 2007, 387).

Issues Management ist die Früherkennung potenzieller und kritischer Themen, auch Issues genannt, die zum Beispiel für eine Organisation von Interesse werden könnten (vgl. Ingenhoff / Röttger 2008, 325). Neben den Issues selbst, ist die daraus resultierende Einflussnahme auf die Anspruchsgruppen, von großer Bedeutung. Diese Issues, beziehungsweise Themen, werden auch des Öfteren von den Medien oder von Journalisten selbst generiert (vgl. Bentele / Rutsch 2001, 146).

3.1.1 Agenda Setting

Für den Agenda Setting Ansatz, der von Shaw und McCombs begründet wurde, gibt es einige Versuche, diesen zu definieren. Eine dieser Definitionen besagt, dass die Massenmedien die Menschen beeinflussen hinsichtlich dessen, worüber sie nachdenken, aber nicht was sie derweil denken (vgl. Cohen 1963, 13). Dies ist zwar ein älterer Erklärungsversuch, aber er trifft auch heute noch zu. „Das, was die Medien als wichtig auszeichnen, halten auch die Rezipienten für wichtig, das, was in den Medien nicht auftaucht, kommt ihnen nicht in den Sinn“ (Marcinkoswki 2002, 160).

Zusammengefasst werden Themen von den Medien vorgegeben, die die Einblicke auf die Geschehnisse der Welt durchaus beeinflussen können. Somit herrscht die Annahme, dass

die Medien Themenschwerpunkte setzen, die die Rezipienten besonders intensiv wahrnehmen. Diese Themen setzen die Rezipienten dann auf ihre eigene Tagesordnung (vgl. Maurer 2016, 421).

Beim Agenda Setting bilden sich zwei wichtige Agenden heraus. Zum einen die Medienagenda und zum anderen die Publikumsagenda.

→ Medienagenda: Hier handelt es sich um Themen, die die Medien darbieten. In anderen Worten: die Themenhierarchie.

→ Publikumsagenda: Die Publikumsagenda kann in drei verschiedene Bereiche geteilt werden: Themen, Themengewichtung und Themenrangfolge. Hierbei geht es mitunter darum, welchen Rang die in der Öffentlichkeit diskutierten Thema erlangen oder auch Themen, die sich in den Köpfen der Rezipienten selbst befinden.

Des Weiteren gibt es auch eine Policy Agenda, also die Agenda der Akteure. Hier werden Themen im politischen Bereich untersucht (vgl. Kreyher 2018, 87).

Neben den genannten Agenden entwickelten sich auch so genannte Wirkungsmodelle und zwar folgende: das Awareness Model, das Salience Model und das Priorities Model (vgl. Strohmeier 2004, 199).

Das Awareness Model trägt auch den Namen Aufmerksamkeitsmodell oder Thematisierungsannahme (vgl. Strohmeier 2004, 199). Es werden Themen besonders betont, beziehungsweise ausgewählt, auf welches das Publikum aufmerksam gemacht wird, da die Medien eine Berichterstattung darüber liefern (vgl. Burkart 2002, 250).

Das Salience Model wird auch Hervorhebungsmodell oder Themenbewertungsannahme genannt (vgl. Strohmeier 2004, 199). Es besteht die Annahme, dass der Rezipient vor allem Themen für wichtig hält, die eine stärkere Präsentation von den Medien erhalten. Dies geschieht beispielsweise durch unterschiedliche Gewichtungen oder Hervorhebungen der Themen (vgl. Strohmeier 2004, 200).

Zu guter Letzt das Priorities Model. Dieses ist auch als Prioritätenmodell oder Themenstrukturierungsannahme bekannt (vgl. Strohmeier 2004, 199). Beim Priorities Model wird ebenfalls eine Rangfolge der Themen wie beim Salience Model erstellt. Diese

Themenhierarchie wird von dem Rezipienten dann identisch übernommen (vgl. Gross 2008, 284).

In folgender Abbildung wird die mögliche Beeinflussung noch einmal verdeutlicht:

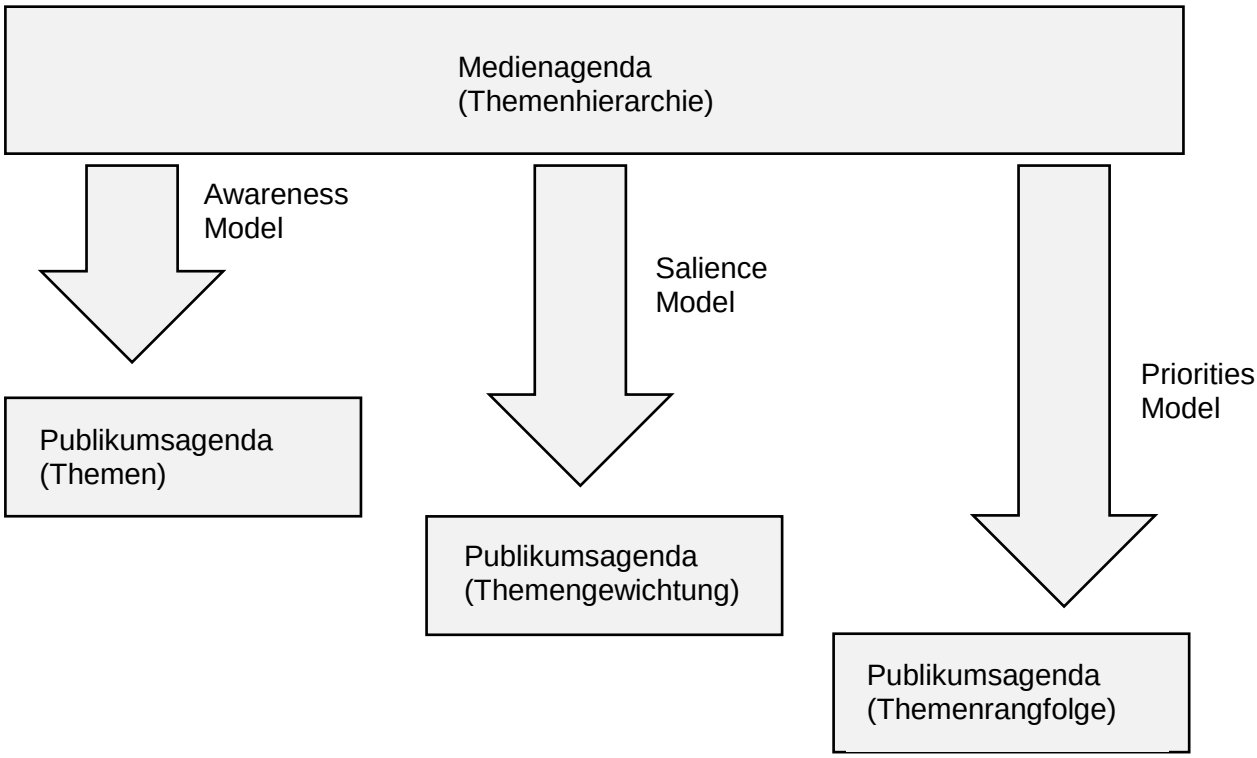

Abb. 3: Modelle des Agenda Setting Ansatzes
(Quelle: Strohmeier 2004, 202)

Es ist mittlerweile klar, dass Medien Einfluss auf die Bevölkerung haben und es somit Agenda Setting Effekte gibt. Jedoch ist die Frage offen, ob dies auch wirklich für jeden einzelnen Rezipienten gilt. Denn jeder hat seinen eigenen Kopf. So sollte jeder selbst über Nachrichten urteilen beziehungsweise sich selbst auch über andere Themen informieren können (vgl. Maurer 2016, 422).

3.1.2 Agenda Building

Eine Erweiterung des Agenda Settings ist das Agenda Building. Hier liegt das Hauptaugenmerk auf der Entstehung der Medienagenda (vgl. Maurer 2016, 419).

Hier kommt vor allem die Policy Agenda, also die Agenda der Akteure, ins Spiel. Bei dieser Agenda sind vor allem Akteure der Politik und dadurch auch politische Themen im Vordergrund. So berichten Journalisten oftmals über politische Ereignisse und übernehmen

dabei deren Agenda. Darüber hinaus besteht die Annahme, dass auch die politischen Akteure ihre Vorteile daraus ziehen und Einfluss auf die Medienagenda ausüben möchten (vgl. Maurer 2016, 424). Dies kann über verschiedene Wege erfolgen: über die Beeinflussung des Mediensystems, die Beeinflussung der Verleger und Herausgeber oder über die Beeinflussung der Redaktion (vgl. Strohmeier 2004, 154).

Durch die Beeinflussung der Medienagenda kann ebenso die Bevölkerungsagenda indirekt beeinflusst werden. Dadurch können zum Beispiel Politiker versuchen, ein besseres Image zu kreieren oder auch negative Schlagzeilen abzuwehren (vgl. Strohmeier 2004, 158). So ist das Interesse groß, dass die Medien über Themen berichten, die zugunsten der jeweiligen politischen Akteure ausfallen. Dies ist vor allem während des Wahlkampfes von Vorteil, denn so können sich Politiker von ihrer guten Seite zeigen (vgl. Höller 2015, 128).

Neben Politikern gibt es aber auch noch andere Einflussquellen auf dieser Agenda, und zwar: Mitglieder von Regierung und Verwaltung, Zensur, Öffentlichkeitsarbeit, Geschäftsleute und Wirtschaftsvertreter. Selbst die Wirtschaftsvertreter werden von Journalisten als politische Akteure gesehen, da wirtschaftspolitische Interessen ebenfalls in den Medien durchgesetzt werden sollen (vgl. Hanitzsch 2009, 160).

Wie herauszulesen ist, scheint es wirklich so, als gäbe es eine Art von Beeinflussung der Medien auf verschiedenen Ebenen. Es ist vor allem ein guter, schneller und praktischer Weg für die politischen Akteure, an die Rezipienten zu gelangen.

3.2 Interpretationsmanagement und Strategic Framing

Einer der Erweiterungen des Agenda Buildings ist das Framing. Framing ist die „[g]ezielte Vermittlung von Deutungsmustern zur Beeinflussung der Meinungsbildung“ (Kreyher 2018, 90). Hier geht es also nicht mehr nur darum, was ein Mensch denkt, sondern wie ein Mensch über etwas denkt. Dabei sind der Kontext und die Art der Darstellung im Vordergrund (vgl. Fechner 2019, 54).

Bei den Frames geht es vor allem darum, Berichte auf verschiedene Art und Weise aufzubereiten. Dies geschieht zum Beispiel durch: Interpretation, Hervorhebung oder Vernachlässigung von bestimmten Aspekten, Bewertung oder Art der Darstellung (vgl. Reese / Gandy Jr. / Grant 2001,11).

Um so genannte Frames zu erhalten, gibt es formale Frame-Mechanismen und inhaltliche Frame-Mechanismen.

Beim formalen Frame-Mechanismen ist das Präsentationsmuster im Vordergrund. Dies lässt sich Kategorisieren in die Platzierung, Aufmachung und der Frequenz und Umfang der Thematisierung (vgl. Lengauer 2007, 97). Darunter gehören noch folgende Faktoren:

Platzierung	Aufmachung	Frequenz + Umfang der Thematisierung
Titelaufmacher	Hervorgehobene Zitate im Textverlauf	Intensität der Thematisierung
Ressort-Aufmacher	Beitrag mit Vorspann	Publikationshäufigkeit
Lead-Beiträge	Visualisierungsgrad	Wiederholung
	Titelgröße	Länge des Lebenszyklus
	Beitragslänge	Themenkarriere
		Nachhaltigkeit des Objektes

Tabelle 4: Formale Frame-Mechanismen
(Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Lengauer 2007, 97)

Die inhaltlichen Frame-Mechanismen, auch Interpretationsmuster genannt, können aufgeteilt werden in definitorische, kognitive Charakteristika und in evaluierende, affektive Charakteristika. Im Einzelnen gehört folgendes zu den definitorischen, kognitiven Charakteristika:

Diagnostizität	Perspektivität	Personifizierung
Kausalitäts-Darstellung	Effekte und Folgen	Issue-Kompetenz
Lösungs-Dringlichkeit	Problemlösungsangebot	Leadership-Fähigkeit
	Bedrohung	Integrität

Tabelle 5: Inhaltliche Frame-Mechanismen – definitorisch, kognitive Charakteristika
(Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Lengauer 2007, 97)

Perspektivität	Kontextualität	Identifikation	Sachpolitische Substanz
Konflikt - Konsens	Episodische bzw. thematische Rahmung	Räumliche, wirtschaftliche, politische, kulturelle Nähe	Policy- vs. Non-Policy-Rahmung
Misserfolg – Erfolg	Verantwortungs-Zuschreibung	Betroffenheit	Game-Schema
Schaden - Nutzen			Horse Race

Tabelle 6: Inhaltliche Frame-Mechanismen – definitorisch, kognitive Charakteristika 2
(Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Lengauer 2007, 97)

Auch die evaluierenden, affektiven Charakteristika lassen sich weiter aufspalten:

Tonalität	Valenz	Bewertungen
pessimistisch	destruktiv-konfrontativ	positiv
optimistisch	konstruktiv-kooperativ	negativ
		neutral

Tabelle 7: Inhaltliche Frame-Mechanismen – evaluierende, affektive Charakteristika
(Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Lengauer 2007, 97)

All diese Faktoren sind Indikatoren für die Frames, denn durch sie wird erst ein Definitions-, Präsentations- und Interpretationsrahmen geschaffen. Aber diese werden nicht nur von den Medien genutzt, sondern auch von politischen Akteuren oder den Rezipienten selbst. Die Rezipienten nutzen diese Deutungsrahmen unter anderem für die Einordnung von Themen. Politische Akteure hingegen nutzen diese bei Pressekonferenzen und -aussendungen (vgl. Lengauer 2007, 98f). So unterteilt sich das Framing in drei Bereiche: 1. Medien, 2. Rezipienten und 3. Politische Akteure (vgl. Drentwett 2009, 133).

Für die Akteure gibt es noch eine weitere wichtige Art des Framings: das Strategic Framing, zu Deutsch - Strategisches Framing. „Strategisches Framing wird definiert als Prozess, in dem Frames von Akteuren strategisch entwickelt werden, öffentlich werden, medial vermittelt und verändert werden, im öffentlichen Diskurs im Wettbewerb zwischen Akteuren Wirkung entfalten und damit auf den Prozess des Strategischen Framings der Akteure wieder zurückwirken“ (Völker 2017, 113).

Die Akteure versuchen dann ein strategisch bestimmtes Deutungsangebot zu einem bestimmten Thema durchzusetzen. Dies geht wie im Allgemeinen auch wieder durch Hervorhebung und Vernachlässigung von ausgewählten Fakten, somit auch der Selektion (vgl. Völker 2017, 114). Dies ist wiederum stark mit dem Agenda Building verbunden, denn die Akteure versuchen, ihre eigenen Themen in den Vordergrund zu hieven (vgl. Völker 2017, 115).

Innerhalb des Strategic Framings gibt es außerdem noch weitere Arten von Framing, die auch als Zielsetzung der Akteure gesehen werden können:

→ Diagnostic Framing: Hier sind Problemdefinitionen, Ursachenzuschreibung, Verantwortungs- und Schuldzuschreiben, sowie die moralische Aufladung im Vordergrund.

→ Motivational Framing: Unter dieser Art von Framing zählen Dinge, wie zum Beispiel Handlungsempfehlungen, Aufbau von Zukunftserwartungen und Förderung von Teilnahmebereitschaft und Zustimmung.

→ Prognostic Framing: Beim Prognostic Framing sind wichtig die Festlegung von Zielen und Wege für die Problemlösung und geeigneter Akteure als Problemlöser und zu guter Letzt die Lösungs- und Kompetenzzuschreibung (vgl. Kreyher 2018, 90).

Alles in allem gesehen wird klar, dass Frames verwendet werden und es eine Art von Interpretation von mehreren Seiten gibt. Für Laien ist es jedoch schwer zu erkennen, wo Framing eingesetzt wird. Diese können überall auftauchen: im Fernsehen, im Internet, oder auch in der Zeitung (vgl. Drentwett 2009, 201).

4 Die deutsch-amerikanische Beziehung

Die deutsch-amerikanische Beziehung, egal ob auf historischer oder auch wirtschaftlicher Ebene, besteht schon seit Jahrhunderten. Beide Länder hatten im Laufe der Geschichte immer wieder miteinander zu tun. Das ist auch heute noch so. Diese Thematik wird in den folgenden Kapiteln näher beleuchtet.

4.1 Historische Entwicklungen

Auf historischer Ebene haben Amerika und Deutschland eine wechselhafte Beziehung. Schon im 17. Und 18. Jahrhundert wanderten viele Deutsche nach Amerika aus. Die Beziehung zwischen den beiden Ländern hält bis zum Ersten Weltkrieg an, wobei sie durch diesen aufgelöst wurde. Jedoch wird die Beziehung wieder aufgenommen bis zum Zweiten Weltkrieg (vgl. US-Botschaft 2019).

Im Zweiten Weltkrieg spielt Amerika eine wesentliche Rolle für Deutschland. Durch den Marshall-Plan, der damals entstand, sollte die Wirtschaft in Deutschland und Europa angekurbelt werden (vgl. Rieß 1995, 6). Dies geschah unter anderem aus Eigeninteresse, aber auch zugunsten Europas. Amerika gab Europa damit eine Vision: Die Atlantische Gemeinschaft. Dadurch sollte sich ein komplett neues System in Europa, gerade in Deutschland, entwickeln (vgl. Stürmer 2019).

Darüber hinaus gab Amerika Deutschland „entscheidende Impulse für die Demokratisierung und den Aufbau eines liberalen, pluralistischen Freiheits- und Rechtsstaats“ (Auswärtiges Amt 2019). Durch all diese Entwicklungen entstand die Bundesrepublik Deutschland. Im Verlauf der Geschichte bildete sich auch die NATO. Deutschland spielt dabei eine wichtige Rolle, sowohl in der europäischen Frage als auch innerhalb der NATO (vgl. US-Botschaft 2019).

Aber macht Amerika dies wirklich nur, um den Leuten und dem zerstörten Europa zu helfen? Wahrscheinlich nicht. Denn zu dieser Zeit kämpfte Amerika so gesehen gegen die Sowjetunion. Amerika wollte die Sowjetunion eindämmen, sowie ihre eigenen Werte weitervermitteln. Deutschland und Europa wurden zum Schachbrett dieses Konfliktes (vgl. Stürmer 2019).

Die Beziehung zwischen Deutschland und Amerika ist und wird laut dem Auswärtigen Amt auch in Zukunft eine große Bedeutung bei Themen wie Freiheit, Sicherheit, Wirtschaft und der Terrorismusbekämpfung haben (vgl. Auswärtiges Amt 2019).

Laut der US-Botschaft ist auch Deutschland wichtig für Amerika. Vor allem bei den Terroranschlägen am 11. September 2001 soll Deutschland ein verlässlicher Partner beim Kampf gegen Terrorismus gewesen sein (vgl. US-Botschaft 2019). Jedoch sehen das einige Wissenschaftler, beziehungsweise Experten anders. Sie sprechen davon, dass die Partnerschaft und Beziehungen Amerikas mit Deutschland ein Ende haben werden. Ebenso, dass die Partnerschaft hinsichtlich der NATO tot wäre und schon länger tot ist (vgl. Schnieders 2015, 17f). Nach dem Terroranschlag am 11. September plante die amerikanische Regierung einen Irakkrieg. Jedoch waren viele Länder weltweit, auch Deutschland, gegen diesen Plan (vgl. BPB3 2012). So kam es auch zu Diskussionen zwischen Gerhard Schröder und George W. Bush, während sie sich gegenseitig Vorwürfe machten. Das Verhältnis zerrüttete immer mehr (vgl. Schnieders 2015, 21).

Nach dem Wechsel in der Regierung auf beiden Seiten sollen Verbesserungen angestrebt werden. Angela Merkel wollte wenigstens eine solide Arbeitsbeziehung mit Amerika herstellen (vgl. Schnieders 2015, 56). Mit der Wahl von Barack Obama kam in der Beziehung zwischen Deutschland und Amerika neuer Schwung auf (vgl. Janes / Schneider 2010, 48). Schon vor seiner Wahl zum Präsidenten, war Obama der Meinung, dass die globalen Probleme, wie die Wirtschafts- und Finanzkrise oder auch der Klimawandel, nur gemeinsam bewältigt werden können (vgl. Janes / Schneider 2010, 49). In diesem Sinne sind die Zusammenarbeit und Partnerschaft wichtig.

Alles in allem gesehen gab es schon immer Höhen und Tiefen in der Geschichte zwischen Amerika und Deutschland. Aber letzten Endes konnten die Nationen wieder zueinander finden. Natürlich wird es dennoch zu Meinungsverschiedenheiten kommen, da beide Länder unterschiedliche Traditionen und Kulturen haben. Dennoch gibt es gemeinsame Ziele, die auch nur gemeinsam zu erreichen sind. So ist die Zusammenarbeit von Nöten und die ist auf dem Weg der Besserung (vgl. Janes / Schneider 2010, 56).

4.2 Wirtschaftliche Beziehungen

Wie schon im oberen Kapitel erwähnt, hat Amerika Deutschland und Europa geholfen, finanziell wieder durchstarten zu können. Amerika und Deutschland gehören mittlerweile zu den führenden Handelsnationen der Welt. Beide Nationen engagieren sich für eine

wachsende und offene Weltwirtschaft. So entstand 2007 der Transatlantische Wirtschaftsrat TEC. Dieser soll beim Wirtschaftswachstum der USA und der Europäischen Union durch vermehrten Handel und Errichtung von Arbeitsplätzen helfen (vgl. US-Botschaft 2019).

Jedoch gab es auch auf diesem Gebiet immer wieder Probleme. Seit den 60er Jahren hat Amerika immer wieder Zahlungsbilanzprobleme und dadurch schwankt der amerikanische Dollar. Laut John F. Kennedy sollen die Probleme unter anderem an den Unmengen an Kosten für das Militär und dem Vietnam-Krieg liegen (vgl. Rieß 1995, 28). Dazu gehörten auch Truppen in der Bundesrepublik Deutschland. Deshalb gab es wieder Spannungen zwischen Amerika und Deutschland (vgl. Rieß 1995, 29). Deutschland ist Amerika immer wieder entgegengekommen und hat ausgeholfen, nur hat das nie wirklich ausgereicht. Deutschland hat dafür immer mehr an Selbstständigkeit gewonnen (vgl. Rieß 1995, 32).

Auch noch später hat Amerika finanzielle Schwierigkeiten und dies war ein wichtiges Thema für Barack Obama. Hier kamen wieder einige Spannungen auf, da Obama nach noch weiteren Finanzspritzen verlangte. Merkel wollte dafür eine Reform der Weltwirtschaftsordnung. Hier treffen wieder zwei verschiedene Ansichten aufeinander (vgl. Janes / Schneider 2010, 52). Es wurden daraufhin einige Vereinbarungen getroffen und Gesetze verabschiedet. Ebenso wurden einige Konjunkturprogramme auferlegt. Hier gab es also wieder eine starke Zusammenarbeit zwischen Deutschland und Amerika (vgl. Janes / Schneider 2010, 52). Auch Deutschland wurden Konjunkturprogramme auferlegt.

Auch heute noch ist Deutschland für Amerika wichtig und umgekehrt. Denn zwischen den beiden Ländern findet viel Export und Import statt. Diese Partnerschaft sollte nicht enden, denn das würde auf beiden Seiten Verluste mit sich bringen (vgl. Auswärtiges Amt 2019).

Wie man sehen kann, gibt es auch in wirtschaftlicher Hinsicht ein Auf und Ab. Aber auch hier brauchen und unterstützen sich die beiden Nationen und Europa. Auch hier gibt es einige Bündnisse, die sich über Jahrzehnte hinwegziehen. Amerika und Deutschland sind schon seit langem auf verschiedenen Ebenen verbunden.

4.3 Entwicklungen seit der Wahl Trumps

Mit der Wahl Donald Trumps kommt es zu einem weiteren Aufschwung und damit zu neuen Entwicklungen der Beziehung zwischen Amerika und Deutschland. Trump hat ganz andere und viel extremere Ansichten als zum Beispiel Obama. Er ist der festen Meinung, dass die

entstandene Weltordnung nur seinen Rivalen, also China, Europa und anderen Ländern hilft. Für ihn steht ganz allein Amerika im Vordergrund (vgl. Braml 2018, 439).

Auch wenn für Trump Amerika an erster Stelle steht, betonte er dennoch, wie wichtig es sei, an den gemeinsamen Werten und Interessen festzuhalten. Es ist auf jeden Fall klar, dass eine Kooperation erfolgen muss, jedoch stellt sich die Frage, welche Prioritäten die jeweiligen Partien setzen. Gerade mit Europa wird viel gehandelt und so bringt das natürlich auch viel Geld mit sich. Darüber hinaus sind Themen wie Massenvernichtungswaffen, der Klimawandel, Hacker-Angriffe, der Aufstieg Chinas und vieles mehr immer noch ein Problem. Diese Probleme sind mit dem Partner Europa und Deutschland einfacher zu bewältigen. Deshalb ist es wichtig den Frieden, den Wohlstand und auch die Freiheit zu währen (vgl. Denison 2017, 1).

Umgekehrt hat auch Deutschland einige Interessen an der Partnerschaft mit Amerika. Darunter zählen unter anderem stabile Märkte, gesicherte Versorgungswege und funktionsfähige Informations- und Kommunikationssysteme. In der heutigen Zeit kommen viele Gefahren auf, seien es Cyberangriffe oder Massenvernichtungswaffen, der Aufstieg Asiens oder der Staatszerfall in Afrika und im Nahen Osten. Natürlich kann Deutschland hier auch Hilfe bei der zukünftigen Sicherung gebrauchen (vgl. Denison 2017, 2).

Mit mehr Interessen und Zielen kommen auch immer mehr Streitpunkte hinzu, darunter der Atomdeal mit Iran, niedrige Militärausgaben Deutschlands, die Umwelt, die Migranten- und Flüchtlingspolitik oder die Nordstream-Pipeline zwischen Deutschland und Russland, welcher Trump vollkommen misstraut. Die Meinungen gehen hier stark auseinander (vgl. Chase 2018).

Trump versucht Deutschland durchaus unter Druck zu setzen und will, dass Deutschland noch weiter agiert (vgl. Serdar / Heinrich 2019). Aber wahrscheinlich wäre es auch für Trump, beziehungsweise Amerika nicht gut, wenn Amerika sich von Deutschland lösen würde, denn die Länder sind in einigen Aspekten immer noch abhängig voneinander. Die Frage bleibt offen, wie sich die Beziehungen zwischen Deutschland und Amerika in der Zukunft noch entwickeln werden. Dies liegt dann auch vor allem in den Händen der Regierungen und deren Handeln.

5 Das Amerika-Bild in den deutschen Medien

Um das Amerika-Bild in den deutschen Medien analysieren zu können, wurden über einen Zeitraum von vier Wochen vier verschiedene Nachrichtensender angeschaut. Dazu gehören:

1. ARD – tagesschau
2. ZDF – heute journal
3. ProSieben – Newstime
4. n-tv – n-tv Nachrichten

5.1 Analyse Darstellungsweise in den TV-Nachrichten-Formaten

→ tagesschau:
Beim Schauen der tagesschau wird deutlich, dass die Berichte, die nicht direkt Trump zeigen, immer viel kürzer sind als die Beiträge, in denen er vorkommt. Der Sender nimmt sich nicht wirklich genügend Zeit, um mehr Fakten oder Hintergrundinformationen zu liefern.

Zum Beispiel trat die Heimatschutzministerin der USA zurück. Dabei wurde kurz erwähnt, dass es erneut Änderungen in der Regierung gibt und dass Trump ihr Vorwürfe macht. Hier wird Trump also als jemand dargestellt, der anderen die Schuld für Probleme gerne zuweist (vgl. tagesschau 2019a).

Das war nicht nur in diesem Fall so. Auch beim Thema NATO und Verteidigungsausgaben übt Trump starken Druck aus und beschuldigt Deutschland, weniger zu zahlen, als es muss. Er möge zwar Angela und Deutschland, aber es reicht nicht, was Deutschland leistet. Würde Deutschland mehr zahlen, dann würde es auch in der Verteidigung weitergehen und mehr Schutz für alle geben. Des Weiteren sagt Trump, dass Amerika Deutschland immer noch beschützt. Deshalb soll Deutschland mehr Eigenverantwortung übernehmen. Trump übt hier nicht nur mehrfach Druck aus oder äußert Kritik. Er geht noch darüber hinaus und stellt sich durch seine Aussagen als der große Beschützer dar (vgl. tagesschau 2019b).

Nach der Veröffentlichung des Berichtes von Sonderermittler Mueller zum Thema der Wahlen und Verbindungen mit Russland wird öfters erwähnt, für wie klug und großartig sich Trump hält. Auch wird in jedem Bericht dieser Art erwähnt, dass Trump versucht hat, sich

in die Ermittlungen einzumischen. Jedoch wurde auch hier nicht geklärt, warum und inwieweit das stimmt. Man könnte schon fast meinen, er wird hier als manipulativ dargestellt (vgl. tagesschau 2019b). Des Weiteren veröffentlichte Trump zu dem Thema ein Bild auf Twitter: Dazu sagte der Reporter, dass es mal wieder ein Twitter-Gewitter von Trump gäbe. Es ist durchaus bekannt, dass Trump viel auf Twitter unterwegs ist und viel postet. Dies wird aber oft belächelt.

Zusammengefasst sieht man, dass Trump immer wieder in der tagesschau als ein Mensch dargestellt wird, der anderen gerne die Schuld in die Schuhe schiebt und immer wieder Kritik gegenüber anderen äußert. Anderen sogar Vorwürfe macht. Währenddessen sieht er sich selbst und Amerika als stolze und starke Macht, die immer wieder Gerüchten oder so genannten Fake News zum Opfer verfällt. Amerika ist der Beschützer anderer Nationen laut Trump. Das geht schon fast über in einen gewissen Größenwahn.

→ heute journal:
Im heute journal wurde an sich nicht oft über Amerika, beziehungsweise Trump berichtet. Im Monat April gab es einen etwas längeren Beitrag, der über vier Minuten lang ist. Das Thema hier ist auch der veröffentlichte Bericht von Sonderermittler Mueller.

Trump wird hier erst einmal als besorgt dargestellt, da Trump auf die Akten reagierte, indem er sagte, dass seine Präsidentschaft ein Ende nimmt. Wortwörtlich sagte er „I'm fucked". Dies zeigt aber auch, dass Trump sich so äußert, wie er will und nicht auf seine Sprache achtet. So schlimm wäre es aber gar nicht, der Bericht enthält aber dennoch genug Sprengstoff (vgl. heute journal 2019).

Der Moderator stellt Trumps Auftreten als eine Nebelkerze, also als eine Rauchgranate, dar. Trump wird immer wieder gezeigt, wie er sicher und selbstbewusst ist, auch wenn es heißt, dass er erst einmal ziemlich frustriert über das alles war. Die Darstellung von Trump zeigt aber viel eher diese etwas arrogante Seite von ihm.

Daraufhin sagte der Moderator, dass ohne böse Absicht keine Straftat hervorgeht, also ist die Akte geschlossen. Jedoch stellt er das sehr simpel dar, so als würde Amerika das sowieso nur auf die leichte Schulter nehmen. Der Justizminister und auch Trump sind der festen Überzeugung, dass Trump nichts falsch gemacht hat. Wie sich herausgestellt hat, besagt der Bericht aber noch einiges anderes. Zum Beispiel gibt Mueller zehn Beispiele, wie sich Trump falsch verhalten hat. Eines der Beispiele ist, dass Trump sehr manipulativ ist. Das liegt daran, dass er Mueller zur Änderung des Schreibens bedrängt haben soll.

Am Ende wird darüber gesprochen, dass die Amerikaner sowieso schon von der ganzen Debatte genervt sind. Denn ihr Präsident ist bekannt dafür, dass er gerne lügt und sich alles zurechtrückt, wie es ihm passt. Hier wird Trump eindeutig als Lügner dargestellt.

Zusammengefasst wird Trump definitiv als Lügner und manipulativ dargestellt. Viel positive Worte hat das heute journal für den US-Präsidenten nicht übrig. Des Weiteren wird er als Nebelkerze bezeichnet, die durchaus jederzeit hochgehen kann. Jedoch ist Nebel auch nur so etwas wie Rauch und der verzieht sich bekanntlich irgendwann.

→ Newstime:
Auch bei Newstime wurde über die Veröffentlichung des Mueller-Berichtes berichtet. Trump wird wieder als sehr selbstsicher dargestellt. Außerdem wird gezeigt, dass er sich im Recht fühlt und alles gut für ihn läuft. Jedoch hat das keinen nennenswerten negativen Beigeschmack. Nur der Justizminister wird als zu subjektiv gezeigt, obwohl er neutral sein sollte. Durch seine Aussagen und vollkommener Unterstützung Trumps wirkt er keineswegs so.

Ein weiteres Thema ist erneut, dass schon wieder jemand einen Abgang aus der Regierungsmannschaft macht, und zwar die Heimatschutzministerin. Hier wird Trump und somit Amerika als erfolglos in der Grenzpolitik dargestellt. Er hat in diesem Bereich noch nicht viel erreichen können. Gleichzeitig wird er wieder als jemand dargestellt, der anderen die Schuld gibt, wenn etwas nicht vorangeht.

Amerika wird bei dem Bericht über den Anschlag auf die Synagoge in Kalifornien als hilfreich und unterstützend dargestellt. Vor allem Trump wird mitfühlend gezeigt. Des Weiteren steigt die Anzahl der Vorfälle wegen Judenfeindlichkeit in Amerika. Dies stellt immer noch ein großes Problem dar.

Alles in allem werden hier nicht nur schlechte Charakteristika gezeigt, sondern auch positive. Denn Trump kann laut Newstime nicht nur anderen die Schuld geben, sondern auch hilfsbereit sein.

→ n-tv Nachrichten
In den Nachrichten bei n-tv werden andere Blickwinkel eingenommen. So geht es im Fall des Mueller-Berichtes vor allem um den Justizminister Barr, der Trump für unschuldig erklärt. Trump wird daraufhin als triumphierend dargestellt, denn er fühlt sich bei dieser

Sache im Recht. Der Justizminister ist dafür nicht neutral. Er sollte für das Land Amerika entscheiden, steht aber ganz hinter Trump.

Auch der Anschlag auf die Synagoge wird in den Nachrichten bei n-tv thematisiert. Hier werden vor allem Fakten genannt und der Tathergang gezeigt. Amerika wird als sehr aktiv in den Ermittlungen und somit als hilfsbereit dargestellt. Um das zu bestärken, wird auch der Bezirk-Sheriff gezeigt. Dasselbe gilt für Trump. Hier wird er auch wieder als mitfühlend betitelt. Amerika und Trump wollen gegen Hassangriffe vorgehen und etwas ändern. Trump wird ebenfalls als sehr zielstrebig und engagiert in diesem Kontext gezeigt. Darüber hinaus wird auch noch ein Bewohner gezeigt, der die Stadt für sicher hielt und deswegen dorthin gezogen ist. Mit anderen Worten wird Amerika als sicherer Ort von ihm dargestellt, wobei das nun nicht mehr der Fall ist.

Es wurde über ein weiteres Thema berichtet, welches die Finanzen Trumps thematisiert. Die Deutsche Bank hat Unterlagen zu Amerikas Finanzen an Amerika übergeben. Trump stellt sich dabei selbst immer als großen Geschäftsmann dar, welcher sehr reich ist und damit alles machen kann. Diese Darstellung von ihm wird immer wieder betont. Darüber hinaus wird Trump auch als jemand dargestellt, der schon einige Misserfolge hatte. Sein Image könnte jetzt zerbröckeln durch diese Unterlagen. Jedoch wird Trump weiterhin als selbstsicher bezeichnet, was er auch deutlich zeigt.

Hier gibt es einen Mix aus guten Charakteristika, wie hilfsbereit und mitfühlend er sei, sowie dennoch jemand zu sein, der sehr auf das Geld achtet und sich selbst als Genie und reich bezeichnet.

5.2 Analyse Argumentationsmuster in den TV-Nachrichten-Formaten

→ tagesschau:
Im Falle der tagesschau sticht heraus, dass oft argumentiert wird, dass Trump viele Forderungen stellt. Gleichzeitig wird gesagt, dass Deutschland einen großen wirtschaftlichen und politischen Einfluss hat und Trump diese Stärke für sich nutzen will. Die gleichen Argumente werden auch Tage später über das gleiche Thema verwendet. Darunter Aussagen, wie zum Beispiel, dass Trump immer mehr Geld fordert von Deutschland oder auch, dass Trump die NATO eigentlich immer in Frage stellt. Jetzt arbeitet er aber bei den Verteidigungsausgaben enger mit der NATO zusammen. Es kommen auch immer wieder Argumente auf, dass Trump ausschließlich nur Amerika für ein großartiges Land hält. Dies sind Aussagen, die immer wieder vorkommen.

Hinsichtlich dessen und einem Post im Sozialen Netzwerk Twitter wird vom Reporter gesagt, dass der Tag wieder mit einem typischen Twitter-Gewitter beginnt. Danach folgt eine Videosequenz, in der man Trump sieht, wie er zu seinem Pult läuft. Im Hintergrund läuft die Nationalhymne. Diese Aussage ist durchaus zutreffend, denn es ist bekannt, dass Trump viel auf Twitter postet. Diese sind oftmals nicht die klügsten Aussagen. Des Weiteren wird wieder argumentiert, dass Trump voll und ganz auf Amerika fixiert ist.

Auch wenn der Beitrag zur Heimatschutzministerin nicht lang war, wurde hier auch wieder argumentiert, dass Trump die Schuld immer wieder bei anderen sieht, anstatt auf seine eigenen Fehler zu blicken.

Außerdem wird bei anderen Themen immer wieder verdeutlicht, dass Trump andere Nationen schnell verurteilt und diese dann unter anderem als Terroristen sieht. Angriffe auf Amerika wertet er auch als Hassangriffe.

Alles in allem gesehen variiert die Argumentation der tagesschau nicht wirklich. Es werden immer wieder die gleichen, beziehungsweise ähnlichen Argumente und Aussagen getroffen.

→ heute journal:
Das heute journal erwähnt in seiner Berichterstattung viele Informationen, die durchaus nützlich sind, um die ganze Thematik zu verstehen. Hier wird dennoch immer wieder argumentiert, dass Trump doch etwas Schlechtes gemacht hat und nicht so unschuldig ist, wie er sich immer gibt.

Die Argumente, die neutral wirken sollen, sind meist in solch einem Ton gesprochen, dass diese sich nicht mehr neutral anhören. Vieles wird eher belächelt. Auch wenn Trumps Unschuld erwähnt wird, wird auch immer wieder dagegen argumentiert. Es gibt im Bericht genügend Beweise für Trumps Einmischen in die Ermittlungen und diese werden immer wieder betont.

Auch wird stark argumentiert, dass Trump versucht, alles so zu richten, wie es ihm am besten passt. Sei es beim Vorschlag, Mueller zu feuern, oder diesen Part wieder aus dem Bericht herausschreiben zu lassen.

Die Argumentation ist ziemlich einseitig und betont vor allem, wie falsch sich Trump verhält. Hier werden immer wieder Gegenargumente gegen die Unschuld Trumps genutzt.

→ Newstime:
Newstime argumentiert damit, dass Trump stark vom Justizminister Barr unterstützt und verteidigt wird. Trump selbst sei aber ebenfalls von seiner Unschuld überzeugt, obwohl es Beweise dagegen gibt.

Beim Abgang der Heimatschutzministerin wird von Spekulationen gesprochen, dass Trump die Ministerin für schuldig hinsichtlich der Misserfolge hält. Die Argumente dafür beruhen unter anderem auf anderen Berichten und darauf wird auch hingewiesen.

Bei der Thematik um Amerika werden oft einige Fakten genannt. So wird auch beim Anschlag erst einmal erklärt, warum die Menschen in der Synagoge waren. Hier wird auf wesentliche Hintergründe eingegangen. Ebenso wird erklärt, warum diese Anschläge passieren. Über Trump wird nur erwähnt, dass er versucht zu helfen.

Hier sieht man, dass die Argumentationen sich oft auf andere beziehen, als auf Trump selbst. Des Weiteren wird viel mit Fakten und Informationen gearbeitet.

→ n-tv Nachrichten:
Die Nachrichten bei n-tv sind sehr faktisch und es wird versucht, einige Zusammenhänge zu erklären. Unter anderem argumentiert n-tv hinsichtlich des Mueller-Berichtes, dass Trump wusste, was der Bericht belegt. Dies sei aber eine psychologische Erklärung. Hier wird einmal aus einem anderen Blickwinkel argumentiert.

Auch beim Anschlag auf die Synagoge wird mit Fakten argumentiert. Ebenfalls werden weitere Informationen ausgebaut, so dass die Thematik verständlicher ist. Hier wird immer wieder erwähnt, dass Untersuchungen folgen, da der Hass aus Amerika geschaffen werden soll. Dieses Argument wird stark betont.

Bei den Dokumenten über Amerikas Finanzen wird immer wieder argumentiert und betont, wie Trump Geheimnisse aus seinen Geschäften macht, aber dennoch oft erwähnt, dass er reich ist und ein Unternehmen von hohem Wert gegründet hat. Dieses Image kann aber zerrütten. Dies wird begründet durch die Schulden, die Amerika, beziehungsweise Trump bei Deutschland hat, und die sind nicht gerade wenig.

Hier folgen durchaus immer wieder Argumente gegen Trump, aber es wird auch mal für das Gute, das er zeigt, gesprochen. Außerdem wird versucht, sein Verhalten durch die Psychologie zu erklären. Das ist ein anderer Weg zu argumentieren.

5.3 Analyse Bildkommunikation in den TV-Nachrichten-Formaten

→ tagesschau:

Bei der tagesschau werden je nach Länge und Wichtigkeit des Beitrages nur ein Bild oder auch mehrere Bilder und Videosequenzen gezeigt. Während des Themas über das NATO-Jubiläum und den Forderungen gegenüber Deutschland wurden auch mehr Bilder gezeigt. Allgemein vom Treffen, aber auch direkt von Trump. Er wird sitzend neben dem NATO-Generalsekretär Stoltenberg gezeigt. Beide sehen vernünftig gekleidet aus und es wird gesprochen. Da es hier um die Verteidigungsausgaben geht, werden aber auch viele Bilder und Videosequenzen mit Waffen, Panzern und Krieg gezeigt. Hier wird schon versucht, das Augenmerk auf diese Thematik zu richten, da die verschiedenen Sequenzen länger gezeigt werden.

Abb. 4 Stoltenberg im Weißen Haus
(Quelle: Twitter Trump 2019a)

Weitere Motive, die gerne für die Berichterstattung genutzt werden, sind: Aufnahmen des Weißen Hauses oder dem Bericht von Sonderermittler Mueller. Bei letzterem Thema wird Trump auch gezeigt, wie er stolz zu seinem Pult läuft mit Nationalhymne im Hintergrund. Ebenso ein Bild von seinem Twitter Account, welches nicht sonderlich seriös wirkt. Auf dem Bild stehen die Worte „Game Over“.

→ heute journal:

Bei der Bildkommunikation im heute-journal werden einige Bilder und Posts von Trump direkt gezeigt. Diese zeigen ihn immer wieder dabei, wie er das Wort „Collusion“ in den verschiedensten Situationen sagt. Sei es vor Flugzeugen oder auch neben Angela Merkel. Trump wird hier gezeigt, wie er seine Unschuld beteuert.

Des Weiteren wird der Bericht gezeigt, nicht nur ein Standbild, sondern auch ein paar Zeilen daraus. Ebenso wie amerikanische Reporter und andere Leute den Bericht halten. Daneben wurde auch der Justizminister Barr gezeigt, der auch davon spricht, dass Trump in allem unschuldig ist.

Gegen Ende wird dann noch einmal das Bild gezeigt, welches auch bei der tagesschau gezeigt wurde.

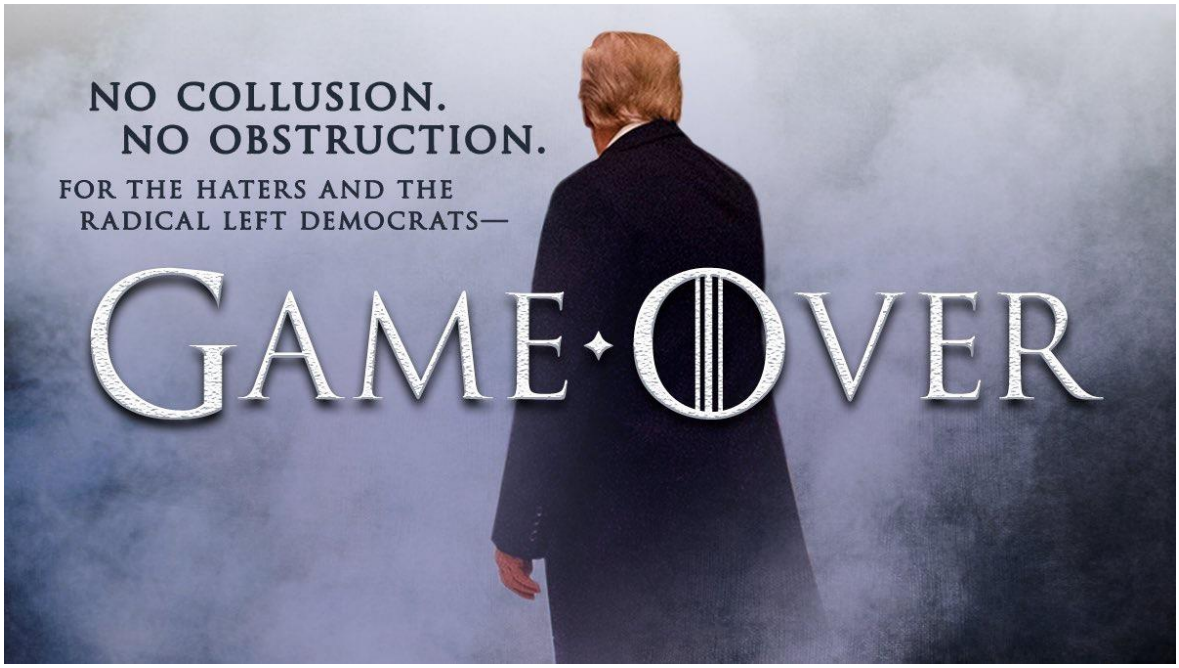

Abb. 5: Das Spiel ist aus
(Quelle: Twitter Trump 2019b)

Dieser Twitter Post mit der Aufschrift „Game Over“ ging um die Welt. Jedoch wird dieser von vielen auch ins Lächerliche gezogen.

Hier werden auch Interviews mit Experten, beziehungsweise Außenstehenden, sowie Reportern vor Ort gezeigt. Diese erklären die Situation und bewerten diese auch.

→ Newstime:
Im Falle des Mueller-Berichtes werden erneut Bilder vom Bericht selbst gezeigt. Ebenso aber auch wieder das berühmte Twitter-Bild mit der Aufschrift „Game Over“. Ansonsten sind die Bilder hier in einem normalen Umfeld gezeigt, sprich keine Übertreibungen oder ähnliches.

Beim Thema Abgang der Heimatschutzministerin wird ein Bild von Trump gezeigt, auf dem er die Hände etwas hochhält. Dabei sieht er ziemlich ahnungslos und unschuldig aus. Das ist passend zu seiner Darstellung, als derjenige, der die Schuld gerne an andere weitergibt.

Abb.6 Donald Trump
(Quelle: Newstime 2019)

Als es um Amerika geht, werden vor allem Bilder und Videos passend zur Thematik gezeigt. Bei dem Anschlag sind Szenen von diesem Tag abgebildet, ehe auch ein Video von Trump gezeigt wird. Er spricht dabei zu den Leuten und spricht sein Mitgefühl aus. In dieser Situation wird er vollkommen normal gezeigt. Des Weiteren wird auch der Bezirks-Sheriff vor Ort gezeigt, der den Tathergang ein wenig erläutert.

Auch beim Thema Bildkommunikation zeigt sich, dass Trump ganz normal dargestellt werden kann. Es wurde kein lustiges oder übertrieben negatives Bild von ihm benutzt.

→ n-tv Nachrichten:

Als erstes werden viele Bilder, beziehungsweise Videoausschnitte vom Justizminister gezeigt. Hier fängt die Berichterstattung damit an, wie der Justizminister auf dem Weg zu seiner Rede ist. Dann werden immer wieder Ausschnitte aus seiner Rede direkt gezeigt, die begründen, warum Trump nicht falsch gehandelt hat. Von Trump selbst wird eine kurze Sequenz gezeigt, wie er vor Veteranen spricht und wieder selbstsicher dasteht und redet. Nebenbei werden, wenn der Reporter spricht, andere Sequenzen von Trump gezeigt, wie er zum Beispiel einfach einen Weg entlang geht.

Abb.7: Justizminister Barr
(Quelle: n-tv 2019a)

Wenn es mehr um Fakten oder Taten geht, werden diese meist gezeigt. So werden auch Ausschnitte aus der Synagoge und aus der Nähe dieser eingeblendet. Außerdem wird auch der Bezirk-Sheriff gezeigt, der einiges erklärt und betont, dass sie sich sehr um die Aufklärung bemühen. Dann wird Trump in der Natur gezeigt, wo er Mitgefühl ausspricht und voll hinter den Ermittlungen steht. Er wirkt zielstrebig und selbstbewusst.

Beim Thema der Finanzen Amerikas gibt es viele Videoausschnitte, wie Trump vor vielen Menschen redet und immer wieder sagt, dass er reich ist und schon sehr viel erreicht hat. Er wird immer als selbstsicher und auch triumphierend vor anderen gezeigt. Darauf wird

betont das Augenmerk gerichtet. Daneben werden noch Hotels von Trump gezeigt, die es noch gibt, aber ebenso welche, die gescheitert sind.

Abb.8: Donald Trump 2
(Quelle: n-tv 2019b)

Alles in allem werden hier auch einige andere Menschen als nur Trump gezeigt, außer beim letzteren Thema. Viele Videos und Bilder sind an die Informationen und Fakten geknüpft.

6 Ergebnisse

Die folgende Tabelle entsteht durch die Auswertung der Analyse über Darstellungsweise, Argumentationsmuster und Bildkommunikation in den deutschen Fernsehprogrammen.

Sendung	Darstellungsweise	Argumentationsmuster	Bildkommunikation
tagesschau	neutral - negativ	neutral – negativ	neutral
heute journal	negativ	negativ	negativ
Newstime	neutral	neutral	neutral
n-tv Nachrichten	neutral - positiv	neutral – positiv	neutral

Tabelle 8: Auswertung
(Quelle: eigene Darstellung)

Es ist ein deutlicher Unterschied zu sehen zwischen den öffentlich-rechtlichen Sendern und den Privatsendern im deutschen Fernsehen. Während sich die Sendungen der ARD und ZDF eher im neutral bis negativen Bereich aufhalten, befinden sich die von den Privatsendern eher im neutralen bis positiven Bereich.

Wie man aus vorherigen Kapiteln schon herauslesen kann, ist es wichtig, dass die Medien neutral, also objektiv bleiben. Im Falle des heute journal war das aber überhaupt nicht der Fall. Hier hat der Sender vollkommen negative Argumente gebracht und negative Meinungen einbezogen. Es geht sogar soweit, dass Trump zum Beispiel als Lügner dargestellt wird, was in keinem der anderen Sender so deutlich zum Vorschein kommt. Hier wird ganz klar eine Meinung an den Rezipienten vermittelt und vorgegeben.

Bei der tagesschau sticht vor allem hervor, dass dort viel weniger Zeit in Themen um Amerika selbst investiert wird. Bei Themen rund um Trump sieht das jedoch anders aus. Dort ist genügend Zeit zu argumentieren und Probleme aufzuzeigen. Hier gab es sogar positive Argumente, die aber mit einem Gegenargument zunichtegemacht wurden. Deshalb fällt die Berichterstattung hier auch leicht ins Negative. Denn vor allem auf die negativen Aspekte wird sich konzentriert. Viele Informationen werden weggelassen, so, dass jemand, der nicht viel Ahnung vom Thema hat, vielleicht einiges nicht versteht.

Newstime geht das zum Beispiel anders an. Sie zeigen viele Fakten und Informationen, so dass die Thematik gut zu verstehen ist. Trump wird auch nicht nur negativ dargestellt, sondern auch mal etwas positiv. Newstime hat auch ein paar positive Worte für ihn übrig. Teilweise geht Newstime gar nicht so sehr auf das ein, was Trump sagt oder zeigt so viel davon. Es stehen wirklich viele Fakten im Vordergrund.

Ähnlich sieht es auch bei n-tv Nachrichten aus. Die Nachrichten konzentrieren sich nicht nur ausschließlich auf Trump, sondern auf vieles drum herum. Zum Beispiel rückt der Justizminister der USA in den Vordergrund und wird teilweise mehr kritisiert als Trump selbst. Hier werden auch mehr Informationen und Fakten preisgegeben, um das Thema verständlicher zu machen. Außerdem berichtet n-tv im Gegensatz zu anderen Sendern mehr über die USA und das auch mit etwas mehr Vielfalt.

Im Allgemeinen schaffen die Sender durchaus immer wieder eine ähnliche Darstellung, bauen die Argumentation ähnlich auf, oder nutzen dieselben Videos und Bilder. Aber allein darauf kommt es nicht an. Das Wichtige ist, was dazu gesagt wird und wie. Manchmal machen schon wenige Worte einen großen Unterschied.

Zusammengefasst sieht man, dass die Medien nicht mehr wirklich nach den Kriterien arbeiten, wie sie eigentlich sollten. Es gibt eindeutig Einflüsse von Meinungen, die an die Rezipienten weitergegeben werden. Viele der Rezipienten machen sich aber auch kein eigenes Bild von der Situation und denken, dass die Medien recht haben. Die Arbeitsweise hat sich stark geändert und es geht gar nicht mehr darum, bloße Informationen weiterzugeben. Derweil wird meistens nur ein gewisser Rahmen eines Themas gezeigt als das große Ganze.

Natürlich ist es verständlich, dass Journalisten und Redaktionen unter Druck stehen. Jedoch ist es nicht sinnvoll, auf Recherche zu verzichten und ein Thema nicht aus mehreren Blickwinkeln zu betrachten. Ebenso sollten die Berichte nie danach gehen, was ein Akteur möchte. Die Medien sollten für die Menschen da sein und diese möglichst neutral informieren.

Wie zu sehen ist, hat sich im Laufe der Geschichte einiges geändert. Dies leider aber nicht immer nur zum Positiven. Es fehlt an Neutralität, meinungslosen Berichten und an Informationen.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Arnold, Klaus (2016): Qualität des Journalismus. In: Löffelholz, Martin / Rothenberger, Liane (Hrsg.): Handbuch Journalismustheorien. Wiesbaden, 551 – 563.

Arnold, Klaus (2017): Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum. Köln.

Auswärtiges Amt (2019): Deutschland und USA: Bilaterale Beziehungen. www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/laender/usa-node/bilateral/204568?openAccordionId=item-204600-0-panel (29.04.2019).

Beck, Klaus (2017): Kommunikationswissenschaft. 5. Aufl. Konstanz, München.

Bentele, Günter / Rutsch, Daniela (2001): Issues Management in Unternehmen: Innovation oder alter Wein in neuen Schläuchen? In: Röttger, Ulrike (Hrsg.): Issues Management. Theoretische Konzepte und praktische Umsetzung. Eine Bestandsaufnahme. Wiesbaden, 141 – 160.

Blöbaum, Bernd (2016): Journalismus als Funktionssystem der Gesellschaft. In: Löffelholz, Martin / Rothenberger, Liane (Hrsg.): Handbuch Journalismustheorien. Wiesbaden, 151 – 164.

BPB (2016): Funktion der Medien in einer demokratischen Gesellschaft I und II. www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/medienpolitik/189218/funktionen-der-medien-in-einer-demokratischen-gesellschaft-i-und-ii (03.04.2019).

BPB2 (2011): Wer Journalisten sind und wie sie arbeiten. www.bpb.de/izpb/7527/wer-journalisten-sind-und-wie-sie-arbeiten?p=all (10.04.2019).

BPB3 (2012): 9/11 und die Folgen. www.bpb.de/politik/hintergrund-aktuell/68721/9-11-und-die-folgen-10-09-2012 (29.04.2019).

BR (2019): Objektive Berichterstattung. www.br.de/telekolleg/faecher/sozialkunde/telekolleg-sozialkunde-4-berichterstattung-100.html (10.04.2019).

Braml, Josef (2018): Trumps transaktionaler Transatlantizismus. In: Zeitschrift für Außen- und Sicherheitspolitik 11, 4/2018, 439 – 448.

Branahl, Udo (2009): Medienrecht. Eine Einführung. 6. Aufl. Wiesbaden.

Buckow, Isabelle (2011): Freie Journalisten und ihre berufliche Identität. Eine Umfrage unter den Mitgliedern des Journalistenverbands Freischreiber. Hamburg.

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. 4. Aufl. Wien.

Chase, Jefferson (2018): Deutsch-Amerikanische Beziehungen: Die Hauptstreitpunkte. www.dw.com/de/deutsch-amerikanische-beziehungen-die-hauptstreitpunkte/a-43549829 (29.04.2019).

Chill, Hanni / Meyn, Hermann (1996): Funktionen der Massenmedien in der Demokratie. In: Informationen zur politischen Bildung. Heft 260, 3/1996, 2 – 5.

Cohen, Bernard C. (1963): The Press and Foreign Policy. Princeton.

Denison, Andrew B. (2017): Amerika, Deutschland und die Zukunft der transatlantischen Beziehungen – Essay. www.bpb.de/apuz/247367/amerika-deutschland-und-die-zukunft-der-transatlantischen-beziehungen (29.04.2019).

Deutscher Bundestag (2019): I. Die Grundrechte. www.bundestag.de/parlament/aufgaben/rechtsgrundlagen/grundgesetz/gg_01-245122 (16.04.2019).

Deutscher Presserat (2017): Publizistische Grundsätze (Pressekodex). www.presserat.de/fileadmin/user_upload/Downloads_Dateien/Pressekodex2017_web.pdf (01.04.2019).

Dickmann, Barbara (2016): Die Recherche – Grundlage journalistischer Arbeit. In: Attendorfer, Otto / Hilmer, Ludwig (Hrsg.): Medienmanagement. Band 2: Medienpraxis – Mediengeschichte – Medienordnung. Wiesbaden, 127 – 150.

DJV (2015): DJV Wissen: 4. Berufsbild Journalistin – Journalist.

Drentwett, Christine (2009): Vom Nachrichtenvermittler zum Nachrichtenthema. Metaberichterstattung bei Medienereignissen. München.

Fechner, Frank (2017): Medienrecht. 18. Aufl. Tübingen.

Fechner, Ronny (2019): Journalismus und Presse- bzw. Medienarbeit im 21. Jahrhundert. Erweiterung des Intereffikationsmodells im Rahmen von zwei Fallstudien. Wiesbaden.

Funck, Astrid (2016): Die transparente Redaktion. Ein Ansatz für die strategische Öffentlichkeitsarbeit von Zeitungsverlagen. Wiesbaden.

Grampp, Sven (2016): Medienwissenschaften. Konstanz, München.

Gross, Friederike (2008): Agenda-Setting. In: Sander, Uwe / Gross, Friederike / Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden, 282 – 285.

Guardian (2017): CP Scott's centenary essay. www.theguardian.com/sustainability/cp-scott-centenary-essay (30.03.2019).

Hagen, Lutz M. (1995): Informationsqualität von Nachrichten. Meßmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen. Opladen.

Haim, Mario (2019): Die Orientierung von Online-Journalismus an seinen Publika. Anforderungen, Antizipation, Anspruch. Wiesbaden.

Haller, Michael (2004): Recherchieren. 6. Aufl. Konstanz.

Handstein, Holger (2010): Qualität im lokalen Zeitungsjournalismus. Theoretischer Entwurf und empirische Fallstudie. München.

Hanitzsch, Thomas (2009): Zur Wahrnehmung von Einflüssen im Journalismus. Komparative Befunde aus 12 Ländern. In: M&K 57, 2/2009, 153 – 173.

Heesen, Jessica (2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart.

heute journal (2019): heute journal vom 18.04.2019. www.zdf.de/nachrichten/heute-journal/heute-journal-vom-18-april-2019-100.html (01.05.2019).

Höller, Iris (2015): Haupt- und Nebenwahlkämpfe? Mediale Berichterstattung und politische PR in österreichischen Wahlkämpfen. Wien.

Ingenhoff, Diana / Röttger, Ulrike (2008): Issues Management. In: Meckel, Miriam / Schmid, Beat F. (Hrsg.): Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung. 2. Aufl. Wiesbaden, 323 – 354.

Janes, Jackson / Schneider, Marianne (2010): Ein Jahr Obama. Errungenschaften und Erwartungen in den transatlantischen Beziehungen. In: Zeitschrift für Außen- und Sicherheitspolitik 3, 1/2010, 47 – 57.

Kaiser, Markus (2015): Recherchieren. Klassisch – online – crossmedial. Wiesbaden.

Kepplinger, Hans Mathias (1979): Angepasste Außenseiter. Ergebnisse und Interpretationen der Kommunikationsforschung. In: Kepplinger, Hans Mathias (Hrsg.): Angepasste Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten. Freiburg, München, 7 – 28.

Kreyher, Volker (2018): Vorlesungsskript Kommunikationsmanagement. Mannheim.

Krüger, Sebastian (2003): Tatsachenorientierte Textsorten in der Pressesprache: Nachrichten zwischen Theorie und Praxis.

Krüger, Uwe (2016a): Medien im Mainstream. Problem oder Notwendigkeit? www.bpb.de/apuz/231307/medien-im-mainstream?p=all (26.04.2019).

Krüger, Uwe (2016b): Mainstream. Warum wir den Medien nicht mehr trauen. 2. Aufl. München.

Kürschner, Mareike (2017): Nirgends kommt Trump schlechter weg als im deutschen Fernsehen. www.welt.de/politik/ausland/article164798817/Nirgends-kommt-Trump-schlechter-weg-als-im-deutschen-Fernsehen.html (30.04.2019).

La Roche, Walther von (2013): Einführung in den praktischen Journalismus. 19. Aufl. Wiesbaden.

Lengauer, Günther (2007): Postmoderne Nachrichtenlogik. Redaktionelle Politikvermittlung in medienzentrierten Demokratien. Wiesbaden.

Ludwig, Johannes (2017): Investigatives Recherchieren. 3. Aufl. Köln.

Mainstream (2017): Medienwissenschaftler stellt klar: Bürger trauen den Mainstream-Medien nicht mehr. www.freiewelt.net/nachricht/buerger-trauen-den-mainstream-medien-nicht-mehr-10070844/ (26.04.2019).

Marcinkoswki, Frank (2002): Agenda Setting als politikwissenschaftlich relevantes Paradigma. In: Gellner, Winand / Strohmeier, Gerd (Hrsg.): Freiheit und Gemeinwohl. Politikfelder und Politikvermittlung zu Beginn des 21. Jahrhunderts. Baden-Baden, 159 – 170.

Maurer, Marcus (2016): Journalismus und Agenda Setting. In: Löffelholz, Martin / Rothenberger, Liane (Hrsg.): Handbuch Journalismustheorien. Wiesbaden, 419 – 430.

Mast, Claudia (1999): Berufsziel Journalismus. Aufgaben, Anforderungen und Ansprechpartner. Opladen, Wiesbaden.

Meier, Klaus / Reimer, Julius (2011): Transparenz im Journalismus. Instrumente, Konfliktpotentiale, Wirkung. In: Publizistik 56, 2/2011, 133 – 155.

Merkelt, Judith (2010): Die mangelhafte Risikobereitschaft der Meinungsmacher – Investigativer Journalismus in Deutschland. www.derblindefleck.de/die-mangelhafte-risikobereitschaft-der-meinungsmacher-investigativer-journalismus-in-deutschland/ (01.04.2019).

Neuberger, Christoph / Kapern, Peter (2013): Grundlagen des Journalismus. Wiesbaden.

Newstime (2019): Nächster Abgang im Team Trump. www.prosieben.de/tv/newstime/politik/naechster-abgang-im-team-trump-104176 (01.05.2019).

n-tv (2019a): US-Demokraten wollen Verfahren gegen Barr einleiten. www.n-tv.de/der_tag/US-Demokraten-wollen-Verfahren-gegen-Barr-einleiten-article21007869.html (09.05.2019).

n-tv (2019b): US-Kongress fordert von Deutscher Bank Auskunft zu Trump. www.n-tv.de/wirtschaft/der_boersen_tag/US-Kongress-fordert-von-Deutscher-Bank-Auskunft-zu-Trump-article20971250.html (09.05.2019).

Piepenbrick, Johannes (2016): Die “Lügenpresse“ im Visier der Populisten. www.bpb.de/veranstaltungen/dokumentation/224615/luegenpresse (26.04.2019).

Redaktion Netzdebatte (2016): Medienkritik: Zwischen Transparenz und Verschwörungstheorien. www.bpb.de/dialog/netzdebatte/234416/medienkritik-zwischen-transparenz-und-verschwoerungstheorien (26.04.2019).

Reese, Stephen D. / Gandy Jr., Oscar H. / Grant, August E (2001): Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World.

Rieß, Cornelia (1995): Deutsch-Amerikanische Beziehungen. www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=955126d7-cfb9-1cd5-67fb-c331868a1349&groupId=252038 (29.04.2019).

Röttger, Ulrike (2007): Kampagnen planen und steuern: Inszenierungsstrategien in der Öffentlichkeit. In: Piwinger, Manfred / Zerfaß, Ansgar (Hrsg.): Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden, 381 – 396.

Schicha, Christian (2007): Vernachlässigung als Thema. Nachrichtenaufklärung trotz Nachrichtenfaktoren. In: Pöttker, Horst / Schulzki-Haddouti, Christiane (Hrsg.): Vergessen? Verschwiegen? Verdrängt? 10 Jahre „Initiative Nachrichtenaufklärung“. Wiesbaden, 25 – 33.

Schmuck, Michael (2007): Professionell Texten. Mit Praxistipps für Presse und PR. Rommerskirchen.

Schnieders, Babara (2015): Die deutsch-amerikanischen Beziehungen nach 9/11/01. Eine konstruktivistische Synthese. Wiesbaden.

Schröter, Detlef (1995): Qualität und Journalismus. Theoretische und praktische Grundlagen des journalistischen Handelns. München.

Schulz-Bruhdoel, Norbert / Fürstenau, Katja (2011): Die PR- und Pressefibel. Zielgerichtete Medienarbeit. Das Praxislehrbuch für Ein- und Aufsteiger. 5. Aufl. Frankfurt.

Schweiger, Wolfgang (2017): Der (des)informierte Bürger im Netz. Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern. Wiesbaden.

Serdar, Seda / Heinrich, Daniel (2019): Deutschland – USA: Geeint in Sorge. www.dw.com/de/deutschland-usa-geeint-in-sorge/a-47783791 (29.04.2019).

Stenzel, Annika (2009): Recherche. In: Burkhardt, Steffen (Hrsg.): Praktischer Journalismus. München, 145 – 170.

Strohmeier, Gerd (2004): Politik und Massenmedien. Eine Einführung. Baden-Baden.

Stürmer, Michael (2019): Die deutsch-amerikanischen Beziehungen. www.dhm.de/archiv/magazine/unabhaengig/stuerm_d.htm (29.04.2019).

tagesschau (2019a): Sendung: tagesschau 08.04.2019 20:00 Uhr. www.tagesschau.de/multimedia/sendung/ts-30779.html (01.05.2019).

tagesschau (2019b): Sendung: tagesschau 03.04.2019 20:00 Uhr. www.tagesschau.de/multimedia/sendung/ts-30697.html (01.05.2019).

Twitter Trump (2019a): Stoltenberg im Weißen Haus. www.twitter.com/realDonaldTrump/status/1113169217950543877 (01.05.2019).

Twitter Trump (2019b): Das Spiel ist aus. www.twitter.com/realDonaldTrump/status/1118876219381026818 (01.05.2019).

US-Botschaft (2019): Deutsch-amerikanische Beziehungen. de.usembassy.gov/de/deutsch-amerikanische-beziehungen/politik-und-geschichte/deutsch-amerikanische-beziehungen/ (29.04.2019).

Vales, Katalin Irén (2015): Traumberuf Journalistin?! Berufswahlmotive im Journalismus. Hamburg.

Voigt, Juliane (2016): Nachrichtenqualität aus Sicht der Mediennutzer. Wie Rezipienten die Leistung des Journalismus beurteilen können. Wiesbaden.

Völker, Daniel (2017): Kommunikation im Krisenmodus. Konzeption des Strategischen Framings am Beispiel der Finanzkrise 2008/09. Wiesbaden.

Wegener, Claudia (2001): Informationsvermittlung im Zeitalter der Unterhaltung. Eine Langzeitanalyse politischer Fernsehmagazine. Wiesbaden.

Weischenberg, Siegfried (2001): Nachrichten-Journalismus. Anleitungen und Qualitäts-Standards für die Medienpraxis. Wiesbaden.

Weischenberg, Siegfried / Malik, Maja / Scholl, Armin (2006): Journalismus in Deutschland 2005. In: Media Perspektiven 7/2006, 346 – 361.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Mannheim, 24.05.2019

Ort, Datum Nachname Vorname