

Media Tenor:

Für wissenschaftliche Analysen der Medienberichterstattung unverzichtbar



Professor
Frank Brettschneider,
Universität Augsburg

Wissenschaft verfolgt vier Ziele: Sie will gesellschaftliche Wirklichkeit beschreiben (Wie ist etwas?), sie will sie erklären (Warum ist etwas so, wie es ist?), sie will künftige Entwicklungen auf der Basis bewährter Theorien prognostizieren (Wie wird etwas künftig sein?) und sie will – ebenfalls auf der Basis bewährter Theorien – Wege aufzeigen, wie von der Gesellschaft vereinbarte Ziele erreicht werden können (Was muss man tun, damit ein gewünschtes Ereignis eintritt?). Der Erfolg dieser Unterfangen hängt von der Kreativität der Forscher, von der Güte der verwendeten Theorien und von der Qualität der verwendeten Daten ab.

Gemäß des Kritischen Rationalismus (Karl Popper) muss der Begründungszusammenhang von Forschung werturteilsfrei, intersubjektiv nachvollziehbar (transparent) und damit der wissenschaftlichen Kritik zugänglich sein. Die Objektivität von Forschung entscheidet sich daran, ob die Art der in einer Untersuchung verwendeten Indikatoren, die Festlegung der zu untersuchenden Gegenstände, das Konstruieren und Ziehen von Stichproben und die Datenerhebung selbst dokumentiert, zumindest der Fachöffentlichkeit zugänglich und somit nachvollziehbar und kritisierbar sind. Popper vertraut nicht darauf, dass der einzelne Forscher objektiv ist, sondern er fordert, dass das Verfahren der Datengewinnung objektiv im oben genannten Sinne ist. Im Entstehungszusammenhang von Forschung – also z.B. bei der Auswahl der Forschungsfrage – sind Werte und Überzeugungen der Wissenschaftler hingegen zulässig, ebenso im Verwertungszusammenhang, also bei den Schlüssen, die aus den wissenschaftlich gewonnenen Erkenntnissen gezogen werden.

Dies gilt für alle Sozialwissenschaften – auch für die Kommunikationswissenschaft. Sie interessiert sich u.a. für die Medieninhalte, ihr Zustandekommen (journalistische Nachrichtenauswahl, Public Relations) und ihre Wirkungen (Agenda-Setting, Realitätskonstruktion, persuasive Medienwirkung etc.). Inhaltsanalysen der Medienberichterstattung nehmen daher eine zentrale Stelle in entsprechenden Studien ein. Mit ihrer Hilfe können Aussagen über die Häufigkeit der Berichterstattung zu einem Thema oder einem Akteur (Frequenzanalyse), Aussagen über die Richtung und Intensität von Bewertungen gesellschaftlicher Akteure oder Sachverhalte (Valenz- und Intensitätsanalyse) sowie über den Kontext der Berichterstattung (Kontingenzanalyse) getroffen werden. Damit diese Aussagen sinnvoll und zutreffend sind, müssen die Inhaltsanalysen systematisch sein, Medieninhalte quantifizieren und wissenschaftlichen Kriterien genügen: Sie müssen valide sein (das messen, was sie zu messen vorgeben) und reliabel, also zuverlässig (das Messinstrument

muss bei mehrmaliger Anwendung auf ein und dasselbe Material zu dem gleichen Ergebnis führen).

Lange Zeit waren für viele Inhaltsanalysen der Medienberichterstattung zahlreiche Unzulänglichkeiten charakteristisch: 1. Die Inhaltsanalyseedaten wurden nicht kontinuierlich erhoben, sondern nur punktuell. 2. Es wurden selten Vollerhebungen durchgeführt; stattdessen dominierten Stichproben der Medienberichterstattung. 3. Oft wurde nur die Berichterstattung über ein Thema, eine Branche oder eine Partei untersucht; dabei blieb der Kontext unberücksichtigt. 4. In der Regel wurde nur mit einem eingeschränkten Medien-Set gearbeitet, das sich entweder nur auf die überregionalen Tageszeitungen beschränkte, oder nur auf die Fernsehberichterstattung. 5. Die Analysen bezogen sich in der Regel auf ein einziges Land.

Auf zahlreiche Untersuchungen tritt diese Charakterisierung auch heute noch zu. Dabei steht mit den vom Media Tenor durchgeführten Inhaltsanalysen seit 1994 ein Datenfundus zur Verfügung, der seinesgleichen sucht. Der Media Tenor deckt die gesamte Bandbreite der Berichterstattung ab. Er führt eine Vollerhebung sämtlicher Themen und Akteure durch. Und dies Tag für Tag. Erfasst wird die Berichterstattung nicht von einigen wenigen Codierern, sondern von einem großen Stab gut geschulter Codierer, die einer permanenten Qualitätskontrolle unterliegen. Die Inter-Coder-Reliabilität von 90 Prozent spricht für die Güte des Codebuchs und der Codiererschulung. Die Analysen sind häufig international angelegt, was sich auch in der Zusammenarbeit mit einigen der Großen der Kommunikationswissenschaft – wie Prof. Maxwell E. McCombs oder Prof. Donald L. Shaw – manifestiert. Und: Der Media Tenor achtet penibel auf die Einhaltung wissenschaftlicher Regeln bei der Datenerhebung. Seine Verfahren sind transparent, die Analysen werden regelmäßig publiziert und auf Fachtagungen präsentiert – und damit der Diskussion und der Kritik ausgesetzt –, und die Researcher sind Verbesserungsvorschlägen gegenüber offen und arbeiten permanent an einer Weiterentwicklung und Verfeinerung ihrer Verfahren.

Der Media Tenor ist in Bandbreite und Qualität der Datenerfassung derzeit unerreicht. Für mich stellen die umfangreichen Daten eine präzise und unverzichtbare Quelle für Studien zur Medienwirkungsforschung in den unterschiedlichsten Bereichen dar: für Analysen der Medieneinflüsse auf Bundestagswahlen (z.B. Brettschneider 2002a, 2002b, 2004), der Auswirkungen der Wirtschaftsberichterstattung auf die Wahrnehmung der Wirtschaftslage durch die Bevölkerung (z.B. Brettschneider 2003a) oder der Akzeptanz des Euro durch die Bevölkerung (z.B. Maier/Brettschneider/Maier 2003b).

Die Arbeit des Media Tenor ist für zahlreiche gesellschaftliche Gruppen von Belang: Unternehmen können mit Hilfe der kontinuierlichen Inhaltsanalysen etwas über ihr Image erfahren und die Resonanz ihrer Public Affairs überprüfen. Wissenschaftler können auf einen beispiellosen Datensatz über zehn Jahre Medienberichterstattung zugreifen und damit ihre Theorien überprüfen und weiterentwickeln. Parteien, Verbände und soziale Bewegungen erfahren etwas über die Themen, die die Medienberichterstattung prägen – und deren Auswirkungen auf die Bevölkerung. Und nicht zuletzt erfahren Journalisten und Redaktionen etwas darüber, wo sich Innovationspotenziale für ihre Berichterstattung verbergen – und wo sie im Vergleich zu anderen Journalisten und Redaktionen stehen. Für ihre Selbstbeobachtung ist der Media Tenor genauso wertvoll wie für die gesellschaftliche Selbstbeobachtung insgesamt.

Frank Brettschneider